

MANUAL DE COMUNICACIÓN



PARA ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

**LIC MARTIN SATZ TOL
ENERO DEL AÑO 2009**

PRESENTACIÓN

Como un aporte al que hacer educativo, y con la intención de mejorar la calidad de expresión en todos los ámbitos y así como en la elaboración de texto o escritura de cualquier artículo o documento comercial se hace indispensable que el estudiante domine por los menos las normas de comunicación vigentes actualmente.

Se elabora el presente documento con una estructura basada en estándares educativos de acuerdo a la reforma curricular que tanta falta hace al sistema educativo guatemalteco.

La elaboración del siguiente contenido está elaborado en forma de manual y está dividido en 4 unidades para que se pueda emplear cada temática aplicable a cada bimestre del ciclo lectivo que se trabaje.

EL AUTOR

CONTENIDO DE COMUNICACIÓN

Introducción.

1. La Comunicación

- 1.1 Teoría del proceso comunicativo
- 1.2 Funciones de la comunicación.

2. Modelo de comunicación Lineal.

- 2.1 Personajes: Berelson, Merton, Kappler, Katz, Lowenthal, Herzog.
- 2.2 Aspectos fundamentales de la teoría funcionalista.

3. TEORIAS DE LA COMUNICACIÓN.

- 3.1 Teoría cultural y del determinismo (imperialismo cultural).
- 3.2 Teoría de la dependencia.
- 3.3 Teoría del determinismo tecnológico.
- 3.4 Teoría de la aguja hipodérmica.
- 3.5 Teoría de los dos pasos.
- 3.6 Teoría del refuerzo o efectos a corto plazo.
- 3.7 Teoría de los usos y gratificaciones.

4. LA COMUNICACIÓN Y SU USO MASIVO.

5. FUNCIONES DEL LENGUAJE.

6. TIPOS DE COMUNICACIÓN

Códigos no lingüísticos.

Códigos no lingüísticos y visual

Códigos no lingüísticos y gestual

7. LA COMUNICACIÓN Y SU EVOLUCIÓN HASTA NUESTROS DÍAS

La teoría Divina.

Teoría de la exclamación.

Teoría Onomatopéyica.

Elementos de la comunicación según Aristóteles.

La comunicación masiva.

Barreras de la Comunicación.

La comunicación moderna.

8. LA COMUNICACIÓN ES UN PROCESO

81. La interacción.

82. Los Niveles de la comunicación.

83. Relación entre lenguaje y codificación.

84. Característica de los distintos lenguajes.

COMPETENCIAS PARA CADA UNA DE LAS TEMÁTICAS

TEMATICA UNA

1. Evalúa con actitud crítica la intencionalidad del mensaje: expositiva, argumentativa o normativa.
 - 1.1.1. Identifica si el mensaje oral lleva una intención expositiva.
 - 1.1.1.1. Atención a las ideas importantes del mensaje.
 - 1.1.1.2. Utilización de las destrezas de la escucha en mensajes orales: memoria, conciencia, percepción y discriminación auditivas.
 - 1.1.1.3. Percepción auditiva y visual de la intencionalidad con la que se emite el mensaje.
 - 1.1.1.4. Atención a detalles significativos: emociones y sentimientos que se expresan a lo largo del mensaje.
 - 1.3. Identifica si la intención del mensaje oral es establecer normas.

TEMÁTICA DOS

2. Conoce las distintas formas de comunicación oral y escrita.
 - 2.1. Expresa oralmente sus argumentos manteniéndose fiel a los temas tratados. Argumenta en situaciones de comunicación oral utilizando un lenguaje adecuado a los interlocutores, al contenido y al contexto.
 - 2.2 Dominio del tema a tratar en las situaciones comunicativas.
 - 2.3 Utilización del vocabulario adecuado a la situación comunicativa.
 - 2.4 Aplicación de las destrezas del habla en diálogos, conversaciones, discusiones, argumentaciones entre otras (pronunciación, entonación y articulación).
 - 2.5 Proyección de la voz de manera que la información llegue a todas las personas.
 - 2.6. Producción de mensajes orales con intención argumentativa.
 - 2.7 Utilización de recursos para mantener

TEMATICA TRES

3. Interpreta los mensajes que se transmiten por los medios de comunicación y los compara con eventos de la vida cotidiana.

Interpreta información transmitida por sistemas de comunicación verbal y no verbal y los procedimientos de persuasión y disuasión utilizados por los medios de comunicación masiva.

3.1. Reconocimiento de la estructura y función de los medios de comunicación.

3.2. Comparación de la estructura del texto periodístico con otros tipos de texto utilizados en mensajes transmitidos por los medios de comunicación.

3.3. Identificación de las características y funciones de los textos publicitarios según el contexto en el que ocurren

3.4. Interpreta la información explícita e implícita que transmiten los textos icónicos e ícono - verbales.

3.5. Utiliza recursos tecnológicos para ampliar la información generada por medios de comunicación masiva.

TEMATICA CUATRO

4. Lee con sentido crítico identificando ideas y datos importantes que le permiten comunicarse de manera funcional e informarse, ampliar y profundizar sus conocimientos.

4.1. Aplica destrezas de lectura silenciosa al leer materiales en la adquisición nuevos conocimientos.

4.2 Identificación de los tipos de lectura: selectiva, personal, individual, coral, dramatizada, en voz alta, silenciosa y reflexiva.

4.3 Localización de la información mediante la lectura rápida y selectiva con el apoyo de la organización del texto.

4.4 Análisis del vocabulario propio del tema bajo estudio y su significado.

4.5 Identificación del nexo entre el concepto que se desea desarrollar y otros conceptos relacionados.

4.6 Conclusiones que se pueden sacar de la comparación entre los conceptos identificados.

4.7 Incremento de la velocidad en la comprensión de lectura silenciosa.

4.8 Eliminación de deficiencias en lectura silenciosa sub vocalización y regresión.

**COMPETENCIAS PARA ETAPA DE REFORZAMIENTO PARA
ACTIVIDADES SUGERIDAS**

5. Redacta textos poéticos de acuerdo con los requerimientos del momento y según la normativa de las reglas de escritura

5.1 Interpretación de diferentes tipos de texto en cuanto a mensaje, lenguaje cotidiano y figurado, lugar, tiempo, ambiente, entre otros (fábulas, leyendas, cuentos, biografías, crónicas y novelas cortas).

5.2 Elaboración de cuentos, novelas cortas estableciendo lenguaje cotidiano o figurado, lugar, tiempo y ambiente en que ocurren los eventos.

5.3 Familiarización con la estructura de los poemas: verso, estrofa, paralismo - en idiomas mayas.

LA COMUNICACIÓN

La **comunicación** es un fenómeno de carácter social que comprende todos los actos mediante los cuales los seres vivos se comunican con sus semejantes para transmitir o intercambiar información. Comunicar significa **poner en común** e implica compartir.

La comunicación inicia con el surgimiento de la vida en nuestro planeta y su desarrollo ha sido simultáneo al progreso de la humanidad. Se manifestó primero a través de un lenguaje no verbal.

Todos los días los seres vivos se comunican de diferentes maneras, pero sólo los seres humanos podemos hacerlo racionalmente; llevando a cabo infinidad de actividades, tales como: conversar, reír, llorar, leer, ver televisión entre otras; por ello se dice que la comunicación humana es un proceso:

- Dinámico: porque está en continuo movimiento.
- Inevitable: porque se requiere para la transmisión de significados.
- Irreversible: porque una vez realizada, no puede regresar, borrarse o ignorarse.
- Bidireccional: porque existe una respuesta en ambas direcciones.
- Verbal y no verbal: porque implica la utilización de ambos lenguajes.

Además de la comunicación verbal y no verbal, el hombre también se distingue por la capacidad de comunicarse con el mismo a través del pensamiento; a esto se le llama **comunicación intrapersonal**.

1.1 TEORÍA DEL PROCESO COMUNICATIVO

Los elementos o factores de la comunicación humana son: fuente, emisor o codificador, código (reglas del signo, símbolo), mensaje primario (bajo un código), receptor o decodificador, canal, ruido (barreras o interferencias) y la retroalimentación o realimentación (*feed-back*, mensaje de retorno o mensaje secundario).

- **Fuente:** Es el lugar de donde emana la información, los datos, el contenido que se enviará, en conclusión: de donde nace el mensaje primario.
- **Emisor o codificador:** Es el punto (persona, organización...) que elige y selecciona los signos adecuados para transmitir su mensaje; es decir, los codifica para poder llevarlo de manera entendible al receptor. En el emisor se inicia el proceso comunicativo.
- **Receptor o decodificador:** Es el punto (persona, organización...) al que se destina el mensaje, realiza un proceso inverso al del emisor ya que en él está el descifrar e interpretar lo que el emisor quiere dar a conocer. Existen dos tipos de receptor, el pasivo que es el que sólo recibe el mensaje, y el receptor activo o perceptor ya que es la persona que no sólo recibe el mensaje sino que lo percibe y lo almacena. El mensaje es recibido tal como el emisor quiso decir, en este tipo de receptor se realiza el *feed-back* o retroalimentación.
- **Código:** Es el conjunto de reglas propias de cada sistema de signos y símbolos que el emisor utilizará para trasmitir su mensaje, para combinarlos de manera arbitraria porque tiene que estar de una manera adecuada para que el receptor pueda captarlo. Un ejemplo claro es el código que utilizan los marinos para poder comunicarse; la gramática de algún idioma; los algoritmos en la informática..., todo lo que nos rodea son códigos.
- **Mensaje:** Es el contenido de la información (contenido enviado): el conjunto de ideas, sentimientos, acontecimientos expresados por el emisor y que desea trasmitir al receptor para que sean captados de la

manera que desea el emisor. El mensaje es la información.

- **Canal:** Es el medio a través del cual se transmite la información-comunicación, estableciendo una conexión entre el emisor y el receptor. Mejor conocido como el soporte material o espacial por el que circula el mensaje. Ejemplos: el aire, en el caso de la voz; el hilo telefónico, en el caso de una conversación telefónica.
- **Referente:** Realidad que es percibida gracias al mensaje. Comprende todo aquello que es descrito por el mensaje.
- **Situación:** Es el tiempo y el lugar en que se realiza el acto comunicativo.
- **Interferencia o barrera:** Cualquier perturbación que sufre la señal en el proceso comunicativo, se puede dar en cualquiera de sus elementos. Son las distorsiones del sonido en la conversación, o la distorsión de la imagen de la televisión, la alteración de la escritura en un viaje, la afonía del hablante, la sordera del oyente, la ortografía defectuosa, la distracción del receptor, el alumno que no atiende aunque esté en silencio. *También suele llamarse ruido*
- **Retroalimentación o realimentación** (mensaje de retorno): Es la condición necesaria para la interactividad del proceso comunicativo, siempre y cuando se reciba una respuesta (actitud, conducta...) sea deseada o no. Logrando la interacción entre el emisor y el receptor. Puede ser positiva (cuando fomenta la comunicación) o negativa (cuando se busca cambiar el tema o terminar la comunicación). Si no hay realimentación, entonces solo hay información mas no comunicación.

