



Instituto Politécnico Nacional  
CECyT. N.12 José María Morelos Y Pavón



PROYECTO AULA



# COMUNICACIÓN



# Comunicación

- Comunicarse: es hacer conocer a otras personas nuestros conocimientos o pensamientos. Para que exista comunicación debe existir un emisor, un receptor, un mensaje y un canal a través del cual se enviará el mensaje. Si alguno de estos elementos falla, se dice que se ha producido una interferencia y no podrá establecerse la comunicación. Para enviar un mensaje se debe utilizar un código común al emisor y al receptor. El código puede ser:
  - Lingüístico: es el código más completo, ya que la lengua oral o escrita puede ser comprendida por un número mayor de personas que otros tipos de códigos.
  - No lingüístico: los gestos, sonidos y señales constituyen este tipo de código, el cual es menos preciso que el anterior.
- De acuerdo a la intención del emisor, los mensajes pueden clasificarse en: expresivos, informativos y apelativos.

# Elementos de la comunicación

**El mensaje.** Formado por las diferentes ideas o informaciones, que se transmiten mediante códigos, claves, imágenes, etc., cuyo significado interpretará el receptor

**El emisor y el receptor.** El emisor es el sujeto que comunica en primer lugar o toma la iniciativa de ese acto de comunicación, mientras que el receptor es el que recibe el mensaje.

**El código.** Es el conjunto de claves, imágenes, lenguaje, etc., que sirven para transmitir el mensaje. Debe de ser compartido por emisor y receptor.

**El canal.** Es el medio a través del cual se emite el mensaje. Habitualmente se utiliza el oral-auditivo y el gráfico-visual complementándose.

# Elementos de la comunicación

**El contexto.** Se refiere a la situación concreta donde se desarrolla la comunicación. De él dependerá en gran parte la forma de ejercer los roles por parte de emisor y receptor.

**Los filtros.** Son las barreras mentales, que surgen de los valores, experiencias, conocimientos, expectativas, prejuicios, etc. de emisor y receptor.

**Los ruidos.** Son todas las alteraciones de origen físico que se producen durante la trasmisión del mensaje.

**El feedback o la retroalimentación.** Es la información que devuelve el receptor al emisor sobre su propia comunicación, tanto en lo que se refiere a su contenido como a la interpretación del mismo o sus consecuencias en el comportamiento de los interlocutores



# Tipos de comunicación

- **Lingüística escrita:** cuando el código empleado es lingüístico escrito. Por ejemplo, la correspondencia por carta.
- **Lingüística oral:** cuando el código empleado es lingüístico oral. Por ejemplo, cuando conversamos.
- **No lingüística visual:** cuando el código empleado es no lingüístico visual. Por ejemplo, la publicidad.
- **No lingüística gestual:** cuando el código empleado es no lingüístico gestual. Por ejemplo, los gestos que utilizamos a diario.
- **No lingüística acústica:** cuando el código empleado es no lingüístico acústico. Por ejemplo, la sirena de la ambulancia.

# Tipos de mensajes

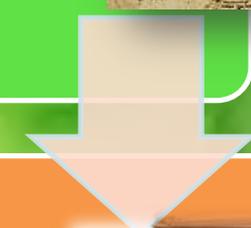
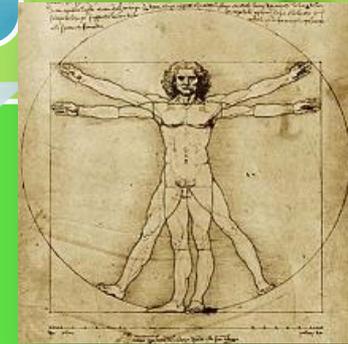
## Expresivos

Es subjetivo y su intención primordial es transmitir sentimientos y un cierto sentido estético. Su intención no es informar, sino utilizar los diversos recursos de estilo para conformar una obra literaria que refleje la expresividad del autor.



## Humanístico

Es aquel que presenta temas vinculados a las **ciencias humanas** que tienen como centro de reflexión al hombre, su espíritu y sus diferencias. Sus características son similares a las de los **textos científicos**, por lo que la mejor forma para reconocer un texto humanístico es atendiendo a su temática.



## Informativo

Intenta transmitir la realidad de **forma objetiva**. Se trata de un discurso a través del cual el emisor busca **dar a conocer algún hecho, situación o circunstancia**. Este tipo de texto se caracteriza por utilizar el **lenguaje denotativo**, que admite un único significado, ya que la objetividad es la premisa de su narración y la divulgación de la información, su objetivo principal.



