



RADIOS Y COMUNICACIONES

Lic. José Félix Hernando Orihuela



¿Qué son los radios?

Los equipos de radiocomunicación se utilizan para la comunicación entre dos o más personas, por medio de ondas electromagnéticas. Cuando los radios se encuentran en la misma frecuencia, se logrará la comunicación.





¿Cuántos tipos de radiocomunicación existen?



Existen tres tipos de equipos de radiocomunicación: portátiles, móviles y base. Cada uno de ellos tiene diferentes características y se utiliza en diferentes situaciones.

Tipos de Estaciones de Radio



Estación Fija



Estación Móvil

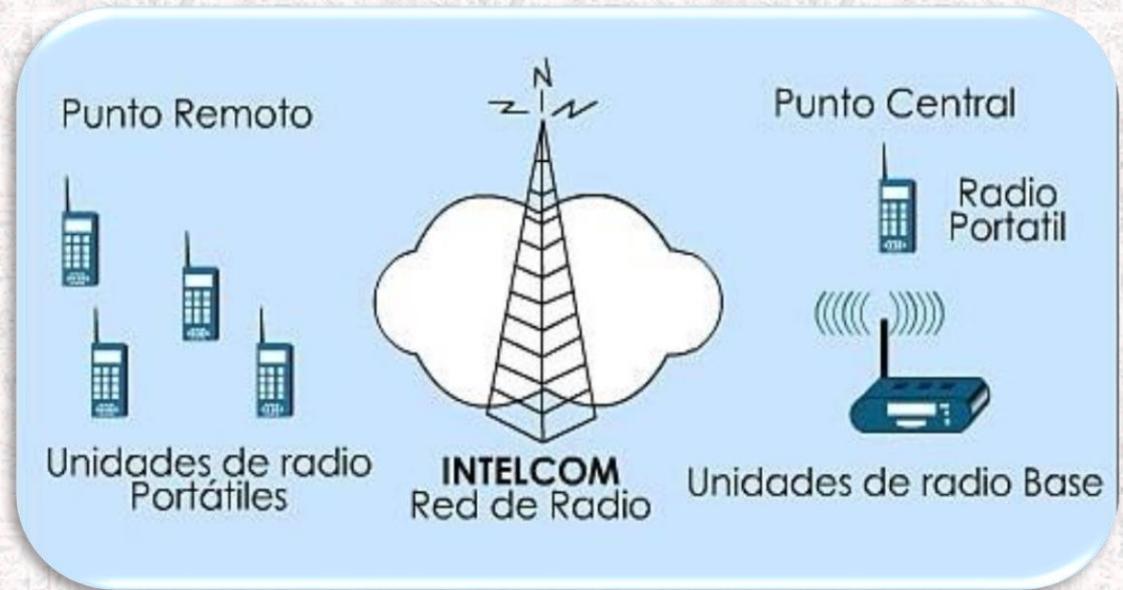


Estación Portátil



¿Cómo funciona la radio ejemplos?

La radio emite una señal de onda, que debe unirse a otra señal de ese tipo para poder ser transmitida, básicamente es una onda que debe buscar un canal lo que se logra mediante la configuración del radio para poder transmitir datos de forma correcta entre los dispositivos.



Partes del radio de comunicación





**DARK
HORSE**
CORPORATION

ALFABETO FONÉTICO MILITAR



A	-ALPHA	N	-NOVEMBER
B	-BRAVO	O	-OSCAR
C	-CHARLIE	P	-PAPA
D	-DELTA	Q	-QUEBEC
E	-ECHO	R	-ROMEO
F	-FOXTROT	S	-SIERRA
G	-GOLF	T	-TANGO
H	-HOTEL	U	-UNIFORM
I	-INDIA	V	-VICTOR
J	-JULIET	W	-WHISKEY
K	-KILO	X	-X-RAY
L	-LIMA	Y	-YANKEE
M	-MIKE	Z	-ZULU



COMUNICACIONES



La palabra comunicación, proviene del término latín **“comunicare”**, significa en origen compartir algo y ponerlo en común.