1.2 Funciones de la comunicación

- 1 **Informativa:** Tiene que ver con la transmisión y recepción de la información. A través de ella se proporciona al individuo todo el caudal de la experiencia social e histórica, así como proporciona la formación de hábitos, habilidades y convicciones. En esta función el emisor influye en el estado mental interno del receptor aportando nueva información.

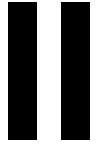
- **Afectivo - valorativa:** El emisor debe otorgarle a su mensaje la carga afectiva que el mismo demande, no todos los mensajes requieren de la misma emotividad, por ello es de suma importancia para la estabilidad emocional de los sujetos y su realización personal. Gracias a esta función, los individuos pueden establecerse una imagen de sí mismo y de los demás.
- **Reguladora:** Tiene que ver con la regulación de la conducta de las personas con respecto a sus semejantes. De la capacidad autorregular|autorreguladora y del individuo depende el éxito o fracaso del acto comunicativo. Ejemplo: una crítica permite conocer la valoración que los demás tienen de nosotros mismos, pero es necesario asimilarse, proceder en dependencia de ella y cambiar la actitud en lo sucedido.

Hechos sociales como la mentira son una forma de comunicación informativa (aunque puede tener aspectos reguladores y afectivo-valorativos), en la que el emisor trata de influir sobre el estado mental del receptor para sacar ventaja.

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

- **Control:** La comunicación controla el comportamiento individual. Las organizaciones, poseen jerarquías de autoridad y guías formales a las que deben regirse los empleados. Esta función de control además se da en la comunicación informal.
- **Motivación:** Lo realiza en el sentido que esclarece a los empleados qué es lo que debe hacer, si se están desempeñando de forma adecuada y lo que deben hacer para optimizar su rendimiento. En este sentido, el establecimiento de metas específicas, la retroalimentación sobre el avance hacia el logro de la meta y el reforzamiento de un comportamiento deseado, incita la motivación y necesita definitivamente de la comunicación.
- **Expresión emocional:** Gran parte de los empleados, observan su trabajo como un medio para interactuar con los demás, y por el que transmiten fracasos y de igual manera satisfacciones.
- **Cooperación:** La comunicación se constituye como una ayuda importante en la solución de problemas, se le puede denominar facilitador en la toma de decisiones, en la medida que brinda la información requerida y evalúa las alternativas que se puedan presentar.

MODELOS DE COMUNICACIÓN



2.1 MODELO DE COMUNICACIÓN LINEAL.

Receptor.

Emisor. Mensaje. Canal. Receptor.

Receptor.

Modelo comunicacional de Chafee y Bergan (1986). Durante los años Ochenta, estos autores pensaban en llamarse ciencias de la comunicación y pasaba a través de cinco niveles (o modelo piramidal).

Nivel intrapersonal. Se relaciona consigo mismo.

Nivel interpersonal. Se relaciona con otras personas.

Nivel medio. Se relaciona con grupos y el individuo.

Nivel medio superior. Relaciones entre grupos.

Nivel concerniente. Medios masivos.

Modelo comunicacional de McQuail. Habla de una pirámide con diferentes tipos de comunicacional: Intrapersonal, interpersonal, grupal, pública, privada, unidireccional, bidireccional, visual, publicitaria, persuasiva, urbana, rural, educativa, etc.

Chafee-Bergan. Objetos y propósitos de la comunicación. EL objeto de la ciencia de la comunicación, según Chafee-Bergan en 1986. La comunicación busca entender la producción, el tratamiento y los efectos de los símbolos que se encuentran en los sistemas de signos mediante teorías analizables, incluyendo generalizaciones legítimas que permitan explicar dichos fenómenos asociados a la producción, el tratamiento y los efectos.

Practica de la comunicación. Se requiere de métodos cuantitativos que sirvan de instrumentos base en la evaluación de la hipótesis así como de métodos cualitativos en la explicación de conceptos reales. Las ciencias de la comunicación engloban un campo muy extenso el cual puede ser dividido en varios niveles (propuesta de chafee-bergan), siguiendo la organización social. Por lo que McQuayle ilustra de nueva cuenta la pirámide en 1987.

Nivel concerniente a la sociedad (masiva, publica).

Nivel organizacional (Unidireccional, Bidireccional).

Nivel intergrupala. (Rural, privada). .

Nivel inverpersonal. (Interpersonal, Visual).

Nivel individual (Yo, interpersonal). .

Historia de la investigación en comunicación. Los precursores de la comunicación residían en la Universidad de Chicago: Charle Cooley, John Dewey, Hebert Mead.

El primer legado es el hacer énfasis en la interacción social, en la descripción y en las relaciones interpersonales, ya que los investigadores proponen un proceso científico. La investigación en comunicación se ha podido beneficiar de los aportes de la sociología aplicada. Es decir, la fusión entre investigación teórica e investigación aplicada, ya que crea una base muy útil para el futuro de las ciencias de la comunicación.

Para los investigadores de la escuela de Chicago, la comunicación no se limitaba a la simple transmisión de mensajes, sino que la concibieron como un proceso simbólico mediante el cual una cultura se erige y se mantiene.

Charles Cooley: Interaccionismo simbólico, teoría del ser social (opinión publica) (yo interactuando). A este precursor se le debe el interaccionismo simbólico y es fundador de la corriente del pensamiento o también conocido como análisis moderno (1910).

Los medios masivos de comunicación provocaron cambios significativos en las condiciones humanas, pues Cooley señala cuatro fuerzas que provocan la opinión publica: expresividad, aceptación, permanente, rapidez o difusión.

La nueva comunicación de masas ha representado una evolución en todas las fases de la vida.

Charles Cooley propone una teoría del ser social, conjunto con la opinión pública en donde se agrupan actitudes y opiniones como una entidad social a través de la comunicación.

La opinión pública no es un simple conglomerado de conclusiones del individuo, sino que es una organización, un producto cooperativo y una influencia recíproca.

Herbert Mead. Retoma la teoría del ser social elaborada y aportando nuevas definiciones al interaccionismo simbólico; es decir, se interesa en el proceso de interacción social a través de símbolos y se concentra antes que nada en el acto de la comunicación, sin embargo, Mead propone una teoría de la formación social del sí, en donde el individuo toma conciencia de sí mismo a partir de observaciones sobre funciones del lenguaje a partir del juego individual y del juego colectivo. Según Mead, esta capacidad de jugar permite vivir en relativa armonía con los diferentes puntos de vista existentes dentro de las sociedades complejas.

John Dewey. Se le considera como uno de los pioneros en la investigación de la comunicación. Sus conceptos de esta son: de la comunicación, de la inteligencia, se le caracteriza por una fusión entre la ciencia y la participación de la comunidad. Considerando a la comunicación como un instrumento de precisión social. Para Dewey, la comunicación es el fundamento de toda relación humana y produce bienes materiales y sociales que une a los individuos entre si y permite la vida colectiva.

Se inclina por el establecimiento de comunicación de masas, basado en el consenso a través de la institución de una prensa libre, capaz de transmitir los descubrimientos de la ciencia para proporcionar una comprensión de fuerzas que controlan la vida moderna; de este modo se origina un nuevo sistema de comunicación. Reivindica una ciencia que ilumine nuestros objetivos, nuestras comprensiones y que permita una acción cooperativa.

Los padres de la comunicación. Paul Lazarsfeld (matemático, sociólogo), Kurt Lewin (psicosociólogo), Carl Hovland (psicólogo),

Laswell (Político), Integrante de la universidad de Chicago, su principal obra de estudio son las técnicas de propaganda ("The Propaganda Technique in the World of War" 1927). Este estudio se centra principalmente en las estrategias y medios de esfuerzos utilizados, en

donde define a la propaganda como el manejo de las actitudes colectivas mediante la manipulación de símbolos significativos. Subraya el gran papel desempeñado por los medios masivos de comunicación en la formación de la conciencia nacional y patriótica.

Su estudio de la propaganda se centró en la comunicación, en el análisis de los procesos y de los efectos.

Kurt Lewin. Alemán de la Universidad de Berlín. Ejecuta un programa de investigación sobre las dinámicas de grupo. Su principal obra es "The Iowa Child Welfare Research Station". En donde se interesa en los problemas propios de la comunicación de grupo, en los modelos del grupo relativos a la comunicación.

Inventor del término campo psicológico y se interesa en los problemas de la personalidad y de la interacción; definiendo como una totalidad de hechos coexistentes, interdependientes los cuales facilitan el estudio objetivo de los individuos.

Carl Hovland. Se interesa en la formación de las actitudes y siendo jefe del departamento de guerra de estudios experimentales, se orientó hacia la investigación de la psicología social sobre los mecanismos de la persuasión, sobre todo en los efectos de documentos filmicos en reclutas.

Estudió la opinión de las variaciones individuales en el seno sometidos a diferentes argumentaciones.

La persuasión como característica principal de la audiencia o según la percepción del comunicador por parte del público.

Paul Lazarsfeld. Tras la invasión de los Nazis a Austria, Paul emigró a los Estados Unidos y descubrió los valores fundamentales de investigación de la comunicación:

1-. Posee un gran conocimiento en investigación cuantitativa y cualitativa. Ya que fue capaz de modificar y unificar estos dos tipos de investigación para alcanzar objetivos en comunicación.

2-. Logra respaldar su trabajo en la siguiente obra "The Bureau of Applied

Social Research of the Columbia University". Que se convirtió en uno de los institutos más importantes hasta nuestros días en investigación de la comunicación.

Establece un puente entre la investigación académica y el interés comercial, combinando de esta manera la teoría y los problemas concretos (la práctica).

Consolidación de la comunicación. Durante la Segunda Guerra Mundial trae como consecuencia la utilización masiva de los medios de comunicación, y como primer medio masivo tenemos a la radio; en donde demuestran el gran poder que tienen los mensajes para influir en la gente, por lo que aparece una nueva universidad en el estudio de la comunicación (Universidad de Columbia).

Personajes: Berelson, Merton, Kappler, Katz, Lowenthal, Herzog.

Las investigaciones realizadas por la Universidad de Columbia se centran totalmente en la propaganda, la persuasión, la opinión pública, los usos y efectos de la comunicación en donde con la oficina de Lazarsfeld a todas estas investigaciones se les llama los conflictos y los consensos de la comunicación, en donde el lado político es totalmente olvidado.

