

La comunicación en Internet.

Internet

- **Internet** es un conjunto de redes de comunicación que conecta ordenadores y dispositivos digitales en todo el mundo.

Los elementos de la comunicación en Internet.

- El **emisor** y el **receptor** pueden intercambiarse. Un emisor puede ser a la vez receptor y viceversa.
- El **canal** es el dispositivo con el que te conectas.
- El **mensaje** puede ser diverso (obra literaria, anuncio, noticia, instrucciones....)
- El **código**: lenguaje multimedia con texto, imágenes, vídeo, sonidos,...

El texto en la web. El hipertexto.

- El texto es **más interactivo** porque al tener enlaces puedes ver la información como quieras.
- No aparece toda la información sino parte y luego enlaces para poder acceder a otra información.

Características del texto web.

- Los textos pueden tener **imágenes** y **videos** entre ellos.
- Existen **hipervínculos**.
- Pueden tener **publicidad** (banners)
- Puede haber **comentarios** de los internautas.

Modalidades de comunicación en Internet.

Correo electrónico.

- Envío y recepción inmediatos.
- Se pueden enviar emails con varios destinatarios.
- Se puede incluir elementos multimedia (videos, fotos, enlaces, etc)

Chat

- Diálogo entre personas. Espontáneo y con poca planificación. Se utilizan emojis y giros del lenguaje. Ej: whatsapp

Redes sociales.

- Medio de comunicación social con distintas finalidades.
- Hay redes sociales personales/profesionales como Facebook, instagram y otras solamente profesionales como LinkedIn

La publicidad

Funciones de la publicidad

- **Publicidad:** divulgación de anuncios y noticias sobre productos o servicios para atraer a compradores, espectadores o usuarios.
- **Finalidad persuasiva:** trata de persuadir al receptor.
- **Influencia social.**
- Presente en **medios de comunicación.**
- Propone **modelos y pautas de conducta.**
- Según su **finalidad:**
 - **Comercial:** se intenta que alguien compre un producto o servicio.
 - **Propaganda:** trata de orientar el comportamiento de los ciudadanos.

Elementos de la comunicación publicitaria

- **Emisor:** es el que comercializa el producto o servicio.
- **Mensaje:** anuncio publicitario.
- **Canal** (prensa, radio, internet,...)
- **Código** (elementos verbales y no verbales).
 - **Elementos verbales.**
 - **slogan:** frase breve y fácil de recordar que destaca algo del producto.
 - **signos paralingüísticos:** logos, colores....
 - **Elementos no verbales**
 - **signos icónicos** (imágenes estáticas o en movimiento)
 - **signos sonoros** (música y efectos sonoros)

Procedimientos de la publicidad.

- **Exaltación** de los valores del producto.
- Promesa de valor añadido.
- Apela a las **emociones.**
- Se basa en **tópicos y sentimientos básicos** del ser humano.
- Manipulación del **código lingüístico.**

Lenguaje publicitario.

- **Ponderación.** Se intenta resaltar el producto con superlativos, comparativo de superioridad y palabras positivas. Se evitan palabras con significado negativo.
- **Concisión.** Se elimina lo que no es esencial para que cale el mensaje.
- **Originalidad.** Se utilizan rimas, repeticiones, anáforas, comparaciones, metáforas, antítesis, paradojas o juegos de palabras.
- **Innovación léxica.** (extranjerismos, acrónimos, tecnicismos, neologismos...)
- **Apelación al receptor.** (interrogación o imperativo para que se sienta implicado).
- **Capacidad connotativa.** (las palabras se escogen para connotar y evocar valores).