



# LANGUAGE

## Chapter 1

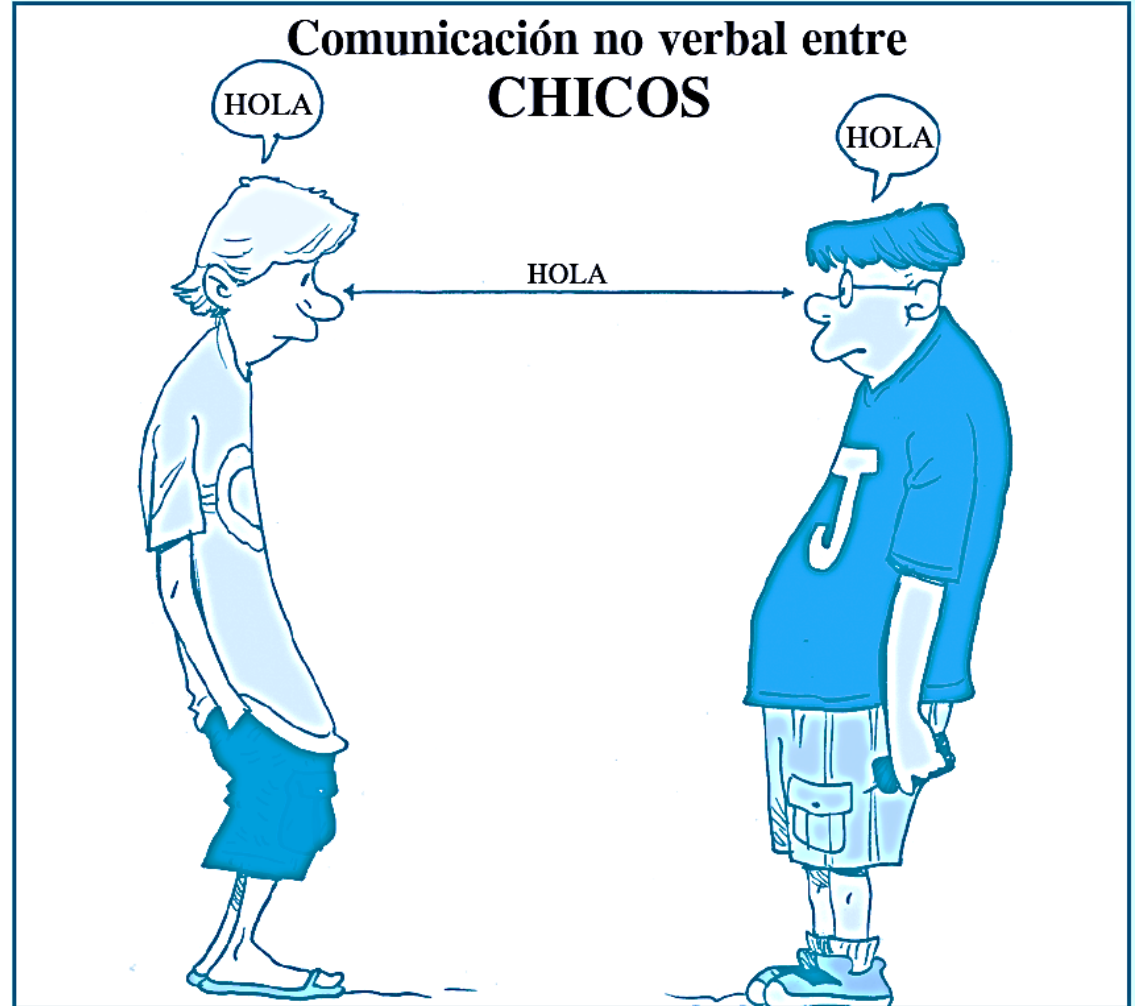
