



N°1

Guía Didáctica: Lenguaje y Comunicación

Proporcionar al estudiante herramientas básicas para su Autoestudio bajo la modalidad “Educación a Distancia”

Competencia: Valora el pensamiento lógico en el proceso comunicativo en su vida cotidiana y académica.

Contenidos: Terminos basicos del lenguaje: El proceso de la Comunicacion.

Evaluación

Tipo de evaluación: Sumativa. ponderación: 20%/100 y fecha de entrega de la actividad de autoaprendizaje el 23 de mayo.

Docente: Iris Peña:

Correo: Profesorairis.23@gmail.com

Asignatura:

**Lenguaje y
Comunicación**

Primer Corte

Lapso Académico:

1-2020

Carrera: Electrónica- Mecánica

Semestre: Primero

GRUPO 2

Fecha de elaboración: mayo-2020

TEMA 1: Términos básicos: Lengua, habla, idioma, variedades lingüísticas

→ **LENGUA:** Es un sistema de signos lingüísticos, conformado en la interacción comunicativa y cuyo fin es la comunicación misma. Como sistema de signos, estos conforman un conjunto de oposiciones funcionales, que son constantes y que subyacen a la materialidad fónica. Se disponen en niveles, a partir de la naturaleza gramatical, fonológica o léxica de sus unidades.

Lenguas y lenguajes:

Igualmente se distingue la lengua (sistema de signos) y el lenguaje (facultad humana instrumentada por medio de un tal sistema). La lengua doblemente articulada no es más que un medio de comunicación (lenguaje). La facultad de comunicar puede ser instrumentada también por otros sistemas de signos, como el gesto, como el dibujo, como incluso la propia vestimenta. **La lingüística**, como ciencia del lenguaje en sentido estricto, está necesariamente englobada en una disciplina con numerosas ramas: semiología o semiótica, ciencia general de los signos y del significado.

Lenguaje: Es el medio que tienen las personas para comunicarse y entenderse unos con otros.

El Lenguaje puede ser:

- ✓ Simbólico: Hecho de signos convencionales
- ✓ Mímico: Por medio de señas.
- ✓ Hablado: Por medio de palabras pronunciadas.

Escrito: Por medio de palabras escritas

HABLA:

Facultad de hablar. Acción de hablar es facultad del ser humano: realización del sistema lingüístico llamado lengua.

IDIOMA:

Lengua de una nación o de un país, o común a varios.

Dialecto es (...) ‘un sistema de signos desgajado de una lengua común, viva o desaparecida; con una concreta limitación geográfica, pero sin una fuerte diferenciación frente a otros de origen común’. De modo secundario, pueden llamarse dialectos ‘las estructuras lingüísticas, simultáneas a otras, que no alcanzan la categoría de lengua’.

EL LENGUAJE COMO FACULTAD HUMANA. El lenguaje es la facultad humana de intercambiar ideas y sentimientos, a través de una lengua, por medio del habla. Después de todo, esto es lo natural: que el ser humano, como cualquier otra criatura, se comporte comunicativamente de la manera en que se lo ordena su naturaleza.

TEMA 2

EL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN

La Comunicación: Es un proceso de intercambio de información, en el que un emisor transmite a un receptor algo a través de un canal esperando que, posteriormente, se produzca una respuesta de dicho receptor, en un contexto determinado.

ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN



Emisor: Es el que emite el mensaje. Ejemplos: un sujeto individual o un grupo de personas, pero también un mecanismo que nos avisa de que algo falla o un elemento de la naturaleza que nos alerta de que el tiempo va a cambiar.

Receptor: Es el que recibe el mensaje y lo interpreta. Ejemplos: un sujeto concreto o un grupo, así como, también, puede serlo un mecanismo que actúa cuando otro le manda una señal.

Mensaje: Es la información que se quiere transmitir. Ejemplos: puede encontrarse codificado en uno de los diferentes tipos de código: puede ser un mensaje hablado, escrito, dibujado, grabado.

Canal: Es el medio a través del cual se transmite el mensaje. Ejemplos: puede ser un medio artificial, como las cartas o un cd, o uno natural, como el aire.