Escuela Empírica, Universidad de Columbia.

Escuela Científica, Universidad de Frankfurt. La escuela de Frankfurt marcó la diferencia conceptual de la comunicación. La primera se caracteriza por el método cuantitativo en donde el estudio se basa principalmente en la teoría funcionalista y en la teoría del positivismo.

Método Cuantitativo.

Universidad empírica de Columbia. Funcionalista.

Positivista.

La escuela crítica de Frankfurt estuvo influenciada por el pensamiento marxista y las principales preguntas eran: ¿cómo es? ¿quién controla la comunicación? ¿por qué? ¿en beneficio de que?. Los defensores de esta escuela desaprobaban el lado administrativo y funcionalista de la empírica, a tal grado que les reprochaban otorgar demasiada importancia a lo que generaban las masas. Ya que según ellos, desatendían el contexto histórico y cultural; puesto que la ignorancia del contexto por el contexto

desnaturaliza la realidad de la comunicación.

Método cuantitativo.

Teoría funcionalista. Funcionalismo.

Positivismo.

Características de la escuela funcionalista: estructura, método cuantitativo, resultados comprobados. La segunda escuela llamada crítica y conocida como la universidad de Frankfurt, es privilegiada por el análisis que hace en el contexto social en el cual se desarrolla el acto de la comunicación. Ha estado muy influenciada por el pensamiento marxista ya que sus principales preguntas son: ¿por qué? ¿quién controla la comunicación? ¿de donde surge la comunicación? ¿en beneficio de que quien y de que?

TEORIAS DE LA COMUNICACIÓN



Aspectos fundamentales de la teoría funcionalista.

- A. Funciones e instituciones. Primero que nada, esta teoría describe lo que es el funcionalismo, es el conjunto de necesidades que existen en las masas y que deben ser satisfechos a través de las instituciones. La función de una institución tiene tres niveles: El modo de comunicación o medios estandariza los fenómenos sociales.
- B. Nivel 2. Trata de esclarecer las condiciones de los modos de vida de la comunicación masiva.
- C. Nivel 3. La organización institucional analiza las funciones de todas aquellas operaciones repetidas dentro de una institución.

Los conflictos y el equilibrio. Las sociedades humanas poseen mecanismos para regular sus conflictos y sus disfunciones; las reglas con las que se conduce a los individuos están fijadas y podrán cambiar según los nuevos medios con que cuente una sociedad, esto con el fin de relacionarse dentro de la sociología.

El equilibrio entonces son las reglas sociales que buscan satisfacer la identidad de una nueva función.

Estructura social. La sociedad humana es un organismo interrelacionado cuyos elementos forman una estructura donde cada uno de ellos se afecta si cada uno deja de funcionar y puede considerarse su estudio como el conjunto de variables interrelacionadas que se dan en forma de escala que se dan jerárquicamente.

La Historia. Esta puede estudiarse mediante la sociedad y sincronía de ver sus necesidades satisfechas por las instituciones, la historia va evolucionando según los individuos, puntos y lugares... que en ella nos sirve de referencia para estudios de investigación.

Representantes de la teoría funcionalista: Charles Wright, Marchall McLuhan, Merton, Berelson.

Trabajos célebres de consolidación en la investigación de la comunicación. Estos trabajos son realizados por autores empíricos que pertenecen a la Universidad de Columbia; como primer estudio de investigación tenemos "The People's Choice" que es el estudio esencial y el impacto fundamental de las campañas políticas, era la reafirmación de cómo activar a los individuos mediante el mensaje político, viendo que reacción tenían unos y que predisposiciones se hacían notar en otros. Hay que subrayar el efecto de los medios ya que destacaban la importancia en atraer la atención de las masas, que lo que el hecho del proceso de comunicación se reafirma que no es vertical. Es en este estudio que nace el líder de opinión sobre las masas.

"Patterns of Influence" (1915). Robert Merton, Lazarsfeld y Katz son los responsables de este estudio, en donde dan a conocer los modelos de influencia en una comunidad, esa investigación viene a ampliar el conocimiento sobre el líder de opinión y sobre la relación de este con la comunicación masiva, con el fin de localizar personas influyentes o líderes encontrando dos clasificaciones de líder: líder local y el líder cosmopolita, ambos tienen un comportamiento diferente en los diversos contextos sociales y con los medios masivos de comunicación, concluyendo que no son las mismas personas políticas ya que se pueden encontrar en todos los campos sociales, lo único común que tienen es que son el centro de atención e interés.

El conocimiento sobre el liderazgo es el estudio que hace Katz y Lazarsfeld en 1946 bajo el nombre de la influencia personal, el cual consiste en relacionar la comunicación interpersonal hasta llegar a la comunicación masiva. En donde los medios de comunicación causan impacto en el nivel de persuasión en la sociedad.

Teoría cultural y del determinismo (imperialismo cultural).

Intenta explicar el significado de la cultura popular en el conjunto de la experiencia de los individuos, reivindicando el análisis del ámbito cultural como un campo aparte de lo social. En cuanto al imperialismo cultural los investigadores se reagrupan en torno de esta poderosa orientación, en donde se transporta la comunicación masiva en todos aquellos países occidentales en vías de desarrollo; ya que considera que los valores

introducidos en esos países son los del capitalismo, que contamina la naturaleza local y los colonizan a través de los mensajes transmitidos. Esto dio como resultado diferentes enfoques dependiendo del interés de centrarse en los efectos o en los usos o incluso en el contenido.

La investigación sobre los medios masivos de comunicación (uso y satisfacción), trata de determinar que es lo que los miembros de la audiencia hacen con los medios de comunicación, en lugar de que es lo que los medios de comunicación hacen.

Otra investigación u orientación la cual trata sobre la difusión de innovaciones, en efecto este enfoque toma como punto de partida el decisivo papel de la influencia personal en el proceso de difusión e intenta analizar toda la información que sea de innovación.

Por lo tanto se crea una nueva teoría de la cultura, la cual establece una relación entre el contenido de la comunicación y sus efectos en los individuos y en la sociedad. Permite tratar el contenido y los efectos de los medios masivos de la comunicación, particularmente de la televisión contribuye a la creación y a la concepción que de la realidad se hace de la audiencia. Considera que la T.V. ejerce un dominio enorme en el medio ambiente simbólico, sustituyendo con sus mensajes las experiencias personales; ejerciendo un efecto a largo plazo en la opinión pública, al cultivar actitudes, gestos, preferencias, en breve la imagen del público.

Teoría de la dependencia.

Intenta definir bajo que condiciones los individuos se vuelven dependientes de la comunicación masiva, acentuando la interdependencia entre el sistema de los medios masivos de comunicación y otros "sistemas" (contextos sociales); es decir, entre mas servicios nos proporcionen los medios masivos de comunicación, la gente depende más de ellos (como la difusión de noticias y de programas de distracción); por lo tanto esto hace que las personas sean más vulnerables ya que los que más dependen de los medios masivos de comunicación, están sujetos y expuestos a que sus creencias y sus concepciones de manera general sean consultadas en su totalidad por estos y por lo tanto la ideología y algunas veces se idiotiza.

Teoría del determinismo tecnológico.

Esta representa una orientación muy original entre las diversas perspectivas que existen entre los medios masivos de comunicación. Haciéndola llamar también teoría sin sujeciones la cual propone una vía

aparte que no esta ligada a ninguna escuela dominante de comunicación, con lo que se le atribuye un papel significativo a los medios masivos de comunicación por el proceso de la comunicación en la organización de toda la sociedad, pues los atributos esenciales de un medio dominante podrían decirnos al mismo tiempo como pensar, como organizar, como recibir la información de estos y por ellos.

La lucha social existe, los medios de comunicación existen, la lucha de clases entre los medios generan persuasión y opinión pública. Los mensaje son mercancia, la lucha de clases es injusta, los tipos de comunicación salen a relucir para una mejor manipulación y persuasión de los medios masivos de comunicación.

Teoría de la aguja hipodérmica.

Esta teoría nace en 1930, la postura sostenida por dicho modelo, se puede sintetizar con la afirmación de cada miembro del público de masas en lo personal y colectivamente hablando, en donde el mensaje llega directo a estos. A esta teoría también se le llama del piquetazo, ya que históricamente la teoría coincide con el peligro de las dos guerras mundiales, con la difusión de gran escala de las comunicaciones masivas.

Este modelo representa las primeras reacciones suscitadas entre los diferentes contextos y entornos sociales.

El modelo comunicativo de esta teoría se enfoca a la acción de la psicología conductista. Teniendo como objetivo estudiar el comportamiento humano con los métodos del experimento y la observación: en donde este comportamiento es estudiado en relación con el organismo y ambiente al que pertenece. Dónde el elemento crucial esta representado por el estímulo en las masas y que estas carecen de tradiciones, reglas de comportamiento, líderes y estructura organizacional.

Modelo comunicacional de la aguja Hipódermica.

Medios Masivos.	Audiencia.
Omnipresente.	Homogénea.
Omnipotente.	Sin relaciones sociales, manipulables.

Postulados. El aislamiento de cada individuo en la masa anónima. La debilidad de una audiencia indefensa y pasiva que se deriva en la desolación y fragmentación de la misma. Cada individuo es un átomo aislado que reacciona por separado a las órdenes y sugerencias de los medios de comunicación de masas. sociedad con escasez de relaciones interpersonales y una relación social amorfa.

Teoría de los dos pasos.

Esta teoría se le debe a Paul Lazarsfeld y a los primeros estudiantes comunicólogos en los años cuarenta. Quienes buscaban documentar empíricamente la manera en que los medios masivos de comunicación influyen en la presentación, selección y votación de candidatos presidenciales, y se convierte en el estudio científico de las masas. Utilizando una sofisticada encuesta .

Metodología en encuesta de panel. Lazarsfeld encontró que los medios no tenían influencia masiva en los votantes, sino que estos eran persuadidos por miembros de grupos primarios o referencias por los que se consideraban líderes de opinión.

En este período bajo el predominio del funcionalismo en la sociología, cuando las concepciones simplistas de la sociedad de masas compuesta por los individuos de todo tipo de relaciones sociales, son rechazadas a favor de un descubrimiento de los lazos gregarios entre las personas.

Lazarsfeld en conjunto con otros investigadores desarrolla entonces el enfoque de la influencia personal. Así, los medios más que cambiar la actitud de los seguidores hacia ciertas personas, objetos y procesos, refuerzan predisposiciones, actitudes y valores preexistentes de los líderes de opinión.

Características del líder de opinión.

- 1-. Efecto de activación.
- 2-. Efecto de reforzamiento.
- 3-. Efecto de conversión.

Forma de ser.

- 1-. Se exponen a los medios masivos de comunicación.

2-. Influencian a las personas.

3-. Poseen del conocimiento del tema.

