

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- **Que son los medios de comunicación.**
- **Cuales son los principales medios de comunicación.**
- **En que nos influyen.**

- **Efectos de los medios.**

QUE SON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Definición de Comunicación

Comunicación es el proceso por el cual una idea es transferida de una fuente a un receptor con la intención de cambiar su comportamiento. Es una fuente de transferencia entre las personas para que puedan compartir lo que sienten y saben y tiene la capacidad de inter-relacionarse.

La comunicación se ha dado desde siempre, de distintas maneras, gestos, gritos y luego hablando.

LOS PRINCIPALES MEDIO DE COMUNICACIÓN

Los principales medios de comunicación son el oral, escrito y visual.

Medios de comunicación oral

Los medios de comunicación oral, corresponden al teléfono y a la radio.

La lengua es el principal medio de comunicación y su principal elemento de masificación es el uso del teléfono.

El telégrafo fue un gran avance en los medios de comunicación a distancia. Los primeros sistemas telegráficos sólo permitían enviar mensajes letra a letra. Se buscaba un nuevo sistema de comunicación que fuera de voz.

El telefono

Apareció en 1876 el teléfono inventado por Graham Bell. Esto fue una gran revolución. El teléfono funciona en base a señales que se transmiten en forma de pulsos eléctricos a través de cableados especiales entre los puntos a comunicar. La capacidad de comunicación de este medio, ha ido de la mano con el aumento de la capacidad de los cables y de otras tecnología utilizadas en éstos tales como la fibra óptica para transmitir pulsos.

Hoy en día, el teléfono ha evolucionado hacia los teléfonos celulares que son capaces de funcionar en forma inalámbrica y pueden transmitir imágenes, mensajes de texto y otras funcionalidades propias de Internet. Cada vez son más pequeños y con más servicios para los usuarios.

La telefonía móvil o celular. Esta ha ido en gran aumento junto con internet. Ha llevado comunicación a lugares en que costaría mucho más llevar con cables.

La radio

La primera emisión de radio tuvo lugar en 1906 en los Estados Unidos en 1910. Hoy en día, la radio es el

medio que se encuentra mayormente masificada en el mundo.

La radio es uno de los sistemas más tradicionales dentro del mercado publicitario y es un medio publicitario que posee características muy importantes en toda campaña publicitaria.

Ventajas de la radio

Inmediatez del mensaje

Rapidez de la comunicación

Poder de investigación

Incentiva la imaginación

Programación personalizada

Medio amigable, establece lazos con el radioescucha

Bajo costo por contacto

Permite realizar otras actividades a quién la escucha.

Desventajas de la radio

Alta movilidad (distracción) de la persona que escucha radio.

Compromete un sólo sentido

Sólo sugiere, no muestra

Fidelidad relativa

HISTORIA DE LA RADIO EN CHILE

La radio en Chile nació hace 82 años atrás. La primera transmisión se realizó entre la Universidad de Chile y El Mercurio, en un lluvioso 19 de Agosto de 1922. Desde entonces, la radio, gracias a los avances tecnológicos extendió su red a todo el país.

No hay acontecimiento importante nacional, regional o local que a partir de la década del 30 no haya llegado primero a la ciudadanía, por la radio. De aquí que cuando sucede algo, la gente encienda la radio.

El 97,1% de la gente escucha radio y el 84,1% lo hace todos los días. Por eso es considerada como un artículo de primera necesidad.

Hoy día la empresa radial no puede ser la misma de antes. La competencia, la nueva tecnología y la nueva realidad de la audiencia, la obligan a modernizarse, profesionalizarse y ser cada vez más creativa.

El proceso de globalización de las comunicaciones le plantea a la radio un gran desafío cultural. Ningún medio como la radio, tiene la posibilidad de rescatar las identidades culturales, regionales o locales e insertarlas en el contexto nacional o continental y simultáneamente, transmitir desde ese contexto las novedades y exigencias que el mundo requiere de cada país, región o pueblo.