Código: Conjunto de signos y reglas que, formando un lenguaje, ayudan a codificar el mensaje. Se puede encontrar lenguajes simples, como la luz roja sobre la puerta de un estudio de revelado, o más complejos como los distintos idiomas del mundo.

Contexto: Conjunto de circunstancias (lugar, hora, estado anímico de los interlocutores) que existen en el momento de la comunicación. Es importante a la hora de interpretar correctamente el mensaje.

TIPOLOGÍA

Dentro de la comunicación se pueden establecer distintas clasificaciones dependiendo de cada uno de los elementos que intervienen en los mismos, no obstante, la división más comúnmente empleada es la que depende del código empleado:

1. Comunicación verbal.
2. Comunicación no verbal.

A esta división habría que agregar:

- Dependiendo del número de participantes (unilateral, bilateral).
- Dependiendo del canal empleado (auditivo (radio, teléfono), visual (libros, prensa) auditivo-visual (TV.).)
- Dependiendo del soporte empleado (ondas, cable, papel)

COMUNICACIÓN VERBAL O ESCRITA

La comunicación verbal o escrita es aquella comunicación que utiliza el lenguaje como medio de transmisión de la información. El lenguaje ya sea hablado o escrito, es el soporte de la comunicación verbal, siendo el instrumento más importante que posee el ser humano para comunicarse. El comportamiento verbal se define como: la verbalización que el emisor transmite al receptor siendo éste el que capta el mensaje. Los componentes verbales son: peticiones, atención personal, alabanzas, rechazo, razones, explicaciones, iniciar la conversación, preguntas, críticas.

COMUNICACIÓN NO VERBAL: Es la utilizada para apoyar e integrar a la comunicación verbal, siendo definida como el conjunto de medios de comunicación existentes entre individuos que no usan lenguaje humano o sus derivados no sonoros. Dentro de este tipo de pueden mencionar aquellos tipos de comunicación que se perciben con la vista como el lenguaje que emplean los sordos a través del tacto. La comunicación no verbal tiene cuatro funciones básicas:

- Reemplazar las palabras.
- Repetir lo que se está diciendo.
- Poner más énfasis en el lenguaje verbal.
- Contradecir el mensaje verbal

Los componentes no verbales son

- La mirada, el contacto ocular, sonrisa, los gestos, la expresión facial.
- Las posturas.
- La distancia o proximidad
- La expresión corporal.
- La escucha activa.
- Los movimientos de piernas y manos.
- La apariencia personal

La comunicación no verbal recoge una amplia gama de elementos que se dividen en tres categorías:

La kinesia. Estudia lo relativo a las posturas corporales, las expresiones faciales, gestos. La kinesia incluye: movimientos corporales, orientación del cuerpo, postura, gestos, expresión de la cara, movimiento de ojos y cejas, dirección de la mirada.

La Paralingüística. Se centra en el análisis de determinados aspectos no lingüísticos de la conducta verbal, como el tono de voz, el volumen, el ritmo y la velocidad de conversación, las pausas, la claridad.

La Proxémica. Se ocupa de los problemas que surgen en torno a la utilización y estructuración del espacio personal, como la distancia de interacción, la conducta territorial humana.

CANALES DE COMUNICACIÓN. Es aquel elemento por el cual circula el mensaje. Se puede decir, que existen tantos canales de comunicación como medios físicos susceptibles de transportar un mensaje:

- El aire (todas las formas verbales).
- El cable (teléfono, fax).
- Por ondas (Radio, TV.).
- Papel (Comunicación escrita, correo)

- Soportes magnéticos (informática, discos)

Los canales de comunicación son los surcos por donde discurren los mensajes de una persona a otra, de un grupo a otro, o de ambas tendencias y destinos a la vez. Todas las organizaciones emplean canales de comunicaciones tanto formales como informales. Los canales formales, están constituidos por las cadenas y redes que determina la dirección y el flujo de los mensajes oficiales, entre todos los miembros y divisiones que forman una organización, son pues parte integrante de la estructura organizativa de la misma. Resultan tanto de las normas y costumbres que gobiernan la distribución de autoridad, como del rango y tipo de trabajo dentro de la organización.