4-. Tener o relacionarse con los demás (necesario e inevitable).

Teoría del refuerzo o efectos a corto plazo.

En la década de los sesenta el medio más importante era la televisión y los participantes más visibles era la juventud de 18 a 33 años, dejando a un lado a los niños y adolescentes. El tema de la violencia imperaba en esta época debido a los movimientos sociales que existían en los Estados Unidos.

La televisión exige muy poco en comparación con la lectura y habilidades dentro del tema de la educación, por lo que resalta el contenido televisivo respecto a la violencia con un 70% y un 30% a los programas infantiles.

El presupuesto central de esta teoría especifica los efectos de la violencia en la televisión refuerza las pautas establecidas de conductas violentas en los espectadores. Klapper propone principalmente esta teoría y sostiene que la violencia en la televisión y otros medios no produce habitualmente ni aumentos ni disminuciones de importancia en la probabilidad de una agresión por el público.

Los teóricos del refuerzo examinan factores como las normas y valores culturales, los papeles sociales, las características de la personalidad, las influencias de la familia. Principales conductas violentas de los padres, amigos, vecinos, etc, estos y otros factores psicológicos y sociales determinan los efectos de los medios y en los medios. Por lo tanto, las normas y actitudes con reacciones violentas de los personajes de televisión refuerzan y apoyan la violencia del público, en la transmisión y percepción del mensaje.

Para obtener resultados de esta teoría se debe utilizar como técnica; la encuestas de investigación con un grupo seleccionada de personas que conteste el cuestionario y de esta manera, se obtengan los resultados en cuanto a la violencia generada en el seno familiar, movimientos sociales que son reforzados por los medio masivos de comunicación.

Teoría de los usos y gratificaciones.

El enfoque toma como punto de partida al consumidor de los medios

masivos de comunicación, más que los mensajes de estos en función de sus experiencias directas. Contempla a los medios del público como usuarios activos de los medios mas que pasivamente influidos por ellos. Por lo tanto, no presume una relación directa entre mensaje y efecto, sino que postula entre los medios del público hacen uso de los mensajes y que esta utilización actúa como una variable en el proceso del efecto.

1-. Concibe al público activo.

2-. En el proceso de comunicación masiva es el miembro del público el que activamente selecciona los mensajes.

3-. Los medios compiten con otras fuentes de necesidades al igual que se da a la competencia entre ellos, para captar la atención de la audiencia.

4-. Las personas son suficientemente conscientes de lo que seleccionan, leem ven y oyen.

5-. La calidad y la relevancia social de los mensajes no debe juzgarse, ya que los usos que le da el público es superfluo.

Audiencia.

Escoge selectivamente los medios masivos de comunicación.	Juzga los mensajes según sus usos y convivencia.
---	--

Medios masivos de comunicación.

Pierde su influencia Mensajes.

Absoluta.

Satisfacen Proporcionan

Necesidades. Gratificaciones.

USO MASIVO DE LA COMUNICACIÓN IV

Usos de los medios masivos de comunicación:

A. Diversión. Escape de la rutina, escape de los problemas, desahogo emocional.

Relaciones sociales. Compañía, utilidad social, referencia, exploración de la realidad, refuerzo de valores.

Supervisión. Información.

Teoría de la Agenda Setting.

La Comunicación

El funcionamiento de las sociedades humanas es posible gracias a la comunicación. Esta consiste en el intercambio de mensajes entre los individuos.

Desde un punto de vista técnico se entiende por comunicación el hecho que un determinado mensaje originado en el punto A llegue a otro punto determinado B, distante del anterior en el espacio o en el tiempo. La comunicación implica la transmisión de una determinada información. La información como la comunicación supone un proceso; los elementos que aparecen en el mismo son:

- **Código.** El código es un sistema de signos y reglas para combinarlos, que por un lado es arbitrario y por otra parte debe de estar organizado de antemano.
- El proceso de comunicación que emplea ese código precisa de un canal para la transmisión de las señales. El **Canal** sería el medio físico a través del cual se transmite la comunicación.

Ej: El aire en el caso de la voz y las ondas

Herzianas en el caso de la televisión.

- En tercer lugar debemos considerar el **Emisor**. Es la persona que se encarga de transmitir el mensaje. Esta persona elige y selecciona los signos que le convienen, es decir, realiza un proceso de codificación; codifica el mensaje.
- El **Receptor** será aquella persona a quien va dirigida la comunicación; realiza un proceso inverso al del emisor, ya que descifra e interpreta los signos elegidos por el emisor; es decir, descodifica el mensaje.
- Naturalmente tiene que haber algo que comunicar, un contenido y un proceso que con sus aspectos previos y sus consecuencias motive el **Mensaje**.
- Las circunstancias que rodean un hecho de comunicación se denominan **Contexto situacional** (situación), es el contexto en que se transmite el mensaje y que contribuye a su significado.

Ej: Un semáforo en medio de una playa no

Emite ningún mensaje porque le falta contexto.

La consideración del contexto situacional del mensaje es siempre necesario para su adecuada descodificación.

En el esquema clásico de Jakobson aparece el referente que es la base de toda comunicación; aquello a lo que se refiere el mensaje; la realidad objetiva.

Todos estos elementos que forman el esquema de la comunicación tienden a conseguir la eficacia de la información. Ésta se fundamenta en una relación inversa entre la extensión de la unidad de comunicación y la probabilidad de aparición en el discurso.

+ Extensión de la unidad comunicativa \diamond - Probabilidad de aparición.

- Extensión de la unidad comunicativa \diamond + Probabilidad de aparición.

Este principio general de la teoría informativa se manifiesta en el hecho empíricamente demostrado o observado que las palabras o frases tienden

a cortarse; tendemos siempre a una economía del lenguaje. Así un conferenciante que habla extensamente y nos va diciendo lo que ya sabemos lo tintamos de "rollo", ya que en este caso la relación no es inversa sino directa: mucha extensión, mucha probabilidad.

- RUIDO Y REDUNDANCIA.

Se denomina ruido a cualquier perturbación experimentada por la señal en el proceso de comunicación, es decir, a cualquier factor que le dificulte o le impida el afectar a cualquiera de sus elementos. Las distorsiones del sonido en la conversación, en radio, televisión o por teléfono son ruido, pero también es ruido la distorsión de la imagen de la televisión, la alteración de la escritura en un viaje, la afonía del hablante, la sordera del oyente, la ortografía defectuosa, la distracción del receptor, el alumno que no atiende aunque este en silencio...

Para evitar o paliar la inevitable presencia del ruido en la comunicación es habitual introducir cierta proporción de redundancia en la codificación del mensaje.

La redundancia en el código del mensaje consiste en un desequilibrio entre el contenido informativo y la cantidad de distinciones requeridas para identificar.

+ Mensaje \diamond - Información

La redundancia es la parte del mensaje que podría omitirse sin que se produzca pérdida de información. Cualquier sistema de comunicación introduce algún grado de redundancia, para asegurar que no hay pérdida de información esencial, o sea para asegurar la perfecta recepción del mensaje.

Ej: Los niños altos.

Plural masculino

La redundancia libremente introducida por el emisor puede revestir las más diversas formas.

Ej. de redundancia: Elevar la voz, el subrayado, el uso de Mayúsculas,...

- LA SEMIÓTICA.

La semiótica o semiología es la ciencia que trata de los sistemas de comunicación dentro de las sociedades humanas.

Saussure fue el primero que habló de la semiología y la define como: "Una ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social"; añade inmediatamente: "Ella nos enseñará en que consisten los signos y cuales son las leyes que lo gobiernan...".

El americano **Peirce** (considerado el creador de la semiótica) concibe igualmente una teoría general de los signos que llama semiótica. Ambos nombres basados en el griego "Semenion" (significa signo) se emplean hoy como prácticamente sinónimos.

En la semiótica se dan corrientes muy diversas y a veces muy dispares por lo que más que una ciencia puede considerarse un conjunto de aportaciones por la ausencia del signo y el análisis del funcionamiento de códigos completos.

De semiótica se ha ocupado entre otros, Prieto, Barthes, Umberto Eco,... A estos últimos se debe la aplicación del concepto de signos a todos los hechos significativos de la sociedad humana.

Ej: La moda, las costumbres, los espectáculos, los ritos y ceremonias, los objetos de uso cotidiano,...

El concepto de signo y sus implicaciones filosóficas, la naturaleza y clases de signos, el análisis de códigos completos... Son objetos de estudio de la semiótica o semiología.

Hoy la investigación llamada la semiología, por quienes prefieren lo europeo o semiótica, por quienes prefieren lo americano, se centra en el estudio de la naturaleza de los sistemas autónomos de comunicación, y en el lugar de la misma semiología ocupa en el saber humano.

Saussure insiste en que la lingüística es una parte de la semiología, ya que esta abarca también el estudio de los sistemas de signos no lingüísticos.

Se cae a menudo en el error de considerar equivalentes lenguaje y semiología, y nada más alejado de la realidad; El lenguaje es semiología, pero no toda la semiología es lenguaje.

Si Saussure opina esto, ahora bien según Barthes no es en absoluto cierto que en la vida social de nuestro tiempo existan, fuera del lenguaje humano, sistemas de signos de cierta amplitud. Objetos, imágenes, comportamientos, pueden en efecto significar pero nunca de un modo autónomo. Todo sistema semiológico tiene que ver con el lenguaje. Parece cada vez más difícil concebir un sistema de imágenes o objetos cuyos significados puedan existir fuera del lenguaje: Para percibir lo que una sustancia significa necesariamente hay que recurrir al trabajo de articulación llevado a cabo por la lengua. Así el semiólogo, aunque en un principio trabaje sobre sustancias no lingüísticas, encontrará antes o después el lenguaje en su camino. No solo a guisa de modelo sino también a título de componente de elemento mediador o de significado.

Hay pues que admitir la posibilidad de invertir la afirmación de Saussure: La lingüística no es una parte, aunque sea privilegiada, de la semiología, sino, por el contrario, la semiología es una parte de la lingüística

El fundador de la semiótica, Peirce estableció diversas calificaciones de signo, entre las cuales esta la basada en el tipo de vínculo que une al signo con su referente. Y así distingue:

- **Indices** (indicios). Son signos que tienen conexión física real con el referente, es decir, con el objeto al que remiten; la conexión puede consistir en la proximidad, la relación causa efecto o en cualquier tipo o conexión. Son índices los signos que señalan un objeto presente o la dirección en que se encuentran (una flecha indicativa, un dedo señalando algo...); Los signos que rotulan a los objetos designado en otro código (el título escrito debajo de un cuadro, un pie de foto...); Los signos naturales producidos por objetos o seres vivos también son índices (la huella de unas pisadas, el humo como indicativo de fuego, el cerco de un vaso, la palidez de una persona...).
- **Iconos**. Son signos que tienen semejanza de algún tipo con el referente. La semejanza puede consistir en un parecido en la forma o afectar a cualquier cualidad o propiedad del objeto. Son signos icónicos: Los cuadros, las esculturas figurativas, las fotografías, los dibujos animados, las caricaturas, las onomatopeyas o imitaciones del sonido, mapas, planos, gráficos que visualizan proporciones. Evidentemente la

iconicidad es cuestión de grado: una fotografía en color de un gato es más icónica que una silueta esquemática del mismo.

