



DEBATES INTERNOS

EL HIELO NO ES FRÍO

José Manuel Gironés Guillem



CÁTEDRA
DE EMÉRITOS

de la Comunidad Valenciana



DEBATES INTERNOS

EL HIELO NO ES FRIO

José Manuel Gironés Guillem

Edita: ©



DEHIMÉRITOS

de la Comunidad Valenciana

Fundación Valenciana de Estudios Avanzados

Autor:

© José Manuel Gironés Guillem

José Miguel García

Coordinan:

Vicente López Merino

Concha Albalat Criado

Salvador Aldana Fernández

Antonio Alegre Cremades

I.S.B.N.: XXXXXXXX

D. L.: XXXX-2005

Maquetación e impresión:

Gráficas Antolín Martínez. s.l.

Tel. 96 391 89 84 - www.grafamar.com

LA COMUNICACIÓN

Aristóteles: quien dice, lo que dice
y a quien lo dice

Lasswell: quien dice, que, a quien,
por que canal y con que efectos

1

7/4/2006

VIEJO PARADIGMA

- La información era:
 - escasa,
 - lejana
 - y cara

7/4/2006

VIEJO PARADIGMA

- La información era:
 - escasa,
 - lejana
 - y cara

7/4/2006

NUEVO PARADIGMA

- La información es hoy:
 - superabundante
 - cercana
 - y gratis (casi siempre)

7/4/2006

QUE ES NOTICIA

- Noticia es esencialmente la alteracion del curso o estado de una situación o en el devenir de los acontecimientos y que por alguna razón tiene relevancia y se hace significativa.

2

7/4/2006

ESCASA , LEJANA y CARA

- Primeras noticias:
- Los "logografos" que viajaban en los trirremes griegos.
- Los missi o enviados de Roma
- Los mensajeros y relatores Fugger
- El primer fotografo en Crimea
- Stanley buscando a Livingstone
- La primera portatil en Cuba 1898

7/4/2006

ABUNDANTE , CERCANA y GRATIS

- Gabinetes de prensa abundantes
- Telefono movil en cada bolsillo
- Receptor Radio en cada coche
- Kiosco de prensa en cada calle
- Television en cada hogar
- Ordenador conectado a internet

7/4/2005

LA VERDADERA NOTICIA

- La que está preñada de expectación
- La de Lord Northcliffe (The Times)
- "Noticia es algo, que alguien,
- en algun lugar,
- está tratando de ocultar...
- todo lo demás es publicidad"

7/4/2005

LAS HERRAMIENTAS DE AYER

- El "gathering" cosecha de noticias
- el "gatekeeping" o selección de noticias por sus valores o
ACTUALIDAD, PROXIMIDAD, SEXO
RELEVANCIA, RAREZA, CONFLICTO, C
ONSECUENCIA, HUMAN INTERES
- (A veces por manías o caprichos)

7/4/2005

LA FABRICA DE HIELO

- En Chicago, años 20 las fabricas de hielo disputaron a tiros la ruta transporte y tamaño de las barras.
- Ninguna de las grandes vencedoras sobrevivió, porque la gente en realidad no queria hielo queria frio, y lo tuvieron por el enchufe electrico con las neveras.

3

7/4/2005

HIELO GRANDE, PANTALLA GRANDE

- Los grandes grupos mundiales de prensa, radio y televisión, se disputan el mercado como las fabricas de hielo de Chicago, sin comprender que la gente no quiere pantallas o barras mas grandes, quiere frio, información y les entra por el enchufe de internet.

7/4/2005

LAS HERRAMIENTAS DE MAÑANA

- Ademas del gathering y el gatekeeping (ahora localizacion y filtro) surgen dos muy claras:
 - * Agenda setting (olimpiadas, entrega de los Oscars, boda de Lady Di)
 - y * Shock mediático (muerte de Lady Di, fotos conde Lequio etc)

4

7/4/2005

POST HOC , ERGO PROPTER HOC

- Las consecuencias del cambio de paradigma serán las de una nueva retórica (no podremos creer en lo que vemos, como no podemos creer hoy en lo que solo oímos) y además se invertirá la lógica de los resultados. (He ganado, luego era el mejor. Post hoc, ergo propter hoc)

7/4/2005

REVOLUCION DIGITAL, ORIENTADA A OBJETO

- ¿Cuanto tiempo hemos de esperar para que la impresora del ordenador sea fax y a la vez sea encuadernadora? ¿Cuanto para que esa maquina expenda formato brick? ¿Y cuanto para que la maquina nos suministre en casa el litro de leche que lleva dentro?

7/4/2005

EL EFECTO VENTURI

- La suma de todas estas tendencias y otras evidentes aquí no descritas (Qtvr/morph/wear/etc) generará sobre la comunicación en sociedad dos efectos de Aeronáutica
- 1.- El efecto masa crítica (stall)
- 2.-El efecto venturi (velocidad en el corazón del flujo)

7/4/2006

LA CAPTURA DE VALORES

- OBJETIVOS A INTERIORIZAR
- (Ser ricos de tiempo, Ser ricos de sentido. Sentirse ricos en todo).
- RUIDO > DATO > INFORMACION > >
CONOCIMIENTO > SABIDURIA > >
FELICIDAD

7/4/2006