

LOS MEDIOS DIGITALES DE COMUNICACION

Transportar la información de manera eficiente y segura:

Conforme fueron evolucionando las diversas tecnologías de comunicación, fue necesario mejorar los canales a través de los cuales los mensajes -sean señales telegráficas, telefónicas, textos- eran transmitidos. En efecto, mejorar la calidad del canal de comunicación es condición para el desarrollo exitoso de una tecnología. El teléfono no hubiese podido desarrollarse si no hubiese garantizado la transmisión nítida de la voz de un extremo al otro del circuito de la comunicación.

A lo largo del siglo XX, se sucedieron diversas tecnologías que permitieron transportar la señal de las comunicaciones, en mayor cantidad y a mayores distancias.

En la actualidad, se utilizan diversas tecnologías para la transmisión de señales, ya que cada una de ellas presenta ventajas y desventajas que la hacen apropiadas para diferentes usos. Así, mientras que parte de las noticias que se presentan por televisión llegan gracias a la tecnología del satélite, la señal de la radio llega a través de ondas electromagnéticas, y la señal de la televisión por cable se distribuye utilizando la fibra óptica.

Transmisiones a través del aire



Guillermo Marconi

Los cables fueron los primeros canales para la transmisión de señales. Sin embargo, resultan difíciles de utilizar o poco confiables al tratar de enlazar grandes distancias.

Hacia finales del siglo XIX, Guillermo Marconi, científico italiano, logró las primeras transmisiones de mensajes que utilizaban las frecuencias electromagnéticas presentes en la atmósfera.

Desde ese momento, ya no fue necesario el establecimiento de un vínculo físico, el cable, para transmitir los mensajes.

Aunque las primeras señales solo tenían un alcance limitado y un nivel de ruido muy alto, el perfeccionamiento de esta idea permitió unos años después la invención de la radio y de la televisión.

Satélites

Las limitaciones de la transmisión a través de las ondas de radio y la necesidad de superar los obstáculos geográficos, tales como montañas, llevaron al desarrollo de la tecnología de los satélites como medio de transmisión de mensajes. Un satélite es un cuerpo que gira alrededor de otro. La Luna es el satélite natural de la Tierra. Además, el hombre ha logrado poner en órbita satélites artificiales. Los satélites artificiales giran alrededor de la Tierra a una distancia aproximada de 35.000 km.

En la actualidad, existe gran cantidad de satélites en órbita destinados a la investigación, espionaje y comunicaciones.

Los satélites actúan como espejos amplificadores de la señal. La señal se envía desde las estaciones terrenas hasta el satélite, donde es amplificada y bajada nuevamente hacia la tierra, donde puede ser captada por cualquier antena receptora que se encuentra dentro del área de cobertura del satélite.



Los satélites son un importante instrumento para asegurar la comunicación hacia cualquier punto del país, por más remoto e inaccesible que sea, así como también para asegurar las comunicaciones con los otros continentes.

Fibra óptica



La fibra óptica es una delgada fibra de vidrio del espesor de un cabello que tiene la particularidad de transmitir haces de luz. La fibra óptica se utiliza como medio para las telecomunicaciones, ya que es capaz de transmitir gran cantidad de señales con muy poca pérdida de señal.

La capacidad de la fibra óptica ha vuelto a hacer conveniente el tendido de cables transoceánicos submarinos, y tiene la ventaja sobre los satélites de que la transmisión entre ambos extremos se realiza de manera directa a la velocidad de la luz. En la comunicación vía satélite existe una demora (de algunos milisegundos), producida por el tiempo que le lleva a la señal recorrer el espacio hacia y desde el satélite.

Medios de comunicación

Los medios de comunicación digitales ya son los más utilizados entre la población mundial, que le dedica más horas semanales que a la televisión, la radio, los periódicos o el cine.

La ONU (Organización de las Naciones Unidas) reflexiona sobre los cambios que ha introducido la tecnología digital en todo el mundo, y comenta que se podrían resumir en que ***las comunicaciones cada vez son "más digitales, más móviles y más anchas"***.