En una organización o institución la comunicación no es absolutamente unidireccional, lo general es que sea bidireccional. En base a esto, se distinguen entre comunicación horizontal y vertical. A su vez, la comunicación vertical puede dividirse en comunicación ascendente y descendente.

Comunicación descendente. La comunicación vertical descendente es la que parte de los niveles superiores de la jerarquía de la organización hacia los niveles inferiores. Pueden darse cinco tipos de comunicación descendente en función de su contenido:

- **Instrucciones sobre la tarea** (cómo realizar las tareas concretas).
- **Información sobre Justificación del trabajo.** en base a una información que permita al subordinado comprender su tarea y la relación que ésta mantiene con otras tareas de la organización.
- Información sobre prácticas y procedimientos en la organización.
- El rendimiento y ejecución del propio subordinado.
- **Información de carácter ideológico;** dar carácter de misión a la labor que realiza el empleado y a los fines que persigue la organización.

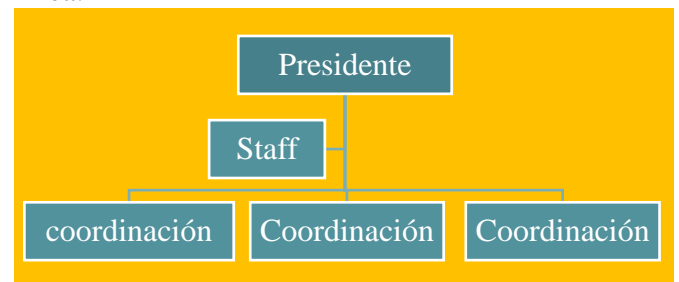
La comunicación vertical descendente. Cumple una serie de funciones u objetivos: **la coordinación, la información y la motivación.** Es decir, a través de este tipo de comunicación se busca coordinar las diferentes unidades o diferentes departamentos de la organización para conseguir los objetivos prefijados, informar al individuo para que colabore

en esa consecución de objetivos y, por tanto, mantener motivado a dicho individuo. Cuando se pretenda que un mensaje llegue a un subordinado y sea eficaz, emplearemos simultáneamente la **comunicación oral y escrita.**

Comunicación horizontal. Este tipo de comunicación que se establece entre miembros de un mismo nivel jerárquico. Según los miembros que intervienen en dicha comunicación, se distinguen tres tipos:

- **Comunicación horizontal** entre compañeros dentro de un mismo grupo de trabajo. Este tipo de comunicación posibilita la coordinación y la solución de problemas, así como aumenta la satisfacción de los subordinados. Sin embargo, ha de tener ciertas restricciones para no producir efectos disfuncionales.
- **Comunicación horizontal entre miembros de diversas unidades dentro de una misma organización.** Este tipo de comunicación puede resultar eficaz para transmitir información, coordinar actividades, resolver problemas y solucionar conflictos entre esas unidades. Sin embargo, este tipo de comunicación tiende a ser restringido por la organización que establecen la función de coordinación y la de resolución de conflictos como competencia del nivel superior a las unidades que han de coordinarse.

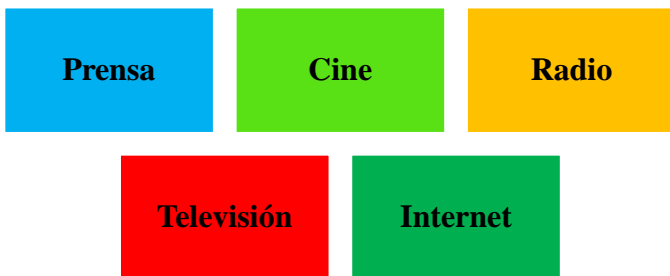
Comunicación horizontal entre línea y staff. Aquí el riesgo de conflicto también suele ser alto. La comunicación se hace difícil, sobre todo debido al carácter más especializado y profesionalizado de los miembros del staff en relación a los miembros de la línea.