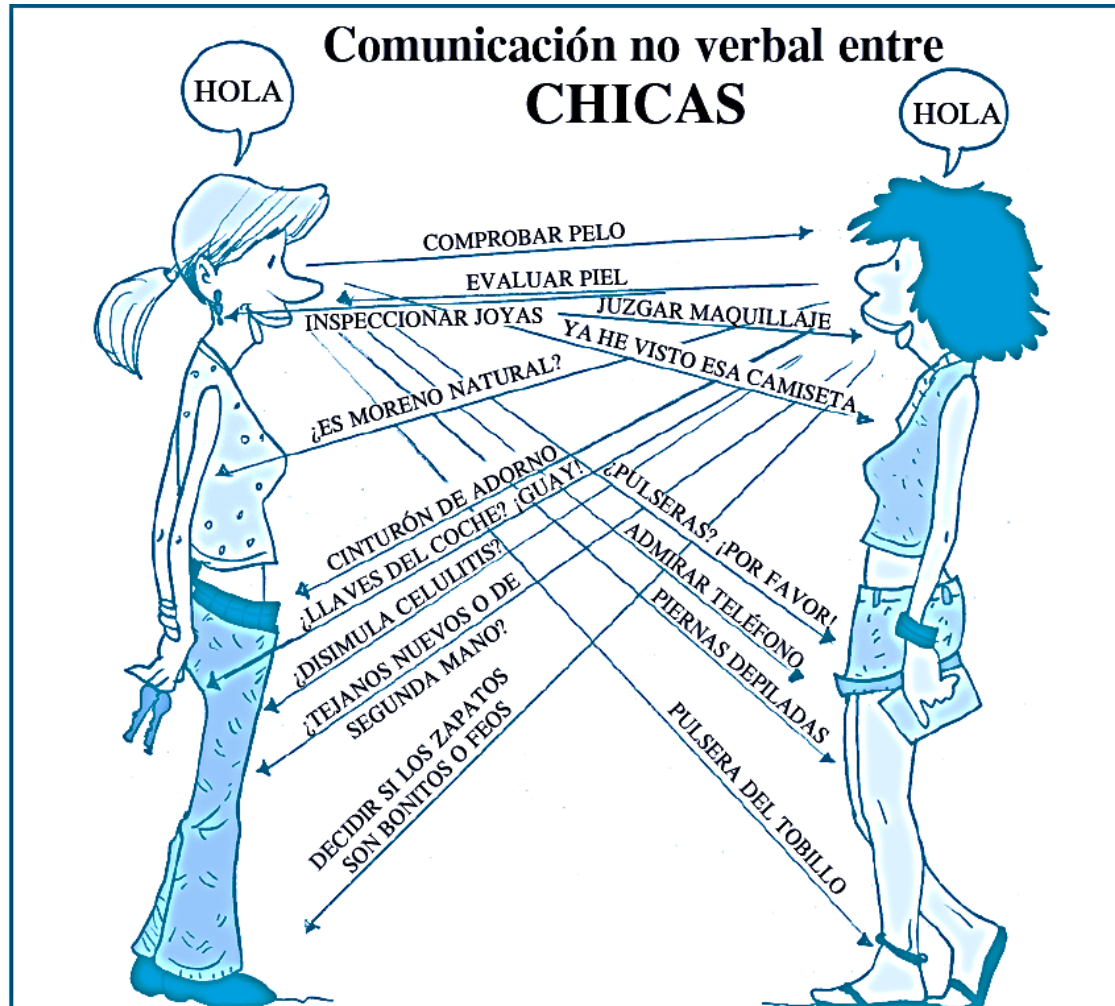
**4th**  
SECONDARY

