

La comunicación forma parte de nuestro día a día. Recuerda la historia inicial, un poeta, una televisión, un periodista todos comunican.

Cuando hablamos estamos comunicando .

Pero no sólo el habla, cuando escuchamos, cuando hacemos un gesto, cuando vemos la televisión, cuando leemos, cuando reímos o lloramos... en todos estos momentos se están produciendo actos de comunicación. Todo comunica, queramos o no, estamos rodeados de comunicación.

La comunicación forma parte de nuestro paisaje . El campo de la comunicación es tan amplio como el conocimiento humano, se puede estudiar desde una perspectiva biológica, física, artística,

emocional,
lingüística,
política,
económica...
Nosotros vamos
a conocer y a
estudiar los
aspectos que la
vinculan a la
cultura
audiovisual.

En el vídeo de
tu izquierda te
presentan el
**proceso de
comunicación**
de forma muy
sencilla.

Importante

El diccionario de la Real Academia Española define la comunicación con un escueto: "Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor" y esa definición encierra unos elementos que son muy importantes. Seguro que ya has oído hablar de ellos: **Emisor, Canal, Mensaje, Código y Receptor.**

Comprueba lo aprendido

Para **recordar las definiciones** de estos conceptos vamos a realizar este ejercicio de Verdadero / Falso.

El emisor es la persona que enuncia el mensaje en un acto de comunicación.

Verdadero Falso

El canal es un sistema de signos y de reglas que permite formular y comprender un mensaje.

Verdadero Falso

El mensaje es la información que se transfiere en todo acto de comunicación.

Verdadero Falso

El código es el lugar por el que transita la información.

Verdadero Falso

El receptor en un acto de comunicación es la persona que recibe el mensaje.

Verdadero Falso

En este fragmento de vídeo del programa de televisión [Splunge](#) encontramos cuatro tipos de comunicación fundamentales:

1. La **comunicación verbal** , los personajes hablan, y curiosamente no terminan las frases porque se ayudan de...
2. La **comunicación gestual** , la que se hace con los gestos del cuerpo.
3. La **comunicación audiovisual** , porque entran en juego el vídeo, el sonido, la música que son emitidos por un canal audiovisual la televisión.
4. La **comunicación escrita** , que es la que menos aparece en el vídeo pero podemos verla en el título del vídeo o incluso en el logotipo-mosca de la primera de TVE.

Importante

Hay dos cuestiones fundamentales a la hora de hablar de Tipos de Comunicación

- En cualquier acto de comunicación **los diferentes tipos de comunicación están presentes siempre** de manera conjunta y es importante saber diferenciarlas, sobre todo para darle valor a las que normalmente no estudiamos. Es muy difícil pensar en actos de comunicación en los que no intervengan más de dos o tres tipos de comunicación. ¿Cómo te imaginas que el poeta declamará sus aseveraciones sobre el incendio del televisor? Seguro que adopta una postura más escénica.

- Estos tipos de comunicación, como la comunicación en general, pueden ser **voluntarios o involuntarios** , es decir, no siempre tienen una intención concreta. Por ejemplo, la comunicación gestual *delata* a nuestra comunicación verbal: si hablamos en público y estamos nerviosos nuestro cuerpo suele temblar. Y nuestros gestos comunican nuestro estado de ánimo: el amigo del ciudadano, que pasa del incendio, seguro que está apoltronado en su sofá, su mensaje no transmite una actitud activa.

EL RUIDO EN LA COMUNICACIÓN

Un factor fundamental en todos los actos y tipos de comunicación es **el ruido** . El ruido forma parte de la comunicación, podemos definirlo como "aquellas interferencias que se producen en el canal de comunicación". El ruido nos puede distraer, nos puede sobreinformar y sobre todo nos puede abrumar.

Veámoslo en la siguiente viñeta:



Chiste gráfico de JrMora publicado bajo una licencia creative commons [en su blog](#)

Curiosidad

Gracias a las viñetas, el humor y los chistes podemos estudiar los diferentes tipos y actos de comunicación. Muchos pueden ser polémicos e incluso fomentan estereotipos que no son integradores. Pero si sabemos reírnos críticamente podremos encontrar muchos ejemplos:

- Comunicación no verbal en Chicos y Chicas. [Chiste gráfico](#)
- El orden de la noticia. [Chiste gráfico](#)
- ¿No recibiste mi e.mail?. [Chiste gráfico](#)
- Ruido en la comunicación entre personas. [Chiste gráfico](#)

Los medios de comunicación son aquellos instrumentos o forma de contenido por el cual se realiza comunicación. Usualmente se utiliza el término para hacer referencia a los medios de comunicación de masas (lo encontrarás también como *mass media*); sin embargo, otros medios de comunicación, como el teléfono, no son masivos sino interpersonales.