TEMA 3: Los medios de comunicación de masas

Los medios masivos de comunicación o medios de comunicación masiva: Son aquellos canales o instrumentos que permiten transmitir un mismo mensaje para que sea recibido por una enorme cantidad de personas de forma simultánea. Por su masividad, se habla de audiencias o públicos a la hora de referirse a los receptores de los mensajes transmitidos por esta vía. Con la irrupción de este tipo de medios, comenzó al hablarse de “comunicación de masas” ya que, en ella participa un único emisor que formula un mensaje que le llega a un receptor masivo. Los medios masivos de comunicación se pueden usar con diferentes fines.

De acuerdo a la plataforma y el formato en el que se formule el mensaje puede hablar de diferentes tipos de medios masivos de comunicación. Algunos de ellos son:



- **Impresos.** El mensaje se formula de manera impresa. Este es el medio más antiguo y tuvo sus orígenes con la invención de la imprenta (en 1440) de la mano del alemán *Johannes Gutenberg*. Dentro de esta categoría se pueden ubicar los diarios, periódicos, folletos, revistas, volantes, panfletos.
- **Radiofónicos.** En este grupo se ubican la radio, que se vale de ondas para emitir señales sonoras y puede ser AM o FM. Este medio se caracteriza por ser muy económico, eficiente e inmediato y por eso, pese a los años y al surgimiento de otras opciones, sigue siendo una opción.
- **Cine.** Es un medio audiovisual que tiene sus orígenes a finales del siglo XIX y se lo

asocia al arte y al entretenimiento. En las primeras décadas del siglo pasado, sin embargo, fue un instrumento clave para la difusión de propaganda e información, aunque estas

funciones quedaron desplazadas con el surgimiento de la televisión.

- **Televisión.** También es un medio audiovisual que surgió en la década de 1920, por el que se emiten géneros de todo tipo como información, entretenimiento, publicidad, propaganda, documentales y otros.
- **Internet.** Este medio se volvió masivo a partir de los años 1990 y no dejó de crecer desde entonces. Aquí se pueden emitir mensajes escritos, sonoros, audiovisuales o una combinación de todos ellos y en él confluyen todos los géneros: entretenimiento, información, propaganda, publicidad, y más. Una cualidad propia de este medio es que se trata de un medio horizontal, multidireccional, que carece de fronteras, anónimo y descentralizado.

CARACTERÍSTICAS DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN

Público heterogéneo. Los mensajes que se transmiten en los medios masivos están diseñados para las masas o bien, para una audiencia colectiva heterogénea: de diferentes orígenes geográficos, gustos e intereses, clases sociales, edades y sexo.

Canales artificiales. Como estos mensajes deben llegar a los puntos más diversos, quienes los emiten no pueden valerse de un canal natural, como puede ser el aire. En vez de ello, se valen de distintas herramientas o soportes. Los avances tecnológicos representaron, siempre, avances en los medios masivos.

Mensajes unidireccionales. Los medios masivos no permiten la interacción o *feedback*. Esto significa que el emisor y el receptor no intercambian de roles constantemente, como puede suceder en una conversación cara a cara o telefónica. Con el advenimiento de Internet, sin embargo, el receptor sí puede elaborar un mensaje de forma casi automática y se lo hace llegar a medio, pero el impacto y el alcance nunca es el mismo.

Emisor colectivo. Los mensajes pueden confeccionarse en forma colectiva, es decir, varias personas intervienen en su formulación.

Sin fronteras espaciales ni temporales. Los mensajes pueden llegar a diferentes partes del mundo sin importar las distancias. Las barreras espaciales no son un problema: un mismo mensaje puede ser recibido en distintas horas y lugares.

Ventajas y Desventajas de los Medios Masivos de Comunicación

Ventajas:

- Permiten la comunicación a distancia en forma fácil.
- Los mensajes llegan de manera inmediata a destino.
- Permiten el acceso a conocimientos que antes quedaban restringidos a la cercanía física.
- Son accesibles y económicos para los receptores. Si bien es cierto que en los comienzos eran costosos, a largo plazo su precio bajó en forma considerable.
- Ayudan a achicar la brecha cultural ya que permiten el acceso de este tipo de bienes a las distintas clases sociales.
- Democratizan el acceso a la información.