- **Símbolos.** Son signos arbitrarios, cuya relación con el objeto se basa exclusivamente en una convención. El símbolo no tiene por no parecerse ni guardar relación con lo que designa. Los alfabetos, la anotación clínica, los signos matemáticos, las banderas nacionales. A esta categoría pertenece el signo lingüístico.

Peirce señala que la clasificación no es excluyente. Considerado desde diversos puntos de vista, un signo puede pertenecer a la vez a más de una de estas categorías.

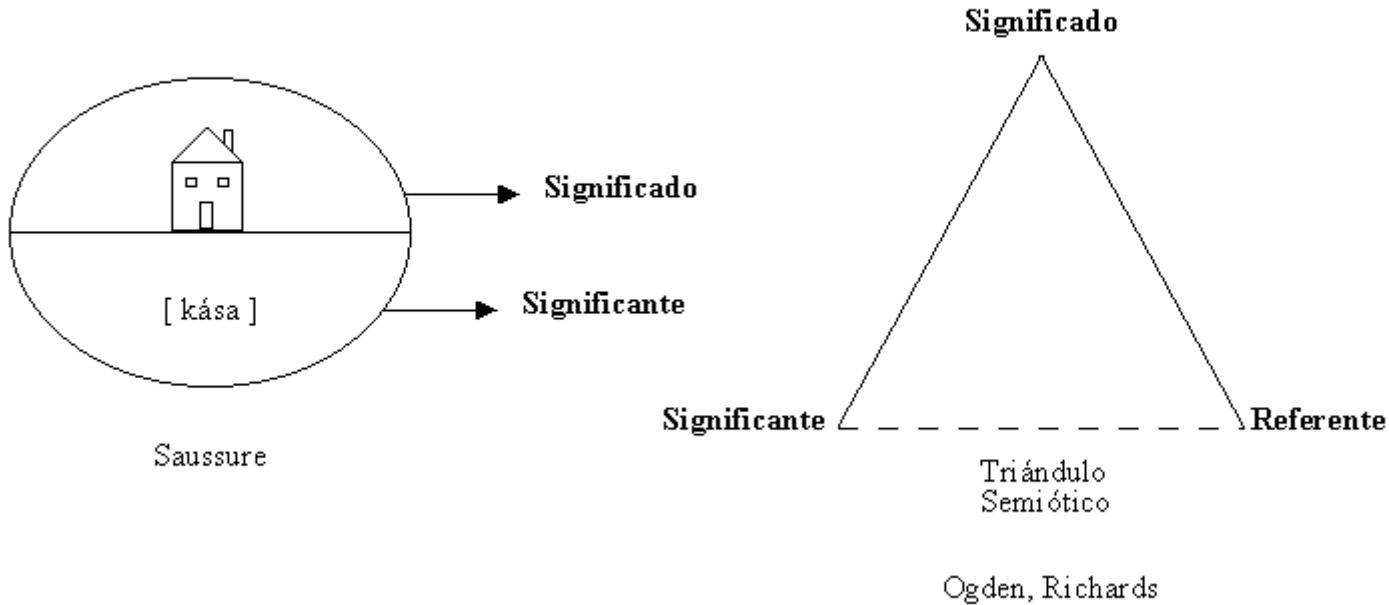
Ej: Las huellas dactilares son índices (guardan relación real con la yema del dedo que las produjo) y a la vez son iconos (reproducen exactamente sus estrías), si una agencia de detectives la escoge o la utiliza como emblema

comercial, será además el símbolo de la agencia.

Al margen de la clasificación de Pierce, un signo puede ser: motivado (su elección tienen alguna razón de ser, es decir, hay una relación objetiva entre signo y referente), la cruz como símbolo del cristianismo es motivado o puede ser también inmotivado (cuando no hay ninguna relación objetiva entre signo y referente), el signo de la suma(+) como símbolo de la suma es inmotivado.

- EL SIGNO LINGÜÍSTICO.

Se presenta con características propias, las cuales requieren un más detallado desarrollo. En él se da la no-analogía del símbolo y además puede descomponerse y analizarse en unidades situadas a diferentes niveles.



De todas las clases de signos el lingüístico es el más importante. Existen dos formas de representar convencionalmente el signo que, sin ser contradictorias, corresponden a

enfoques diferentes.

Existe como vemos en estas dos representaciones discrepancias a cerca de que si debe incluirse o no incluirse el referente en el concepto de signo.

Los partidarios de la no-inclusión (Saussure) argumentan entre otras cosas, que hay signos que carecen de referente.

Ej: ¿Cuál es el referente del signo mas de la suma?

Los partidarios que consideran necesario mantener el referente (Ogden, Richards, Pierce) lo incluyen, y le responden a Saussure:

- a. Hay dos clases de signos, los que se refieren a cosas y los que se refieren a relaciones: el concepto de referente se aplica solo a los primeros.
- b. El referente abarca no solo el mundo real "sino cualquier universo posible". *Ej: El centauro no existe en el mundo real pero podemos imaginarlo en un mundo de ficción.*

- c. El referente no tiene por qué ser un objeto material: el referente de justicia por ejemplo esta en las acciones justas que tienen lugar.

Siguiendo a Saussure el signo lingüístico consta de una parte material o significante y de otra inmaterial o significado, ambas están recíprocamente unidas. Saussure lo definía como una entidad psíquica de dos caras: el significante esta constituido por la sucesión inmutable de sonidos (fonemas) que lo constituyen (o de letras en la escritura). El significado es lo que el significante evoca en nuestra mente (el concepto) cuando lo oímos o leemos.

-Principios del signo.

1º. *La arbitrariedad:* El signo lingüístico es arbitrario, inmotivado. La relación que existe entre el significante y el significado no es necesaria si no convencional. Así el concepto que expresa la palabra casa (significado) no tiene ninguna relación natural con la secuencia de sonidos [kása] (significante); La asociación es el resultado de un acuerdo tácito entre los hablantes de una misma lengua. La prueba esta en que en otras lenguas diferentes se emplean palabras totalmente distintas para referirse al mismo concepto (House, *inglés*; Maison, *francés*).

2º. *Carácter lineal del significante:* El significante se desarrolla en el tiempo y en el espacio; los significantes acústicos se presentan uno tras otro y forman una cadena.

3º. *La mutabilidad e inmutabilidad del signo:* El signo desde un punto de vista diacrónico (estudio de la evolución a través del tiempo) puede cambiar o incluso desaparecer, por eso puede ser mutable. Ahora bien, desde el punto de vista sincrónico (estado en un momento determinado) el signo no puede cambiar, no puede modificarse, es inmutable.

4º. *La doble articulación del signo:* La primera articulación descompone el signo en monemas, son unidades mínimas que poseen significante y significado. En la segunda articulación, cada monema se articula a su vez en su significante en

unidades más pequeñas carentes de significado, los fonemas. Los fonemas son pues, las unidades mínimas de la segunda articulación que poseen significado, pero no significado.

Lob / o s/a s L / o / b / o

Monema. Monema . Fonemas.

La importancia que tiene la doble articulación es la posibilidad de crear infinitas

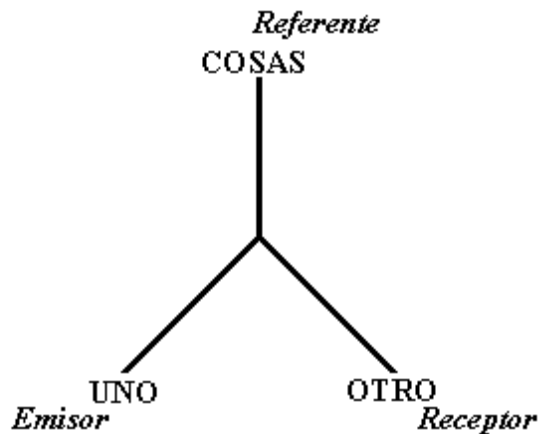
palabras e infinidad de mensajes.

LAS FUNCIONES DEL LENGUAJE



- LAS FUNCIONES DEL LENGUAJE

Ya desde Platón se había señalado que: "El lenguaje es un instrumento para comunicar uno a otro algo sobre las cosas". En todo acto de comunicación el lenguaje entra en contacto con los diferentes elementos que forman el esquema de la comunicación. Así el filósofo alemán Bühler dice que el lenguaje es un órgano que sirve para comunicar uno a otro sobre las cosas; partiendo de este esquema tripartito, analiza Bühler la relación que el mensaje guarda con estos elementos básicos y así, establece tres funciones básicas:



1. La función representativa Bühler o referencial Jakobson: es la base de toda comunicación; define las relaciones entre el mensaje y la idea u objeto al cual se refiere. El hablante transmite al oyente unos conocimientos, le informa de algo objetivamente sin que el hablante deje translucir su reacción subjetiva.

Los recursos lingüísticos característicos de esta función serían:

entonación neutra, el modo indicativo, la adjetivación específica y un léxico exclusivamente denotativo.

Ej: "La pizarra verde"

2. La función expresiva o emotiva: es la orientada al emisor; define las relaciones entre el emisor y el mensaje. Expresan la actitud del emisor ante el objeto; a través del mensaje captamos la interioridad del emisor, se utiliza para transmitir emociones, sentimientos, opiniones del que habla.

Los recursos lingüísticos son: Adjetivación explicativa, términos denotativos, modo subjuntivo.

Ej: "Mi pobrecita mama esta malita"

" ¡Qué alegría! "

3. Función apelativa Bühler o conativa Jachobson: define las relaciones ente el mensaje y el receptor; esta centrada en el receptor. Se produce cuando la comunicación pretende obtener una relación del receptor intentando modificar su conducta interna o externa. Es la función del mandato y de la pregunta.

Los recursos lingüísticos son: Vocativos, imperativa, oraciones

interrogativas (utilización deliberada de elementos adjetivos

valorativos, términos connotativos, pero siempre que todo esto este

destinado a llamar la atención del oyente)

Ej: " ¡Pepe, ven aquí! "

Jackobson introdujo en este esquema tres funciones más:

4. Función poética o estética: se define la relación del mensaje con él mismo. Esta función aparece siempre que la expresión utilizada atrae la atención sobre su forma. Se da esencialmente en las artes donde el referente es el mensaje que deja de ser instrumento para hacerse objeto (el mensaje tiene fin en si mismo). Generalmente se asimila esta función a la Literatura, pero se encuentra también en el lenguaje oral y cotidiano.