¿Por qué más móviles? Tuvieron que pasar cerca de 125 años para que hubiera en el mundo más de mil millones de líneas telefónicas fijas, y sólo pasaron 21 años para que hubiera el mismo número de líneas de telefonía móvil.

Además de digitales y móviles, las comunicaciones también **son cada vez "más anchas"**, porque las redes aumentan su capacidad de manera exponencial, lo que permite intercambios de información más rápidos, más completos y en más formatos simultáneos.

De hecho, en el mundo ya hay **216 millones de suscriptores a líneas fijas de banda ancha** y más de 61 millones de suscriptores a líneas móviles del mismo tipo (a través de la telefonía de tercera generación).

Al mismo tiempo el precio de la banda ancha y de las conexiones inalámbricas se reduce a pasos agigantados en muchos países, por lo que las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) cada vez ocupan más ámbitos de la vida privada.

Viviane Reding, presidente de la Comisión Europea de la Sociedad de la Información y de los Medios de Comunicación, dijo en una nota: ***"...la alfabetización "mediática" o de los medios de comunicación se refiere a todos los tipos de medios de comunicación, incluida la televisión, cine, vídeo, páginas web, emisoras de radio, videojuegos y comunidades virtuales. Se puede resumir en la posibilidad de acceder, comprender, evaluar y crear contenidos de los medios."***

Hoy cualquiera tiene acceso a medios digitales y publica contenidos online visibles en todo el mundo. Sin embargo no siempre todo el mundo entiende perfectamente el contexto en el que este tipo de material está escrito, visto o leído, o las potenciales consecuencias de una publicación. Por eso, todo el mundo necesita desarrollar nuevas habilidades como comunicadores activos y como creadores de contenido."

Sin lugar a dudas, Internet se ha convertido en nuestra principal forma de información, distracción, encuentro y, para muchos, de trabajo o aprendizaje.

Para muchos resulta ya un hábito y costumbre, ir a la computadora para ver que "está pasando en ese momento". Nos hemos acostumbrado a tener las noticias y "tenerlas ya" e Internet se ha hecho

responsable de esta cuestión. Otros muchos, no son tan adictos o frikis (en el buen sentido de la palabra), pero sí consultan los distintos medios de noticias o blogs que le son de su confianza. Sin duda, está en el aire, algo está cambiando y ese algo es el usuario. El usuario cada vez más intenta buscar las noticias y contrastarlas en medios diferentes. Una tendencia crítica que nos enriquece a todos, tanto a los que la ofrecen, como a los que la reciben. La información y el mundo de los medios de comunicación tienen que adaptarse a estas nuevas tendencias, que muy lejos de frenar, avanzan a velocidad de vértigo. **Eso es lo que están haciendo la mayoría de medios de comunicación: adaptarse a la nueva era tecnológica.**

Actividad en clase e investigación (se encuentra en el Blog):

Presentación: esta actividad se debe realizar en el Blog de cada uno y se debe realizar una entrada contestando las preguntas.

- 1) Realizar un mapa conceptual sobre medios digitales de comunicación (pág. 1, 2 y 3). Se realiza con Cmap (descargar desde, <http://cmap.ihmc.us/download/>), o realizar el mapa conceptual en una hoja y escanearlo.
- 2) ¿Qué son los Medios digitales de comunicación?
- 3) Hacer cuadro con una lista de medios de comunicación analógicos y digitales nombrando ejemplos de cada uno, o poniendo link.
- 4) Explicar qué es la tv analógica, tv digital y que es el apagón analógico (mirar los siguientes links)
Ver: Televisión Digital Interactiva
http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=U2sZLdBq5Ek
Infografía:
<http://www.consumer.es/web/es/tecnologia/imagen-y-sonido/2006/01/11/166011.php>
- 5) ¿Cuál es la ventaja de la TV digital sobre la analógica?
- 6) Resume algunas características de la información digital que la hacen ventajosa respecto a la analógica.
- 7) Nombra dispositivos capaces de convertir:
 - a. Imágenes analógicas en imágenes digitales.
 - b. Sonido analógico en sonido digital.
 - c. Caracteres escritos en texto digitalizado.

Competencia comunicativa

Se denomina competencia comunicativa a la capacidad de entender, elaborar e interpretar los diversos eventos comunicativos, teniendo en cuenta no sólo su significado explícito o literal, **lo que se dice**, sino también las implicaciones, el sentido implícito o intencional, **lo que el emisor quiere decir o lo que el destinatario quiere entender**. El término se refiere a las reglas sociales, culturales y psicológicas que determinan el uso particular del lenguaje en un momento dado.

La Ubicuidad

La ubicuidad, el don de poder estar en muchos lugares al mismo tiempo, es quizá una de esas cualidades que antes de la existencia de las TIC y sus múltiples desarrollos, era visto como algo lejano. Gracias a los innumerables avances, las TIC permiten que una persona pueda comunicarse con otra desde cualquier lugar, a cualquier hora, así como que de una u otra manera, no existan límites de espacio o tiempo para que alguien utilice Internet para fines relacionados con su trabajo o la vida cotidiana. La ubicuidad forma parte de la revolución de las TIC, al transformar de manera significativa las relaciones e interacciones entre las personas.

Medios Colaborativos Sociales

Los medios colaborativos sociales corresponden a la llamada “Web 2.0”. En esta Web, convergen dos tendencias fundamentales: la tecnología colectiva y la inteligencia colectiva. La “Web 2.0” se basa en el principio de la construcción colectiva.

Esto es, el aporte permanente de contenidos por parte de los usuarios. Los usuarios que forman parte de estos sitios, aportan permanentemente información.

Las razones de ser de éstos medios, son los puntos de encuentro posibles entre los navegantes de la red. Estos encuentros se puede dar en diversos tipos de sitios: Blogs, Wikis, Redes sociales, Foros, Comunidades Virtuales, entre otros. Cada formato, ofrece diferentes formas de participación e interacción.

Weblogs / Blogs

Sitios Web periódicamente actualizados que recopilan cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores, apareciendo primero el más reciente, donde el autor conserva siempre la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente.

Espacio personal de escritura en Internet de fácil actualización. Tiene una página principal con las últimas historias publicadas, ordenadas en orden cronológico inverso y un archivo en el que las historias se organizan a los largo de dos ejes: cronológico y temático.

Características:

- Fácil actualización: Los propios autores publican los contenidos cuando quieren.
- Cronología en la publicación: puede seguirse el desarrollo de uno determinado tema y su evolución a través del tiempo.
- Interactividad: Permiten a los visitantes “reaccionar” a cada post a través de los comentarios.
- Lenguaje coloquial: Comunicación directa, cálida y personal. Los lectores saben que hay un ser humano detrás del sitio.

Blogosfera

Es el término por el cual se agrupan la totalidad de Weblogs. Podemos considerarla como un sistema virtual, en el que se establecen comunidades de Weblogs, categorizados temáticamente o por perfiles de interés.

Wikis

El término WikiWiki es de origen hawaiano que significa: rápido. Comúnmente para abreviar esta palabra se utiliza Wiki y en términos tecnológicos es un software para la creación de contenido de forma colaborativa.

La finalidad de un Wiki es permitir que varios usuarios puedan crear páginas web sobre un mismo tema, de esta forma cada usuario aporta un poco de su conocimiento para que la página web sea más completa, creando de esta forma una comunidad de usuarios que comparten contenidos acerca de un mismo tema o categoría.



Un Wiki entonces es un sitio web cuyas páginas pueden ser editadas por múltiples voluntarios a través del navegador web. Los usuarios pueden crear, modificar o borrar un mismo texto que comparten, y tienen títulos únicos. Un ejemplo, es Wikipedia (la enciclopedia social más conocida en Internet. Permite a los usuarios recopilar información y subirla para producir, editar o corregir contenidos) su slogan ya nos indica que es un Medio Colaborativo; “la enciclopedia de contenido libre que todos pueden editar.”

Redes Sociales

Son sitios web que ofrecen servicios y funcionalidades de comunicación diversos para mantener en contacto a los usuarios de la red. Se basan en un software especial que integra numerosas funciones individuales: blogs, wikis, foros, chat, mensajería, etc. en una misma interfaz y que proporciona la conectividad entre los diversos usuarios de la red.