Desventajas:

- Suelen generar dependencia entre los consumidores.
- Pueden volverse canales en los que se difunde información falsa o manipulada.
- Reducen la interacción cara a cara entre las personas.
- Pueden difundir e instalar estereotipos.
- Incentivan el consumismo.

LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA

Es un proceso que establece una organización y consiste en transmitir información y conocer la respuesta de la audiencia receptora del mensaje. Para eso, desarrolla acciones que permiten conectar a la organización con las personas que la integran (**comunicación interna**) o con un público externo (**comunicación externa**) con el objetivo de mejorar la relación entre ellos.

ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA

- **El profesional de comunicación.** Es el que representa al emisor (organización) que

busca comunicarse con otros y es quien inicia la transmisión del mensaje.

- **La planificación de estrategias.** Es la adaptación (o endocodificación) de la idea a comunicar, a través de un lenguaje adecuado para el receptor del mensaje.
- **El mensaje.** Es la información que recibirá el público receptor.
- **El canal de comunicación.** Es el vehículo por el cual la organización hace llegar su mensaje al receptor y puede ser a través de uno o de la combinación de varios canales, a fin de alcanzar a la totalidad del público de interés.
- **El receptor.** Es el público que recibe el mensaje (una o varias personas) y que reacciona ante él.
- **El proceso de decodificación.** Es la interpretación que realiza el receptor del mensaje y es el momento en el que las estrategias de comunicación evidencian si fueron eficaces o erróneas.
- **La medición de resultados.** Es la respuesta (o retroalimentación) del público que recibió el mensaje (la no reacción también es una respuesta a tener en cuenta porque evidencia el desinterés del receptor, lo que permite optar por otra estrategia u otro contenido a comunicar).

TIPOS DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA

La comunicación interna. Es el conjunto de actividades que le permite crear y mantener buenas relaciones con sus integrantes con fines informativos (sobre tareas e instrucciones), motivacionales (estimulación para optimizar el rendimiento del trabajo) o para fomentar las buenas relaciones y valores (en base a la cultura empresarial).

La comunicación externa. Es el conjunto de acciones estratégicas dirigidas al público externo de la organización con el objetivo de mantener o mejorar la imagen corporativa, de promover productos o servicios o de ampliar la cantidad de clientes. Para garantizar una comunicación exitosa, la organización necesita conocer los diferentes factores que intervienen, como por ejemplo, las características del público

externo, la situación socioeconómica del entorno y las empresas que forman parte de la competencia.

**ACTIVIDADES DE AUTOESTUDIO QUE TENGO LA
SEGURIDAD QUE TE VAS A DIVERTIR**

Valor: 20%/100 puntos

Ahora jóvenes bachilleres y futuros técnicos superiores en las distintas carreras que estudias y bajo la modalidad de la “**EDUCACIÓN A DISTANCIA**” te presento!

Instrucciones:

- 1. Para la entrega de las actividades de autoestudio la vas a presentar en formato de documento WORD. La enviaras al siguiente correo: Profesorairis.23@Gmail.com Fecha de entrega el 23 de mayo único día.**
- 2. Datos Generales:**
 - ✓ **Márgenes: Normales:** Te vas al diseño de página das clic te sale la presentación de la página das clic abre y ubicas márgenes normales y le das clic listo.
 - ✓ **Sangría:** la del tabulador. Después de un punto y aparte genera una sangría.
- 3. Elabora una portada contentiva de los siguientes datos:**
 - ✓ **Nombre de la Institución con todos los datos de la institución, centrado en el margen superior.**
 - ✓ **Título de la actividad de autoestudio Centrado y en medio de la página: Título de la actividad: Actividad de autoestudio.**
 - ✓ **Datos personales del estudiante: Apellidos y Nombres, Cedula de Identidad, Carrera, Semestre, Sección. Al margen derecho**
 - ✓ **Datos del docente: Iris Peña**
 - ✓ **Al final a una línea antes de finalizar el margen inferior y centrado la fecha: mayo 2020.**

1. Defina los siguientes términos en 3 líneas.

- Lengua
- Lenguaje
- Lingüística
- Comunicación

2. Coloque dentro de la columna el número que corresponde de acuerdo a la definición

1. La profesora de lenguaje su nombre es	1	Iris
2. Es un proceso de intercambio de información		Receptor
3. Facultad de los humanos		Kinesia
4. Recibe el mensaje y lo interpreta		Comunicación horizontal
5. Estudia lo relativo a las posturas corporales		Invención de la imprenta
6. Comunicación que se establece entre miembros de un mismo nivel jerárquico de la organización		Comunicación
7. Johannes Gutenberg.		Habla
8. Medio audiovisual que tiene sus orígenes a finales del siglo XIX.		Cine
		Comunicación externa
		Proxémica
		Contexto

NOTA: LAS ACTIVIDADES DE AUTOESTUDIO DEBEN REALIZARSE EN DOCUMENTO DE WORD. NO EN LA GUIA.



EL PROCESO DE LA INTENSIÓN COMUNICATIVA

El funcionamiento de las sociedades humanas es posible gracias a la comunicación. Esta consiste en el intercambio de mensajes entre las personas, ya sea de manera personal, familiar, escolar, social o cultural. Por ejemplo, todos los días somos testigos de la conversación que se da en los diferentes ámbitos en que nos desenvolvemos. Así, escuchamos

cómo un locutor de radio interactúa con sus radioescuchas para complacerlos con una canción, para escuchar algún punto de vista sobre un tema. O bien, escuchamos debates, entrevistas, mesas redondas en diferentes medios de comunicación. En todas ellas se da un proceso de comunicación lingüística.

De acuerdo con las características que estudiaste, realiza la siguiente actividad para que identifiques de manera práctica los elementos del proceso comunicativo.

1. De manera individual, reflexiona en lo que pensabas cuando estabas a punto de terminar el bachillerato y tomaste la decisión de inscribirte en el Instituto Universitario Jesús Obrero bajo la modalidad Pedagogía Ignaciana.
2. Analiza las cuestiones que se ofrecen a continuación para ver si en alguna de ellas encuentras la razón, o si bien existe alguna otra no mencionada.
 - Consideraste una cuestión de tipo laboral: un título de técnico superior, no es ya un documento que permita acceder a un empleo, por más modesto que éste sea, y quieres contar con más elementos académicos.
 - Tus padres te apoyan e impulsan para que continúes tus estudios.
 - Tú deseas tener, en el futuro, una mejor calidad de vida aunque la que tienes es buena.
 - En tu familia hay muchos profesionistas y tú deseas continuar con esa misma tradición.
 - Desde niño o niña has soñado con convertirte en un determinado profesionista.

- Sientes la necesidad de contar con mayor preparación para poder ayudar económicamente a tus padres.

3. Agrúpate en familia para que expliques a tu familia por qué estas inscrito en el IUJO.

4. Identifica el proceso comunicativo de su conversación mediante el siguiente ejercicio:

a) En el texto siguiente faltan algunas palabras, precisamente aquellas que mencionan los elementos de la comunicación: **emisor, receptor, canal, mensaje y situación**. Completen el texto correctamente. No olvides los acentos y las mayúsculas.

En la situación de comunicación que sostuvimos-----fue el que inicio la conversación y ----- fue el que escucho-----
 -está constituido por la exposición de motivos que explican porque te inscribiste en el IUJO, ----- son las ondas sonoras----- fue la conversación.

b) Compruebe tu respuesta apoyado (a) en la siguiente lista de cotejo.

Lista de cotejo para evaluar la identificación de los elementos del proceso comunicativo	Si	No
¿Identificaste al emisor , que es el que inicio la comunicación construyendo un mensaje y enviándolo?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Señalaste al receptor , que es aquel que recibe el mensaje?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Anotaste la palabra mensaje frente a la información que el emisor trasmitió al receptor?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Identificaste el canal por el cual se trasmitió el mensaje?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Anotaste la palabra situación para indicar el tipo de comunicación que se llevó a cabo?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Define brevemente los tipos de comunicación corporativa.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

<https://concepto.de/comunicacion-corporativa/#ixzz6GuIZ0hD1>