# Tipos de mensajes

## Jurídicos

Son aquellos que se utilizan en el ámbito del poder judicial. Se caracterizan por su terminología y fraseología particular, con numerosos tecnicismos, términos antiguos y un lenguaje formal y conservador. Este tipo de textos presenta una ordenación lógica y progresiva de los contenidos. Entre los rasgos lingüísticos, se destaca la objetividad en su narración: de esta forma, no hay lugar para la ambigüedad y las malas interpretaciones. Se trata de un lenguaje muy explícito, con oraciones enunciativas en tercera persona del singular, impersonales y pasivas reflejas



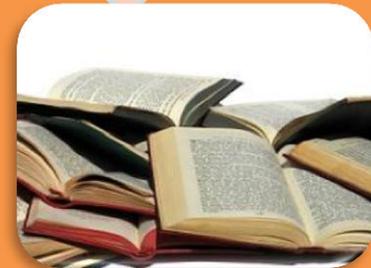
## Literario

Es aquel que utiliza el **lenguaje literario**. Por eso, es importante saber que este tipo de lenguaje se vale de las palabras para alcanzar un **cierto fin estético** y, de esta forma, captar el interés del lector. El autor de literatura (que es el **arte que se expresa mediante la lengua**), por lo tanto, intentará expresar sus ideas de una forma depurada y cumpliendo con sus objetivos de estilo, para lo cual apelará a distintos **recursos lingüísticos y técnicas**. El texto literario, de esta forma, buscará producir una **impresión de belleza** en el receptor.



## Narrativo

Consiste en contar una **sucesión de hechos**, donde participan distintos personajes que se sitúan en un espacio y en un tiempo determinado. La **narración literaria** siempre configura un mundo deficiente, incluso en las ocasiones en que los hechos están basados en la realidad. Es que el autor no deja nunca de incluir matices y elementos de su propia invención.





# REDES SOCIALES



# Redes sociales

- El término red, proviene del latín rete, y se utiliza para definir a una estructura que tiene un determinado patrón. Existen diversos tipos de redes: informáticas, eléctricas, sociales. Las redes sociales se podrían definir como estructuras en donde muchas personas mantienen diferentes tipos de relaciones amistosas, laborales, amorosas.
- Una red social es una estructura social en donde hay individuos que se encuentran relacionados entre si. Las relaciones pueden ser de distinto tipo, como intercambios financieros, amistad, relaciones sexuales, entre otros. Se usa también como medio para la interacción entre diferentes como chats, foros, juegos en línea, blogs, etcétera.
- Por lo tanto hoy en día el término "red social " se llama así a los diferentes sitios o páginas de internet que ofrecen registrarse a las personas y contactarse con infinidad de individuos a fin de compartir contenidos, interactuar y crear comunidades sobre intereses similares: trabajo, lecturas, juegos, amistad, relaciones amorosas, entre otros.
- De acuerdo a lo que plantea Jaime Royero (2007) define las redes sociales como "el conjunto de personas, comunidades, entes u organizaciones que producen, reciben e intercambian bienes o servicios sociales para su sostenimiento en un esquema de desarrollo y bienestar esperado.

# Redes sociales

- Dicho bienestar es mediatizado por los avances en el campo de la ciencia y la tecnología producidos y ofrecidos en su valor social y mercantil a las personas o grupos de ellas, en un territorio y en unas condiciones económicas sociales determinadas. Estos intercambios se dan a nivel local regional, nacional, internacional y global".
- El origen de las redes sociales se remonta, al menos, a 1995, cuando Randy Conrads crea el sitio web classmates.com. Con esta red social se pretende que la gente pueda recuperar o mantener el contacto con antiguos compañeros del colegio, instituto, universidad, etcétera.
- En 2002 comienzan a aparecer sitios web promocionando las redes de círculos de amigos en línea cuando el término se empleaba para describir las relaciones en las comunidades virtuales, y se hizo popular en 2003 con la llegada de sitios tales como MySpace o Xing. En 2002 aparecen sitios web promocionando las redes de círculos de amigos en línea cuando el término se empleaba para describir las relaciones en las comunidades virtuales.



# Redes sociales





Redes  
sociales



- **En resumen ...**

Facebook alcanzó en tiempo récord una increíble popularidad en Latinoamérica, pero como puede comprobarse en el siguiente cuadro con distintos niveles de aceptación en cada país:

- *Chile 40,7%*
- *Argentina 25,2%*
- *Colombia 22,5%*
- *Méjico 11,5%*
- *Brasil: 2,27%*

(Usuarios Facebook versus Población)

Claramente en Chile, Argentina y Colombia la facebookmanía es un fenómeno tremendamente importante, en Méjico menos intenso y estando Brasil totalmente ajeno a este movimiento.

- <http://www.tucumanoticias.com.ar/noticia.asp?id=44807>

- <http://www.10puntos.com/redes-sociales-mas-populares/>
- [http://www.gobiernodecanarias.org/educacion/conocernos mejor/paginas/redes.htm](http://www.gobiernodecanarias.org/educacion/conocernos_mejor/paginas/redes.htm)
- <http://www.monografias.com/trabajos84/redes-sociales/redes-sociales.shtml>
- <http://www.monografias.com/trabajos34/tipos-comunicacion/tipos-comunicacion.shtml>