Por eso, este acto requiere el hecho de compartir información entre dos o más personas, que son capaces de intercambiar significados e impresiones entre ellas, y que pueden, a su vez, ser compartidos con otras personas o bien seres vivos o incluso entes artificiales, como vemos a continuación.

¿Cómo se define a la comunicación?

La comunicación es el proceso por medio del cual se transmite información de un ente a otro.

Es el intercambio de sentimientos, opiniones o cualquier otro tipo de información mediante el habla, escritura u otras señales.



Características de la comunicación

A grandes rasgos, la comunicación se caracteriza por:

Presencia de un emisor y un receptor. Para que se produzca la comunicación, debe haber alguien que dirija un mensaje a otro. A su vez, si nadie recibe el mensaje, la comunicación no se realiza.

Intercambio de información. En toda comunicación, las partes involucradas dan y reciben conocimientos, experiencias, sentimientos y, en general, algún tipo de significado.

Mediatez. La comunicación puede establecerse de manera directa e inmediata, es decir, cara a cara, o de manera indirecta y diferida, o sea, a través de medios como la carta, el correo electrónico o el mensaje de voz, entre otros.

Retroalimentación. A lo largo del proceso de comunicación, los roles del receptor y del emisor se suelen intercambiar.

Búsqueda de respuesta. Si bien puede tener muy variados propósitos, la comunicación casi siempre tiene el objetivo de provocar una respuesta deseada en el interlocutor o los interlocutores.

Irreversibilidad. Una vez que se ha comunicado algo, no es posible eliminarlo: no hay “vuelta atrás” en la comunicación.

Irrepetibilidad. Un acto comunicativo es único e irrepetible. A pesar de que un mensaje pueda ser dicho más de una vez, las circunstancias en las que se transmite nunca son las mismas.

Importancia de la comunicación.



No existe forma de vida que no se comunique de un modo u otro. Se trata, por lo tanto, de un proceso fundamental de la existencia.

Sin comunicación no existirían la sociedad, el conocimiento ni la cultura. En la medida en que permite el intercambio de ideas y el acceso a diversos puntos de vista, la comunicación:

- ✓ Evita los malentendidos y ayuda a resolver conflictos.
- ✓ Fomenta la creatividad.
- ✓ Permite establecer normas de convivencia para organizar la vida social.
- ✓ Proporciona información que guía a las personas para tomar decisiones.
- ✓ Transmite las tradiciones y los valores culturales.

La comunicación desempeña un papel central en cualquier organización, ya se trate de una empresa, una institución académica o una agencia gubernamental. Entre otras razones, esto se debe a que la comunicación:

- ✓ Impulsa el intercambio de conocimientos y la innovación.
- ✓ Promueve la formación de equipos.
- ✓ Mejora el rendimiento y el clima de trabajo.
- ✓ Contribuye a gestionar las crisis a través del diálogo y la aceptación de diferentes opiniones.

Además, gracias a la tecnología se han diseñado mecanismos para amplificar o modular la comunicación, superando grandes distancias espaciales e incluso temporales.



Tipos de comunicación

La comunicación puede clasificarse de acuerdo a los mecanismos que emplea para transmitir el mensaje, en:

Comunicación verbal. Es aquella que se da mediante la palabra, o sea, mediante signos lingüísticos. Puede ser **oral o escrita**.

Comunicación oral. Es la que se realiza a través de la palabra hablada, ya sea cara a cara o a través de algún medio auditivo, como el teléfono, los mensajes de voz o la radio.

Comunicación escrita. Es la que tiene lugar a través de la palabra escrita y cualquier otro código escrito (por ejemplo, un pictograma). A diferencia de la comunicación oral, que puede ser inmediata (por ejemplo, en una conversación telefónica o cara a cara), la comunicación escrita es siempre diferida en el tiempo y el espacio. Además, es duradera, al contrario de gran parte de la comunicación oral, que es efímera.

Comunicación no verbal. Es aquella que no depende de la palabra para transmitir su mensaje, sino de gestos, movimientos o sonidos. La comunicación de los animales está en esta categoría, así como el llamado “lenguaje corporal” de los seres humanos.

Comunicación bioquímica. Son las formas de comunicación que dependen de la transmisión y recepción de señales químicas, tal y como ocurre dentro de nuestro propio organismo. Obviamente, este tipo de comunicación es también una forma no verbal.