Recursos lingüísticos: Los de literatura (metáforas, hipérboles...)

Ej: Frases hechas, Metáforas, frases poéticas.

"En Abril aguas mil"

"El tiempo vuela"

"Rexona nunca te abandona"

5. Función fática: Es la función orientada al canal de comunicación, su contenido informativo es nulo o muy escaso: La función fática produce enunciados de altísima redundancia. Su fin es consolidar detener o iniciar la comunicación. El referente del mensaje fático es la comunicación misma. Constituye esta función todas las unidades que utilizamos para iniciar, mantener o finalizar la conversación.

Ej: "El típico Si..., si..., si... del teléfono"

"Formulas de cortesía, Hola, Adiós, Buenos días..."

"Muletillas, Eh..., eh...."

"La charla intranscendente en el ascensor con un vecino"

6. Función Meta lingüística: es la función centrada en el código; Se da esta función cuando la lengua se toma a si misma como referente; es decir, cuando el mensaje se refiere al propio código. Cuando utilizamos el código para hablar del código. En la función meta lingüística se somete el código a análisis: La gramática, los diccionarios, la lingüística utilizan la función meta lingüística.

Ej: "Las clases de lengua" "Buscar una palabra en un diccionario"

Todas estas funciones pueden concurrir simultáneamente, mezcladas en diversas proporciones, y con predominio de una u otra según el tipo de comunicación.

REFERENTE_{F. referencial}

EMISOR_{F. expresiva} **MENSAJE**_{F. poética} **RECEPTOR**_{F. apelativa}

CANAL_{F. fática}

TIPOS DE COMUNICACIÓN

VI

1. **Códigos No Lingüísticos**
2. **Código No lingüístico Visual**
3. **Código No Lingüístico Gestual**

Según el código que en ellas se ocupe, existen distintos tipos de comunicación:

- Lingüística escrita:** cuando el código empleado es lingüístico escrito. Por ejemplo, la correspondencia por carta.
- Lingüística oral:** cuando el código empleado es lingüístico oral. Por ejemplo, cuando conversamos.
- No lingüística visual:** cuando el código empleado es no lingüístico visual. Por ejemplo, la publicidad.
- No lingüística gestual:** cuando el código empleado es no lingüístico gestual. Por ejemplo, los gestos que utilizamos a diario.
- No lingüística acústica:** cuando el código empleado es no lingüístico acústico. Por ejemplo, la sirena de la ambulancia.

Códigos No Lingüísticos.

Son aquellos códigos que *no necesitan del lenguaje*. No requieren de un idioma determinado para ser capaces de transmitir el mensaje.

Para que estos códigos sean útiles, tanto el emisor como el receptor deben saber sus significados, pero no tienen que saber leer ni escribir. Ellos se debe a que estos códigos, como no utilizan el lenguaje, no son escritos ni orales.

Los códigos no lingüísticos se dividen en *código no lingüístico visual*, *código no lingüístico gestual* y *código lingüístico auditivo*.

Código No lingüístico Visual.

Se transmite a través de la vista. Para captar el mensaje, el receptor debe ver la señal que el emisor le envía. No debemos confundir ver con leer.

En cuanto a la relación con el código lingüístico escrito, también hay que verlo; pero no basta con eso, porque hay que saber leer y conocer el idioma para comprender el mensaje. En cambio, cuando nos comunicamos con el código no lingüístico visual, solo basta con ver.

Un ejemplo típico de código no lingüístico visual es el de la mayoría de las señales de tránsito, que son utilizadas en lugar de letreros escritos de manera que es mucho más fácil captar el mensaje aún si no sabemos leer ni escribir o si no conocemos el idioma en el que un letrero podría estar escrito.

Ejemplos de Códigos No Lingüísticos Visuales.

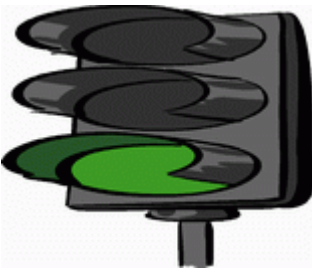
1. Señal tránsito "Hombres Trabajando".



a) **Significante:** la señal de tránsito "Hombres Trabajando".

b) **Significado:** el conductor debe tener cuidado y precaución porque hay hombres trabajando en la calle cerca del lugar donde está ubicada la señal de tránsito.

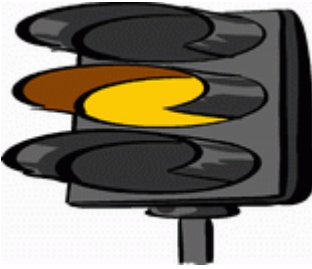
2. Semáforo con luz verde.



a) **Significante:** el semáforo con luz verde.

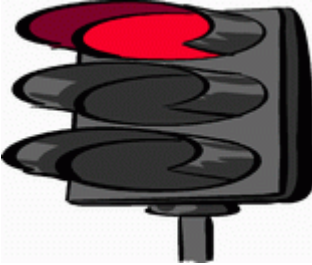
b) **Significado:** el conductor tiene paso libre y no debe detener el vehículo mientras el semáforo indique el color verde.

3. Semáforo con luz amarilla.



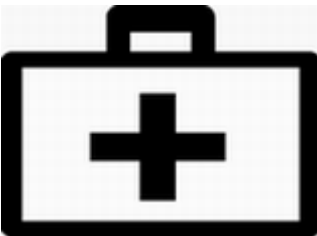
- a) **Significante:** el semáforo con luz amarilla.
- b) **Significado:** el conductor puede seguir avanzando pero debe tener precaución porque en breves segundos aparecerá la luz roja en el semáforo, indicando que el vehículo debe detenerse obligatoriamente.

4. Semáforo con luz roja.



- a) **Significante:** el semáforo con luz roja.
- b) **Significado:** el conductor no debe avanzar y debe detener el vehículo obligatoriamente hasta que aparezca nuevamente la luz verde.

5. Maleta con una cruz impresa.



- a) **Significante:** una maleta con la figura de una cruz impresa en la parte frontal.
- b) **Significado:** botiquín de primeros auxilios.

6. Persona en silla de ruedas.



a) **Significante:** una persona en silla de ruedas.

b) **Significado:** que el lugar en donde aparece la imagen es exclusivo para personas que utilizan silla de ruedas.

7. Persona botando basura en un basurero.



a) **Significante:** una persona botando basura en un basurero.

b) **Significado:** que se debe depositar la basura en sus depósitos correspondientes y no botarla en cualquier lugar.

8. El Sol.



a) **Significante:** el Sol radiante.

b) **Significado:** que es época de verano.

9.

10. **Una nube con un rayo.**



- a) **Significante:** una nube con la representación de un rayo atravesándola.
- b) **Significado:** que hay o habrá una tormenta eléctrica.

10. La luna.



- a) **Significante:** la Luna.
- b) **Significado:** que es tiempo de dormir y descansar o que ya llegó la noche.

11. Computadoras alrededor del mundo.



- a) **Significante:** computadoras rodeando al mundo con líneas que hacen contacto entre una y otra.
- a) **Significado:** computadoras trabajando en red o internet.

12.

13. Signo de Dólar.



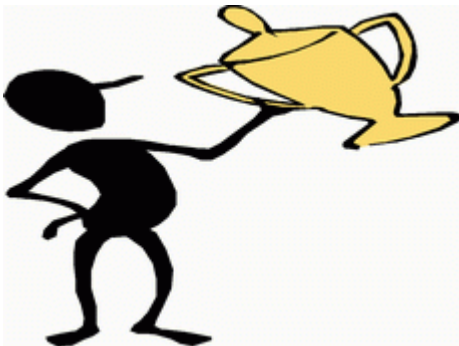
- a) **Significante:** el signo de Dólar.
- b) **Significado:** el dinero y la riqueza.

13. Un sobre.



- a) **Significante:** un sobre cerrado.
- b) **Significado:** una carta o el correo.

14. Hombre con una copa color amarillo.



- a) **Significante:** una persona levantando una copa color amarillo.
- b) **Significado:** el ganador o el campeón de un evento competitivo.

15.

16. Hombre escribiendo sobre la pizarra.



a) **Significante:** una persona escribiendo sobre una pizarra.

b) **Significado:** el profesor enseñando o dando una clase.

16. Hombre levantando una bandera blanca.



a) **Significante:** una hombre escondido detrás de unas piedras levantando una bandera blanca.

b) **Significado:** darse por vencido o pedirle la paz al enemigo.

17. Foco encendido.



-
a) **Significante:** un foco irradiando luz o encendido.

b) **Significado:** el nacimiento repentino de una buena idea o de la solución a un problema.

18.

19. Varita y sombrero.



a) **Significante:** una varita apuntando hacia el interior de un sombrero.

b) **Significado:** la magia con la que un mago haría aparecer algo del interior del sombrero con su "varita mágica".

19. Bandera con cuadros negros y blancos.



a) **Significante:** una bandera de cuadros negros y blancos.

b) **Significado:** en las competencias de automóviles es la el modo de indicar que los competidores pueden poner en movimiento sus vehículos y se le conoce como "bandera de salida".

20. Cerdo con una abertura en la parte superior.



a) **Significante:** un cerdo con una abertura en su parte superior.

b) **Significado:** una alcancía para guardar dinero o el ahorro.

Código No Lingüístico Gestual.

En este código, el emisor transmite sus mensajes a través de *gestos*, utilizando su cuerpo. Podría parecerse al código no lingüístico visual, ya que se trata de un signo o señal comunicativa que el receptor también debe recibir a través de la vista. Pero no debemos confundirnos, pues lo que distingue a este tipo de código es su origen. Este consiste en que el emisor hace gestos para transmitir el mensaje, en cambio, el otro corresponde a cualquier señal que solo es necesario ver.

Un ejemplo de código lingüístico gestual es el lenguaje de los sordomudos.

Ejemplos de Códigos No Lingüísticos Gestuales.

Código No Lingüístico Auditivo.

También se le llama *código no lingüístico acústico o sonoro*. Se transmite a través del oído, es decir, el receptor debe escuchar la señal para recibir y entender el mensaje.

En el código no lingüístico auditivo, *la señal es más universal* y no incluye palabras ni nada lingüístico ni tampoco elementos visuales.

NOTA: en cualquier situación comunicativa, hay que cuidar no confundir el emisor con el objeto que produce el sonido, ya que estos objetos suelen servir simplemente como un medio para que el verdadero emisor transmita el mensaje. Por ejemplo, en el caso de las campanas de la iglesia, es el sacerdote y no las campanas, quien desea transmitir a toda la comunidad que la misa va a comenzar.