CARACTERISTICAS DE LA RADIO

La radio es amistosa

La radio acompaña a todo tipo de personas. Su variada programación y su presencia universal en receptoras que van desde el poderoso equipo de sonido hasta la radio a pilas o el "personal", permiten que la radio sea el medio más cercano a las personas.

La radio está en todas partes

Casi no existen lugares donde no haya por lo menos un receptor de radio. En muchos de ellos hay una radio en cada habitación de la casa. Prácticamente todos los automóviles están equipados con radio.

La radio es el medio más personal

Las personas se relacionan con la radio de una manera mucho más cercana que con otros medios. Identifican sus estaciones y saben como encontrar sus programas favoritos.

La radio es parte de la comunidad

La radio se integra estrechamente a la comunidad a la que pertenece. Ya sea en una gran metrópolis o en un pequeño pueblo, la radio asume un rol protagónico como medio de información local y como canal de expresión.

La gente percibe a la radio como un miembro de la comunidad que representa y en ella ve reflejados sus intenciones, su cultura y sus valores.

Como medio local, la radio ofrece un gran servicio para promover y dar a conocer los eventos de la zona, entregar servicios a la comunidad y en muchos casos reemplazar la falta de otros medios para enviar mensajes familiares.

La radio está orientada a audiencias específicas

Con una amplia gama de programas, la radio cubre los intereses de toda la comunidad y resulta fácil de identificar cuales son los espacios preferidos para cada segmento social de la comuna o ciudad.

La radio es el medio más interactivo

La radio invita permanentemente a sus auditores a emitir sus opiniones y a participar en un diálogo activo a través de llamados telefónicos y cartas.

La radio es el medio de mayor credibilidad

Muchas encuestas confirman esta característica de la radio, de que es el medio de mayor credibilidad.

Ya sea por la gran cantidad de emisoras que la representan, por el pluralismo de sus participantes o por la variedad de opiniones y tendencias que encuentran espacio en ella, nuevamente, la radio es el medio de mayor credibilidad.

La televisión

La televisión se ha extendido por todo el mundo; los satélites de comunicaciones permiten transmitir

programas de un continente a otro y enviar acontecimientos en vivo a casi cualquier parte del mundo.

La Televisión se define como uno de los principales medios de comunicación del país y es importante por su función social y hacia todos los chilenos. Es una transmisión de imagen a distancia, por medio de corrientes eléctricas. La imagen de la señal se hace vía satélite a lo largo de todo el territorio nacional.

Ventajas de la televisión

La televisión posee un gran auge, además hoy en día, prácticamente en todas las casas existe un televisor.

La línea de productos es bastante variada, dado que por cada segmentación del mercado se realiza y produce un programa distinto, tales como matinales, teleseries, programas infantiles, noticiarios, estelares, programas informativos y especiales, películas y series.

La televisión por otro lado otorga a sus televidentes buena información, de manera rápida. Al ser un medio masivo, abarca una gran frecuencia, la que permite una mejor recordación para los productos que en este medio se publiciten, generando un gran impacto entre los televidentes.

