

Las características de los nuevos medios

“En la actualidad, la revolución que vivimos viene impulsada en el plano tecnológico por tres extraordinarios avances: la microelectrónica que permite que nuestra capacidad de almacenar información y procesarla no tenga límites, la utilización de satélites y fibra óptica para la transmisión y, por último, la digitalización” (Campo, 2005)

En este ambiente que se plantea, en donde los medios se integran en un mundo digital, hay una pérdida de lo específico en el sentido que el canal propio permite el flujo de elementos semióticos simultáneamente, es decir, receptamos sin discriminación mensajes auditivos, sonoros, textuales, etc. y esa mezcla sígnica ya se nos hace cotidiana, “que se traducen en nuevas aplicaciones tecnológicas, nuevas formas estéticas, nuevas formas de comunicación, nuevas formas de negocio, nuevas formas de expresión cultural y de interacción social” (Campo, 2005).

Algunas de las características específicas que encontramos en los nuevos medios son:

- **Tecnológico:** Es un aspecto importante que diferencia los medios tradicionales de los nuevos. Estos últimos utilizan el canal digital para su representación.
- **Inmediatez:** Transmisión instantánea y conjunta de diferentes tipos de información (imágenes, textos, sonidos), a partir de esto, nacen en la actualidad términos como autopista de la información (lugar digital mediante el cual viaja la información) o cultura de la inmediatez (pensamiento actual en donde todo transcurre en tiempo real)

- **Interactividad:** Es quizás una de las características más importantes en este tipo de medios puesto que el receptor rápidamente se convierte en receptor y controla el mensaje. “Los consumidores se convierten en usuarios y adquieren la capacidad de convertirse en productores (ideando, seleccionando, implementando y difundiendo contenidos propios” (Campo, 2005). Además tiene la posibilidad de escoger entre distintas posibilidades de navegación y forjarse sus propios caminos narrativos.

- **Alternativa:** “Los nuevos medios y sobre todo internet, nos ofrecen la posibilidad de acceder a información alternativa, diferente de la proporcionada por las grandes agencias” (Campo, 2005). La información se ha descentralizado y el usuario se ha convertido en productor de medios creando diferentes puntos de vista y alternativas.

- **Asíncrono:** “Cada uno marca el tiempo de máxima audiencia según sus necesidades (...), representa el fin de la distancia, es interactivo y en principio incontrolable, lo cual no quiere decir que no sea transparente, es decir, que no se conozcan los contenidos, quién es el emisor y quién el receptor” (Campo, 2005).

El usuario decide el tiempo que quiere permanecer inmerso en el medio y escoger las posibles rutas de navegación ofrecidas.

Bibliografía

- Campo, Vidal, Manuel. Comunicación audiovisual digital: nuevos medios, nuevos usos, nuevas formas, Editorial UOC, 2005. ProQuest Ebook Central, <http://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocunsp/detail.action?docID=4310045>.



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

VIGILADA MINEDUCACIÓN

DIRECCIÓN CUN VIRTUAL