



INSTITUTO TECNOLÓGICO
SUPERIOR JAPÓN

GUÍA
METODOLÓGICA
DE

COMUNICACIÓN ORAL Y ESCRITA

COMPILADO POR:

MAGÍSTER MARÍA ZAMBRANO R.

PARVULARIA 2019

AMOR AL CONOCIMIENTO



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN
GUÍA DE APRENDIZAJE

GUÍA DE APRENDIZAJE



COMUNICACIÓN
ORAL Y ESCRITA

MSc. María Zambrano

2019 -2020

www.istj.com.co

Nombre de la Asignatura:

COMUNICACIÓN ORAL Y ESCRITA. Aprendizaje



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPON

GUIA DE APRENDIZAJE

Componentes del

La comunicación oral se produce por el canal auditivo y es la forma de expresión más común del ser humano, sin embargo, la comunicación escrita se realiza a través del canal visual, y transmite mediante la lectura una información más precisa que la que se produce oralmente.

En una cadena hablada el receptor percibe los sonidos en palabras y oraciones, en muchas ocasiones sabe cuándo empieza la conversación, pero no cuándo termina. En cambio, en un texto escrito el receptor percibe el texto en su totalidad y esto le permite calcular el tiempo de su lectura.

En la comunicación oral la conversación es espontánea, el emisor no tiene tiempo para pensar lo que está diciendo, y una vez dicha no puede borrarla, ya que elabora y emite el mensaje de forma simultánea.

En la comunicación escrita, el emisor tiene tiempo de sobra



Resultado del Aprendizaje:

COMPETENCIAS Y OBJETIVOS

Interpreta mensajes visuales, verbales y escritos de la vida cotidiana y académica comparando sus propiedades comunicativas para identificar intencionalidades, entornos de producción y recepción, estrategias discursivas y visión del mundo. Elabora fichas de resumen, comentarios orales y escritos breves aplicando las estrategias de lectura crítica y la investigación para comprender los mensajes como productos de un momento histórico, político y social, de usos discursivos que responden a convenciones culturales y de un entorno de recepción complejo y diverso.

Planifica una presentación oral desarrollando la técnica del debate o la conferencia y usando las tecnologías de la información y comunicación para mostrar sus potencialidades verbales y para verbales en la transmisión de mensajes en contextos diversos.

Docente de Implementación:

MSc. María Magdalena Zambrano Rodríguez	Duración: 30 horas
--	---------------------------

Unidades	Competencia	Resultados de Aprendizaje	de Actividades	Tiempo de Ejecución
-----------------	--------------------	----------------------------------	-----------------------	----------------------------



Conociendo nuestras capacidades orales	Distinguirán los componentes del proceso de comunicación.	Lectura del tema: ¿Qué es comunicación
1.1. El lenguaje como comunicación	-Analizarán el rol que juega el proceso de comunicación.	Oral y Escrita? El analiza tiempos - Verbales, no
1.1.1. Verbales, no verbales y para verbales	Compararán las diferencias entre comunicación oral y	verbales y para verbales. Las funciones del
1.1.2. Elementos kinésicos (expresión corporal) y proxémicos (relación espacial): cuerpo y espacio en contextos diversos	escrita -Analizarán textos Utilizarán el proceso de planeación para la elaboración de discursos orales y escritos.	lenguaje y los distintos tipos de discursos y textos. Exposiciones orales sobre los temas de investigación individuales asignados a los
1.2. La gestualidad y las micro-expresiones	documentación. Generarán e identificarán ideas. -Jerarquizarán	señores estudiantes. Foro de discusión
1.3. Comunicación oral	las ideas. -Crearán textos adecuados, coherentes y	sobre el tema.
1.3.1. Técnicas de control de la ansiedad	cohesionados. -Construirán textos organizados con párrafos	
1.3.2. La escucha activa	y signos de puntuación. -Proyectarán desempeños	



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN
GUIA DE APRENDIZAJE

UNIDAD 2	2. En un mundo de imágenes 2.1. Las imágenes y símbolos como recurso comunicativo 2.1.1. La imagen como escritura 2.1.2. Las imágenes y símbolos en la vida cotidiana 2.1.3. Las imágenes como recursos didácticos en la academia.	Funciones de la imagen. Función representativa. Función simbólica. Función semántica. Función epistémica. Función estética.	Investigación de los diferentes temas para complementa lo expuesto mediante la conferencia magistral y el material entregado conforme se menciona en la bibliografía. Exposiciones orales sobre los temas de investigación individuales asignados a los señores estudiantes. Foro de discusión sobre el tema. Trabajos en plataformas	
-----------------	--	--	--	--



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN
GUIA DE APRENDIZAJE

UNIDAD 4	3. Las prácticas de lectura académica 3.1. Leer críticamente 3.2. ¿Cómo sistematizamos información cuando leemos? 3.2.1. Identificación de ideas 3.2.2. Esquemas gráficos 3.3. Análisis del texto (artículo académico y otros textos) 3.3.1. Explorar el mundo del autor 3.3.2. Analizar el género discursivo 3.3.3. Predecir interpretaciones 3.3.4. Halla las palabras disfrazadas	Tipos de lectura: – Lectura oral. La lectura oral se da cuando la persona que lee lo hace en voz alta. – Lectura silenciosa. – Lectura superficial. – Lectura selectiva. – Lectura comprensiva. – Lectura reflexiva y crítica. ... – Lectura recreativa.	Exposiciones orales sobre los temas de investigación asignados a los señores estudiantes. Foro de discusión abierto. Lectura e investigación de los temas, para complementar lo expuesto	
-----------------	---	--	--	--



<p>4. En el escenario</p> <p>4.1. ¿Cómo hacer una presentación oral?</p> <p>4.2. Las técnicas de expresión oral</p> <p>4.2.1. La discusión y el debate</p> <p>4.2.2. La conferencia</p> <p>4.3. La planificación</p> <p>4.3.1. Elaboración del plan</p> <p>4.3.2. Sistematización de información</p> <p>4.3.3. Organización de la presentación: recursos múltiples y ensayos preliminares</p> <p>4.3.4. Presentación final</p>	<p>INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUÍA DE APRENDIZAJE</p> <p>1. Conoce a tu público</p> <p>2. Considérate uno más en la audiencia.</p> <p>3. Ensayá.</p> <p>4. Utiliza diapositivas.</p> <p>5. Pon en práctica la regla de 10-20-30, presentación electrónica para dinamizar la exposición, no debe tener más de 10 diapositivas, 20 minutos de duración, ni menos de 30 puntos en el tamaño de letra empleado.</p> <p>6. Comienza con una historia.</p> <p>7. Mantén contacto visual.</p> <p>8. Memoriza.</p> <p>9. Repite el mensaje central.</p> <p>10. Interactúa con tu público.</p>	<p>Exposiciones orales de los temas individuales asignados a cada uno de los señores estudiantes.</p> <p>Foro de discusión-Exposición practica utilizando los recursos técnicos para hablar en público y la estructura de párrafos, ensayos y textos académicos.</p>
--	--	--



5. Aplicación de la

comunicación en

la negociación

5.1. Desarrollar

habilidades de la

comunicación en

grupos y equipos

5.1.1. Panel

5.1.2. Mesa

Redonda

5.1.3. Simposio

5.1.4. Conferencia

5.1.5. Discurso

5.1.6. Foro.

5.1.7. Philips

El contexto de la

comunicación puede ser:

GUÍA DE APRENDIZAJE

-Físico: el lugar, las

condiciones ambientales,

la hora, la distancia entre

las partes.

Social: sujeto a la

naturaleza de la relación

entre las partes,

familiares, amistades,

laborales, socios,

extraños.

-Histórico: son los

antecedentes de los

interlocutores, los cuales

influyen en el

entendimiento entre los

mismos.

1. **Psicológico:** son

los estados de

ánimo, los

sentimientos de las

partes en el

momento en que

se lleva a cabo la

interacción.

2. **Cultural:** son las



1. IDENTIFICACIÓN DE

2. CONOCIMIENTOS PREVIOS Y RELACIONAD

Co-requisitos

3. UNIDADES TEÓRICAS

• Desarrollo de las Unidades de Aprendizaje (contenidos)

A. Base Teórica.

La **comunicación** (del latín *comunicativo*, *-ōnis*.) es la acción consciente de intercambiar información entre dos o más participantes con el fin de transmitir o recibir información u opiniones distintas. Los pasos básicos de la comunicación son la formación de una intención de comunicar, la composición del mensaje, la codificación del mensaje, la transmisión de la señal, la recepción de la señal, la decodificación del mensaje y finalmente, la interpretación del mensaje por parte de un receptor.



