



PERÚ

Ministerio
de Educación

Gobierno Regional de
Ancash

Dirección Regional de
Educación de Ancash



INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR
TECNOLÓGICO PÚBLICO
"CARLOS SALAZAR ROMERO"

MÓDULO 02: UD COMUNICACIÓN ORAL

Logro esperado: Al término de la sesión, el estudiante utiliza los medios de comunicación masiva para expresarse con eficacia.



La comunicación virtual

I. Definición. - Es un medio de conversación que implica el uso de tecnología, audio y video para ponerse en contacto con personas que no están presentes físicamente. Aunque la comunicación virtual llegó a nuestras vidas con la llegada del teléfono, la invención de las cámaras web, las reuniones en línea y la mensajería instantánea impulsaron su popularidad.

II. Características de la comunicación virtual

La comunicación virtual y las comunidades que se forman en torno a ella se caracterizan por lo siguiente:

- Los enlaces se establecen tanto a través de la comunicación en tiempo real como en diferido.
- Oportunidad de crear vínculos entre personas de diferente procedencia, pero con un interés común.
- Intercambio de datos en diversos formatos: texto, fotografía, audio, video, imagen, etc.
- El intercambio bidireccional o multidireccional de información, dependiendo de los casos.
- Colaboración e interacción en equipo.
- Bajos costos.
- Facilitación del aprendizaje y democratización de la información.
- Incita a los participantes a actuar.

III. Ventajas

- Permite que personas con intereses similares relacionen entre sí, sea cual sea la distancia física.
- Facilita el acceso a información relacionada a una gran variedad de temas.
- Fomenta las exploraciones, los vínculos, el intercambio y la colaboración.
- Da acceso no solo a la información sobre diferentes temas, sino también a los puntos de vista más diversos sobre esos temas.
- Facilita y fomenta la retroalimentación, así como la actualización de contenidos.
- Permite prescindir de las barreras que tienen al origen social, el género, la religión, la edad.

IV. Desventajas

- Se pierden los vínculos cara a cara.
- El anonimato genera impunidad, por lo que las comunidades virtuales suelen prestarse para la violencia.



- Se genera sobreexposición por lo que, muchas veces, la privacidad se reduce a la mínima expresión.
- Hay casos en los que se difunde información privada de terceros o se viola la intimidad hasta el punto de cometer delitos.
- Se puede suplantar la identidad de terceros para difamar.
- Suelen generar dependencia entre los consumidores.

V. Tipos:

A. Correo electrónico: Este medio funciona como el correo tradicional, pero más rápido. Sin salir de la oficina, sin colas en la oficina de correos, sin estampillas, sin comisiones; solo basta con pulsar un botón. Los usuarios tienen una dirección única de correo electrónico desde la que intercambian cartas, y un mismo mensaje puede enviarse a varios destinatarios a la vez.

B. Mensajería instantánea: Es un tipo de comunicación basada en texto, entre dos personas que tienen una conversación por medio de computadores, tablets, teléfonos inteligentes o cualquier dispositivo conectado a internet. Además del intercambio de mensajes de texto, la mayoría de apps de mensajería instantánea también permiten a sus usuarios comunicarse mediante mensajes de voz, llamadas, videollamadas y compartir documentos. Todo esto, usualmente de forma gratuita.

La mayoría de las redes sociales que usamos a diario tienen una funcionalidad de mensaje directo o instantáneo. Tal es caso de Instagram, Twitter e incluso, Tik Tok que permite crear conversaciones dentro de la app. Según un estudio de Statista, las aplicaciones de mensajería instantánea con más usuarios activos mensuales, en millones, son: WhatsApp (2000), Facebook Messenger (1300), Wechat (1133), QQ Mobile (808), Snapchat (314) y Telegram (200).

C. Sala de chat: Es un "espacio" en internet para que grupos de usuarios conversen. Un participante envía un texto que es visto por los que están conectados en ese momento en el mismo espacio. Los usuarios en línea son visibles para todos, y al hacer clic en el nombre de alguien, se puede ver la información de su perfil e iniciar un chat privado.

D. Redes sociales: Estas permiten a los usuarios reencontrarse con viejos amigos, hacer nuevos amigos y conocer gente con los mismos gustos e intereses. Además, permite ver los perfiles de los demás y empezar a interactuar con ellos, para ello, tienen que registrarse e iniciar sesión. Las redes sociales más populares son Myspace, Facebook, YouTube, Twitter. Tik tok, Instagram, Pinterest. LinkedIn es un ejemplo de red social profesional.

E. Foros: Es una parte de un sitio web que permite a los usuarios realizar debates. Los usuarios registrados pueden iniciar una conversación e intercambiar opiniones sobre un tema en específico. Pueden leer los comentarios de los demás y responder a ellos. Cada discusión se denomina hilo. Un foro suele estar supervisado por un moderador



PERÚ

Ministerio
de Educación

Gobierno Regional de
Ancash

Dirección Regional de
Educación de Ancash



INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR
TECNOLÓGICO PÚBLICO
"CARLOS SALAZAR ROMERO"

que tiene la capacidad de editar los mensajes del foro, editar o eliminar comentarios; banear usuarios, etc.

- F. **Blog:** Es un diario en línea o un espacio de noticias. Normalmente escrito por una sola persona, un blog puede utilizarse para hablar de la vida de una persona o de política, promocionar productos, informar y dar clases particulares. Usualmente los lectores del blog necesitan una suscripción para ver las publicaciones y/o dejar comentarios.
- G. **Videoconferencia:** La tecnología de videoconferencia permite a los usuarios verse y oírse durante una llamada. Existe una serie de aplicaciones que pueden utilizarse para reunirse con amigos y familiares, e incluso para participar en clases sin salir de casa. Por ejemplo, Zoom, Google Meet, Microsoft Teams, Discord, etc.

ACTIVIDADES

1. Analiza cada uno de los medios de comunicación masiva y elige uno que consideres más efectivo para utilizar.
2. Publica, a través de este medio, un anuncio, una noticia, una recomendación o un video tutorial.
3. Socializa a tus compañeros tu trabajo y menciona qué ventajas y desventajas tuvo para que llegue con éxito su información.