Características:

- Son redes de relaciones personales, también llamadas comunidades, que proporcionan sociabilidad, apoyo, información y un sentido de pertenencia e identidad social.
- Son grupos de personas con algunos intereses similares, que se comunican a través de proyectos.
- Existe un cierto sentido de pertenencia a un grupo con una cultura común: se comparten unos valores, unas normas y un lenguaje en un clima de confianza.
- Se utilizan las mismas infraestructuras telemáticas, generalmente basadas en los servicios de software social, que permite comunicaciones de uno a todos y de uno a uno.
- Algunos de sus miembros realizan actividades para el mantenimiento del grupo.
- Se realizan actividades que propician interacciones entre los integrantes que proporcionan ayuda emotiva y cognitiva.

MassMedia

Medios de comunicación masivos o de masas (mass media) son los medios de comunicación recibidos simultáneamente por una gran audiencia.

La finalidad de estos medios de comunicación es formar, informar y entretener al público que tiene acceso a ellos. Atendiendo a los intereses que defienden, buscan el beneficio económico del empresario o grupo empresarial que los dirige, habitualmente concentrado en grandes grupos de comunicación multimedia, e influir en su público ideológicamente y mediante la publicidad.

Todos los ciudadanos del mundo están expuestos a unos u otros medios, que resultan indispensables como herramienta de comunicación y presencia pública para todo tipo de agentes económicos, sociales y políticos.

EL ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN SOBRE DIFERENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

En estos tiempos surge la importancia y la necesidad de analizar la información de los diferentes medios de comunicación ya que las voces mediáticas nunca son independientes ni objetivas.

Comenzaremos leyendo a Noam Chomsky¹ y las “**10 estrategias de manipulación mediática**”.

¹ Noam Chomsky, es un lingüista, filósofo y activista estadounidense. Es profesor emérito de Lingüística en el Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT) y una de las figuras más destacadas de la lingüística del siglo XX, gracias a sus trabajos en teoría lingüística y ciencia cognitiva. Es, asimismo, reconocido por su activismo político, caracterizado por una fuerte crítica del capitalismo contemporáneo y de la política exterior de los Estados Unidos.

LA ESTRATEGIA DE LA DISTRACCIÓN. El elemento primordial del control social es la estrategia de la distracción que consiste en desviar la atención del público de los problemas importantes y de los cambios decididos por las élites políticas y económicas, mediante la técnica del diluvio o inundación de continuas distracciones y de informaciones insignificantes.

1

La estrategia de la distracción es igualmente indispensable para impedir al público interesarse por los conocimientos esenciales, en el área de la ciencia, la economía, la psicología, la neurobiología y la cibernética. "Mantener la Atención del público distraída, lejos de los verdaderos problemas sociales, cautivada por temas sin importancia real. Mantener al público ocupado, ocupado, ocupado, sin ningún tiempo para pensar; de vuelta a granja como los otros animales (cita del texto 'Armas silenciosas para guerras tranquilas')"

2

CREAR PROBLEMAS Y DESPUÉS OFRECER SOLUCIONES. Este método también es llamado "problema-reacción-solución". Se crea un problema, una "situación" prevista para causar cierta reacción en el público, a fin de que éste sea el mandante de las medidas que se desea hacer aceptar. Por ejemplo: dejar que se desenvuelva o se intensifique la violencia urbana, u organizar atentados sangrientos, a fin de que el público sea el demandante de leyes de seguridad y políticas en perjuicio de la libertad. O también: crear una crisis económica para hacer aceptar como un mal necesario el retroceso de los derechos sociales y el desmantelamiento de los servicios públicos.

3

LA ESTRATEGIA DE LA GRADUALIDAD. Para hacer que se acepte una medida inaceptable, basta aplicarla gradualmente, a cuentagotas, por años consecutivos. Es de esa manera que condiciones socioeconómicas radicalmente nuevas (neoliberalismo) fueron impuestas durante las décadas de 1980 y 1990: Estado mínimo, privatizaciones, precariedad, flexibilidad, desempleo en masa, salarios que ya no aseguran ingresos decentes, tantos cambios que hubieran provocado una revolución si hubiesen sido aplicadas de una sola vez.