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

La comunicación en general toma lugar entre tres categorías de sujetos principales: los seres humanos (lenguaje), los organismos vivos (biosemiótica) y los dispositivos de comunicación habilitados (cibernética).

En un sentido general, la comunicación es la unión, el contacto con otros seres, y se puede definir como el proceso mediante el cual se transmite una información de un punto a otro.

Su propósito u objetivo se puede denominar bajo la acción de informar, generar acciones, crear un entendimiento o transmitir cierta idea.

Formas de comunicación más importantes

Como proceso poético, es la disposición funcional para las relaciones en los eventos fenoménicos. Ejemplo: La idea y el ideal disponen funcionalmente una relación adjetivada. Este estadio funcional dispone comunicación a estos eventos fenoménicos.

Dependiendo de las clases de signos que se emplee, se diferencia la comunicación no verbal y la comunicación verbal.²

En muchas ocasiones los signos verbales y los signos no verbales se combinan en un mensaje, dando lugar a formas mixtas de comunicación. Un ejemplo sería un anuncio publicitario, el cine o un cómic.

Si se atiende a la relación que se establece entre emisor y receptor, se diferencia una comunicación unilateral y otra comunicación bilateral.



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

La comunicación unilateral se produce cuando el receptor no se convierte en emisor. Sucede en las señales de tráfico. La comunicación bilateral se produce cuando el receptor se puede convertir a su vez en emisor. Sucede en una conversación.

Comunicación no verbal

La comunicación no verbal ayuda a que personas de idiomas diferentes puedan alcanzar un grado de comprensión

La comunicación no verbal consiste en transmitir significados en la forma de mensajes no verbales. Se utiliza signos no lingüísticos. Ejemplos de comunicación no verbal incluyen los gestos, las expresiones faciales, la expresión corporal, el contacto visual, la manera de vestir, la háptica (comunicación por medio del tacto), la cronémica (significado del tiempo en la comunicación) y la kinésica (lenguaje corporal), entre otros. La misma comunicación oral contiene elementos no verbales como la paralingüística (elementos no verbales que acompañan a la lingüística, por ejemplo, tonos de sorpresa, interés, desinterés, miedo, cansancio, insinuaciones, etc.) Según estudios, el 55 % de la comunicación humana se da por medio de expresiones faciales no verbales y un 38 % por medio del paralenguaje.³ Esto incluye la misma comunicación escrita en la cual es posible determinar sentidos en el estilo de escritura, la distribución de espacios entre palabras y el uso de emoticonos para transmitir emociones. En este sentido, para transmitir un mensaje se emplean colores, como la marca azul y roja de los grifos, sonidos, como la sirena de una ambulancia, y gestos, como el guiño de un ojo.

Algunos de los propósitos de la comunicación no verbal incluyen la complementación e ilustración del mensaje para *reforzar o enfatizarlo, reemplazar o sustituir, controlar o regular* e incluso *contradecir*. Esto le da una gran importancia a la comunicación no verbal porque



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

contribuye a reforzar las ideas y propósitos del emisor y ayuda al receptor a una mejor decodificación del mensaje que recibe.

Comunicación verbal

Artículo principal: *Comunicación verbal*

El desarrollo de la voz humana y el cerebro posibilitaron el lenguaje.

La comunicación verbal o comunicación lingüística es aquella que utiliza las palabras como signos. No puede ser aislada de una serie de factores para que sea efectiva, lo que incluye la comunicación no verbal, las habilidades de escucha y la clarificación. El lenguaje humano puede ser definido como un sistema de símbolos o signos lingüísticos, conocidos como lexemas y reglas gramaticales en los cuales los símbolos son manipulados. La palabra "lenguaje" se refiere además a las propiedades comunes del mismo. Con estos signos se representan los objetos y hechos de la realidad, y uniéndolos mediante las reglas de la gramática se construyen mensajes complejos, es decir, las oraciones, con las cuales se representan pensamientos. En el caso de que dos personas hablen el mismo idioma, reconocerán los signos que cada uno pronuncia, y su significado, de tal manera que evocará en la mente un pensamiento o una idea que es la que se querrá transmitir.

El aprendizaje de éste ocurre normalmente y de manera intensa durante los años de la niñez humana. La mayoría de los idiomas en el mundo utilizan sonidos y gestos como símbolos que posibilitan la **comunicación** con otros lenguajes, los que tienden a compartir ciertas propiedades, aunque existen excepciones. No existe una línea definida entre un lenguaje o idioma y un dialecto. Lenguas construidas como el esperanto, el lenguaje de programación y varios formalismos matemáticos, no están necesariamente restringidos por las propiedades compartidas por el lenguaje humano.



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

Fundamentalmente la comunicación verbal es oral, utilizando palabras pronunciadas con la voz. También puede ser escrita. En la escritura se transforman los sonidos en letras, y las palabras pronunciadas en palabras gráficas.

Comunicación escrita

Artículo principal: *Comunicación escrita*

La invención de la escritura marcó el inicio de la historia de la humanidad. En la imagen, el llamado papiro de Artemidoro, que contiene el primer mapa de la península ibérica.⁴ Es un rollo de tres metros de largo escrito en el siglo I antes de Cristo, tal vez en Alejandría.

La comunicación escrita, a diferencia de la verbal, tiene otra manera de interacción entre emisor y receptor, produciéndose en el tiempo o incluso nunca, aunque lo escrito puede perdurar. A través de la historia, este tipo de comunicación se ha desarrollado gracias al impacto de las tecnologías y de la ciencia. Estos procesos de desarrollo se dividen en tres etapas: Los pictogramas como las formas más primitivas de escritura humana; el desarrollo de alfabetos en diferentes lenguas escritos sobre soportes físicos como la piedra, la cera, la arcilla, el papiro y, finalmente, el papel; y por último la información transmitida a través de medios electrónicos.

La comunicación escrita requiere la habilidad interpersonal de *procesar, escuchar, observar, hablar, cuestionar, analizar, gestar y evaluar* en tal manera que se posibilite la colaboración y la cooperación. Los malentendidos pueden anticiparse y resolverse a través de formularios, preguntas y respuestas, parafraseo, ejemplos e historias.



Teoría de la información

Modelo de comunicación de Claude Elwood Shannon y Warren Weaver (1949), representa la fuente de la información, el codificador que envía el mensaje a través del medio de comunicación o canal de comunicación, el cual podría ser interrumpido o distorsionado por el *ruido* (representado en el rayo que cae) y que llega a un decodificador y de este al receptor el cual podría emitir a su vez una respuesta.

El concepto de comunicación en el contexto de la Teoría de la Información es empleado en un sentido muy amplio en el que "quedan incluidos todos los procedimientos mediante los cuales una mente puede influir en otra". De esta manera, se consideran todas las formas que el hombre utiliza para transmitir sus ideas: la palabra hablada, escrita o transmitida (teléfono, radio, telégrafo, etc.), los gestos, la música, las imágenes, los movimientos, etc. En el proceso de comunicación es posible distinguir por lo menos tres niveles de análisis diferentes: el técnico, el semántico y el pragmático. En el nivel técnico se analizan aquellos problemas que surgen en torno a la fidelidad con que la información puede ser transmitida desde el emisor hasta el receptor. En el semántico se estudia todo aquello que se refiera al significado del mensaje y su interpretación. Por último, en el nivel pragmático se analizan los efectos conductuales de la comunicación, la influencia o efectividad del mensaje en tanto da lugar a una conducta. Es importante destacar que la Teoría de la Información se desarrolla como una respuesta a los problemas técnicos del proceso de comunicación, aun cuando sus principios puedan aplicarse en otros contextos.

En muchos casos la comunicación suele confundirse con la *teoría de la información*, la cual corresponde a la teoría matemática de Claude E. Shannon que estudia la información (canales,



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

comprensión de datos, criptografía y todo lo que se le relaciona) como magnitud física. Ésta emplea una unidad de medida de la información a la que denomina el "BIT", es decir, la menor unidad que puede aprenderse. Esta unidad de medida de la información se sustenta en la alternativa **sí** o **no** en cada determinación que pueda dar elementos para el conocimiento de los objetos. Así, por ejemplo, la sexualidad de un sujeto puede darse por un BIT, simplemente, *macho* o *hembra*. Para fijar la posición de una pieza de ajedrez sobre un tablero de 64 casillas se necesitarán al menos 6 BITS o 6 preguntas binarias.