La radio, la televisión, las pinturas, los periódicos, el cómic, internet, el teléfono, correos son medios de comunicación. Así que si echas un vistazo a tu alrededor te darás cuenta de que vivimos rodeados de medios de comunicación que nos permiten comunicarnos, recibir información, trasladar nuestros sentimientos y expresar nuestras inquietudes artísticas.

Vamos a ver cómo se definen y describen los diferentes tipos de medios de comunicación:

MEDIOS DE COMUNICACIÓN INTERPERSONALES. El correo postal suele ir de una persona o institución a otra persona o institución. El teléfono y el fax son también un medio que va de uno a uno. Los telegramas que usan el código morse también y los SMS por supuesto. Estos medios son importantes, sólo hay que ver [el auge del teléfono móvil](#) en los últimos años, y cada vez integran más elementos de convergencia con el resto de medios de comunicación.

ARTES GRÁFICAS, DIBUJO Y PINTURA. En este tipo de medio de comunicación tenemos que englobar muchos usos diferentes, desde las pinturas rupestres a los carteles de la calle. Hay lugares dedicados a exponer pinturas, las pinacotecas, y cumplen una función decorativa y representativa. Durante mucho tiempo la pintura ha servido como "ilustración" para el aprendizaje de la historia, de la religión, de los cánones de belleza... Es un medio de comunicación va de uno a muchos y la interacción es direccional y asincrónica.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESCRITOS. Es donde trabajan más periodistas y podemos diferenciar entre prensa especializada (económica, deportiva, pensamiento, corazón, belleza, decoración) y prensa generalista (que incluye contenidos de la especializada y noticias de actualidad). La prensa puede ser de pago o gratuita. En ambos casos la publicidad es su método principal de financiación. Se trata de un medio de masas, de uno a muchos, y asincrónico.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN SONOROS. Se distribuyen en formatos diversos como pueden ser discos, conciertos, audiciones o las ondas electromagnéticas. La radio es el medio de comunicación sonoro por excelencia y es un medio sincrónico y de masas, de uno a muchos. Aunque ciertamente



Fotografía de [Uggboy](#) en Flickr con Licencia Creative Commons

hay más radios de ámbito pequeño que dan voz a más ciudadanos y ciudadanas. La música en general es utilizada en los medios radiofónicos, ya sea en formato radiofórmulas o como fondos y generador de ambientes, ocurre lo mismo en los medios audiovisuales. El *podcast* está generando que la radio se convierta en un medio asincrónico, que puedes escuchar cuando tú elijas.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUALES. Aquí englobaremos a la televisión, al cine y a los videojuegos. Nuestros protagonistas del "incendio en tu televisor" se informaban por este canal de la noticia. En la televisión encontramos medios generalistas y especializados, cadenas internacionales, regionales, nacionales y locales. La televisión es un medio que va de uno a muchos espectadores y a veces es sincrónica, es decir, que emite en directo cosas que están pasando. Gracias a Internet podemos disfrutar en diferido, de manera asincrónica, muchos momentos de la televisión. El cine es un medio de uno a muchos y asincrónico, ya que se rueda unos meses antes de los que se proyecta. Los videojuegos son medios de comunicación interactivos, cuentan una historia, entretienen y nos educan.

INTERNET. Es un medio que permite la comunicación interpersonal, de uno a uno (por ejemplo gracias a las redes sociales y a los sistemas de mensajería), y la comunicación masiva, de uno a muchos. La verdadera revolución es que Internet está permitiendo también la intercomunicación masiva, de muchos a muchos. El mejor ejemplo es Wikipedia: está construida por muchas personas al mismo tiempo. Una característica de internet es que ha obligado a la digitalización del resto de medios de comunicación, ya podemos ver la prensa, la televisión, escuchar la radio, hablar por teléfono, enviarnos cartas. También es un medio de comunicación muy importante para la ciudadanía y para los *bloggers*. ¡Recuerda la ilustración final del apartado anterior!

Para saber más

Se ha escrito mucho sobre los medios de comunicación de masas y sobre su función social. Hay estudios críticos, económicos, políticos y de todo tipo que alertan sobre la influencia y capacidad de persuasión que tienen los medios de comunicación. Hay quien está en contra profundamente de los efectos que se producen. Y hay quien está trabajando para que los medios sean también alternativos, sociales y participativos.