La comunicación también se puede clasificar teniendo en cuenta los participantes o actores involucrados. En este caso, se distingue entre la comunicación interpersonal, grupal o masiva.

Comunicación interpersonal. Es la que se establece entre dos o más personas. Tradicionalmente, las personas se encuentran físicamente próximas, de manera tal que cada participante puede utilizar sus sentidos en el intercambio comunicacional. Implica el uso de formas de comunicación verbales y no verbales.

Comunicación grupal. Es la que se establece dentro de un grupo particular; típicamente, ese grupo es la familia.

Comunicación masiva. Es la que se establece entre un único emisor y un gran número de receptores (una audiencia), empleando para ello una tecnología como canal de comunicación (prensa, radio, internet, etc.).



Elementos de la comunicación

En la comunicación se puede distinguir una serie de elementos o factores. Estos elementos son inherentes al proceso comunicativo, y si falta uno de ellos, la comunicación no se produce.

Los elementos de la comunicación son:

Emisor. Es el que inicia el acto comunicativo, a través de la producción y transmisión de un mensaje. Por ejemplo: un hablante, un locutor de radio o un animal que gruñe.

Receptor o destinatario. Es el que capta el mensaje y es capaz de decodificarlo, comprenderlo, y recomponer así el mensaje. Por ejemplo: alguien que escucha hablar a otra persona de modo directo o a través de la radio, o un animal que percibe el gruñido de otro.

Mensaje. Es la información misma que se transmite, sea del tipo que sea. Por ejemplo: una petición de ayuda, una publicidad radial o una advertencia de un animal a otro de que está traspasando territorio ajeno.

Código. Es el sistema de signos y reglas utilizado para elaborar el mensaje. El lenguaje, oral u escrito, es el principal código utilizado por los seres humanos, pero no es el único. Ejemplos de otros tipos de código son las señales de tránsito, los gestos que expresan significados compartidos o los sonidos musicales.

Canal. El canal de comunicación es el medio físico empleado para transmitir el mensaje. Remite tanto al fenómeno natural (aire, luz, sonido) como al dispositivo tecnológico empleado (papel, radio, televisión).

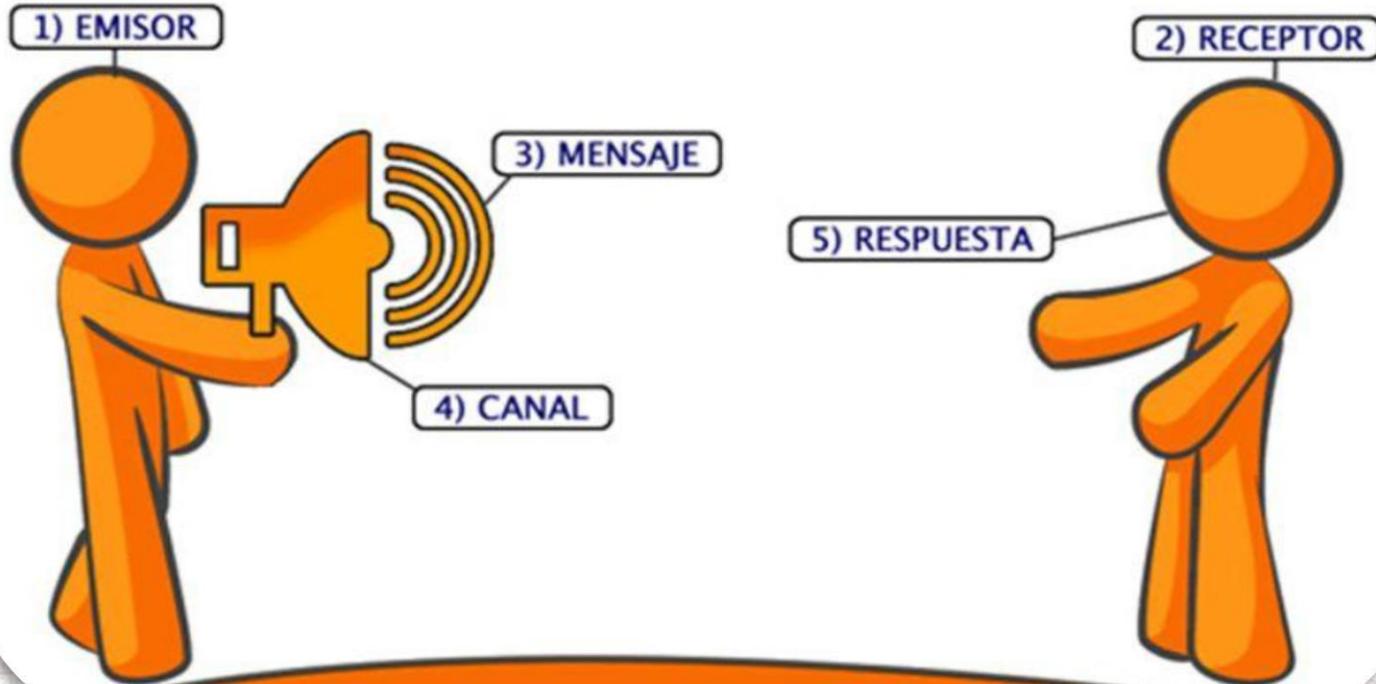
Contexto. Es la situación o el conjunto de circunstancias en el que se produce la comunicación y que influyen en la producción del mensaje y en su recepción e interpretación. Por ejemplo, según el contexto, un mensaje como “Iré a buscarte” puede ser una promesa o una amenaza.