Si bien la teoría de la información es fundamental al estudio de la comunicación y la comprensión de sus procesos, dicha teoría no responde a las preocupaciones de la comunicación humana misma como son los siguientes, entre muchos otros de carácter social:

- Relaciones sociales entre individuos o grupos dentro de una problemática social.
- Relación entre la comunicación mediática y el poder político.
- Carácter semiológico de la comunicación.
- Carácter lingüístico de la comunicación.
- Relación con otras ciencias sociales.

Teoría de la comunicación

Esquema en un estudio de televisión, 180 grados, nos señala que la realidad es vista por los medios de comunicación desde diferentes puntos de vista, por lo general escogidos por el emisor.

La teoría de la comunicación es un campo de la teoría de la información que estudia los procesos de la información⁶ y la comunicación humana.⁷



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

Las escuelas más conocidas de la teoría de la comunicación son las siguientes:

- **Mecanicismo:** Entiende la comunicación como un *perfecto transmisor mecánico de un mensaje* desde un *emisor* hasta un *receptor*.
- **Psicológico:** Considera a la comunicación como el acto de enviar un mensaje a un *perceptor* (llamado así porque considera al *receptor* como sujeto de la comunicación) y en el cual las sensaciones y las ideas de ambas partes influyen considerablemente en el contenido del mensaje.
- **Construccionismo social:** Este punto de vista, también llamado "interaccionismo simbólico", considera a la comunicación como el producto de significados creativos e interrelaciones compartidas.
- **Sistemática:** Considera a la comunicación como un mensaje que pasa por un largo y complejo proceso de transformaciones e interpretaciones desde que ocurre hasta que llega a los perceptores.

Dichas teorías se estudian además desde las siguientes perspectivas:

- **Ontología:** Pone la pregunta sobre el *qué se comunica*.
- **Epistemología:** Pone la pregunta sobre el *cómo se comunica*.

Elementos básicos de la comunicación

Los siguientes son los elementos básicos de la comunicación:

- **Código:** Es un conjunto de signos que se combinan siguiendo unas reglas (semántica) y que permiten su interpretación (decodificación), por el cual el emisor elabora el mensaje.



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

El receptor también ha de conocer el código para interpretar el mensaje. Para que se pueda producir la comunicación entre dos personas de distinta lengua se hace uso del extranjerismo.

- **Canal:** El medio físico a través del cual se transmite el mensaje desde el emisor hasta el receptor.
- **Emisor:** Es la persona que tiene la intención y se encarga de transmitir una información (mensaje), para lo que necesita elaborarla y enviarla al receptor. Esta persona elige y selecciona los signos que le convienen, es decir, realiza un proceso de codificación; codifica el mensaje.
- **Receptor:** La persona a quien va dirigido el mensaje y quien recibe el mensaje y lo interpreta. Realiza un proceso inverso al del emisor, ya que descifra e interpreta los signos elegidos por el emisor, es decir, descodifica el mensaje.
- **Mensaje:** En el sentido más general, es el objeto de la comunicación. Está definido como la información o secuencia de signos que el emisor elabora y envía al receptor a través de un canal de comunicación o medio de comunicación determinado.
- **Situación, situación comunicativa o contexto:** En el sentido más general, es el espacio donde se desarrolla el acto o situación comunicativo. Es el conjunto de circunstancias que afectan tanto al emisor como al receptor, y además condicionan la interpretación del mensaje. Tanto emisor como receptor deben ser conscientes de las circunstancias de ese acto comunicativo, que en una conversación se da por sabido, para que sea eficaz la comunicación.



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

- **Marco de referencia:** Es el entorno que enmarca la situación.

Los siguientes son los elementos básicos mecánicos de la comunicación:

- **Fuente o Emisor (Remitente):** Dispositivo que genera los datos a transmitir, por ejemplo, teléfonos o computadores personales.
- **Transmisor:** Transforma y codifica la información, generando señales electromagnéticas que pueden ser enviadas a través de algún sistema de transmisión. Por ejemplo, una antena.
- **Sistema de transmisión:** Puede ser desde una sencilla línea de transmisión hasta una compleja red que conecte a la fuente con el destino.
- **Receptor:** Es la persona que recibe, acepta e interpreta la señal (mensaje) proveniente del emisor, y la transforma de tal manera que pueda ser manejada por el destino. Por ejemplo, una radio o un televisor.
- **Destino, destinatario o destinación:** Toma los datos del receptor, por ejemplo, la audiencia.

Funciones de la comunicación

«Este es el enemigo», 1941, propaganda estadounidense destinada a promover el rechazo contra el nazismo.

La comunicación puede tener funciones como informar, persuadir, regular y motivar, entre muchas otras. Las funciones más básicas son cuatro:



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

- **Informativa:** Tiene que ver con la transmisión y recepción de la información. A través de ella el receptor accede al caudal de la experiencia social e histórica.
- **Formativa:** La formación de hábitos, habilidad intelectual y convicciones. En esta función el emisor influye en el estado mental interno del receptor aportando nueva información.
- **Persuasiva:** El emisor pretende modificar la conducta u opinión del receptor de manera que coopere en determinado propósito. O bien que cree en su mente una percepción sobre una organización, empresa, servicio o producto.⁸ Se denomina Comunicación de Marketing y se aplica a todos los ámbitos sociales on y off-line, tales como el político, el social, el medioambiental, el comercial, etc.⁸
- **Entretener:** El emisor crea contenidos que el receptor disfruta.

Otras Funciones de la comunicación dentro de un grupo o equipo:

- **Reguladora:** El emisor pretende regular la conducta del receptor, por ejemplo, en una norma social determinada.
- **Control:** El emisor pretende controlar el comportamiento del receptor, por ejemplo, estableciendo un sistema de premios y sanciones sociales.
- **Motivación:** El emisor pretende motivar al receptor en la realización de determinados actos, por ejemplo, el jefe dentro de una empresa.
- **Expresión emocional:** La comunicación se presenta como el medio para expresar ideas, emociones, por ejemplo, los empleados pueden comunicar lo que piensan de su empresa.



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

- **Cooperación:** La comunicación se constituye como una ayuda importante en la solución de problemas.

Para comunicar algo sobre los objetos de la realidad, se usarán signos que representan a esos objetos. Las palabras, por ello, es el "nombre de las cosas".

Un signo es cualquier cosa que percibimos por los sentidos y evoca otro objeto o hecho diferente con el que mantiene una relación. Según la relación que se establece, existen tres tipos de signos.

- **Indicios:** Basados en la relación causa-efecto entre dos hechos. Los indicios transmiten una información que hasta ese momento no se conocía.
- **Iconos:** Basados en la relación de semejanza entre dos hechos.
- **Símbolos:** Signos convencionales que mantienen una relación arbitraria con el hecho representado.

EL filósofo y escritor Umberto Eco, en su obra *Il segno (Signo)*, realiza una descripción de lo que es un signo:

Estos signos no son fenómenos naturales; los fenómenos no dicen nada por sí mismos. Los fenómenos naturales «hablan» a Sigma, en la medida en que toda una tradición campesina le ha enseñado a leerlos. Así pues, Sigma vive en un mundo de signos, no porque vivía en la naturaleza, sino porque, incluso cuando está solo, vive en la sociedad; aquella sociedad rural que no se habría constituido y no habría podido sobrevivir si no hubiera elaborado sus códigos propios, sus propios sistemas de interpretación de los datos naturales (y que por ea razón se convertían en datos culturales).



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN
GUIA DE APRENDIZAJE

Umberto Eco, *Il segno*, 1973.

También Jonathan Swift, autor de *Los viajes de Gulliver*, hace mención del signo lingüístico:

Después fuimos a la Escuela de Idiomas, donde tres profesores estaban deliberando para mejorar la [lengua] de su país. [Uno de los sistemas que proyectaban] era un sistema para abolir por completo todas las palabras y se encarecía como una gran ventaja en punto a salud y brevedad. Pues es manifiesto que cada palabra que pronunciamos es en cierto modo una disminución de nuestros pulmones por corrosión, y por lo tanto contribuye a acortarnos la vida. Se ofreció, en consecuencia, una solución: que como las palabras son solo nombres de las cosas, sería más conveniente para todos lo hombres llevar consigo las cosas que fueron necesarias para expresar el particular negocio que tuvieran que tratar [...] Vi con frecuencia a dos de aquellos sabios desfallecer casi bajo el peso de sus fardos, como los buhoneros entre nosotros; y cuando se encontraban en las calles, dejaban las cargas en el suelo, abrían sus sacos y conversaban una hora; después recogían sus enseres, se ayudaban mutuamente a echárselos auestas y se despedían

Jonathan Swift, *Los viajes de Gulliver*, 1726.

Escuelas

La comunicación, como toda ciencia, disciplina o área del conocimiento, puede ser estudiada desde diferentes escuelas, las cuales se agrupan por razones didácticas o rasgos comunes. Aunque pueden identificarse muchas escuelas para el estudio de la comunicación, es posible determinar tres en especial: europea, estadounidense y latinoamericana.



Escuela europea

Max Horkheimer (en primer plano a la izquierda), Theodor Adorno (en primer plano a la derecha) y Jürgen Habermas (en el trasfondo, a la derecha), Heidelberg (1964) de la Escuela de Fráncfort.

La escuela europea se centra esencialmente en la Alemania pre-nazi y se destacan las siguientes corrientes del pensamiento en torno a la materia de la comunicación:

- **Escuelas marxistas:** La teoría de la comunicación vista desde el marxismo tiene diferentes percepciones:
 - **Teoría de la sociedad de masas:** La comunicación es manipulada por quienes tienen poder político y económico y, por lo tanto, el mensaje está al servicio de dichos poderes. Los medios masivos son instrumentos de dichos poderes que crean un mundo irreal, manipulado, carente de autenticidad y de creatividad.
 - **Ideología alemana:** Según Marx, las ideas que dominan en una sociedad son aquellas de la clase en el poder y por lo tanto, los medios masivos son instrumentos de la élite.
 - **Escuela de Frankfurt:** Marcuse y otros teóricos de la comunicación que huyeron hacia Estados Unidos durante la II Guerra Mundial, desarrollaron el pensamiento de la **cultura de masas**, en el cual dicen que el capitalismo desarrolló una poderosa maquinaria de manipulación de la comunicación y la cultura para garantizar el poder de la clase dominante en todo el mundo.



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

- **Escuela de Birmingham:** Stuart Hall se basa en el humanismo y, aunque no se considera marxista, piensa que la estructura de clases es vital para comprender la teoría de la comunicación. Le da puesto de honor a las manifestaciones culturales, especialmente a las que vienen de los sectores masivos y que son claves para comprender las reacciones de los procesos de comunicación.
- **La psicología social:** Kurt Lewin desde la Universidad de Berlín desarrolló la teoría del *comportamiento del individuo* influido por su medio social. Lewin tuvo que huir de Alemania durante la era nazi y se radicó definitivamente en Estados Unidos en donde fue presidente de la sociedad de estudios de psicología social de la Universidad de Iowa y posteriormente creó el centro de investigación para la dinámica de grupos en el Instituto Tecnológico de Massachusetts.
- **Escuela católica:** El aporte de la Iglesia católica a la teoría de la comunicación se da especialmente a partir de la celebración del Concilio Vaticano II con la proclamación del "*Decreto sobre los instrumentos de la comunicación social*" (*Inter mirifica*) desde una perspectiva humanista y con una preocupación total por la relación *comunicación, sociedad y cultura*. El mismo término *comunicación social* parte de los teóricos católicos, quienes la definirán durante la segunda mitad del siglo XX como un campo de vital importancia para la comprensión de la sociedad humana desde la psicología, la sociología y la antropología. Los medios de comunicación tendrían el riesgo de presentar una realidad ficticia en muchas ocasiones ante la cual el individuo debe estar atento a descubrir. Los medios de comunicación se constituyen en poderosos instrumentos que pueden ponerse al servicio del desarrollo de los pueblos. Debido a que la comunicación se ve fuertemente influida por la economía y por lo tanto suele ser manipulada por grupos



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

poderosos, es necesario defender un código ético estricto que regule o sirva de árbitro en el complejo proceso comunicativo social. Para Ludovico Carracci,⁹ todo lenguaje tiene inevitablemente una consecuencia antropológica y social. Por otra parte, los medios de comunicación son portadores de una nueva cultura y de una nueva mentalidad, por lo cual, es necesario la participación y el fortalecimiento del factor ético.

- **Teoría de la comunicación en España:** En cuanto al aporte español, este debe ser rastreado dentro de la escuela latinoamericana. De la misma manera que los teóricos alemanes, polacos y de otros países de la Europa central emigraron hacia los Estados Unidos después de las persecuciones nazis, una situación similar se daría durante la guerra civil española que obligó a muchos intelectuales a buscar refugio en los países latinoamericanos, más afines a su cultura y que contribuyeron junto a sus colegas latinoamericanos a la formación de dicha escuela en contraste con la escuela estadounidense. En la actualidad, los teóricos españoles plantean lo que llaman la teoría crítica de la comunicación¹⁰ la cual se inspira a la Escuela de Frankfurt tal como la ELC lo fue en sus inicios.

Escuela estadounidense

En Estados Unidos se destacan Claude Shannon con su teoría de la información y Norbert Wiener con su cibernética desde 1948. Shannon era un ingeniero en telecomunicaciones, por lo cual elaboró y formuló la *teoría matemática de la comunicación o de la información* en el cual estudió los mensajes, los medios para transmitirlos, las formas de almacenamiento, la posibilidad de crear y usar en forma racional nuevos medios indispensables para el funcionamiento de las sociedades



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

altamente tecnificadas y planteó la necesidad de crear una teoría unificadora de la comunicación.

En su teoría se establecían tres niveles en los que operaba la comunicación:

- a) Un nivel meramente físico del proceso, dado por el sistema telefónico que los interconecta. Este nivel interesa al ingeniero en comunicaciones.
- b) Un segundo nivel que es el semántico, dado por la lengua que usan para dialogar, y todas las otras formas del lenguaje.
- c) Un tercer nivel sociocultural y en el que se pueden englobar los distintos aspectos de la comunicación.

La escuela estadounidense¹¹ tiene como eje central la Universidad de Chicago y comenzó a desarrollarse a principios del siglo XX. Los nombres asociados a esta escuela en sus inicios fueron Charles Cooley, John Dewey y Herbet Mead¹² y son los primeros en plantear el estudio de la comunicación desde una metodología científica concreta como es el método sociológico. Con ellos, la comunicación deja de ser vista sólo desde un punto de vista mecánico *emisor-canal-receptor* y se estudia desde un fenómeno cultural más amplio.

De la escuela estadounidense, nacen conceptos que marcarían la historia de la comunicación durante el siglo XX como los siguientes:

- Opinión pública.
- Comunicación masiva.
- Funciones del lenguaje.
- Propaganda.



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

Por ejemplo, en los estudios acerca de la propaganda y sus efectos destaca el politólogo Harold Lasswell en su obra *La técnica de la propaganda en el mundo de la guerra*.¹³

Los estudios de la comunicación nacen también de aportes como la matemática y la sociología, especialmente con los estudios de Paul Félix Lazarsfeld que se centra en los efectos de los medios, mientras que la ciudad (la urbe) es el principal campo de trabajo. También el rol de la psicología con Kurt Lewin y Carl Hovland, ciencias éstas que, si bien están al principio como ejes de desarrollo, bien pronto la comunicación misma tendría su propia vida como disciplina.

Escuela latinoamericana

Se conoce como "escuela latinoamericana de comunicación" (ELC) al desarrollo que la teoría de la comunicación tuvo en los países latinoamericanos, especialmente durante la segunda mitad del siglo XX. Durante el siglo XIX la comunicación en Latinoamérica dependía mucho de lo que sucediera en Europa, especialmente en Francia. Las escuelas estadounidenses tuvieron entonces poco influjo gracias a la barrera lingüística, por lo cual el desarrollo de una comunicación vista desde una perspectiva Latinoamérica se dio en general desde una influencia colonial española y francesa hacia la búsqueda de una identidad nacional propia. Esto sería un gran aporte al desarrollo de la teoría de la comunicación porque en el caso latinoamericano ésta sería muy sensible a los procesos sociales. En Latinoamérica la comunicación viene de la mano del desarrollo del periodismo, el influjo de las teorías de la comunicación social aportados por la Iglesia católica, la Teología de la Liberación y la Escuela de Frankfurt.

Argentina y Brasil fueron los primeros en fundar escuelas de periodismo a principios del siglo XX a través de la Universidad de La Plata y la Universidad de Río de Janeiro. Hacia la década de 1930 todos los países latinoamericanos tenían escuelas de periodismo y en esa misma década



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

comienza el influjo de la escuela estadounidense en la región debido al desarrollo que los teóricos de ese país hacían, especialmente en los influjos de la propaganda con los estudios de Harold Lasswell.

En la década de 1960 se consolida la escuela latinoamericana desprendiéndose definitivamente de la estadounidense. Se cuestionan los modelos de comunicación impuestos en la región y al servicio de grupos de poder económico, se cuestiona el orden mundial dominado por la información estadounidense y europea y se esboza la tesis de un "nuevo orden mundial de la información y la comunicación". Rechazan modelos foráneos a la cultura latinoamericana y pensados para otras sociedades y adaptan aquellos que eran útiles para el trabajo de campo de la comunicación en la región. Los padres de la ELC fueron muchos, pero entre ellos destacan Luís Ramiro Beltrán (*Adiós a Aristóteles: Comunicación horizontal*), Daniel Prieto Castillo (*Armand Mattelart y Ariel Dorfman para leer al Pato Donald*, 1970), Jesús Martín-Barbero (*De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*, 1987) y muchos otros.

En 1976 la Unesco nombra una comisión especial con destacados teóricos para el estudio de los problemas de la comunicación que da como resultado el diagnóstico *un sólo mundo, voces múltiples* o *Informe Mc Bride*, en el cual se manifiesta la preocupación por el dominio de la información mundial en manos de las cinco grandes agencias de noticias.¹⁵ y la amenaza que ello representa a la identidad latinoamericana.

La relación vida cotidiana y comunicación se presenta como el principal aporte de la ELC a la teoría de la comunicación y la que marca su distinción de la Escuela europea y estadounidense.¹⁶ Al mismo tiempo, la ELC desarrolla el concepto de comunicación alternativa y comunicación



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

popular, especialmente durante la década de 1980 como aquella que es practicada por los grupos sociales no dominantes.

El Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL) se fundó en Quito en 1959 y se constituyó en uno de los centros más importantes para el desarrollo teórico de la comunicación en la región. La CIESPAL ha trabajado especialmente en el campo de la investigación de los procesos de la comunicación en las comunidades latinoamericanas y centrando su trabajo en los efectos que ésta tiene entre los perceptores y cómo los procesos de comunicación pueden contribuir al desarrollo de una comunidad (transformación social).

La prensa, monumento en homenaje al periodismo en la avenida de mayo, Buenos Aires.

Según Bessette, el término «comunicación para el desarrollo» surge precisamente en el contexto de transmisión de conocimientos y aporte de la comunicación al desarrollo de los países del Tercer Mundo, con el doble objetivo de fomentar la participación de todos los miembros de la comunidad y conseguir la transferencia de conocimientos (Bessette, 1993).

Los primeros proyectos que se promovieron durante la década de 1960, a través de distintos organismos internacionales (Unesco, PNUD, Unicef, entre otros), perseguían el desarrollo económico y social de América Latina. La idea fundamental que guiaba la acción de esos proyectos, era la de conseguir mejorar las infraestructuras comunicativas, para asegurar que las campañas en salud, agricultura, educación formal y demás llegasen a todos los sectores sociales, y en consecuencia, se impulsaba la transformación económica y social de la región. Y precisamente con el objetivo que los mensajes llegasen a todas las capas sociales, los organismos



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

Internacionales apostaron por sistemas de comunicación de masas. En este sentido, y según Hamid Mowlana, el fracaso de tales ambiciones se explicaría por dos razones:

1. Se impulsó la transferencia de conocimiento a través de los medios de comunicación de masas sin tener en cuenta el fuerte nivel de desigualdad social de los países de la región. Este es llamado "modelo liberal-causal" por Hamid Mowlana y Laurie J. Wilson.
2. Se relativizaron o menospreciaron las formas tradicionales de comunicación de las sociedades y pueblos.

Mowlana y Wilson describen tres modelos de comunicación para el desarrollo:

1. Modelo *marxista-socialista* que consideraban a la comunicación como una parte integral de la teoría política.
2. Modelo ideológico como un elemento esencial del proceso de desarrollo.
3. Modelo *monístico-emancipatorio* en donde se cuenta con la capacidad de los propios afectados para intervenir sobre su entorno, partiendo de las necesidades específicas de cada comunidad, y sobre todo, concediéndoles la capacidad de poder definir el tipo de desarrollo social y económico más adecuado a sus necesidades, rompiendo viejas tutelas occidentales, más preocupadas por establecer una única forma de conseguir el progreso social, basándose en criterios pura y estrictamente económicos. Un ejemplo dentro del modelo *monístico-emancipatorio* es el desarrollo alternativo y comunicación participativa.



Relaciones con otras ciencias

- **Marketing:** Es la ciencia que teniendo en cuenta las necesidades y deseos de la población mediante el adecuado conocimiento psicosociológico, integra de manera global el producto, el servicio, la idea o acto que se desea promover, determinando el precio o sacrificio que las personas que lo adopten deben soportar, definiendo la manera de hacerlo llegar a los adoptantes y diseñando las acciones de comunicación más adecuadas dependiendo de la tipología de cada uno de los tipos que conformen su público objetivo, con la finalidad de conseguir la máxima eficiencia. Las organizaciones sin ánimo de lucro de más éxito conforman su estrategia de comunicación como variable de marketing, los partidos políticos más exitosos conforman sus estrategias de comunicación como variable de marketing y todas las empresas y organizaciones que destacan de manera notoria usan la comunicación como variable de marketing.
 - **Neuromarketing:** Es una disciplina de las neurociencias que evalúa las acciones de marketing y comunicación mediante el uso de técnicas de neurociencias, midiendo las reacciones inconscientes de los individuos, de tal manera, que sustituye los estudios de mercados y de opinión tradicionales basados en cuestionarios, focus-groups, etc. Según González-Morales (2016), presidente de la Asociación Española de Neuromarketing y Neurocomunicación (AENENE), quien define el neuromarketing tomando como punto de partida la definición de marketing de Philip Kotler, “El Neuromarketing es el uso de las neurociencias con la finalidad de facilitar y mejorar la creación, la comunicación y el intercambio de acciones, servicios y productos de valor entre grupos e individuos que necesitan y desean satisfacer sus necesidades mediante estos intercambios”.



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

- **Psicología:** En esta se analiza al sujeto-objeto de la comunicación, sus problemas, necesidades y maneras de asimilar y la influencia que el mensaje tiene en ellos, en especial desde la psicología de la personalidad, la evolución y la social.
- **Sociología:** En esta se analiza el impacto social del mensaje y la dinámica de los grupos, así como la forma en que las condiciones sociales influyen en los contenidos y formas de la comunicación.
- **Cibernética:** En esta se analizan los procesos autorregulados y controlados, la reacción (*feedback*) y la forma en que los medios de comunicación pueden influir sobre los procesos sociales a gran escala.
- **Pedagogía:** En esta se analizan los principios didácticos para la elaboración y comprensión de los mensajes, la formación de convicciones y procedimientos generales de aprendizaje a través de los medios.

Ciencias de la comunicación

Véase también: *Ciencias de la comunicación*

La discusión es sobre si el estudio de la comunicación puede ser considerado una ciencia autónoma y un campo de investigación como ciencias de la comunicación, o es una disciplina consolidada como la psicología, sociología, análisis político, antropología o lingüística. En general se considera como un campo de estudios transversal, en el que concurren diversas ciencias para explicar el fenómeno desde puntos de vista concretos y como tal puede ser vista de tres formas:



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

1. Pragmática de la comunicación, que tiene su objeto de estudio en el proceso de comunicación afectado de manera individual (personas), grupal (comunidades), social y cultural.
2. Disciplina moderna, producto de la reflexión multidisciplinaria en torno a este fenómeno, su riqueza y su validez está dada por los diferentes puntos de vista que reúne en torno a la discusión de una situación particular.
3. Desarrollo de las tecnologías y de los medios de transmisión de información.

Subdisciplinas

La comunicación como disciplina social que analiza los contenidos, características y canales a través de los cuales se da la comunicación incluye las siguientes subdisciplinas:

- Análisis del discurso y pragmática.
- Lengua y literatura.
- Estructura de la información y la comunicación.
- Publicidad
 - Teoría de la publicidad y de las Relaciones Públicas.
 - Semiótica de la Comunicación y de la publicidad.
- Comunicación audiovisual y más media.
 - Narrativa audiovisual.
 - Realización y producción audiovisual.
 - Industrias culturales.
 - Historia de los medios de comunicación.
 - Crítica mediática



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

- Redacción periodística.
- Comunicación y Cultura
 - Política de la comunicación
 - Comunicación Organizacional o Corporativa
 - Comunicaciones Internas y externas
 - Educomunicación
 - Comunicación digital

Comunicación en el arte

En la Grecia clásica, uno de los temas principales de la segunda mitad de la obra *Fedro* de Platón es la comunicación.

Comunicación educativa

La comunicación educativa es el campo del conocimiento que estudia la relación entre comunicación y educación. Analiza el proceso en el cual las personas intercambian ideas, conocimientos y experiencias, dentro de un contexto educativo, ya sea formal o informal. Este concepto surge en la década de 1960 y algunos autores lo han utilizado como sinónimo de educomunicación.¹⁹ De igual forma que en el concepto tradicional de comunicación, en la comunicación educativa se distinguen los principales elementos: emisor, que en este caso es el educador; receptor, que corresponde al papel del alumno; y el mensaje, que es el contenido de enseñanza/aprendizaje.

Desde la postura de la corriente latinoamericana de educadores y comunicadores, entre ellos, Paulo Freire, Mario Kaplan, y Daniel Prieto Castillo, proponen el diálogo, como requisito



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

indispensable para que exista un verdadero proceso de comunicación educativa. Desde esta perspectiva, la educación requiere una comunicación horizontal. En contra de la educación bancaria, es decir, del depósito o transmisión de información por parte del maestro al alumno, se propone una educación liberadora, que permita a las personas la comprensión crítica del mundo. Asimismo, los contenidos de enseñanza/aprendizaje no son seleccionados únicamente por los educadores, pues los alumnos también toman parte en la selección de estos.

Tipos de discursos según la temática

Discursos políticos Tal como su nombre lo indica se orientan al ambiente político, y sus temáticas discursivas tienen que ver con planes o proyectos para lograr ocupar algún puesto político. El objetivo principal es convencer al oyente de sus ideas y que sea éste el que luego le provea un voto. También se catalogan de esta forma los discursos que efectúan dirigentes para dar conocimiento de las acciones llevadas a cabo durante su mandato.

Discursos empresariales

Los discursos de este tipo son dictados por personas que ocupan altos cargos en las empresas o que se ocupan de la motivación del personal. Los objetivos por lo general son múltiples algunos ejemplos comunes son, informar sobre innovaciones tecnológicas al personal, comunicar premios, agradecimientos, etc.

Discurso religioso.

Este tipo de discurso es dado por el sacerdote, es comúnmente denominado también homilía. En ella se exponen pensamientos y percepciones de temas religiosos que inciden en la vida diaria. De acuerdo a cada religión particular la temática puede ser distinta o el enfoque desde distintos puntos de vista.

Discurso informativo



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

Este tipo tiene como objetivo transmitir datos o información exacta, para la exposición en muchos casos se brindan datos estadísticos o provenientes de la realidad. Es de suma importancia que el expositor deje de lado sus opiniones personales para no generar desconfianza.

Discurso publicitario

Este tipo es muy aplicado por el marketing, posee como intención principal la de vender un producto o servicio. Es por eso que el expositor intentará mediante el uso del lenguaje de convencer a sus oyentes de que el producto es único en el mercado, es sumamente necesario y tiene muchas ventajas. Lo malo de esto es que se ocultan las desventajas de su adquisición



Base de Consulta

TÍTULO	AUTOR	EDICIÓN	AÑO	IDIOMA	EDITORIAL
«Lenguaje y comunicación». <i>Lengua Castellana y Literatura</i>	Martínez Jiménez, José Antonio; Muñoz Marquina, Francisco; Sarrión Mora, Miguel Ángel	Akal edición	(2011).	<i>Castellana</i>	Akal Sociedad Anónima. p. 343. <u>ISBN 978844 6033677.</u>
<i>Escritura y comunicación social : historia de la comunicación escrita : definición multidisciplinar de una nueva asignatura.</i>	RUIZ ACOSTA, María José	El Ateneo.	(1996).	<i>ESPAÑOL</i>	El Ateneo.
<i>El proceso de la comunicación (introducción a la teoría y la práctica).</i>	BERLOK, K. D.	ANÓNIMO	(2008).	<i>Español</i>	ANÓNIMO



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN
 GUIA DE APRENDIZAJE

<i>Historia de la Comunicación escrita: (de la prehistoria a la irrupción de la imprenta)</i>	ESPEJO CALA, Carmen	Alfar.	(1998)	<i>Español</i>	Alfar.
«comunicación». <i>Diccionario de la lengua española</i>	<u>Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española</u>	<u>Espasa.</u>	(2014).	<i>Español</i>	(23. ^a edición). Madrid: <u>ISBN 978-84-670-4189-7.</u>
<i>Comunicación humana y paradigmas holísticos.</i>	BASTARDAS BOADA, Albert	CLAVES de razón práctica,	(1995).	En español	51, pp. 78-80.

<http://www.uovirtual.com.mx/moodle/lecturas/sociedu/23/23.pdf>

FLORA DAVIS (1996). *La comunicación no verbal*. ISBN 9788420616162

CIBANAL, Luís (2006). *Teoría de la comunicación humana*.

ISLAS, Octavio (2006). "La era McLuhan", *parteaguas teórico en las ciencias de la comunicación*.

Tecnológico de Monterrey, México. En *Revista Mexicana de Comunicación*. GARGUREVICH

REGAL, Juan (2006). *¿Para qué estudiar Periodismo?*. Pontificia Universidad Católica del Perú. En

Revista Palestra de la Comunicación.

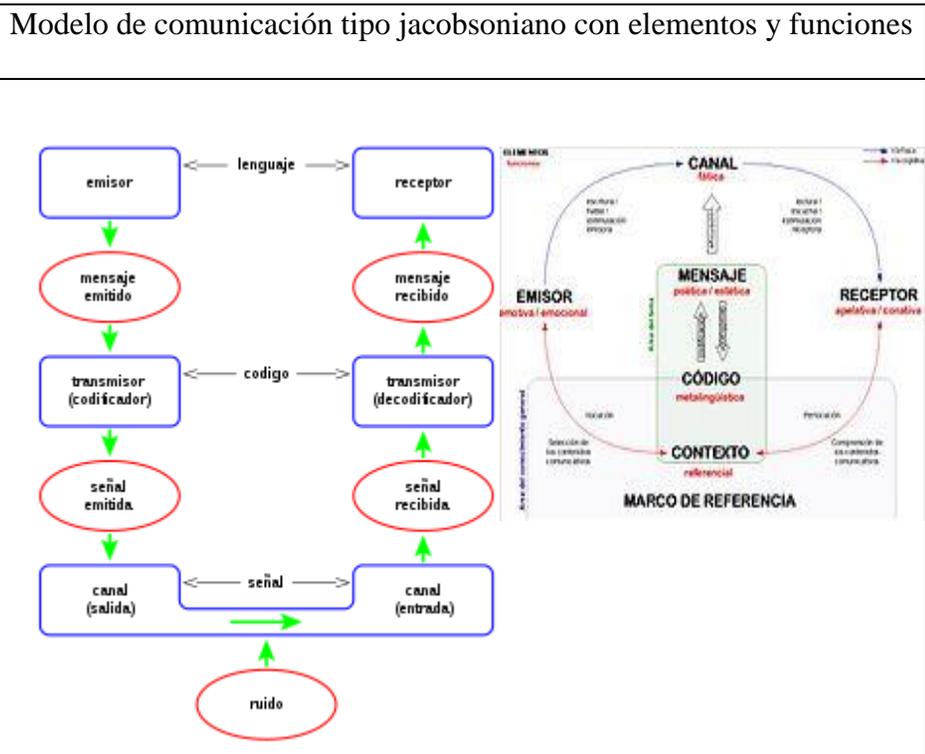
OLIVAR ZÚÑIGA, Antonio (2006). *Fundamentos teóricos de la comunicación*.