En todo caso debes tener claro estos dos principios básicos:

1. Los medios de comunicación son libres, existe la **libertad de prensa**, que es el derecho fundamental de los ciudadanos y ciudadanas de organizarse para la edición de medios de comunicación cuyos contenidos no estén controlados ni censurados por los poderes del Estado.
2. Y eso genera una **responsabilidad social**, ya que el Estado cede los canales (de radio, de televisión...) para que se emitan contenidos. Por eso hay horarios de protección de la infancia y por eso las concesiones administrativas de un canal están reguladas por ley.

La mayoría de los medios de comunicación son empresas, su objetivo es ser rentables, y por eso prima la publicidad por encima de los contenidos. A los medios de comunicación debemos exigirles que en atención a los puntos 1 y 2 sean honestos con sus espectadores y espectadoras.

Puedes leer más sobre estos temas: [Libertad de Prensa en la Wikipedia](#) ; [Manifiesto de Periodismo y Derechos Humanos](#) ; [Vídeo de la presentación del informe anual de Reporteros Sin Fronteras](#) .

Reflexiona

Lee este artículo sobre "[gráficas interesadas](#)" dentro del *blog* Malaprensa. ¿Qué intención crees que tiene el periodista deportivo a la hora de confundir los datos y las



3. Arte y medios de comunicación



La radio, la fotografía, la televisión, la publicidad y los medios de comunicación han sido y siguen siendo utilizados también por los artistas contemporáneos. Vamos a conocer tres ejemplos diferentes de usos artísticos de los medios de comunicación.



Flickr Tom Rolfe bajo Creative Commons



ANDY WARHOL, el conocido artista estadounidense utilizó en muchas de sus obras la publicidad y las imágenes de la prensa para sus creaciones. En esta imagen podemos apreciar una reconstrucción de una de sus obras más famosas, la serie de publicidad de la sopa *Campbell's Soup*. Con un simple gesto apropiacionista, sólo hay que mirar cómo es el [bote de sopa original](#), Warhol está representando a la sociedad de consumo y por tanto se vale de la publicidad y de la prensa para hacer una reflexión contemporánea. Si quieres conocer un poco más sobre la obra de [Andy Warhol](#) puedes visitar su entrada en la Wikipedia.



INMACULADA SALINAS es una artista sevillana que [ha expuesto en el Centro Andaluz de Arte Contemporáneo](#) su serie PRENSADAS (2009). Esta serie está constituida por varios centenares de fichas en las que, a través de recortes de prensa, propone un estudio estadístico sobre la presencia/ausencia de la mujer en los medios de comunicación. Su trabajo es muy interesante porque hace un análisis de un periódico diario en el que suma el número de hombres y el número de mujeres que aparecen.



Imagen ampliada

Utiliza la lupa para leer el contenido de la ficha que está en las esquinas inferiores y superiores. Las imágenes de Inmaculada Salinas forman parte del Centro Andaluz de Arte Contemporáneo.



ANTONI MUNTADAS es un artista pionero en el videoarte en España. Como sabrás el vídeo-arte es una práctica artística que utiliza el vídeo como "lienzo". Hay muchas disciplinas que se asocian al vídeo, desde las más documentales o críticas a las más performáticas y plásticas. Lo que queremos rescatar es un concepto fundamental de la obra de Muntadas: **el paisaje mediático**. Para Muntadas utilizar imágenes de la televisión o de la prensa es como dibujar al natural de un árbol o de una modelo. Los medios de comunicación, en el siglo XXI, son nuestro paisaje y por eso hay que utilizarlo. Sobre esto y algunos aspectos de su obra artística en el programa [TESIS de Canal Sur le hicieron este reportaje](#).



Otros artistas, siguiendo la estela del pop y de Warhol, se valen de los iconos de la publicidad y del cine como inspiración para sus obras, como el valenciano **Antonio de Felipe**. En el siguiente vídeo puedes verlo en acción y comentado algunas de sus obras.

Curiosidad

¿Has visto alguna vez cómo programas de televisión realizan a partir de noticias de los telediarios y contenidos de otros programas pequeños vídeos remezclados? Hay programas de televisión que copian y pegan dos discursos totalmente diferentes para generar un impacto diferente, que utilizan errores fragmentos a los que le ponen músicas y otros efectos. Muchos de estos trabajos están realizados por simple divertimento pero hay muchos otros que se hacen utilizando el humor y la crítica como arma mediática. Te mostramos dos ejemplos:

