

**Comunicación en lengua
castellana**
Competencias clave

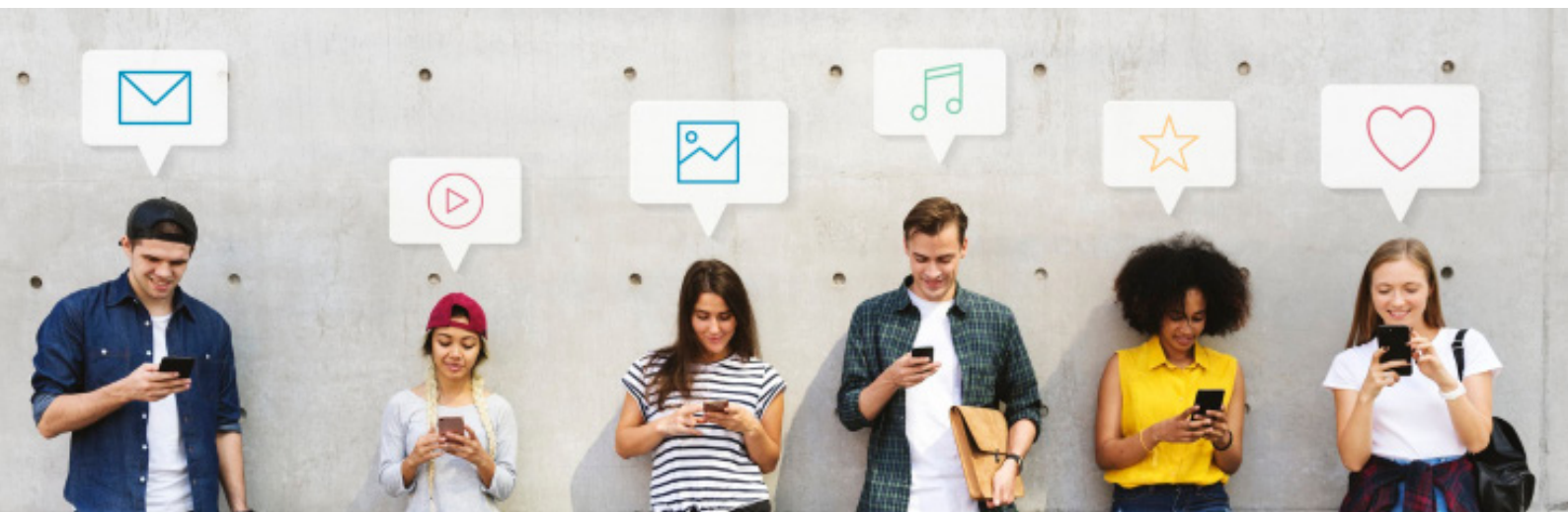
Nivel **2**



Índice de contenidos

BLOQUE I: COMUNICACIÓN Y LENGUAJE	3
UD1.1: LA COMUNICACIÓN	4
Presentación.....	5
Objetivos	6
1. NATURALEZA Y ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN	7
1.1. EMISOR, RECEPTOR, MENSAJE, CÓDIGO, CANAL, CONTEXTO O SITUACIÓN.	7
1.2. MEDIOS DE COMUNICACIÓN: AUDIOVISUALES (TELEVISIÓN, CINE), RADIOFÓNICOS, IMPRESOS (PERIÓDICOS, REVISTAS, FOLLETOS) Y DIGITALES (INTERNET).....	20
Ideas clave	27
Glosario	29
Referencias bibliográficas	31
Enlaces web de interés	32

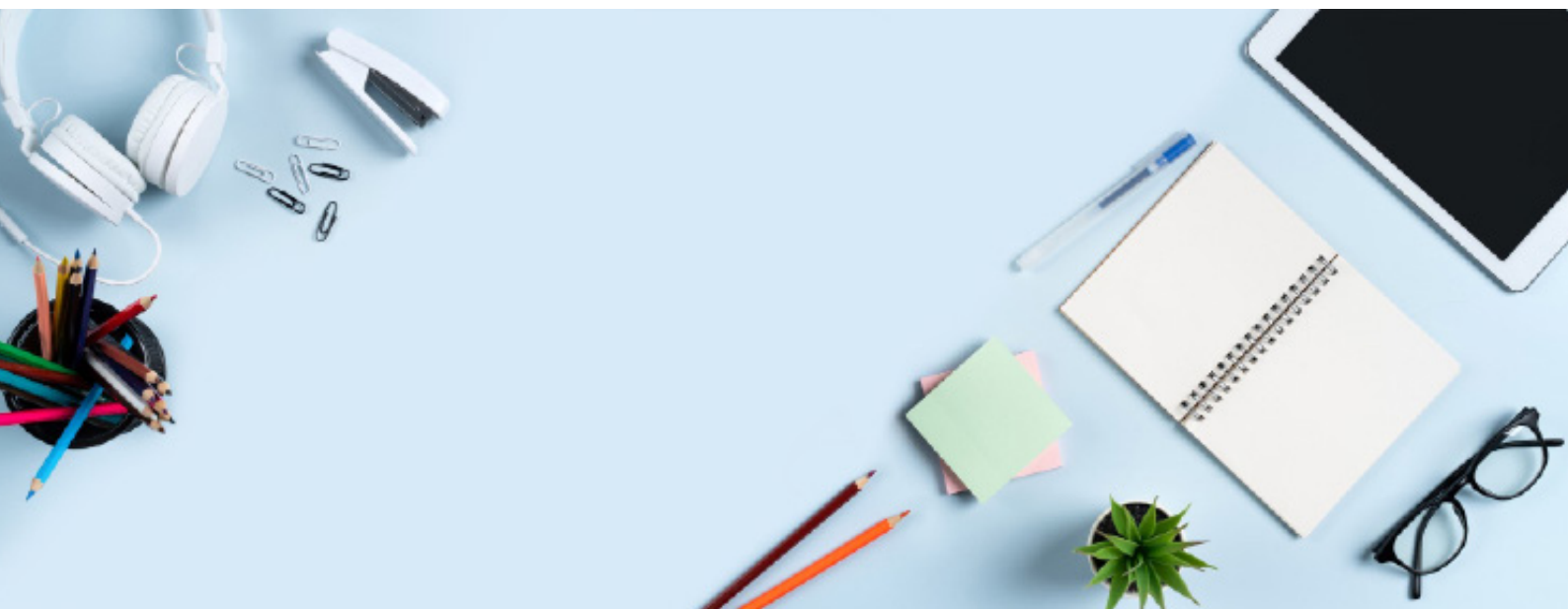
BLOQUE I: COMUNICACIÓN Y LENGUAJE



UD1.1: LA COMUNICACIÓN



Presentación



La comunicación es un tema fascinante que está omnipresente en nuestras vidas. Nos permite interactuar, transmitir información y establecer conexiones significativas con el resto de las personas. En este contexto, exploraremos los elementos clave de la comunicación y la importancia de los medios de comunicación, así como el impacto del lenguaje verbal y no verbal en nuestras interacciones.

A lo largo de esta unidad didáctica, analizaremos detenidamente los elementos fundamentales de la comunicación: emisor; receptor; mensaje; canal; código y contexto. Conoceremos cómo estos elementos interactúan entre sí para lograr una comunicación efectiva y nos adentraremos en el conocimiento de los diferentes medios de comunicación.

En esta unidad repasaremos los diferentes tipos de medios de comunicación, como los audiovisuales, radiofónicos, impresos y digitales y cómo estos influyen en la sociedad y en la cultura. Asimismo comprobaremos cómo el lenguaje verbal, tanto oral como escrito, y el lenguaje no verbal, o corporal, interactúan entre sí para que emisor y receptor consigan una comunicación eficaz.

Objetivos



- Describir en qué consiste el proceso de comunicación.
- Identificar los elementos que intervienen en el proceso de comunicación y la función que desempeña cada uno en una comunicación efectiva.
- Diferenciar la comunicación verbal, oral o escrita, de la comunicación no verbal.
- Reconocer la importancia de adquirir habilidades de escucha activa para lograr una comunicación efectiva.
- Conocer los tipos de medios de comunicación existentes en nuestra sociedad así como las características del mensaje que emite cada medio y su finalidad.

1. NATURALEZA Y ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN.

La **comunicación** es un **proceso fundamental** para las relaciones humanas que permite el intercambio de información, sentimientos, ideas o pensamientos entre dos o más personas.

La comunicación es **esencial** en nuestra vida, ya que es la forma en la que conectamos con los demás, siendo algo que hacemos constantemente. **No podemos no comunicar** y, hasta con los silencios, nos comunicamos. También con una mirada o un gesto nos estamos comunicando.

Cuando nos comunicamos utilizamos muchos **medios** para hacerlo: cara a cara, por teléfono, por mensaje de texto, por aplicaciones, con gestos y expresiones faciales, por correo electrónico, etc. Según la situación en la que nos encontremos, utilizaremos un medio u otro, pero en todos los casos con un mismo fin, el de expresar nuestras ideas, pensamientos y emociones a nuestro interlocutor o interlocutora.

Podemos encontrar varias **formas de comunicarnos**, pero todas se resumen en **lenguaje verbal y no verbal o gestual**. También podemos comunicarnos de manera interpersonal, siendo la relación directa entre dos o más personas; grupal, cuando es un entorno más amplio; masiva, cuando se transmite el mensaje a través de medios de comunicación; o incluso intrapersonal, también llamada comunicación interna, que sucede cuando nos comunicamos con nosotros/as mismos/as.

De todo ello hablaremos en este tema.

1.1. EMISOR, RECEPTOR, MENSAJE, CÓDIGO, CANAL, CONTEXTO O SITUACIÓN.

La comunicación es un **proceso** y, para que este se dé y sea posible, deben existir una serie de **elementos** que describimos a continuación:



Elementos de la comunicación.

Emisor:

El emisor es cualquier persona que tenga la **intención de comunicar un mensaje**. Puede ser un individuo, un grupo de personas o incluso una organización o empresa, siempre que alguien transmita información, será un emisor de un mensaje.

¿Qué debemos tener en cuenta a la hora de transmitir o emitir un mensaje o información?

1. El emisor debe tener claro el mensaje que quiere transmitir y elegir las palabras, el tono y los medios adecuados para hacerlo.
2. Es importante que el emisor adapte su mensaje al contexto y al receptor, para asegurarse de que sea comprensible y efectivo. Por ejemplo, no nos comunicamos igual en una fiesta de cumpleaños que en una reunión de empresa, ni nos comunicamos de la misma manera con una persona adulta que con un niño o niña de 7 años. Es por ello por lo que el emisor debe adaptar su forma de hablar y su mensaje tanto a la persona destinataria como a la situación.
3. El emisor debe ser capaz de expresar sus ideas de manera clara y coherente. Debe contar con buenas habilidades de comunicación y organizar sus pensamientos para poder expresarlos de forma correcta. Esto ocurre cuando queremos dar un discurso, escribir una carta o hacer una presentación de algún tema. Es necesario organizar las ideas para poder transmitir las de manera eficaz.

4. Además, el emisor debe tener en cuenta el nivel de conocimiento y experiencia de la persona que recibe el mensaje, es decir de receptor, para adaptar el mensaje a su audiencia. Esto implica utilizar un lenguaje apropiado, evitando palabras difíciles o tecnicismos innecesarios.
5. Para emitir de manera correcta la información y lograr que el mensaje llegue a todas las personas, lo mejor es utilizar frases concisas y sencillas.



Receptor:

El receptor es la persona a la que **va dirigido el mensaje**, es decir quien lo escucha, lo ve o lo lee.

Al igual que en el emisor, el receptor puede ser una persona, un pequeño grupo de personas o una audiencia más amplia.

¿Qué debe tener en cuenta el receptor?

1. El receptor debe ser capaz de escuchar, leer o percibir el mensaje de manera efectiva, lo que supone prestar atención al emisor y a la información que recibe. Aquí entra en juego la escucha activa de la que hablaremos más adelante.
2. El receptor es quien decodifica el mensaje, es decir, quien lo descifra y le da sentido, por lo que debe interpretar el lenguaje verbal, las palabras, las señales no verbales como gestos corporales o silencios y otros elementos de la comunicación para comprender completamente el mensaje del emisor.
3. Además, el receptor puede proporcionar retroalimentación al emisor, lo que permite una comunicación más efectiva y un mayor intercambio de información. Por ejemplo, durante una conversación, una persona puede comenzar como emisor y luego convertirse en receptor cuando recibe la respuesta de la otra persona.



Importante

Cuando el receptor ofrece retroalimentación, es decir contesta al mensaje, se convierte en emisor. Por lo tanto, la comunicación implica un feedback entre receptor y emisor, intercambiándose constantemente los papeles entre ambos.

El mensaje:

El mensaje es otro elemento clave en el proceso de comunicación.

Nos referimos a la **información específica o los contenidos** que el emisor desea transmitir al receptor, es decir, las propias ideas, pensamientos u opiniones que desea expresar.

¿Qué tipos de mensajes nos podemos encontrar?

1. Mensaje oral: el que utilizamos cuando hablamos y transmitimos palabras.
2. Mensaje escrito: Puede ser una carta, un correo electrónico, un mensaje de texto, un artículo, un informe, un libro, entre otros textos escritos.

Podemos encontrar muchos tipos de mensajes escritos, como los siguientes:

- **Mensajes informativos:** Son aquellos que tienen como objetivo proporcionar datos, hechos, explicaciones o instrucciones. Pueden ser correos electrónicos formales, informes, manuales, guías, etc.
- **Mensajes persuasivos:** Estos mensajes buscan influir en la opinión, actitudes o comportamientos del receptor. Pueden ser anuncios publicitarios, cartas de ventas, campañas de sensibilización, entre otros.
- **Mensajes expresivos:** Se enfocan en transmitir emociones, sentimientos o estados de ánimo. Pueden ser cartas personales, poemas, diarios, etc.
- **Mensajes instructivos:** Están diseñados para enseñar o educar sobre un tema específico. Pueden ser libros de texto, tutoriales, manuales de instrucciones, etc.
- **Mensajes de entretenimiento:** Su propósito es divertir y entretener al receptor. Pueden ser cuentos, novelas, chistes, entre otros.
- **Mensajes de difusión:** Estos mensajes se utilizan en medios de comunicación para transmitir noticias, eventos, actualizaciones y contenido relevante a una audiencia masiva.

Poseen una serie de características y ventajas que permiten fácilmente la comunicación, como la permanencia en el tiempo, la precisión y detalle de la escritura, la posibilidad de reflexión sobre el contenido y la distribución fácil a múltiples receptores.

- **Mensaje visual:** puede ser una presentación con imágenes, videos, videollamadas, a través de televisión, cine o incluso móviles. Permite más interacción por parte de emisor y receptor cuando se utilizan medios digitales.

Sea cual sea el tipo de mensaje que utilicemos, éste debe contar con una serie de elementos:

- El mensaje debe ser claro, coherente y relevante para que el receptor pueda comprenderlo correctamente.
- Debe estar estructurado de manera lógica y adaptarse al nivel de conocimiento y experiencia del receptor.
- El uso de un lenguaje apropiado y comprensible es esencial para garantizar la efectividad del mensaje.
- Para que la comunicación sea efectiva, el mensaje debe transmitirse a través de un canal o medio que tanto emisor como receptor conozcan.
- El lenguaje e idioma debe ser el mismo o similar entre emisor y receptor ya que si, por ejemplo, escribimos en diferente idioma, la información no llega de forma correcta. O si hablamos utilizando tecnicismos propios de la rama jurídica o sanitaria y nuestro receptor no domina esa jerga la información tampoco llegará.



Recuerda

Para que se dé el proceso de comunicación, tanto emisor como receptor deben entender el mensaje, lo que implica el uso del mismo lenguaje, vocabulario, jerga profesional, etc.

El código:

El código es otro de los elementos fundamentales en el proceso de comunicación.

Con este término nos referimos al conjunto de **reglas y símbolos** compartidos que el emisor y el receptor utilizan para codificar y decodificar el mensaje.

Este **código** permite la transmisión de significado y la comprensión mutua entre las partes involucradas en el proceso de comunicación.

A continuación, exploraremos qué es el código y algunas de sus características clave.

- 1. Sistema de símbolos:** El código se basa en un sistema de símbolos que representan ideas, conceptos o significados. Estos símbolos pueden ser palabras, gestos, señales, sonidos, imágenes, números, entre otros. Por ejemplo, el idioma es un código verbal compuesto por palabras y gramática, mientras que el lenguaje no verbal utiliza gestos y expresiones faciales como símbolos.
- 2. Convencionalidad:** El código es convencional, lo que significa que su significado es acordado socialmente. Las palabras y símbolos tienen un significado atribuido dentro de una comunidad lingüística o cultural. Por lo tanto, tanto el emisor como el receptor deben compartir el mismo código y tener un entendimiento común de los símbolos utilizados.
- 3. Contextualización:** El significado de los símbolos en el código puede variar según el contexto en el que los utilizemos. El contexto incluye el entorno, la cultura, las experiencias compartidas y la situación específica de comunicación. El mismo símbolo puede tener diferentes connotaciones o significados dependiendo del contexto en el que se emplee. Por ejemplo, si utilizamos la expresión “darle la vuelta a la tortilla” en un contexto culinario, significará algo totalmente distinto que si lo utilizamos en un contexto social. En este último caso queremos decir que se ha tergiversado una información o que alguien pretende mentir.
- 4. Flexibilidad:** El código es flexible y puede evolucionar con el tiempo. Los nuevos símbolos o significados pueden ser adoptados y adaptados en función de los cambios sociales, tecnológicos o culturales. Por ejemplo, el lenguaje utilizado en las redes sociales ha evolucionado con la aparición de nuevas palabras y acrónimos. Esto lo podemos comprobar en nuestro propio uso de vocabulario en nuestros mensajes de Whatsapp, en los que utilizamos emogis, abreviaturas, etc.

Por lo tanto, dominar el código es fundamental en una conversación o en un proceso de comunicación, ya que de esto dependerá que el mensaje sea recibido por el receptor de forma correcta.

El canal:

El canal o medio es otro elemento esencial en el proceso de comunicación.

Con este concepto nos referimos al **medio a través del cual se transmite el mensaje** del emisor al receptor. Es decir, el medio por el cual circula el mensaje.

El canal puede ser verbal, no verbal o una combinación de ambos. A continuación, exploraremos algunas características y ejemplos de canales o medios de comunicación.

¿Qué **características** tienen estos canales o medios?

- **Verbal:** Este canal utiliza palabras habladas o escritas para transmitir el mensaje. Puede incluir conversaciones cara a cara, llamadas telefónicas, conferencias, discursos, cartas, correos electrónicos o mensajes de texto. La comunicación verbal permite la interacción directa y en tiempo real entre emisor y receptor. Esto supone que mientras una persona habla, la otra escucha y puede contestar ofreciendo retroalimentación.
- **No verbal:** Este canal implica el uso de gestos, expresiones faciales, posturas corporales y tono de voz para transmitir información. Incluye el lenguaje corporal, las señales visuales y las señales auditivas.

La comunicación no verbal complementa y refuerza el mensaje verbal por lo que desempeña un papel importante cuando transmitimos emociones o ciertas actitudes.

- **Escrito:** Este canal se basa en la escritura y puede incluir documentos, libros, revistas, periódicos, panfletos, carteles, sitios web, blogs y redes sociales. La comunicación escrita permite una transmisión precisa y permanente del mensaje, y brinda la oportunidad de revisar y editar antes de enviarlo al receptor.
- **Medios de comunicación:** Los medios de comunicación masivos, como la televisión, la radio, el cine, los periódicos y las revistas, también actúan como canales de comunicación. Estos medios tienen un alcance amplio y transmiten mensajes a una gran audiencia.

La elección del canal dependerá del mensaje y la forma en que queramos transmitirlo. Sin embargo, todos los canales pueden tener sus barreras. Por ejemplo, la comunicación verbal puede verse afectada por barreras lingüísticas, ruidos ambientales o dificultades de audición, mientras que la comunicación escrita puede tener limitaciones en la expresión emocional y la retroalimentación inmediata.

El contexto o situación:

Por último, pero no por ello menos importante, encontramos el contexto o situación como elemento clave en la comunicación.

Este contexto es el **entorno** en el que se lleva a cabo la comunicación, incluyendo los factores físicos, sociales, culturales y psicológicos que influyen en la interpretación y comprensión del mensaje.

El contexto proporciona información adicional y relevante para el significado y la intención de la comunicación.

¿Cuáles son las **características** del contexto o situación en la comunicación?

- 1. Factores físicos:** El contexto físico se refiere al entorno físico en el que se lleva a cabo la comunicación. Incluye el lugar, el ambiente, la ubicación geográfica, el ruido ambiental y cualquier otro aspecto relacionado con el entorno físico. Por ejemplo, una conversación puede tener lugar en una oficina, en un café ruidoso o en un aula silenciosa, lo que puede afectar la forma en que se percibe y se interpreta el mensaje.
- 2. Factores sociales:** El contexto social se refiere a las interacciones y relaciones entre las personas involucradas en la comunicación. Incluye el estatus social, los roles, las normas culturales y las dinámicas de poder. Estos aspectos influyen en cómo se elige el lenguaje, el tono de voz y otros aspectos de la comunicación. Por ejemplo, la forma en que nos comunicamos con una persona con la que mantenemos una relación de amistad puede ser diferente a cómo nos comunicamos con una persona desconocida o con una persona que nos atiende en un establecimiento comercial.
- 3. Factores culturales:** El contexto cultural se refiere a los valores, creencias, costumbres y normas compartidas por una comunidad o sociedad. La cultura influye en cómo se interpreta y se atribuye significado a los mensajes. Por ejemplo, los gestos, las expresiones faciales y las normas de cortesía pueden variar significativamente entre diferentes culturas, lo que puede dar lugar a malentendidos o interpretaciones erróneas.
- 4. Factores psicológicos:** El contexto psicológico se refiere a los estados emocionales, las experiencias individuales y las percepciones que influyen en la interpretación de la comunicación. Cada persona tiene unas experiencias únicas y de ellas dependerá cómo interprete un mensaje. Por ejemplo, el estado de ánimo, las expectativas, los prejuicios y las experiencias pasadas pueden afectar la forma en que se percibe y se interpreta un mensaje o incluso variará en función de quien sea la persona de la que se reciba ese mensaje.



Importante

Es importante tener en cuenta con quién nos comunicamos y el contexto en el que lo hacemos para poder evitar malentendidos y conseguir que el mensaje llegue de forma correcta.

¿Cuáles son los aspectos básicos de la comunicación verbal y no verbal?

La comunicación verbal y no verbal forman parte del proceso de intercambio de información y ambas se refuerzan y complementan entre sí.

Por ejemplo, si decimos verbalmente “adiós” y lo acompañamos con un movimiento de manos, reforzamos el mensaje. Sin embargo, también se puede hacer solo el gesto y no decirlo verbalmente y tendrá el mismo significado.

Por tanto, en la **comunicación verbal** podemos encontrar estos **dos tipos de comunicación**:

Comunicación oral: la que usamos mediante el lenguaje verbal (la voz), ya sea en una conversación directa o a través de medios como el teléfono.

Comunicación escrita: la que utilizamos para transmitir mensajes en soporte papel, como un libro o una revista, y actualmente también en soporte digital.

Tipos de comunicación verbal.

Comunicación verbal oral:

La comunicación oral es aquella que se produce verbalmente, ya sea de forma presencial o no presencial. Es decir, puede producirse directamente con la persona cara a cara, o a través de internet. Es el caso, por ejemplo, de una conversación por videollamada o a través de e-mail.

Para que se dé este tipo de comunicación, debe existir alguien que emite una información y alguien que la reciba, pudiendo dar respuesta al mensaje.



Importante

La comunicación es una de las habilidades sociales básicas. Y estas habilidades son el arte de relacionarse con los demás, es decir, la capacidad para comportarse de manera correcta en momentos de interacción social.

Estas habilidades se aprenden, no tienen por qué ser innatas.

Hemos de tener en cuenta que para conseguir una **comunicación exitosa**, no solo debemos prestar atención a lo que decimos, sino a cómo lo decimos. Debemos cuidar los siguientes aspectos:

- 1. La calidad de la voz:** Una voz serena y tranquila demuestra equilibrio, seguridad y comprensión, una voz fuerte denota autoridad, y una voz chillona ordinareiz. Es por ello por lo que se recomienda adoptar un tono neutro en las conversaciones.
- 2. El volumen de la voz:** Debemos evitar gritar o hablar en un tono excesivamente alto. En determinadas ocasiones, cuanto más alcemos la voz menos llegará el mensaje. Y, si queremos un entorno íntimo y de confianza, deberemos disminuir nuestro tono de voz.
- 3. Entonación:** Con la entonación de la voz nos referimos a la modulación o variación de la melodía del tono con que se habla, lo que implica los cambios de altura, ritmo, volumen o énfasis e intensidad. Es importante ir modulando la voz en una conversación para que no se haga monótona y el receptor deje de prestarnos atención.
- 4. Velocidad de la voz:** No debemos hablar muy rápido pero tampoco muy lento, ya que será una de las barreras de la comunicación. Una velocidad moderada hace que se eviten las repeticiones y las malas interpretaciones.
- 5. Eliminar las interferencias o barreras de la comunicación:** Cuando hablemos con alguien hemos de estar al 100% presente en la conversación e intentar eliminar cualquier barrera que pueda interferir tanto en la emisión como recepción del mensaje. Estas barreras de la comunicación es importante tenerlas presentes, ya que dificultan la comunicación y comprensión de la información. Estas barreras pueden ser:
 - Barreras lingüísticas: Tienen lugar cuando hablamos en idiomas diferentes.
 - Barreras culturales: Las diferencias culturales pueden dar lugar a malentendidos y a malas interpretaciones del lenguaje.
 - Barreras emocionales y psicológicas: Las emociones pueden afectar a la comunicación, tanto a la emisión como a la recepción.
 - Barreras físicas y ambientales: El ruido de la calle, las interferencias en la línea telefónica, una mala conexión wifi, obras en casa, etc. pueden hacer que el mensaje no llegue de manera adecuada al receptor.
 - Barreras de atención: no estar en posición de escucha activa, es decir, presentes en la conversación y prestando atención a lo que nuestro interlocutor nos dice o expresa, puede dar lugar a la necesidad de repeticiones o a malentendidos innecesarios.

6. Comprobar la recepción del mensaje: Podemos parafrasear las últimas palabras del mensaje, para comprobar si el mensaje nos llegó correctamente: "Como me ha indicado, mañana nos vemos a las 16:00, ¿Es correcto?" Igualmente podemos preguntar al interlocutor, para comprobar que el mensaje emitido por nosotros fue recibido correctamente: "¿Ha tomado nota de la hora a la que hemos quedado?"

Comunicación no verbal:

El lenguaje no verbal hace referencia al **lenguaje corporal**, al que utilizamos con los gestos, sin usar palabras, utilizando el cuerpo, expresiones faciales, movimientos, etc.

Podemos decir que es más importante lo que "no decimos" que lo que decimos. De hecho, en el proceso de comunicación, el 65% es el lenguaje no verbal frente al 35% que es lo que decimos.

En numerosas ocasiones, ocurre que alguien nos dice algo, pero el gesto de su cara dice lo contrario.

Podemos hacer una distinción entre los tres aspectos que intervienen en la comunicación no verbal:

- Los gestos, la postura, las miradas, el movimiento de las piernas o manos, etc.
- La calidad de la voz, la entonación, la dicción, la rapidez etc.
- La distancia personal y corporal que hay entre dos personas.

Algunos **ejemplos** que podemos encontrar de lenguaje no verbal son:

1. Gestos corporales:

- Cuando hablamos con alguien, desviar la mirada hacia otro lugar (arriba, abajo, izquierda o derecha) denota falta de atención por lo que la otra persona nos cuenta, por lo que se recomienda mirar a nuestro interlocutor.
- Levantar las cejas es un acto reflejo y puede denotar incredulidad o asombro.
- Morderse las uñas denota nerviosismo o incluso inseguridad, al igual que tocarse el pelo.
- Tocarse la nariz mientras una persona habla, se puede interpretar como falsedad en las palabras.
- Tamborilear con los dedos de las manos o mover incesantemente las piernas o pies, sugiere impaciencia, nerviosismo o incluso querer retirarse de la conversación.
- Cruzar los brazos: denota un desinterés o incluso rechazo por lo que nos indica la otra persona. También puede sugerir que la persona está a la defensiva.

- Brazos en jarras: Es una postura que sugiere cierta posición de poder o sentirse superior, y cuanto más adelante el pecho, más agresividad denotará.
2. En cuanto al **volumen, intensidad o calidad de la voz**, es recomendable adoptar un ritmo moderado, un tono equilibrado y una velocidad media. En cuanto al acento, forma parte de nuestras raíces y cultura, lo cual no implica que no debamos pronunciar correctamente las palabras y tener una buena dicción para nos entiendan correctamente.
3. **Distancia corporal:** Podemos determinar que hay cuatro zonas en el espacio personal, como son:
- Zona íntima o de pareja: máximo 45cm de cercanía.
 - Personas más allegadas: de 45cm a 120cm.
 - Compañeros/as: de 120cm a 365cm.
 - Personas desconocidas: más de 365cm de distancia.

Estos parámetros nos sirven para identificar el grado de comodidad, o de incomodidad, que siente la persona con la que conversamos. Por lo general, las personas más expresivas o abiertas adoptan más cercanía corporal, mientras que las personas más tímidas o retraídas, toman más distancia o espacio.

Por lo tanto, a continuación, indicamos la **función del lenguaje no verbal:**

Puede reemplazar las palabras. Por ejemplo, podemos decirle a alguien "ven" sin palabras, solo con un gesto.

Enfatiza el lenguaje. Por ejemplo, cuando decimos "sí" y enfatizamos asintiendo con la cabeza.

Da más información sobre lo que no decimos que sobre lo que decimos. Por ejemplo, decir que estamos alegres cuando nuestra cara denota tristeza.

Función del lenguaje no verbal.



Recuerda

El lenguaje no verbal es tan importante o más que el lenguaje verbal. Es por ello por lo que debemos ser conscientes de nuestros gestos y expresiones, ya que dicen mucho más que nuestras palabras.

A continuación, indicamos unas **normas básicas para comunicarnos de manera eficaz**:

- 1. Identificar a nuestro interlocutor:** Debemos usar diferentes técnicas comunicativas en función del tipo de persona que la reciba. Por ejemplo, hablaremos de forma distinta a un compañero o compañera de trabajo que a la persona que nos ha contratado.
- 2. Identificar los motivos y objetivos de la comunicación:** Debemos saber el porqué de la comunicación y de la conversación, a dónde se pretende llegar y a qué fin, ya sea simplemente para interactuar con amigos o para hacer una llamada importante.
- 3. Estructurar la comunicación si es necesario:** En caso de que debamos hacer una presentación, dar una charla o simplemente hacer una llamada telefónica. Debemos asegurarnos de seguir ciertos protocolos de presentación, desarrollo y cierre.
- 4. Lenguaje claro y sencillo,** evitando el lenguaje técnico y monótono, siempre adecuado al contexto y situación.
- 5. Aplicar estrategias que refuercen nuestro mensaje,** como parafrasear, hacer silencios, utilizar el lenguaje no verbal, etc.
- 6. Mirar a nuestro interlocutor** cuando surja una conversación y prestar atención evitando las barreras e interferencias de la comunicación.
- 7. Aplicar la escucha activa** en todo momento.



Recuerda

La escucha activa es una habilidad de comunicación que implica prestar atención completa y consciente a lo que alguien nos está diciendo, tanto verbal como no verbalmente. Se trata de una forma de escuchar que va más allá de simplemente oír las palabras, y se enfoca en comprender y captar el mensaje en su totalidad, incluyendo el tono, el lenguaje corporal y las emociones transmitidas.

1.2. MEDIOS DE COMUNICACIÓN: AUDIOVISUALES (TELEVISIÓN, CINE), RADIOFÓNICOS, IMPRESOS (PERIÓDICOS, REVISTAS, FOLLETOS) Y DIGITALES (INTERNET).

La comunicación es el proceso de emitir y recibir información contando con un emisor y receptor que compartan un mismo código para poder emitir y recibir el mismo mensaje teniendo en cuenta el contexto y la situación. Sin embargo, esta comunicación se debe dar a través de un **canal** específico, ya sea verbal, escrito, audiovisual o digital.

En la actualidad, la forma más sencilla y rápida de comunicarnos es de manera digital, es decir a través de la red internet, permitiendo una comunicación directa y un feedback, o retroalimentación, casi inmediato como es el caso del correo electrónico o Whatsapp. Sin embargo, también toman importancia los medios audiovisuales y aquellos que contemplan tanto el lenguaje escrito, como audiovisual y digital, como es el caso de las redes sociales. Es por ello por lo que la comunicación está en constante cambio y debemos adaptarnos.

¿Cuáles son los medios a través de los cuales nos comunicamos?

Los medios de comunicación son **canales, instrumentos o plataformas que utilizamos para transmitir mensajes e información** a una, varias personas o incluso de forma masiva, pudiendo llegar a una amplia audiencia, como es caso de la televisión, la radio, el cine, los libros o las redes sociales e internet, por lo que estos medios de comunicación desempeñan un papel crucial en la difusión de la información y en la formación de opiniones, ideas y pensamientos.

Hemos de tener en cuenta que estos canales de comunicación nos permiten interaccionar unos con otros, por lo que son la base de las relaciones humanas.

Los medios de comunicación se caracterizan por:

- **Transmisión masiva:** Los medios de comunicación tienen la capacidad de llegar a una gran cantidad de personas simultáneamente, superando las barreras geográficas y temporales. Esto los convierte en un medio efectivo para difundir y mensajes a una audiencia amplia y diversa. Ejemplos de estos medios son la televisión, las plataformas de difusión como YouTube, las redes sociales, el cine o los libros.
- **Interactividad:** En muchos medios de comunicación, se ha incrementado la interactividad con la audiencia. Los receptores de la información pueden participar, comentar, compartir y generar contenido a través de diferentes plataformas, lo que facilita la retroalimentación y la participación. Esto supone que todas las personas estamos conectadas, no importa el lugar ni el momento, pudiendo ayudar a difundir más rápido los mensajes y ayudando a los medios de comunicación y empresas en su labor de marketing. Es el caso de encuestas por internet, por ejemplo, o las colaboraciones pagadas en redes sociales de ciertos productos.
- **Diversidad de formatos:** Los medios de comunicación abarcan una amplia gama de formatos, desde el texto escrito hasta el contenido visual y auditivo. Esto permite una mayor variedad y riqueza en la presentación de la información y la creatividad en la forma de comunicar. Como sabemos, toda aquella información que se adquiere por los sentidos llega con más intensidad. De ahí que, por ejemplo, la televisión tenga un gran impacto en la sociedad.
- **Influencia en la opinión pública:** Los medios de comunicación tienen un impacto significativo en la opinión pública y en la formación de creencias y actitudes. Pueden influir en las elecciones de las personas, en sus ideas, pensamientos y emociones, proporcionar diferentes perspectivas sobre un tema y desempeñar un papel importante en la construcción de la realidad social.



Importante

Los medios de comunicación tienen un gran impacto en la sociedad y en la forma de pensar de las personas. Tienen capacidad para cambiar la sociedad, por eso es importante saber qué información se consume y valorar el contenido que nos ofrece.

¿Cuáles son los medios de comunicación más comunes?

A. Audiovisuales (televisión, cine):

Los medios de comunicación audiovisuales son aquellos que utilizan elementos visuales y auditivos para transmitir información, entretenimiento y mensajes a una audiencia o público. Estos medios se basan en la combinación de imágenes en movimiento, sonido y narración para crear una experiencia audiovisual. Los dos tipos principales de medios de comunicación audiovisuales son la televisión y el cine.

¿Cuáles son las **características** de los medios de comunicación audiovisuales?

- **Imágenes en movimiento:** Los medios audiovisuales se basan en la proyección de imágenes en movimiento. Utilizan la combinación de fotogramas sucesivos para crear la ilusión de movimiento, lo que permite contar historias de manera dinámica y visualmente atractiva para el público.
- **Sonido:** El sonido es una parte integral de los medios audiovisuales. Se utiliza para transmitir diálogos, música, efectos sonoros y otras pistas de audio que complementan la narrativa y enriquecen la experiencia del espectador.
- **Narrativa visual:** Los medios audiovisuales cuentan historias a través de imágenes y secuencias visuales. Utilizan elementos como la composición, el encuadre, el color, el movimiento de cámara y la edición para transmitir significado, emociones y generar una conexión emocional con la audiencia.

Podemos indicar algunos **ejemplos** de estos medios de comunicación:

- 1. Televisión:** La televisión es un medio de comunicación masiva que transmite programas y contenido audiovisual a través de señales de radiodifusión o por cable/satélite. Incluye una amplia variedad de géneros y formatos, como noticias, programas de entretenimiento, series, documentales y deportes.
- 2. Cine:** El cine es un medio de comunicación que proyecta películas en una pantalla grande en salas de cine. Se caracteriza por su enfoque en la producción y exhibición de películas, que ofrecen experiencias cinematográficas inmersivas y de alta calidad. El cine abarca una amplia gama de géneros y estilos, desde películas de acción y aventura hasta dramas, comedias, películas de animación y documentales.
- 3. Plataformas de streaming:** Con el auge de las plataformas de streaming en línea, como Netflix, Amazon Prime Video y Disney+, los medios audiovisuales se han convertido en más accesibles en el ámbito digital. Estas plataformas ofrecen una amplia variedad de

contenido audiovisual, incluyendo series originales, películas, documentales y programas de televisión.

- 4. Videos en línea:** Los videos en línea en plataformas como YouTube también son ejemplos de medios de comunicación audiovisual. Estas plataformas albergan una gran cantidad de contenido, desde videos musicales y tutoriales hasta blogs, cortometrajes y contenido educativo.
- 5. Publicidad televisiva y cinematográfica:** Los anuncios de televisión y cine utilizan el medio audiovisual para transmitir mensajes publicitarios y promocionales. Estos anuncios pueden aparecer en pausas comerciales de programas de televisión, antes de las proyecciones de películas en el cine o en plataformas digitales de video.

B. Medios de comunicación radiofónicos:

Los medios de comunicación radiofónicos son aquellos que utilizan la radio como medio principal para transmitir información, programas, música y otros contenidos a través de ondas de radio. La radio ha sido el principal medio comunicativo utilizado durante décadas, desempeñando un papel importante en la difusión de noticias, música o entretenimiento. Ahora quizá se escuchan nuevos formatos como plataformas de música o podcast, pero todos ellos provienen de las predecesoras emisiones de radio.

¿Cuáles son las **características** de los medios de comunicación radiofónicos?

- **Transmisión de audio:** Los medios de comunicación radiofónicos se centran en la transmisión de contenido principalmente auditivo. Utilizan ondas de radio para enviar señales de audio a los receptores, que pueden ser sintonizados en radios tradicionales, radios digitales o en línea.
- **Cobertura amplia:** La radio tiene la capacidad de alcanzar una amplia audiencia geográfica, ya que las ondas de radio pueden llegar a largas distancias.
- **Programación diversa:** Los medios de comunicación radiofónicos ofrecen una amplia gama de programas y contenido, al igual que la televisión. Pueden incluir programas de noticias, debates, entrevistas, programas de entretenimiento, música, programas de radio en vivo, deportes, programas educativos y más.
- **Inmediatez:** La radio es un medio de comunicación en tiempo real, lo que significa que la información se transmite instantáneamente al público.

A continuación, indicamos algunos **ejemplos** de este tipo de comunicación radiofónica:

- 1. Emisoras de radio AM/FM:** Son las emisoras que escuchamos diariamente en nuestras radios tradicionales, como Europa FM o Los 40 Principales.
- 2. Radio por Internet:** Con el avance de la tecnología, muchas emisoras de radio han ampliado su alcance a través de transmisiones en línea. Al igual que las anteriores, se pueden sintonizar desde un dispositivo conectado a internet.
- 3. Podcast:** Aunque técnicamente no se transmiten en tiempo real, los podcasts son una forma popular de medios de comunicación radiofónica. Estos son programas de audio que cubren una variedad de temas, desde noticias y educación hasta entretenimiento y conversaciones informales.

C. Medios de comunicación impresos (periódicos, revistas, folletos):

Los medios de comunicación impresos son aquellos que se presentan en formato físico y utilizan el papel como medio principal para transmitir información, noticias, análisis, entretenimiento y otros contenidos. Los medios de comunicación impresos más habituales son los periódicos, revistas y folletos.

¿Cuáles son las **características** de los medios de comunicación impresos?

- **Formato físico:** A diferencia de los medios digitales o audiovisuales e incluso radiofónicos, los medios de comunicación impresos se presentan en forma física, en papel u otros soportes tangibles. Esto permite que los lectores tengan una experiencia táctil y puedan hojear y explorar el contenido de manera más personal.
- **Durabilidad:** Los medios impresos tienen una vida útil más prolongada en comparación con los medios digitales o visuales. Los periódicos y las revistas se pueden conservar y leer en cualquier momento sin necesidad de conexión a internet o dispositivos electrónicos.
- **Profundidad y análisis:** Los medios impresos a menudo se centran en proporcionar información detallada, análisis en profundidad y contenido especializado. Los periódicos y las revistas suelen contar con periodistas y expertos en diferentes campos, lo que les permite ofrecer una cobertura más exhaustiva y reflexiva de los temas que se tratan.

A continuación, expondremos algunos **ejemplos** de estos medios de comunicación impresos:

- 1. Periódicos:** Los periódicos son medios impresos que se publican con cierta periodicidad, generalmente a diario o semanalmente. Proporcionar información actualizada sobre noticias locales, nacionales e internacionales, política, economía, deportes, entretenimiento y otros temas de interés. Algunos ejemplos conocidos son El País, ABC o La Razón.

2. Revistas: Las revistas son publicaciones periódicas que se centran en temas específicos, como moda, estilo de vida, deportes, negocios, tecnología, ciencia y temas culturales o incluso específicos como revistas científicas o jurídicas. A diferencia de los periódicos, las revistas suelen tener un enfoque más especializado y ofrecen un contenido más detallado y visualmente atractivo. Ejemplos de revistas populares son Vogue o National Geographic.

Al igual que los periódicos, las revistas pueden ser en formato digital, ya que es una manera de ser más eficientes con el medio ambiente al eliminar el papel impreso y de ser más accesible a los lectores.

3. Folletos y panfletos: Los folletos y panfletos son materiales impresos más cortos y concisos que se utilizan para transmitir información sobre eventos, productos, servicios o causas específicas. Suelen ser distribuidos en lugares públicos, ferias, conferencias o como parte de campañas de marketing. Los folletos pueden incluir descripciones, imágenes, gráficos y datos relevantes para captar la atención del lector.



Recuerda

Aunque los medios de comunicación impresos siguen vigentes, con la generalización de las nuevas tecnologías y la digitalización cada vez son más los medios que se convierten a formato digital.

D. Medios de comunicación digitales (internet).

Los medios de comunicación digitales son aquellos que utilizan tecnología digital y se presentan en formato electrónico. Estos medios se transmiten a través de dispositivos electrónicos y utilizan Internet como principal canal de distribución. Los medios de comunicación digitales han experimentado un crecimiento significativo en la era digital y ofrecen una amplia gama de contenidos interactivos.

¿Cuáles son las **características** de los medios de comunicación digital?

- **Formato electrónico:** Los medios de comunicación digital se presentan en formato electrónico, lo que permite su visualización en dispositivos electrónicos, como ordenador, teléfonos inteligentes o Smartphone, tablets o libros electrónicos.
- **Interactividad:** Una de las características distintivas de los medios de comunicación digital es su capacidad para ofrecer interactividad. Las personas usuarias pueden participar

activamente en el contenido mediante comentarios, compartir en redes sociales, votar encuestas o interactuar con elementos multimedia.

- **Multimedia:** Los medios digitales permiten la integración de diferentes formatos multimedia, como texto, imágenes, videos, audio y gráficos interactivos. Esto enriquece la experiencia del usuario y facilita la transmisión de información de manera más dinámica y atractiva.
- **Acceso global e instantáneo:** Los medios de comunicación digital se pueden acceder a nivel mundial y en tiempo real a través de Internet. Esto permite una distribución amplia y rápida de información, noticias y contenido a una audiencia global.

Algunos **ejemplos** de medios de comunicación digital son:

- 1. Sitios web:** Los sitios web son una forma común de medios de comunicación digital. Pueden incluir portales de noticias, blogs, revistas en línea, páginas de empresas y organizaciones, entre otros. Ejemplos conocidos son Wordpress, Google Sites o Wix.
- 2. Redes sociales:** Las redes sociales son plataformas en línea donde las personas usuarias pueden interactuar, compartir contenido, seguir a otras personas y participar en conversaciones. Ejemplos populares incluyen Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn y YouTube.
- 3. Aplicaciones móviles:** Las aplicaciones móviles son programas diseñados para dispositivos móviles que ofrecen contenido específico y funciones interactivas. Pueden incluir aplicaciones de noticias, redes sociales, juegos, herramientas de productividad, entre otros. Los ejemplos incluyen Facebook Messenger, Instagram, WhatsApp, Twitter y Spotify.
- 4. Podcasts:** Como herramientas digitales, su origen proviene de los programas radiofónicos pero actualizados a la era de internet. Con cualquier dispositivo con conexión a internet, podemos escuchar este tipo de programas sobre noticias, entretenimiento o cultura.

Ideas clave



- **La comunicación** es un proceso fundamental en nuestras vidas que nos permite transmitir información, ideas y emociones a una persona o a un grupo. Es un intercambio bidireccional que implica un emisor que envía un mensaje y un receptor que lo recibe e interpreta.
- **Los elementos de la comunicación** son los componentes fundamentales que intervienen en el proceso comunicativo. Estos elementos son el emisor, el receptor, el mensaje, el canal o medio de comunicación, el código utilizado y el contexto en el que tiene lugar la comunicación.
- **Los medios de comunicación** desempeñan un papel crucial en la difusión de información y la conexión entre las personas. Los medios audiovisuales, como la televisión y el cine, utilizan imágenes y sonido para transmitir mensajes. Los medios radiofónicos, como la radio, se basan en las ondas de radio para transmitir contenido auditivo. Los medios impresos, como los periódicos y las revistas, utilizan el papel como medio principal. Y los medios digitales, como Internet y las redes sociales, han revolucionado la forma en que nos comunicamos y accedemos a la información.

- **La comunicación verbal** se basa en el uso del lenguaje hablado o escrito para transmitir mensajes. Es a través de las palabras que expresamos nuestras ideas, pensamientos y emociones. La comunicación verbal incluye aspectos como el vocabulario, la gramática, la pronunciación y la entonación, que pueden variar según el idioma y la cultura.
- **La comunicación no verbal** es igualmente importante y se refiere a la transmisión de información a través de gestos, expresiones faciales, posturas corporales y otros aspectos no lingüísticos. La comunicación no verbal puede proporcionar pistas sobre las emociones, actitudes e intenciones de una persona, y puede complementar o incluso contradecir el mensaje verbal.

Glosario

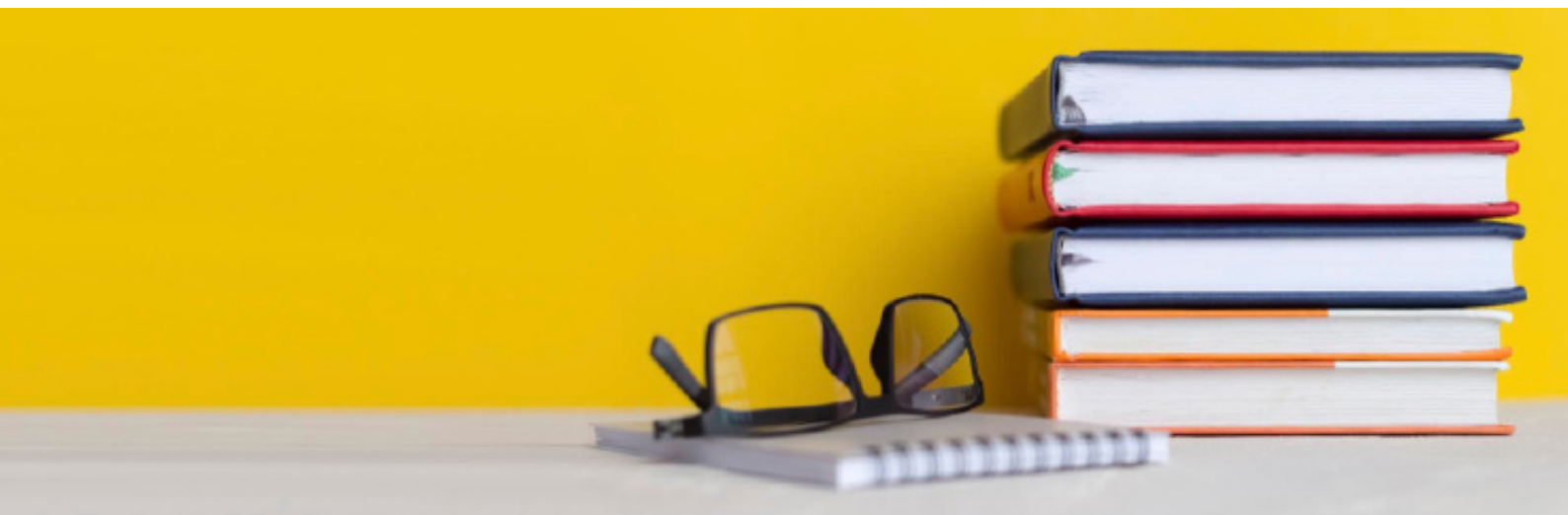


- **Feedback:** Se refiere a la retroalimentación o respuesta que se obtiene como resultado de una acción, proceso o comunicación. Es la información que se recibe para evaluar el desempeño, mejorar o corregir algo. El feedback puede ser positivo, negativo o constructivo, y ayuda a generar un ciclo de mejora continua. Por ejemplo: El feedback docente es de gran ayuda para mejorar los trabajos del alumnado.
- **Experiencia inmersiva:** Se refiere a una vivencia o situación en la que una persona se sumerge completamente en una experiencia, generalmente utilizando tecnología o entornos que estimulan varios sentidos y crean la sensación de estar presente en un ambiente diferente. Por ejemplo, la realidad virtual proporciona una experiencia inmersiva al transportar a una persona a un entorno virtual interactivo.
- **Radiofónico:** Relacionado con la radio. Se refiere a todo lo relacionado con la transmisión y recepción de información, programas, música, etc., a través de ondas de radio.
- **Lenguaje:** Es el sistema estructurado de comunicación verbal y escrito que utilizamos para expresar ideas, emociones, pensamientos y transmitir información entre individuos

o grupos. El lenguaje puede ser hablado, escrito o gestual, y se basa en la utilización de palabras, gramática, vocabulario y reglas específicas de cada idioma. El lenguaje es un elemento fundamental para la comunicación humana.

- **Redes sociales:** Son plataformas en línea que permiten a las personas que son usuarias conectarse, interactuar y compartir contenido con otras personas a través de Internet. Estas plataformas ofrecen herramientas para crear perfiles, publicar mensajes, compartir fotos y videos, y participar en conversaciones y comunidades en línea. Por ejemplo: Facebook, Twitter e Instagram son algunas de las redes sociales más populares en la actualidad.

Referencias bibliográficas



- ◇ Baena Paz, G., Montero Olivares, S. (2020). *Ciencias de la comunicación 1*. Editorial Patria Educación.
- ◇ Cáceres, M. D. (2003). *Introducción a la comunicación interpersonal*. Editorial Síntesis.
- ◇ Davis, F. (2010). *La comunicación no verbal*. Alianza editorial.
- ◇ De Castro, A. (2014). *Comunicación oral, técnicas y estrategias*. ECOE ediciones.
- ◇ Zúñiga Lacruz, A. (2014). *Comunicación oral y escrita*. EUNSA - Ediciones Universidad de Navarra S.A.

Enlaces web de interés



- 🔗 [La comunicación y el lenguaje.](#)
- 🔗 [Comunicación lingüística.](#)
- 🔗 [Comunicación verbal y no verbal ¿Qué son y en qué se diferencian?](#)
- 🔗 [Comunicación Efectiva.](#)
- 🔗 [El podcast, la radio reinventada.](#)