4

LA ESTRATEGIA DE DIFERIR. Otra manera de hacer aceptar una decisión impopular es la de presentarla como "dolorosa y necesaria", obteniendo la aceptación pública, en el momento, para una aplicación futura. Es más fácil aceptar un sacrificio futuro que un sacrificio inmediato. Primero, porque el esfuerzo no es empleado inmediatamente. Luego, porque el público, la masa, tiene siempre la tendencia a esperar ingenuamente que "todo irá mejorar mañana" y que el sacrificio exigido podrá ser evitado. Esto da más tiempo al público para acostumbrarse a la idea del cambio y de aceptarla con resignación cuando llegue el momento.

DIRIGIRSE AL PÚBLICO COMO CRIATURAS DE POCA EDAD. La mayoría de la publicidad dirigida al gran público utiliza discurso, argumentos, personajes y entonación particularmente infantiles, muchas veces próximos a la debilidad, como si el espectador fuese una criatura de poca edad o un deficiente mental. Cuanto más se intente buscar engañar al espectador, más se tiende a adoptar un tono infantilizante. ¿Por qué? “Si uno se dirige a una persona como si ella tuviese la edad de 12 años o menos, entonces, en razón de la sugestionabilidad, ella tenderá, con cierta probabilidad, a una respuesta o reacción también desprovista de un sentido crítico como la de una persona de 12 años o menos de edad (ver “Armas silenciosas para guerras tranquilas”)”.

5

6

UTILIZAR EL ASPECTO EMOCIONAL MUCHO MÁS QUE LA REFLEXIÓN.

Hacer uso del aspecto emocional es una técnica clásica para causar un corto circuito en el análisis racional, y finalmente al sentido crítico de los individuos. Por otra parte, la utilización del registro emocional permite abrir la puerta de acceso al inconsciente para implantar o injertar ideas, deseos, miedos y temores, compulsiones, o inducir comportamientos...

MANTENER AL PÚBLICO EN LA IGNORANCIA Y LA MEDIOCRIDAD. Hacer que el público sea incapaz de comprender las tecnologías y los métodos utilizados para su control y su esclavitud. “La calidad de la educación dada a las clases sociales inferiores debe ser la más pobre y mediocre posible, de forma que la distancia de la ignorancia que planea entre las clases inferiores y las clases sociales superiores sea y permanezca imposible de alcanzar para las clases inferiores (ver 'Armas silenciosas para guerras tranquilas')”.

7

8

ESTIMULAR AL PÚBLICO A SER COMPLACIENTE CON LA MEDIOCRIDAD.

Conseguir que a vulgaridad, la ridiculez, la ignorancia se convierta en el estándar deseado y deseable, y marginar a todo el que se salga de la norma.

REFORZAR LA AUTOCULPABILIDAD. Hacer creer al individuo que es solamente él el culpable por su propia desgracia, por causa de la insuficiencia de su inteligencia, de sus capacidades, o de sus esfuerzos. Así, en lugar de rebelarse contra el sistema económico, el individuo se auto desvalida y se culpa, lo que genera un estado depresivo, uno de cuyos efectos es la inhibición de su acción. Y, sin acción, ¿no hay revolución!

9

10

CONOCER A LOS INDIVIDUOS MEJOR DE LO QUE ELLOS MISMOS SE CONOCEN.

En el transcurso de los últimos 50 años, los avances acelerados de la ciencia han generado una creciente brecha entre los conocimientos del público y aquellos poseídos y utilizados por las élites dominantes. Gracias a la biología, la neurobiología y la psicología aplicada, el “sistema” ha disfrutado de un conocimiento avanzado del ser humano, tanto de forma física como psicológicamente. El sistema ha conseguido conocer mejor al individuo común de lo que él se conoce a sí mismo. Esto significa que, en la mayoría de los casos, el sistema ejerce un control mayor y un gran poder sobre los individuos, mayor que el de los individuos sobre sí mismos.

Actividad: “Las 10 estrategias de manipulación mediática”

Presentación en una hoja con tu nombre y apellido.

- 1) Por cada una de las estrategias realizar un comentario explicando con tus palabras lo entendido.
- 2) Indicar en cada estrategia un ejemplo que amplíe el concepto.