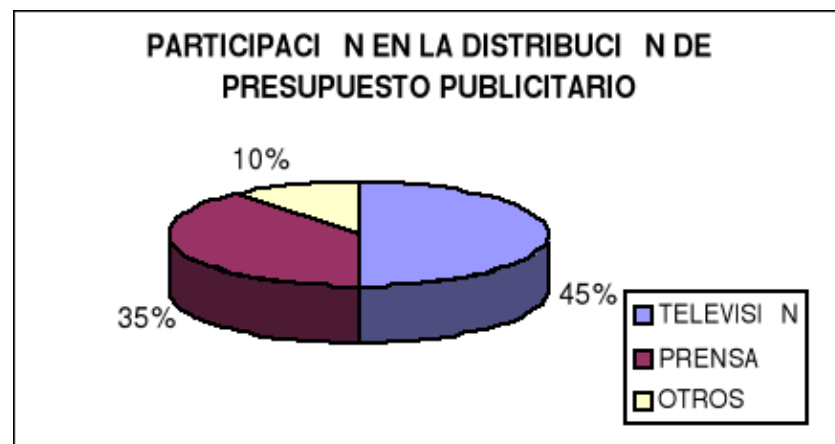
Desventajas de la televisión

La televisión es de costos muy altos en cuanto a su producción ya que la tecnología aquí ocupada es muy avanzada, por lo que el valor de los segundos al aire emitidos son mucho más altos que en los demás medios de comunicación. En cuanto a los comerciales que aquí se exhiben ocurre algo similar; éstos tienen un alto costo de producción y más aún de exhibición.

En cuanto a lo que es competencia en general, la televisión se ve afectada por la enorme cantidad de sustitutos existentes en el mercado, que van desde escuchar radio hasta ver a los amigos.

La competencia en esta industria está definida por cualquiera que quite presupuesto publicitario, como por ejemplo, diarios, revistas, radio, vía pública, marketing directo, canales de distribución y canales de televisión. La participación que cada segmento aporta al sector competitivo se aprecia a continuación:

	PARTICIPACIÓN
TELEVISIÓN	45%
PRENSA	35%
OTROS	10%



La televisión es el medio publicitario por excelencia, imagen y sonido. El 95 % de la población nacional tiene acceso a una televisión y el chileno medio pasa entre 3 y 5 horas diarias frente al televisor.

Para las empresas el solo echo de aparecer publicitadas en TV brinda alguna especie de estatus y snobismo, todos quieren estar en TV.

Muchas empresas malgastan su dinero en campañas televisivas cuando realmente no lo necesitan. El costo contacto, es bajo, pero es casi imposible medir el real efecto que tiene la publicidad en este medio en el aumento de las ventas.

Es muy util para mejorar imagen de marca y reposicionarse, la publicidad en Television debe ser extremadamente creativa y entretenida para que no produzca zapping.

CINE Y TELEVISIÓN

Hoy en día, el concepto de cine de la era pasada ha desaparecido.

Desde principio de siglo, se convirtió en el eje principal de las fuentes de ocio. El cine encontró una gran aceptación en el público.

La televisión surgió gracias a la tecnología electrónica que, ocasionó en un principio la aparición del cine sonoro y posteriormente la televisión.

A parte del cine la aparición de la televisión supuso el desplazamiento a un segundo plano de otros medios de comunicación, como la Radio. Hasta entonces, la Radio había sido una inagotable fuente de divulgación de noticias, música, etc.

Al principio, la televisión emitía pocas horas al día, pero la demanda del público motivó el aumento de las horas de emisión. La falta de producción propia, así como de un lenguaje audiovisual, produjo la necesidad de imitar

lo ya establecido, fusionando así las fuentes radiofónicas y cinematográficas.

En cuanto al cine, la aparición de la televisión, resultó ser una nueva vía de comunicación.

La decadencia que experimentó el cine a finales de los años 50, se produjo por la aparición de unos determinados factores aún más influyentes que la televisión: los factores económicos (ver televisión es más barato que ir al cine) y geográficos (la gente no necesita trasladarse para ver películas).

Televisión por Cable.

Descripción del medio

La televisión por cable difiere de la televisión abierta en que es pagada, el televidente debe suscribirse con una de los empresas existentes en el mercado (Metropolis-Intercom y VTR CableExpress) para obtener el servicio.

Se estima que alrededor de un 15% a 20% de los hogares en Chile posee TV por Cable, cifra que aumenta mes a mes.

Ventajas de la TV por cable

- Canales segmentados (musical, *MTV*, para jóvenes; noticieros, *CNN*, para adultos; etc), lo que permite transmitir publicidad específica para cada grupo a cualquier horario, no como en la TV abierta en que se segmenta por horarios.
- Costo considerablemente menor que la TV Abierta.
- Es uno de los medios mas entretenidos.