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN
GUIA DE APRENDIZAJE

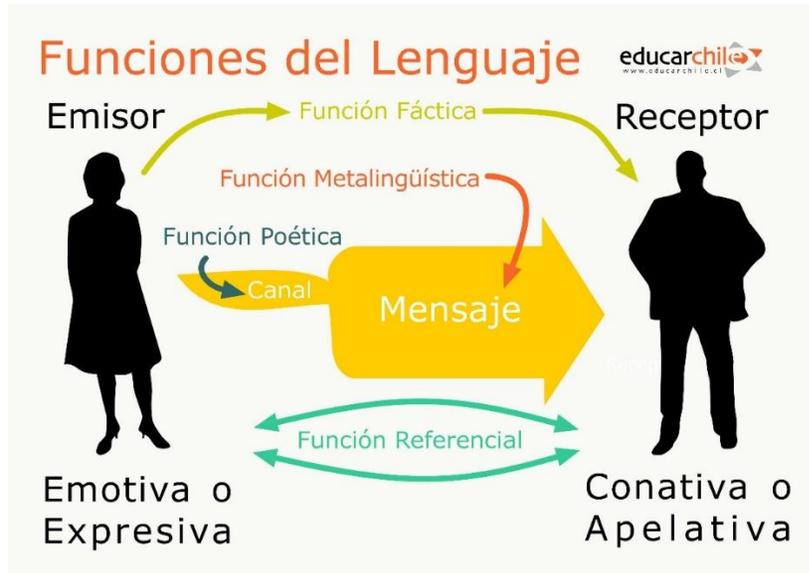
Mehrabian, A. (1972). <i>Nonverbal communication</i> . Transaction Publishers.
Gallazzi, C.; B. Kramer, S. Settis, <i>Il papiro di Artemidoro</i> , con la colaboración de G. Adornato, A. C. Cassio, A. Soldati. Milano, Led edizioni, 2008, ISBN 978-88-7916-380-4
Heyman, Richard. <i>Why Didn't You Say That in the First Place? How to Be Understood at Work</i> .
Shannon, Claude Elwood (julio y octubre, 1948). «A Mathematical Theory of Communication» (PDF). <i>The Bell System Technical Journal</i> , p. 55. Consultado el 11 de abril de 2011.
Dainton, Marianne; Elain D. Zellei; <i>et al.</i> (2011). <i>Applying Communication Theory for Professional Life</i> (PDF). Sage Publications, p. 247. ISBN 1-4129-7691-X. Consultado el 11 de abril de 2011.
González-Morales, A. (2016). <i>Definiciones del Código Ético AENENE</i> . Asociación Española de Neuromarketing y Neurocomunicación. Consultado el 20 de septiembre de 2016.
Carracci, L.: <i>La comunicación social como factor de cambio</i> , p. 5.
Barranquero Carretero, Alejandro (3 de marzo de 2016). «LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y VIGENCIA DE LA TEORÍA CRÍTICA DE LA COMUNICACIÓN EN ESPAÑA». Archivado desde el original el 23 de julio de 2009. Consultado el 7 de marzo de 2016.
En otras fuentes "escuela norteamericana", pero ello incluiría a Canadá y México , que tienen sus propias escuelas de comunicación.
Olivar Zúñiga (2006). <i>Fundamentos teóricos de la comunicación</i> . Monografía. Campus Virtual. Enlace rescatado el 28 de octubre de 2015 de
LASSWELL, Harold, <i>The Propaganda Technique in the World of War</i> , Universidad de Chicago, 1927.
Miralles, A. M.: <i>El debate latinoamericano sobre la comunicación</i> .

B. Base práctica con ilustraciones.



Artículo principal: *Comunicación no verbal*

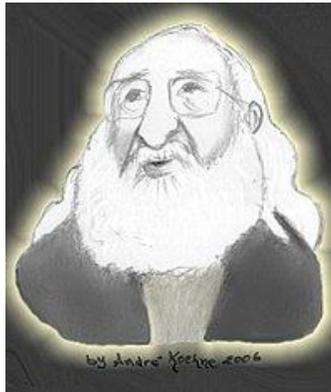




El teórico

brasileño Paulo Freire, caricatura de

André Koehne.





Palabras agudas, graves, esdrújulas y sobresdrújulas



Palabras agudas, graves, esdrújulas y sobresdrújulas

Las palabras **AGUDAS** se acentúan en la **última** sílaba



Las palabras **AGUDAS** llevan tilde si terminan en:
VOCAL
 (A, E, I, O U)
N - S

Palabras agudas, graves, esdrújulas y sobresdrújulas

Las palabras **GRAVES** se acentúan en la **penúltima** sílaba



Las palabras **GRAVES** NO llevan tilde si terminan en:
VOCAL
 (A, E, I, O U)
N - S

Palabras agudas, graves, esdrújulas y sobresdrújulas

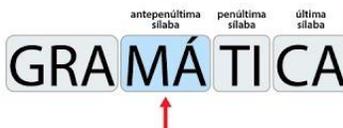
Ejemplos de palabras **GRAVES**

Palabras graves CON tilde	Palabras graves SIN tilde
DIFÍCIL	MESA
ÁRBOL	LIBRO
DÓLAR	MANZANA
FÚTBOL	CAMINAN
CARÁCTER	ADULTOS

100% EN ESPAÑOL

Palabras agudas, graves, esdrújulas y sobresdrújulas

Las palabras **ESDRÚJULAS** se acentúan en la **antepenúltima** sílaba



TODAS las palabras **ESDRÚJULAS** llevan tilde

Palabras agudas, graves, esdrújulas y sobresdrújulas

Las palabras **SOBRESDRÚJULAS** se acentúan en la **sílaba anterior a la antepenúltima** sílaba



TODAS las palabras **SOBRESDRÚJULAS** llevan tilde

Palabras agudas, graves, esdrújulas y sobresdrújulas

Ejemplos de palabras **AGUDAS**

Palabras agudas CON tilde	Palabras agudas SIN tilde
CAFÉ	PAPEL
SOFÁ	SEÑOR
FRANCÉS	PARED
ADEMÁS	DORMIR
CORAZÓN	CANTIDAD

www.woodwardspanish.com

Signos





Lo que se ve en la imagen no es Valladolid, sino una representación de la misma. Esta imagen sirve para evocar la idea del territorio de Valladolid. De la misma manera, tanto las nubes como el Sol son también unas representaciones que nos evoca la idea de que está tanto soleado como nublado.

Comunicación escrita

Artículo

escrita



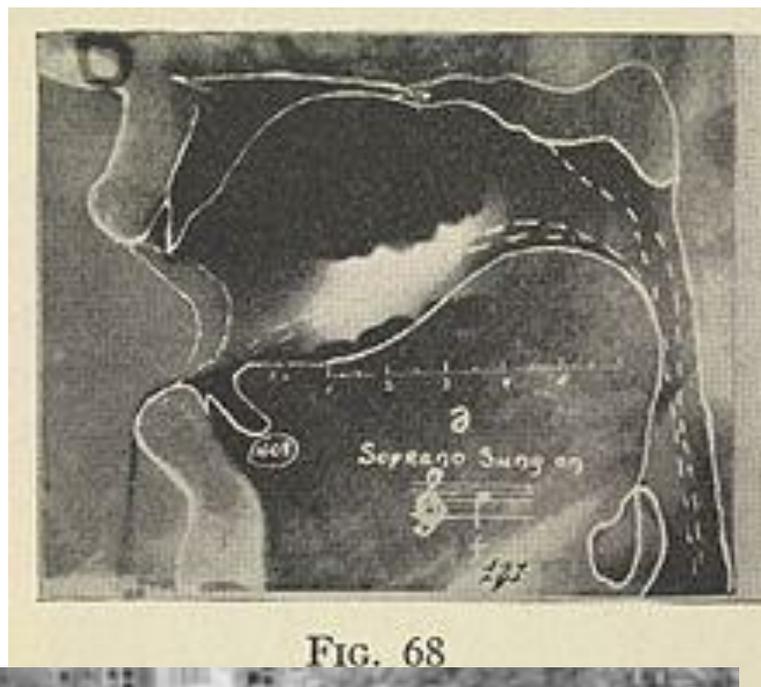
principal:

Comunicación



Comunicación verbal

Artículo principal: *Comunicación verbal*



Escuela

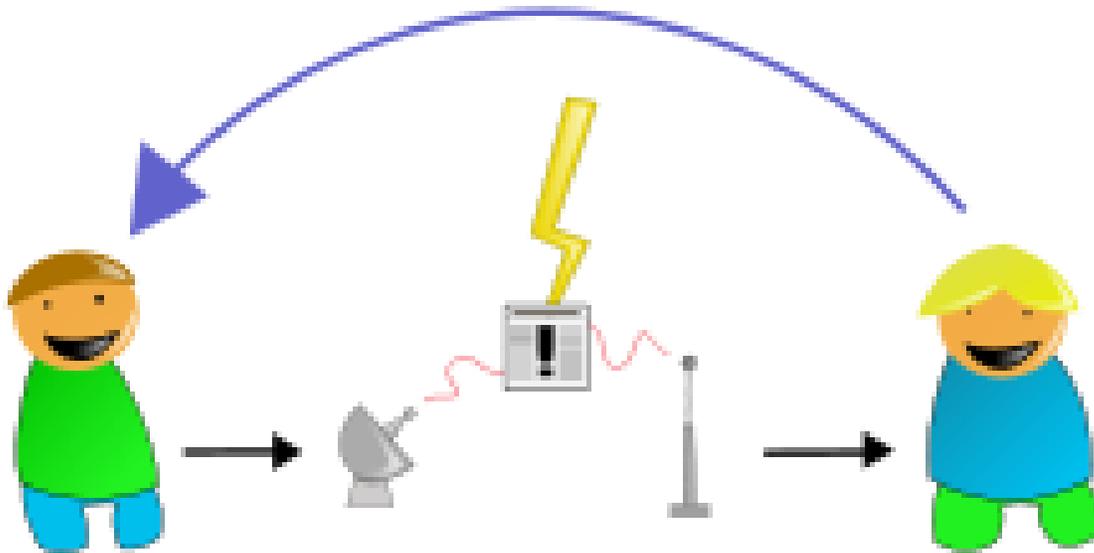


Europea

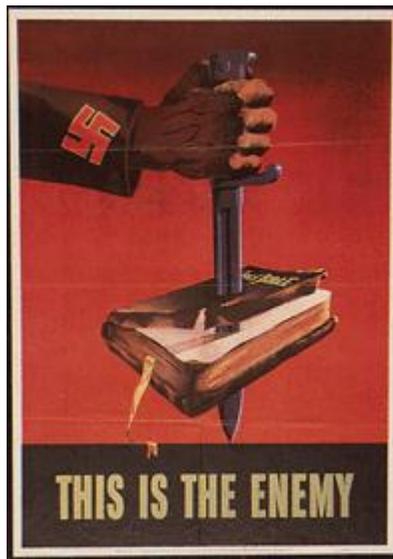
4.