Ejemplos de Códigos No Lingüísticos Auditivos.

1. Campanas de una iglesia.

a) **Significante:** las campanas de una iglesia.

b) **Significado:** anuncian que la Misa va a comenzar.

2. Sirena de una ambulancia.

a) **Significante:** la sirena de una ambulancia.

b) Significado: avisa a los demás para que le abran paso porque hay una persona en estado grave de salud que necesita ser trasladada urgentemente a un hospital.

3. Automóvil pitando.

a) Significante: el sonido del pito de un automóvil repetidamente.

b) Significado: indica a otro vehículo que debe apurarse, moverse o apartarse.

4. Alarma de un banco o negocio.

a) Significante: la alarma de un banco o de un negocio.

b) Significado: que se está efectuando un robo o que hay peligro de robo.

5. Teléfono sonando.

a) Significante: el sonido de un celular.

b) Significado: que alguien nos está haciendo una llamada telefónica.

6. Alguien gritando.

a) Significante: una persona gritando.

b) Significado: que la persona tiene un dolor, que necesita auxilio inmediato porque está ocurriendo una emergencia o que está llamando a alguien que se encuentra muy lejos y que por tanto no podría escuchar el llamado si no fuera a través de gritos.

7. Lamentos.

a) Significante: los lamentos de una persona.

b) Significado: expresan dolor, angustia o desesperación por parte de la persona que emite los lamentos.

8. Beso.

a) Significante: el sonido de un beso.

b) Significado: amor, afecto y cariño hacia otra persona así como también puede significar atracción erótica o amor sensual.

9. Carcajadas.

a) **Significante:** una persona emitiendo carcajadas.

b) **Significado:** que un chiste o algo gracioso provocó en una persona no solamente una risa sino una carcajada. Puede también significar sarcasmo o burla extrema hacia alguien.

10. Sirena de un carro patrulla policial.

a) **Significante:** la sirena de un carro patrulla policial.

b) **Significado:** avisa a los demás para que le abran paso porque se está realizando una persecución a un sospechoso o porque los elementos policiales necesitan desplazarse urgentemente hacia determinado lugar.

11. Timbre de una casa.

a) **Significante:** el sonido del timbre de una casa.

b) **Significado:** que hay alguien en la puerta de nuestra esperando que le atendamos.

12. Reloj despertador.

a) **Significante:** el sonido de un reloj despertador.

b) **Significado:** que es hora de despertar y levantarse de la cama para comenzar las actividades de un nuevo día.

13. Aplausos.

a) **Significante:** grupo de personas emitiendo aplausos a alguien.

b) **Significado:** se está felicitando a una persona o grupo de personas por haber hecho una labor admirable y destacada en determinada especialidad, ya sea científica, deportiva, artística, etc.

14. Llanto.

a) **Significante:** alguien llorando.

b) **Significado:** que la persona que está llorando siente tristeza y dolor.

15. Silbar.

a) **Significante:** persona silbando o emitiendo silbidos.

b) **Significado:** que el que silba está llamando a otra persona que se

encuentra lejos y funciona como herramienta que sustituye la acción de gritar.

VII

LA COMUNICACIÓN Y SU EVOLUCIÓN HASTA NUESTROS DÍAS

INTRODUCCIÓN

La comunicación es el proceso de transmisión y recepción de ideas, información y mensajes. En los últimos 150 años, y en especial en las dos últimas décadas, la reducción de los tiempos de transmisión de la información a distancia y de acceso a la información ha supuesto uno de los retos esenciales de nuestra sociedad.

La comunicación actual entre dos personas es el resultado de múltiples métodos de expresión desarrollados durante siglos. Los gestos, el desarrollo del lenguaje y la necesidad de realizar acciones conjuntas tienen aquí un papel importante.

A lo largo de la historia, los medios de comunicación han ido avanzando en paralelo con la creciente capacidad de los pueblos para configurar su mundo físico y con su creciente grado de interdependencia. La revolución de las telecomunicaciones y de la transmisión de datos ha empujado al mundo hacia el concepto de “aldea global”. Los efectos de estos nuevos medios de comunicación sobre la sociedad han sido muy estudiados. Hay quienes sostienen que los medios de comunicación tienden a reforzar los puntos de vista personales más que a modificarlos, y otros creen que, según quién los controle, pueden modificar decisivamente la opinión política de la audiencia. En cualquier caso, ha quedado demostrado que los

medios de comunicación influyen a largo plazo, de forma sutil pero decisiva, sobre los puntos de vista y el criterio de la audiencia.

A continuación en el presente trabajo, se explica de forma detallada y precisa todos los aspectos relacionados con la comunicación, origen, teorías, tipos de comunicación y barreras, hasta llegar a la comunicación moderna, como lo es el avance del Internet, conocido también como la “súper autopista de la información”.

La comunicación

La palabra comunicación proviene del latín “comunicatio” y éste a su vez procede del sustantivo “comunico”, cuya traducción al castellano es participar en algo común. Tanto el sustantivo comunicación, como el verbo comunicar, tiene su origen en la palabra “comunis”, raíz castellana de la palabra comunidad, la cual significa la participación o relación que se da entre individuos.

El término comunicación como concepto se presta a muchas interpretaciones, las cuales dependen del momento histórico, así como las exigencias políticas, económicas, culturales y sociales del medio en el cual han surgido; esto ha dado origen a una gran variedad de conceptos; entre los cuales se pueden mencionar:

Aristóteles: Señala que comunicación, es un proceso donde se utilizan todos los medios de persuasión que se tengan al alcance para hacernos entender.

Kurt Lewin: Define el proceso de la comunicación, como un complejo sistema de acciones e interacciones personales y grupales, donde un individuo trasmite un mensaje a otro y éste a su vez responde a otro mensaje, lo que genera un proceso circular y continuo.

William Bortot: Expone que la comunicación, es un fenómeno que establece una relación entre dos o más individuos, basada en el intercambio de mensajes y/o ideas, medio a través del cual se desarrollan todas las relaciones humanas.

André Martinet: Es la utilización de un código para la transmisión de un

mensaje de una determinada experiencia en unidades semiológicas con el objeto de permitir a los hombres relacionarse entre sí.

David K. Berlo: Es un proceso mediante el cual un emisor transmite un mensaje a través de un canal hacia un receptor.

Como se puede observar, independientemente del autor y momento histórico donde se desarrollan las ideas, todos coinciden en señalar que la comunicación es un proceso por medio del cual los individuos se relacionan entre sí, para hacer del mundo un lugar donde las ideas, los conocimientos, hechos y situaciones sean comunes; en los actuales momentos se habla que el mundo es una gran aldea, pues cualquier acontecimiento que suceda en el lugar de la tierra que fuese y por remoto que éste sea, puede ser visto en forma inmediata por todos los países del mundo.

El origen de la comunicación

Aun cuando la Teoría del Big - Bang ubica el origen del planeta hace unos 4 mil 500 millones de años, no tenemos evidencia científica de la presencia del homo - sapiens en la tierra más allá del año 40 mil a.C. Sin embargo, el creativo Neanderthal (200.000 a.C.) pudo haber sido nuestro ancestro, ya que a pesar de su apariencia más simia que la humana, legó a la humanidad el uso del fuego, un concepto rudimentario de familia, de sedentarismo y de vivienda, así como el desarrollo de instrumentos para la defensa.

No obstante, las investigaciones efectuadas en torno a los lenguajes que usaba el hombre pre - histórico no han podido aportar más que algunas hipótesis sin comprobación. Las más admitidas son: LA DIVINA, LA TEORÍA DE LAS EXCLAMACIONES, LA ONOMATOPÉYICA Y LA MECANICISTA.

LA TEORÍA DIVINA aparece en el Génesis y considera el lenguaje como un don que le fue dado al hombre en el mismo momento de su creación. Al principio, según establece, existía un solo idioma que desaparece por intervención de Dios y que luego genera una máxima confusión en la Torre de Babel.

LA TEORÍA DE LAS EXCLAMACIONES se fundamenta en que el hombre emite sonidos para expresar sus sentimientos, estados anímicos y emociones. Si se observa a un niño en sus primeros años, observamos que se comunica con exclamaciones. Eso debió haber ocurrido al principio y progresivamente fue asociando sonidos con personas y cosas, lo que

debió originar los sustantivos y más adelante, cuando fueron avanzando en el proceso, desarrollaron los verbos para expresar las acciones.

LA TEORÍA ANOMATOPÉYICA establece que el origen del lenguaje debió estar en una necesaria imitación de los sonidos que percibían. Así, por ejemplo, imitaban los sonidos de los pájaros y otros animales.

Finalmente, tenemos la **TEORÍA MECANICISTA**, esta se basa en la natural tendencia del hombre a mover sus manos y los músculos faciales en su deseo de comunicarse.

Es posible que todas las hipótesis sean ciertas. Tal vez el hombre usó sonidos, gestos y exclamaciones para comunicarse. El origen divino también es fácil de aceptar para los creyentes, ya que un ser humano normal nace dotado de un aparato fonador - auditor complejo, que lo capacita para la percepción e internalización de los mensajes, en un proceso continuo de aprendizaje que sólo termina con la muerte.

Las evidencias más antiguas de la comunicación humana están sin duda en las pinturas rupestres del paleolítico superior (unos 30 mil años a.C.) y del magdalenense (unos 15 mil años a.C.). Allí podemos inferir el pragmatismo de un sistema incipiente de numeración y el inicio del lenguaje de contenido estético que va a encontrar su más alta expresión en Egipto, unos 3 mil años a.C. Debemos añadir la escritura cuneiforme de Mesopotamia, unos 3 mil 500 años a.C., la cual nos ha proporcionado los documentos más antiguas de que disponemos.

Sin embargo, el sistema de escritura alfabética no comienza sino hasta el segundo milenio antes de Cristo, atribuido al pueblo fenicio y más concretamente al príncipe Cadmo, contemporáneo de Moisés. La existencia de Cadmo no está totalmente probada. Luego vino la transculturación greco - fenicia y greco - romana, lo que dio origen a las lenguas romances una vez terminado el Imperio de Occidente; y de allí proviene nuestro lenguaje español.

Volviendo atrás en el tiempo, se debe señalar que corresponde al sabio griego Aristóteles la paternidad de la ciencia de la comunicación, en la cuarta centuria antes de Cristo.

En este sentido, es conveniente recordar que el lenguaje es la facultad humana integrada por la lengua y el habla. La primera es un sistema de signos arbitrarios, convencionales y de carácter social. El segundo es el acto individual de un hablante, de acuerdo a las normas establecidas por la lengua. Es el sentido personal de cada emisor.