Desventajas de la TV por cable

- Por la variedad de canales es muy propensa al Zapping.
- Tiene un alcance menor al de los demás medios.
- No cuenta con sistemas para medir el rating (people meter o encuestas) que permitan reconocer horarios con mayor numero de espectadores.

La gran ventaja de la televisión por cable es la segmentación de mercados a través de sus diferentes canales, lo que hace posible llegar al grupo objetivo seleccionado, aprovechando así mejor los recursos.

Sin embargo aun hay que esperar algunos años para que este medio sean tan masivo como la TV abierta o la radio.

Internet

Es una reciente tecnologia que nos ha dado las herramientas para comunicarnos mejor y de manera más rapida, ademas de tener multiples utilidades y uso de distintos modos de comunicación. Permite la comunicación oral, escrita y visual a través, por ejemplo, de email, chat, videos, voz, imágenes. Es una forma muy util en las empresas para saber como se encuentran los negocios en todo el mundo en tiempo real.

Podemos comunicarnos con cualquier parte del planeta que posea una conexión a internet, a traves de un computador o teléfono celular.

Descripción

Internet es la interconexión de redes informáticas que permite a las computadoras conectadas comunicarse directamente. El término suele referirse a una interconexión en particular, de carácter planetario y abierto al público, que conecta redes informáticas de organismos oficiales, educativos y empresariales. También existen sistemas de redes más pequeños llamados *intranet*, generalmente para el uso de una única organización.

La tecnología de Internet es una precursora de la llamada 'superautopista de la información', un objetivo teórico de las comunicaciones informáticas que permitiría proporcionar a colegios, bibliotecas, empresas y hogares acceso universal a una información de calidad que eduque, informe y entretenga. A principios de 1996 estaban conectadas a Internet más de 25 millones de computadoras en más de 180 países, y la cifra sigue en aumento.

Internet es un conjunto de redes locales conectadas entre sí a través de un ordenador especial por cada red, conocido como *gateway*. Las interconexiones entre *gateways* se efectúan a través de diversas vías de comunicación, entre las que figuran líneas telefónicas, fibras ópticas y enlaces por radio. Pueden añadirse redes adicionales conectando nuevas puertas. La información que debe enviarse a una máquina remota se etiqueta con la dirección computerizada de dicha máquina.

Los distintos tipos de servicio proporcionados por Internet utilizan diferentes formatos de dirección (Dirección de Internet). Uno de los formatos se conoce como decimal con puntos, por ejemplo 123.45.67.89. Otro formato describe el nombre del ordenador de destino y otras informaciones para el encaminamiento, por ejemplo 'mayor.dia.fi.upm.es'. Las redes situadas fuera de Estados Unidos utilizan sufijos que indican el país,

por ejemplo (.es) para España o (.ar) para Argentina (.cl) para Chile. Dentro de Estados Unidos, el sufijo anterior especifica el tipo de organización a que pertenece la red informática en cuestión, que por ejemplo puede ser una institución educativa (.edu), un centro militar (.mil), una oficina del Gobierno (.gov) o una organización sin ánimo de lucro (.org).

Una vez direccionada, la información sale de su red de origen a través de la puerta. De allí es encaminada de puerta en puerta hasta que llega a la red local que contiene la máquina de destino. Internet no tiene un control central, es decir, ningún ordenador individual que dirija el flujo de información.

La World Wide Web

World Wide Web (también conocida como Web o WWW) es una colección de ficheros, denominados lugares de Web o páginas de Web, que incluyen información en forma de textos, gráficos, sonidos y vídeos, además de vínculos con otros ficheros. Los ficheros son identificados por un localizador universal de recursos (URL, siglas en inglés) que especifica el protocolo de transferencia, la dirección de Internet de la máquina y el nombre del fichero. Por ejemplo, un URL podría ser <http://www.rincondelvago.com>

Los programas informáticos denominados exploradores como Navigator, de Netscape, o Internet Explorer, de Microsoft utilizan el protocolo http para recuperar esos ficheros. Continuamente se desarrollan nuevos tipos de ficheros para la WWW, que contienen por ejemplo animación o realidad virtual (VRML). Hasta hace poco había que programar especialmente los lectores para manejar cada nuevo tipo de archivo. Los nuevos lenguajes de programación (como Java, de Sun Microsystems) permiten que los exploradores puedan cargar programas de ayuda capaces de manipular esos nuevos tipos de información.