Teoría de la información

Artículo principal: *Teoría de la información*

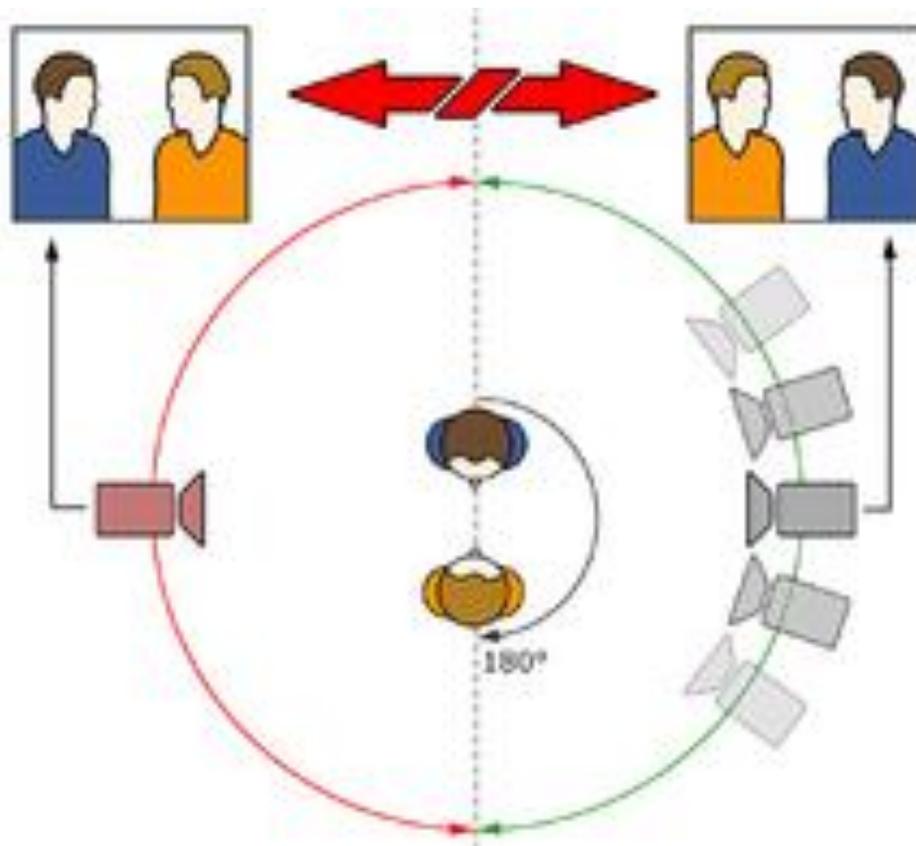


Funciones de la



comunicación

Teoría de la comunicación



Las imágenes en la educación



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN

GUIA DE APRENDIZAJE

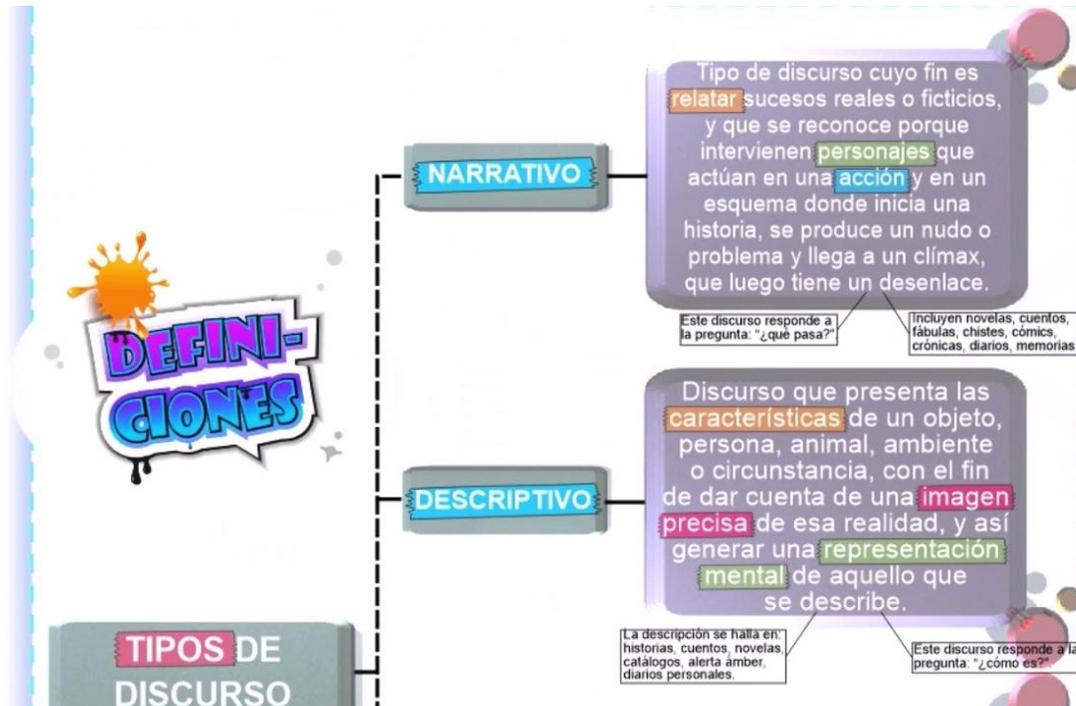




INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN

GUIA DE APRENDIZAJE





ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE

ESTRATEGIA DE APRENDIZAJE 1: Análisis y Planeación

Descripción:

Discusión sobre las lecturas, artículos y videos.

Observación atenta y detallada de las éticas que emiten los niños y las personas que están en su contexto para lograr la respuesta de los demás.

Ambiente(s) requerido:

Aula amplia con buena iluminación.

Material (es) requerido:



Infocus.

Docente:

Con conocimiento de la materia.

5. ACTIVIDADES

- Controles de lectura
- Exposiciones
- Presentación del Trabajo final.

Se presenta evidencia física y digital con el fin de evidenciar en el portafolio de cada aprendiz su resultado de aprendizaje. Este será evaluable y socializable

6. EVIDENCIAS Y EVALUACIÓN.

Tipo de Evidencia	Descripción (de la evidencia)
De conocimiento:	Ensayo expositivo grupal de lecturas Definición del tema de investigación
Desempeño:	Trabajo grupal presentación del trabajo sobre estimulación temprana
De Producto:	Trabajo de realizado
Criterios de Evaluación (Mínimo 5 Actividades por asignatura)	ACTIVIDAD 1.- Realizar la investigación de los diferentes temas. ACTIVIDAD 2.- Realizar exposiciones de las diferentes



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN
GUIA DE APRENDIZAJE

	<p>problemáticas.</p> <p>ACTIVIDAD 3.- Analizar los temas expuestos.</p> <p>ACTIVIDAD 4.- Retroalimentación de los temas.</p> <p>EVALUACION FINAL</p>
--	---

<i>Elaborado por: MSc. María Zambrano Rodríguez. (Docente)</i>	<i>Coordinadora de carrera: MSc. Rafael Mora</i>	<i>Revisado Por: MSc. Daniel Shauri (Coordinador Académico)</i>	<i>Reportado Por: (Vicerrector)</i>



INSTITUTO TECNOLÓGICO
SUPERIOR JAPÓN

AMOR AL CONOCIMIENTO

POMASQUI-

c/Marieta Veintimilla E5-471 y Sta. Teresa 4ta transversal

Tlfs: 022356-368 - 0986915506

www.itsjapon.edu.ec