

Medios Masivos de Comunicación

Constituyen un agente socializador que inculcan normas, ofrecen modelos, dan versiones y visiones del mundo, y están cada vez más presentes en todos y cada uno de los contextos educativos que influyen en el desarrollo social del niño.

Los **medios de comunicación** son canales artificiales que permiten la comunicación interpersonal entre emisor y receptor: el teléfono y el celular, el correo de papel (la carta y el telegrama). También se pueden considerar como medios de comunicación personal la radio, internet (el chat), y la televisión, pues actualmente permiten establecer comunicación con el auditor, receptor y televidente de manera inmediata en el tiempo y en el espacio.

Entre los distintos medios de comunicación destacan los llamados Medios de Comunicación de Masas o Masas Media, es decir, aquellos canales artificiales a través de los cuáles se transmiten mensajes que se dirigen a un receptor colectivo o social. En el proceso de comunicación de masas se traspasan las fronteras del tiempo y del espacio. (Jara, s.d)

Características

Estos medios masivos de comunicación poseen algunas características comunes:

1. Emplean canales artificiales que ponen en juego una tecnología compleja y de elevado coste material.
2. El emisor está constituido por personas específicas que entregan la información a través de los medios.
3. El receptor de los mensajes es, en todos los casos, colectivo y heterogéneo. Ello no quita que en general tengan un público ideal al cual se dirigen, que corresponderá a determinado nivel cultural, social, con alguna tendencia política o religiosa, etc.
4. La comunicación es fundamentalmente unidireccional, es decir, no es posible la reacción inmediata de los receptores ante lo expuesto por el emisor.
5. El código dependerá del lugar de origen del medio de comunicación (Chile-español, EE.UU.-inglés...). Por otra parte, se mueve en todos los niveles de acuerdo al público ideal al que va dirigido (por ejemplo en la televisión: programas de ciencia-lenguaje culto; programas juvenileslenguaje coloquial; teleseries-lenguaje marginal).

Medios Masivos de Comunicación

6. Contexto temático: se tratan los más diversos temas, que abarcan todos los ámbitos del interés público.
7. Contexto situacional: se mueven en un ámbito espacial y temporal amplio (globalización de las comunicaciones).
8. El mensaje toma diversidad de estructuras, de acuerdo a los recursos que pueden utilizar los distintos medios para darlos a conocer.