HISTORIA DE INTERNET

El Protocolo de Internet (IP) y el Protocolo de Control de Transmisión (TCP) fueron desarrollados inicialmente en 1973 por el informático estadounidense Vinton Cerf como parte de un proyecto dirigido por el ingeniero norteamericano Robert Kahn y patrocinado por la Agencia de Programas Avanzados de Investigación (ARPA, siglas en inglés) del Departamento Estadounidense de Defensa. Internet comenzó siendo una red informática de ARPA (llamada ARPAnet) que conectaba redes de ordenadores de varias universidades y laboratorios de investigación en Estados Unidos. World Wide Web se desarrolló en 1989 por el informático británico Timothy Berners-Lee para el Consejo Europeo de Investigación Nuclear (CERN, siglas en francés).

Impacto social

La interacción informática ha cambiado espectacularmente el mundo en que vivimos, eliminando las barreras del tiempo y la distancia y permitiendo a la gente compartir información y trabajar en colaboración. El avance hacia la 'superautopista de la información' continuará a un ritmo cada vez más rápido. El contenido disponible crece rápidamente, lo que hará más fácil encontrar cualquier información en Internet.

Ventajas de Internet

- Disponible cuando el contacto lo desee
- Puede entregar gran cantidad de información
- Dependiendo de la pagina se puede lograr gran interactividad usuario-empresa, a través de Email, chats y otros.
- Es el único medio que permite integrar Imagen, sonido, fotografías, texto, vídeo, imágenes virtuales en 3D, entre otros.

Desventajas de Internet

- El usuario debe buscar la información que desee, a excepción de los banners , que serian el equivalente de los comerciales televisivos.
- Por la gran cantidad de paginas presentes en la red, la calidad de nuestra propia pagina debe ser excelente.
- Los usuarios se pierden entre tanta información.
- No es fácil encontrar lo que uno busca en la red

Efectos e influencias que producen los Medios de Comunicación

Son muchos los efectos que nos producen los medios:

- Permite comunicar grandes cantidades de personas.
- Podemos estar de forma anonima.
- Todos los medios de comunicación son una fuente para mostrar publicidad de todo tipo.
- Los medios de comunicación son usados para incentivar el consumo de las personas.
- En los medios de comunicación nos dicen sobre lo que pensar.
- Por medio de los medios recibimos muchos programas, que aportan y que no aportan a nuestras vidas. Los programas culturales son buenos, pero una parte importante de la gente no les da importancia.
- Los medios pueden modificar decisivamente la opinión politica o ideas de cada persona. Los medios de comunicación influyen a largo plazo, sobre puntos de vista y criterio del publico. Somos influenciados por los medios aunque no los percibamos.
- La televisión nos muestra gran cantidad de violencia.
- A niños o personas sin criterio les modifica sus valores.
- Las películas culturales aportan en la vida de los niños, para que se interesen por aprender, especialmente por medio de imágenes audiovisuales
- Cada persona puede elegir y usar los medios de comunicación.
- Los medios de comunicación nos proporcionan conocimiento, diversión, noticias, etc.
- Un niño que ve mucha televisión inhibe su imaginación, juega menos, repite y no elabora. La cantidad de esfuerzo que invierte el niño en T.V., es menor a la utilizada en un libro o una clase.
- A más televisión vea un niño menor creatividad tendra, menos leera.
- Las peliculas en ingles nos ayudan a aprender sobre el idioma, aunque sea una palabra. Vamos relacionando palabras por medio de las peliculas con subtítulos.
- Las películas o programas violentos puede producir conductas violentas o delictivas en las personas.
- Programas o películas educativas ayudan a las personas a cultivarse.

