



TEMA: NATURALEZA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN

Los medios masivos de comunicación tienen cada vez mayor poder y tienen una influencia creciente en la vida política nacional. Los medios masivos son parte constitutiva de la vida política y su influencia crece junto a la vida democrática; es por ello que se necesita una legislación con normas claras para no dejar a los medios a los avatares de las reglas del mercado.

Hoy en día, los medios de comunicación constituyen una herramienta persuasiva que permiten mantenernos en continua comunicación con los distintos sucesos sociales, económicos y políticos tanto a escala nacional como internacional. Las sociedades modernas se encuentran permanentemente en comunicación; en ellas, los medios tienen el poder de conectar las partes dispersas en el todo, desempeñando un papel importante en la promoción y formación cultural.

Un medio de comunicación es una institución que produce y reproduce una realidad pública, y como dice Mauro Wolf en su obra "Los efectos sociales de los medios", los medios no solo transmiten información sobre la realidad sino que también plasman la realidad del contexto social político. Estos especialistas pueden transformar cualquier hecho real en la materia prima de un mensaje-noticia, en un producto, que a su vez pasa a alimentar el circuito de la información.

La noticia tiene un sentido y una función que se ha hecho imprescindible como vínculo permitiendo reunir la pluralidad cultural de los miembros de una comunidad, y generar una historia común, una identidad y un discurso propio en el que puedan reconocerse.

Los medios masivos de comunicación son un poderoso medio de socialización, a la par de la familia, la escuela y el trabajo, que modelan los sentimientos, las creencias, entrenan los sentidos, ayudan a formar la imaginación social; en síntesis, fomentan y facilitan ciertas construcciones mentales por donde transcurre luego el pensamiento de las personas en sociedad.

Si algo caracteriza al siglo XX ha sido el desarrollo de la "cultura de masa", a través de los medios de comunicación que han vivido una expansión enorme. Periódicos, radio y más tarde la televisión, se han convertido en los creadores de debates, de ideas compartidas, de cohesión social, de mitos y leyendas.

Los medios de comunicación social pueden engendrar cierta pasividad en los usuarios, haciendo de éstos, consumidores poco vigilantes de mensajes o de espectáculos. Los usuarios deben imponerse moderación y disciplina respecto a los mass-media. Han de formarse una conciencia clara y recta para resistir más fácilmente a las influencias de los medios.

Los medios, por un lado, pueden contribuir a la formación de individuos más cultos, mejor informados y más libres, pero por el otro, pueden servir para la difusión de una cultura superficial, rutinaria y consumista; pueden ser utilizados para entender e ilustrar nuestros ocios, como también para alienarnos con falsos señuelos, falsos ídolos y falsas doctrinas.

Existen algunos comunicólogos que consideran que los medios de comunicación no son tan poderosos como creyeron alguna vez teóricos de la comunicación. La existencia de una sociedad dividida en muchas subculturas, caracterizada por el pluralismo cultural popular avala tal premisa. Para ellos, los medios reflejan los cambios que van ocurriendo en una sociedad en un momento dado. Estos pueden agregar ímpetu y acelerar las cosas, pueden establecer agendas, pueden incrementar el conocimiento, pero nunca tienen ni tendrán la capacidad de uniformar a la gente. Algunos de los alcances persuasivos de los medios son:

- Crear opiniones o actitudes entre personas



- Reforzar actitudes ya existentes
- Disminuir las ya existentes, sin llevar a cabo una conversión
- Convertir personas a un punto de vista opuesto al que mantenían.

Los medios de Comunicación hoy en día juegan uno de los papeles más importantes en la formación de opinión pública. Las noticias se transmiten cada vez con mayor rapidez, llegando a un punto en que "lo que no se comunica no existe".

En consecuencia, una organización política, debe reconocer los alcances y posibilidades que nos brindan los medios de comunicación, y por ende, la importancia que tiene el contar con un Plan Estratégico de Comunicación.