La comunicación

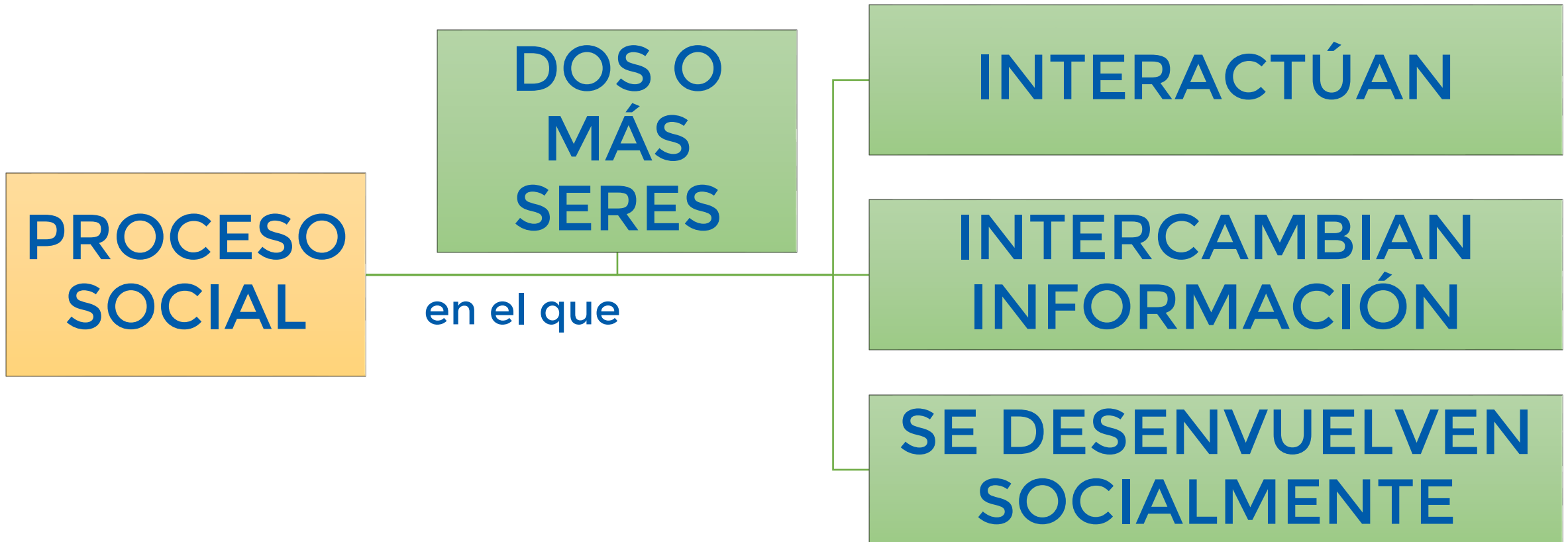


 **SACO OLIVEROS**

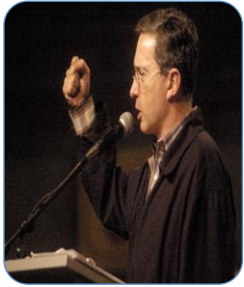
# Encuentra las diferencias



# COMUNICACIÓN



# Elementos



## Emisor

- Origen del acto comunicativo.
- Codifica (envía).



## Receptor

- Objetivo (fin) de la comunicación.
- Decodifica (recibe).



## Mensaje

- Información, contenido.
- Contiene un *referente*



## Código

- Sistema de signos.
- Debe ser conocido por los interlocutores.



## Canal

- Medio físico por el cual viaja el mensaje de emisor a receptor.

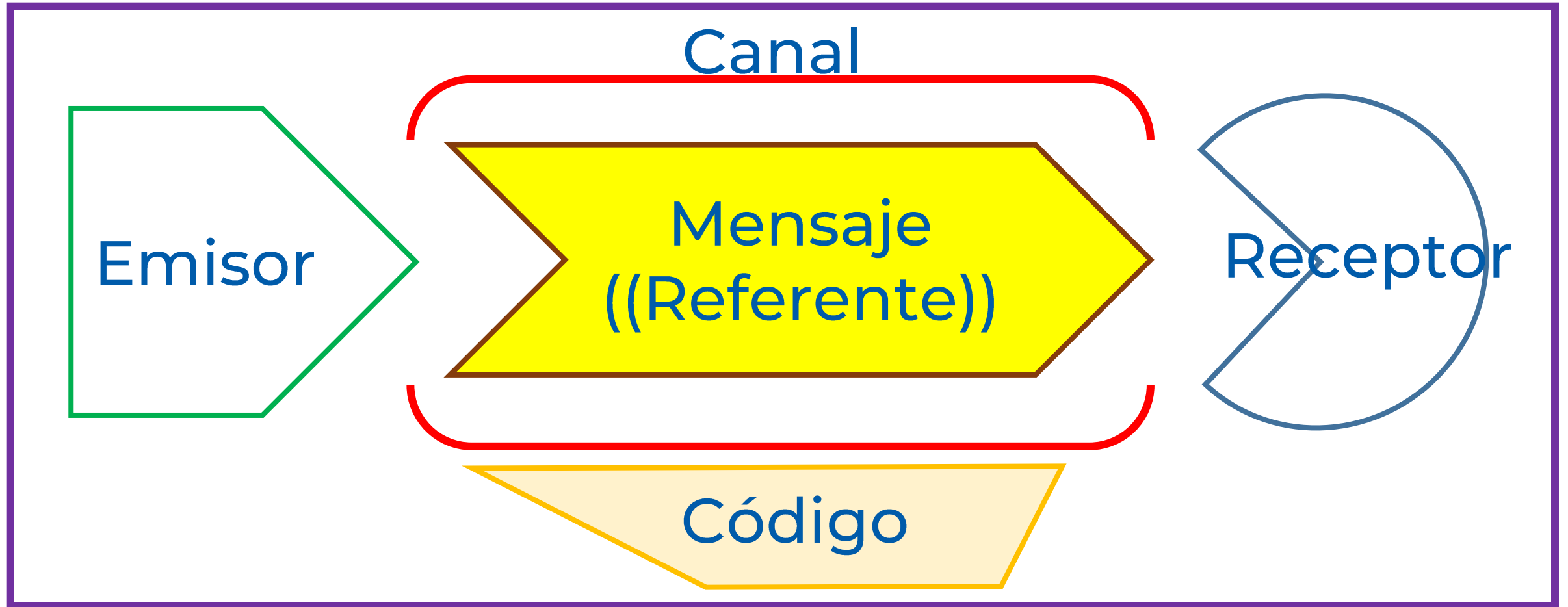


## Circunstancia

- Lugar y tiempo que comparten los interlocutores.

# ELEMENTOS

Circunstancia



# RUIDO

Perturbación

Dificulta la comunicación

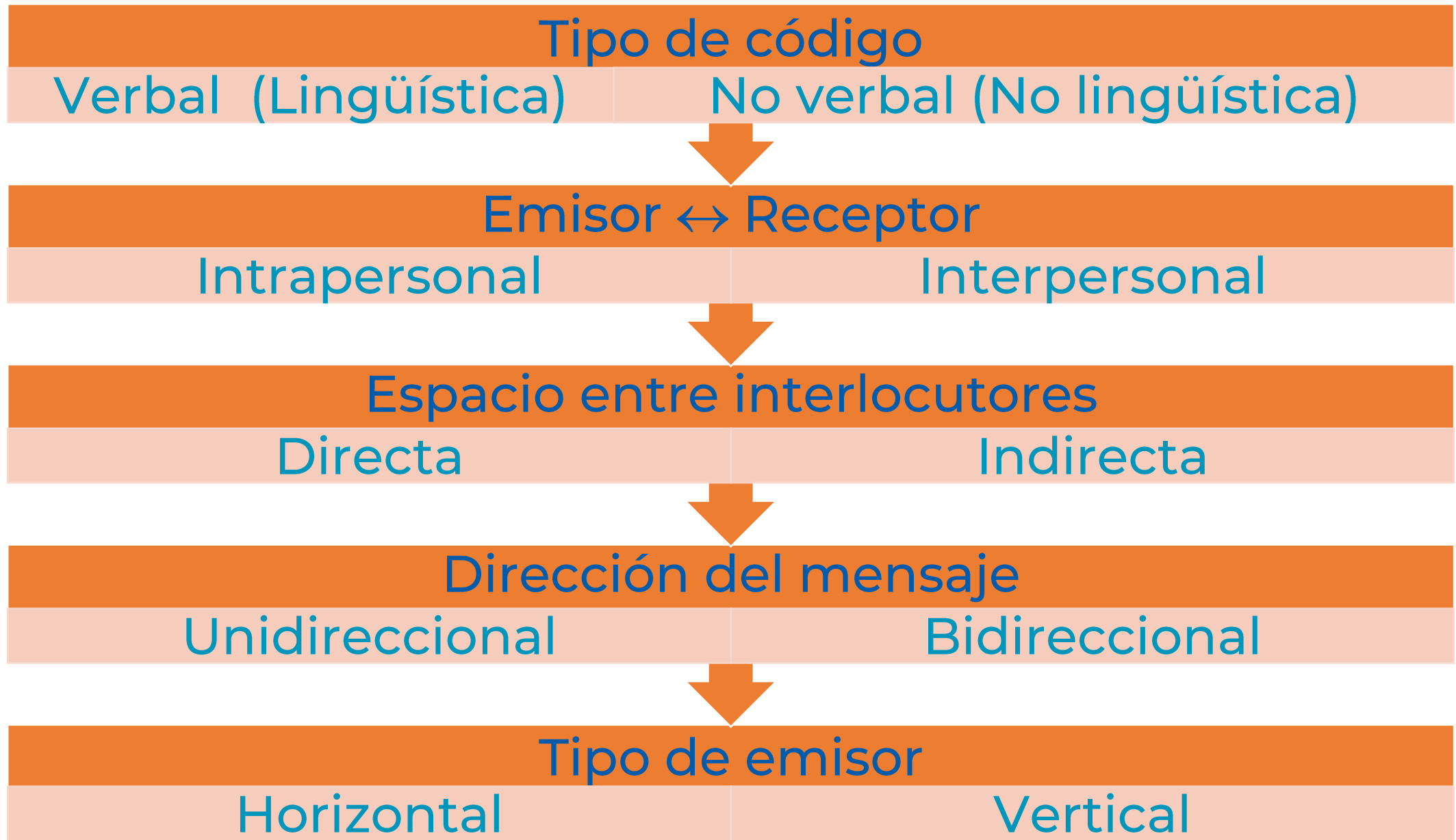
Distorsión de ruido o imagen.

Alteración del mensaje.

Sordera del oyente.



# Tipos

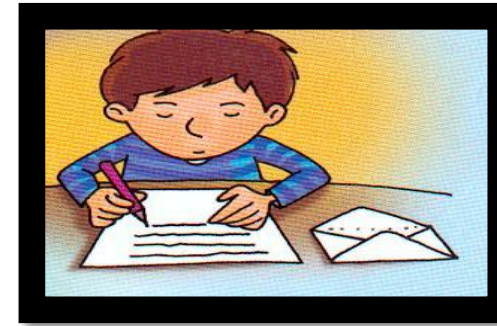
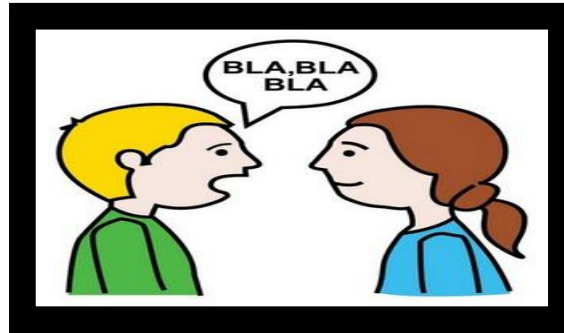




# Por el tipo de código

## Comunicación verbal

La comunicación VERBAL es aquella que utiliza como signos las PALABRAS. Puede ser oral o escrita.



## Comunicación no verbal

La comunicación NO VERBAL se realiza a través de MULTITUD DE SIGNOS de gran variedad: Imágenes sensoriales (visuales, auditivas, olfativas...), sonidos, gestos, movimientos corporales, etc.





# Por la relación emisor - receptor

Intrapersonal: Reflexión y diálogo consigo mismo.



Monólogo

Interpersonal: Entre dos individuos de manera directa o indirecta, casi siempre feed-back inmediato



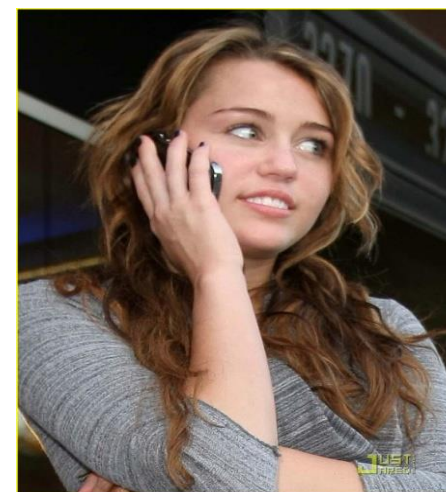
Una clase

# Por el espacio de los interlocutores

Directa: Es cuando el emisor y el receptor comparten la circunstancia o situación.



Indirecta: El emisor y receptor se ubican en espacios o tiempos diferentes.



# Por la dirección del mensaje

## Unidireccional

El receptor es un elemento pasivo que no responde al emisor.



## Bidireccional

El receptor participa activamente e intercambia mensajes.



# Por el tipo de emisor

## Vertical

Se da entre un superior y un subordinado.



## Horizontal

Se da entre dos personas de igual rango o situación.





1

Rafael le dice a Martita en inglés, “I need you” en sus clases de ICPNA

Emisor: Rafael

Mensaje: I need you

Canal: El aire

Receptor: Martita

Código: Idioma inglés

Circunstancia: Clases del ICPNA



2

A las dos de la tarde del sábado, Christian va manejando su chevytaxi por la avenida Arenales y se detiene en el cruce con el jirón Risso, porque el semáforo está en rojo.

Emisor: Las autoridades

Receptor: Christian

Mensaje: Alto

Código: Colores del semáforo

Canal: Luz

Circunstancia: \_\_\_\_\_

Referente: 2 p. m. del sábado, Av. Arenales con Risso  
Norma de tránsito

3

Fiorella lee en una cabina de Internet un *blog* de su amiga Jimena.

Emisor: Jimena Receptor: Fiorella

Código: Idioma español Canal: Internet

Mensaje: Contenido del blog Circunstancia: Cabina de Internet

4

En su casa, Fiorella observa el video que Abigail subió a YouTube.

Emisor: Abigail Receptor: Fiorella

Código: Español y multimedia Canal: Internet

Mensaje: Contenido del video Circunstancia: Casa de Fiorella



5

Determine la clase de  
comunicación tomando en cuenta  
los cinco casos

## TIPOS DE COMUNICACIÓN

Tipo de código	
Espacio	
Dirección del mensaje	
Tipo de emisor	
Emisor ↔ Receptor	



6

Señale el canal y código usado en la comunicación.



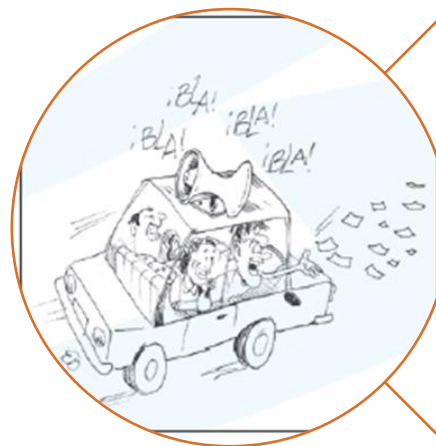
Código:

Canal:



Código:

Canal:



Código:

Canal:

7

## ¿Qué intenta transmitir la imagen?

Las redes sociales... son parte de nuestra vida



- A) Hacer un chiste donde los conejos usan Facebook.
- B) Mostrar que el Facebook es una red social que usamos día a día.
- C) Explicar que las redes sociales han cambiado las formas de comunicación.
- D) Razonar sobre el uso diario de las nuevas tecnologías en nuestras vidas.

8

En la sociedad actual, el entorno digital ha revolucionado las nuevas formas de relaciones y comunicación entre las empresas y las personas. Por lo que se configura un escenario vital, dinámico y con presencia de millones de ciudadanos, en el que la reputación online se ha transformado de una necesidad a un requisito imprescindible para cualquier acción de carácter emprendedor, profesional e institucional. Por ello, las empresas y las personas no pueden obviar este escenario donde se comunican, expresan, promocionan, compran, venden, aprenden, enseñan, buscan, informan, sienten y viven; en este mundo globalizado.

*¿Por qué las personas y las empresas no pueden obviar el marco del entorno digital?*

- A) Las redes sociales permiten generar más ingresos económicos.
- B) La reputación online se ha vuelto un requisito imprescindible para ellas.**
- C) Las personas y las empresas se conectan más rápido en su día a día.
- D) Las nuevas formas de comunicarse se han vuelto una obligación para ellas.

