

TEMA 1
TRIMESTRE N° 3
3° AÑO.

....y dice así

La historia de la comunicación se remonta a los orígenes de la humanidad, pero a partir del desarrollo de los medios impresos, numerosas transformaciones han revolucionado el modo en que los seres humanos comparten sus pensamientos. Al pensar en las características particulares de cada medio de comunicación, observamos que éstos tienen características semejantes más allá de la diversidad cultural. Podemos decir que los medios de comunicación constituyen un fenómeno global que, más allá de algunas diferencias naturales, trasciende las diferencias particulares de las distintas sociedades. Para iniciar el estudio de los Medios de Comunicación Social desde un punto de vista histórico, resulta necesario realizar esta revisión desde cuatro aspectos:

1. LA TECNOLOGÍA
2. EL ENTORNO SOCIO-POLÍTICO
3. ASPECTOS ECONÓMICOS Y COMERCIALES
4. REALIDAD CULTURAL: ACTIVIDADES, FUNCIONES Y NECESIDADES DE UNA DETERMINADA SOCIEDAD.

La tecnología es, desde ya, una base sin la cual el proceso de comunicación no sería posible, sin embargo, esta no es suficiente para que un medio adquiera presencia y se imponga en una sociedad. El contexto social y político constituirá un marco que regulará y dará a cada Medio de Comunicación Social una fisonomía particular. Los aspectos económicos son también importantes ya que es necesario establecer de qué manera se financiaría este nuevo fenómeno/servicio dado que su existencia siempre supone un costo. Finalmente, el entorno cultural cuya transformación surgirá como una consecuencia de los Medios de Comunicación Social. El fenómeno de la comunicación social permitió el estímulo y satisfacción de necesidades latentes en el seno de la sociedad.

Como medio de comunicación se hace referencia al instrumento o forma de contenido por el cual se realiza el proceso comunicacional o comunicación. Usualmente se utiliza el término para hacer referencia a los medios de comunicación masivos (MCM, medios de comunicación de masas o mass media), sin embargo, otros medios de comunicación, como el teléfono, no son masivos sino interpersonales.

Los medios de comunicación son instrumentos en constante evolución. 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 (impresión -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.

Como parte de su historia, se mencionan algunos de los más relevantes acontecimientos en el desarrollo y evolución de los medios de comunicación como tales.

- Siglo XV: invención de la imprenta (posiblemente en 1450 por Johannes Gutenberg)
- 1605: Johann Carolus se publica en Alemania el primer periódico Relation aller Fürnemmen und gedenckwürdigen Historien
- 1895: Cine; los hermanos Lumière proyectaron públicamente la salida de obreros de una fábrica francesa en París.
- 1896: Guillermo Marconi obtuvo la primera patente del mundo sobre la radio
- 1896: Alexandr Stepánovich Popov con un sistema completo de recepción-emisión de mensajes telegráficos, transmitió el primer mensaje telegráfico entre dos edificios de la Universidad de San Petersburgo situados a una distancia de 250 m
- 1928: primeras transmisiones comerciales de televisión.
- 1964 Aparece el primer registro que se conoce del término "computadora personal", apareció en la revista New Scientist

Las características positivas de los medios de comunicación residen en que posibilitan que amplios contenidos de información lleguen a extendidos lugares del planeta en forma 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. 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.

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)

Debido a la complejidad de los medios de comunicación, Harry Pross (1972) ha separado estos en tres categorías, a partir de su grado técnico. En 1997 MANFRED FABLER contribuyó con una nueva categoría, quedando así la siguiente clasificación:

- ✓ Medios primarios (medios propios): están ligados al cuerpo humano. No necesitan el empleo de técnica alguna para la comunicación, que a su vez es sincrónica. Ejemplos: Narrador, Cura, Teatro
- ✓ Medios secundarios (máquinas): Necesitan el empleo de técnicas (tecnologías) del lado del productor de contenidos. El receptor de la información no necesita ningún dispositivo para decodificar la información. Ejemplos: Periódico, revistas, etc.
- ✓ Medios terciarios (medios electrónicos): Necesitan el empleo de técnicas (tecnologías) del lado del productor de contenidos y del receptor. Ejemplos: Telegrafía, televisión, discos de música, etc.
- ✓ Medios cuaternarios (medios digitales): Permiten tanto la comunicación sincrónica como asincrónica (interacción). Necesitan el empleo de técnicas (tecnologías) del lado del productor de contenidos y del receptor. La división de estos últimos (productor y receptor) tiende a desaparecer, así como el tiempo y la distancia. Los medios cuaternarios o medios digitales son parte de los Nuevos Medios de Comunicación.

Ejemplos de ello, son las receptoras de datos de audio en formato analógico y digital para usos diversos, bien sea de reproducción o de grabación, LAS COMPUTADORAS PERSONALES (PC) o PORTÁTILES (LAP-TOP), dispositivos de almacenamiento externo de datos, también llamados DISCOS DUROS EXTERNOS (external hard disk) y los ya cada día más usuales reproductores digitales de archivos musicales que, en diferentes formatos, son capaces de reproducir y desplegar imágenes y audio, que en diferentes formas de tecnología aplicada, se comercializan: AUDIO CASSETTES, VIDEO CASSETTES, DISCOS DE ACETATO, DISCOS COMPACTOS, SISTEMAS DE GRABACIÓN D.A.T. (Digital Audio Tape), REPRODUCTORES DE MP3, IPOD, REPRODUCTORES DE VIDEO, TELEFONOS CELULARES, CÁMARAS DIGITALES, de los cuales también, de modo posterior, se hará mención en este tema de estudio.