**DARK
HORSE**
CORPORATION



Los Elementos





**DARK
HORSE**
CORPORATION



Emisor:

Receptor:

Mensaje:

Código:

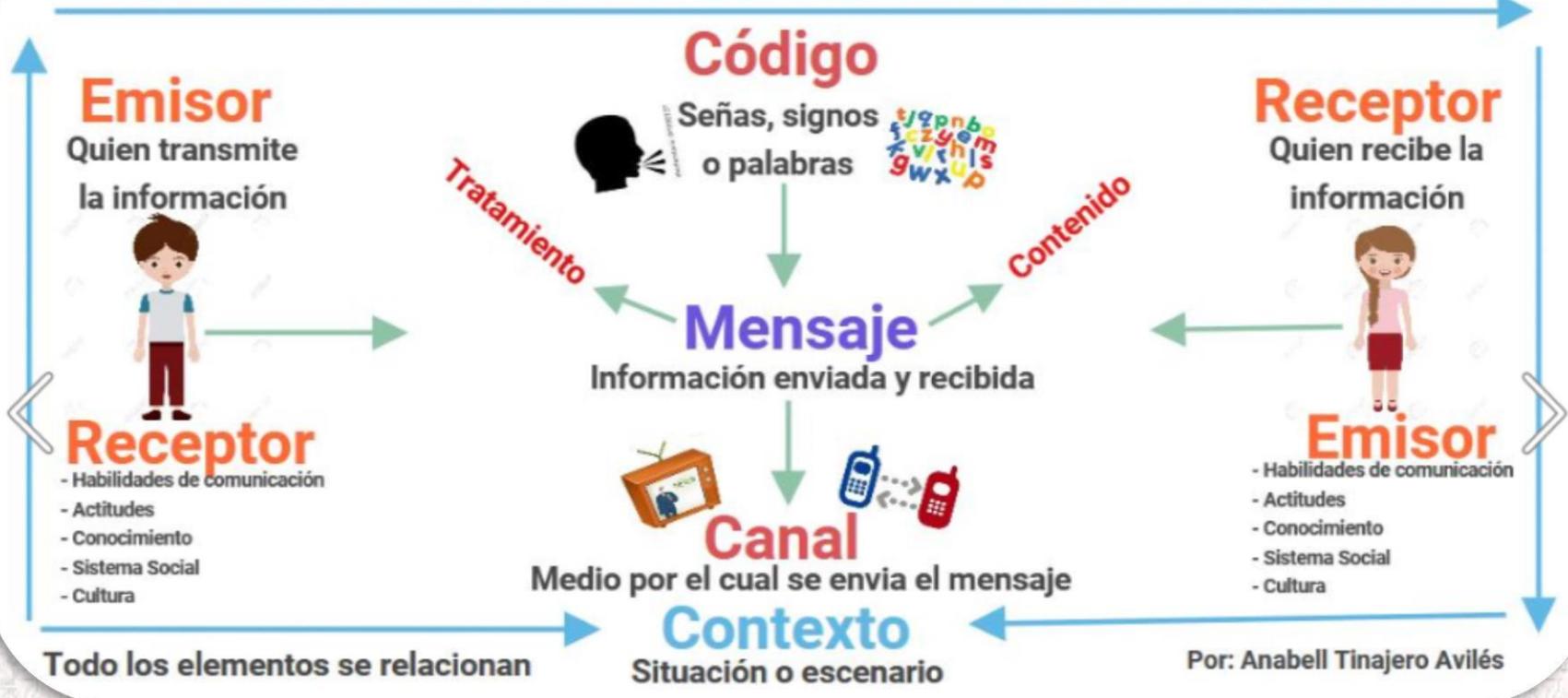
Canal:



DARK HORSE
CORPORATION



ELEMENTOS DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN



Por: Anabell Tinajero Avilés



Funciones de la comunicación

La comunicación tiene diversas funciones. Estas funciones no se excluyen entre sí: por el contrario, frecuentemente se solapan o superponen. Algunas de ellas son:

Función informativa. Cuando tiene como propósito principal compartir una información más o menos objetiva, esto es, describir un aspecto de la realidad o señalar un elemento del mundo real.

Función formativa. Cuando se propone incidir sobre el receptor con fines pedagógicos o de enseñanza, para transmitir hábitos, ideas o convicciones.

Función persuasiva. Cuando busca convencer al interlocutor de que adopte un punto de vista o que lleve a cabo algún tipo de acciones determinadas.

Función expresiva. Cuando la comunicación está centrada en la transmisión de impresiones subjetivas, sentimientos o emociones.

Función estética. Cuando se busca comunicar un mensaje que provoque un placer estético, como ocurre con la poesía y, en general, el arte.

Función de integración social. Cuando el objetivo primordial de la comunicación es establecer un vínculo con otro u otros individuos.



Barreras de la comunicación

Se denomina barreras de la comunicación a aquellos eventos, condiciones o determinantes que, en lugar de favorecer la realización de la comunicación, la entorpecen o la impiden, saboteando la eficacia de la transmisión del mensaje. Pueden ser de distinto tipo y depender de distintos elementos comunicativos. Por ejemplo:

Barreras del emisor. Le impiden al emisor codificar o transmitir el mensaje de la manera más apropiada, o que dificultan el inicio mismo del acto comunicativo. Por ejemplo: los defectos de habla.

Barreras del receptor. Le impiden al receptor captar correctamente el mensaje emitido. Por ejemplo: desconocimiento o desinterés en el tema del mensaje.

Barreras del canal. Son propias del medio físico a través del cual se transmite el mensaje. Por ejemplo: el ruido ambiental, los cortes o las fallas en una comunicación telefónica.



Medios de comunicación

En términos generales, los medios de comunicación son los instrumentos o dispositivos tecnológicos utilizados para la comunicación. Dentro de los elementos que intervienen en el proceso comunicativo (emisor, receptor, canal, código, mensaje) constituyen un tipo de canal.

Existen medios de comunicación interpersonal y masiva.

Medios de comunicación interpersonal. Son aquellos que permiten la interacción entre un receptor y uno o más receptores. En la práctica, funcionan como extensiones de la comunicación directa, cara a cara. El teléfono, el correo postal, el correo electrónico y el chat son ejemplos de medios de comunicación interpersonal.

Medios de comunicación masiva. Son aquellos en los que un emisor envía un mensaje a un gran número de receptores. A diferencia de los medios de comunicación interpersonales, la comunicación se realiza típicamente de manera unidireccional, desde el emisor a los receptores (aunque el surgimiento de internet ha modificado este circuito, haciendo del receptor un sujeto activo). Son ejemplos de medios de comunicación masiva el periódico, el cine, la televisión, etc.



**GRACIAS POR SU
ATENCIÓN**