Cada lenguaje tiene funciones muy específicas, pero esas funciones son comunes en cada uno de los caso 3 mil idiomas vivos que se usan en la actualidad en el mundo. Ellas son:

- DE CARÁCTER EXPRESIVO (emociones y sentimientos).
- APELATIVO (búsqueda de respuesta en el oyente).
- DISCURSIVO (mensajes para afirmar, negar, preguntar, discurrir).
- DE CONTACTO (expresiones que transmiten certeza en la sintonía).
- METALINGÜÍSTICA (análisis del lenguaje).
- ESTÉTICA (búsqueda de goce o emoción artística).

También debemos analizar las funciones del lenguaje desde un punto de vista denotativo y connotivo. Cuando decimos FLOR, podemos referirnos a la parte vegetal que contiene los órganos de reproducción de la planta (denotativo), o a una bella mujer (connotativo).

Todo ello nos hace ver la importancia del dominio del lenguaje para lograr una comunicación amplia y enriquecedora.

Elementos de la comunicación , según Aristóteles

El concepto de proceso debe entenderse como el conjunto de las fases sucesivas de un fenómeno natural o de una operación artificial. Es desde ese punto de vista que debe analizarse la comunicación, partiendo del estudio de diferentes modelos. El primero de ellos, y posiblemente el más conocido es el “retórico” de Aristóteles (334 - 332 a.C.), quien definió científicamente la comunicación, por primera vez, como la “búsqueda de todos los medios posibles de persuasión”. El sabio griego organizó su modelo en tres fases:

Después de la muerte de Aristóteles, la comunicación fue olvidada como tema de interés científico. El discurrir filosófico se volcó hacia el estudio del alma, pero a partir del siglo XVII hay grandes aportes en la teoría del conocimiento, hasta que en la década de 1.930, en los Estados Unidos, un grupo de científicos sociales se interesaron por los estudios de la comunicación, motivo por el cual se conoce a sus integrantes como los “padres de la comunicación”. Ellos son: Paul Lazarsfeld, Kurt Lewin, Harold Lasswell y Carl Hovland. Lasswell, concretamente, introduce dos elementos más a los tres mencionados por Aristóteles: el canal en el que

se transmiten los mensajes y los efectos que éstos producen.

En la década siguiente, los estudios sobre la persuasión, conducidos por el grupo de Hovland en Yale, como consecuencia de los resultados de la propaganda nazi de la Segunda Guerra Mundial, principalmente llevan a Raymond Nixon a modificar el medio de Lasswell, introduciendo dos elementos más en el proceso: las intenciones del comunicador y las condiciones en que se recibe el mensaje.

Finalizada la hecatombe, dos brillantes ingenieros americanos, Claude Shannon y Warren Weaver, diseñaron uno de los modelos contemporáneos de la comunicación electrónica más usados, que explica por ejemplos, un circuito radiofónico o telefónico.

En la década de los años cincuenta, Wilbur Shramm adapta el modelo anterior al sistema de comunicación humana, sustituyendo transmisor y receptor por comunicador y preceptor. De esta forma se establece que la fuente y el comunicador son una persona, que el preceptor y el destino son otra, y que la señal es el lenguaje. Y así nos ubicamos en el campo de la comunicación humana.

Introduce además el concepto de la codificación del mensaje. Es decir, la colocación de este en una clave cifrada, hecha por el comunicador; y el cifrado o interpretación de esa clave hecha por el preceptor del mensaje. Además el modelo contempla la percepción psicológica del significado del mensaje a diferencia de la recepción física del modelo de la comunicación electrónica: (véase el modelo)

Shramm contempla la posibilidad de que la fuente y el comunicador sean la misma persona, y que el preceptor y el destino sean la otra persona en la comunicación humana. Pero establece como condición esencial para la percepción del mensaje la experiencia común de comunicador y preceptor con la clave y el significado del mensaje. Si los campos de experiencia del preceptor no son los mismos que los del comunicador, no se comprende el significado del mensaje. La utilización de claves (lenguaje, por ejemplo) no comunes, produce las “interferencias semánticas”, así como las interferencias atmosféricas dificultan la recepción de los mensajes electrónicos.

Corresponde a David K. Balo, en los años 60, efectuar una modificación en el modelo, identificando al codificador y al descifrador independientemente. El codificador que traduce a una clave los propósitos de la fuente y el descifrador que traduce la clave en términos que puedan ser comprendidos por el preceptor. Este concepto es particularmente útil en

la información periodística, en cuyo proceso pueden ser diferentes las personas que cumplen las funciones.

Tipos de comunicación

Para el desarrollo de este aspecto se parte de la concepción de Roger Malicot, quien señala que “la comunicación es la circulación del pensamiento en tres niveles: el primero, el unidimensional (consigo mismo); el segundo, el bidimensional (con los otros); y el tercero, el tridimensional (yo con los otros, el contexto y el medio)”.

A continuación indicaremos cada uno de ellos:

- Comunicación Intrapersonal - Unidimensional.
- Comunicación Interpersonal - Bidimensional.
- Comunicación Masiva - Tridimensional.

COMUNICACIÓN INTRAPERSONAL

A continuación se cita parte del famoso verso del poeta español Antonio Machado.

“Converso con el hombre que siempre va conmigo”.

A través de él se manifiesta una conversación profunda y personal. Un emisor es receptor de su propio mensaje. El hablante es, al mismo tiempo, audiencia.

Ahora, reflexione un instante y conteste:

¿Ha hablado a solas, como si estuviera pensando en voz alta?

Su respuesta debió ser afirmativa, porque todos los seres humanos se comunican internamente. Emplean la comunicación intrapersonal. Veamos el significado de este término:

Conforme con lo que puede apreciarse en el análisis de esta palabra, este tipo de comunicación ocurre en el interior del individuo.

Veamos a través de un ejemplo extraído de la novela Piedra de Mar de Francisco Massiani.

“Pero bueno, ustedes deben haberlo sentido alguna vez y es inútil que yo se los recuerde. Y así, en todo caso no lo han sentido, entonces estoy

perdiendo el tiempo, porque es algo que hay que vivirlo, así como el sabor de una pera, de una uva que hay que morder para masticar y conocer su jugo. El jugo del sol. El jugo del Mar, sobre todo, porque a veces parece una naranja exprimida sobre el horizonte, y en la tarde provoca morder el sol, beberse el mar. Levantar la liga que separa al mar del cielo y dejarla temblando en una vibración grave, que despierte millones de peces y los arroje al cielo. O comerse las estrellas que a las nueve parecen fresas. O pasarle la lengua la cielo negro - azul, que debe tener un sabor a limón dulce buenísimo. O cantar a toda garganta Cielito Lindo, hasta quedarse mudo. Y hablo del cielo y del mar y del placer de ver el mar ...”

El narrador es el protagonista, nos relata sus vivencias. El centro del universo es el YO y su emisión de mensajes se logra mediante símbolos verbales o representaciones inimaginables. Como vemos la comunicación intrapersonal es íntima y limitada; se da por la vía del monólogo.

El monólogo es una forma expresiva. Es el discurso que un emisor o hablante se dirige a sí mismo. Se emplea también en las obras dramáticas y narrativas para revelar estados de conciencia, conjuntamente con sus respectivos procesos síquicos. Se expresa en primera persona. De allí, el énfasis en el emisor y el predominio de expresiones exclamativas.

COMUNICACIÓN INTERPERSONAL

Cuando dos o más personas hablan, se dice que hay una relación de comunicación. Esta relación recibe el nombre de interpersonal y es el tipo de comunicación que la generalidad de las personas practicamos la mayor parte del tiempo. Ocurre cuando usted establece una comunicación dialogante con otra u otras personas, cuando de parte de los familiares, amigos, cuando se solicita orientación de sus asesores en el Centro Local, etc. Esto quiere decir que debe darse dentro del marco familiar, en la comunidad, en una institución, organización o asociación profesional.

La comunicación interpersonal es la forma más primaria, directa y personal de la comunicación. Ella ofrece la oportunidad de que usted y otras personas puedan verse, compartir ideas, interrumpir o suspender el diálogo.

Ella permite no solamente la comunicación a través de la palabra, sino también con gestos, movimientos, además que forma parte del lenguaje. Se trata de una comunicación total, con el interés de crear relaciones profundas y satisfactorias. A través de ella, se logra un elevado

grado de interacción y mayores posibilidades de éxito en el intento comunicativo. Implica un cambio de conducta entre el emisor y el receptor del mensaje.

La comunicación interpersonal es un acto creativo, que ofrece, tanto al emisor como al receptor, la posibilidad de una expansión sin límites por vía del diálogo.

El diálogo es la forma más completa de comunicación entre los hombres. Se opone al monólogo, pues sí pone énfasis en el receptor del mensaje, se remite simultáneamente a varios marcos de referencia y con suma frecuencia utiliza oraciones interrogativas. Así mismo, permite la exteriorización de las ideas por medio de la conversación.

En el siguiente ejemplo demuestra lo antes expresado:

- “¡Buen café! -exclamo saboreándolo- ¿Lo coló usted, viejo?”
- No, señor. Lo coló la niña, como el de ayer tarde, que si mal no recuerdo, me hizo usted la misma pregunta. Y se lo mandé con sus saludos, ya que se me olvidaba dárselos
- Buena mano tiene la hija de su padre.
- ¿Y de quién va a ser, pues si no de su padre?
- Quise decir que sí como el doctor tiene buena mano para la medicina, la tiene ella, por herencia, para los quehaceres de la casa. Dígale que le agradezco mucho sus saludos.
- ¡Buena mano y bonita voz! Las dos cosas que adornan más a una mujer.”

En este discurso, el soporte fundamental es el diálogo. Hablan dos personajes: Hinojosa y Florentino. A través de su conversación se entra en contacto con un hecho cotidiano: tomar café; asimismo, se revelan sentimientos, ideas, actitudes, emociones, etc. Se conjunta el mundo exterior y el mundo interior. He aquí el valor del diálogo.

Esta forma expresiva permite la comunicación en las más variadas formas. Ello puede ser observado en los siguientes ejemplos:

Suministrar una información: Lo coló la niña como el de ayer tarde...

Expresar una orden, Dígale que le agradezco

mandato o ruego: mucho sus saludos

Hacer preguntas: ¿Lo coló usted, viejo?

Emitir una opinión: Buena mano tiene la hija de su padre

El diálogo no sólo permite establecer conversación, sino que también es empleado en las obras dramáticas, en las de carácter narrativo, en la prensa, radio, cine y televisión.

El diálogo, como se ha visto, es una relación recíproca que se establece entre dos o más seres, que alternativamente expresan sus ideas, sensaciones o afectos. Representa un valioso medio para unificar a los seres, acercarlos, cubrir la distancia entre ellos a través de la emisión y recepción de mensajes portadores de sentido.

El diálogo se destruye cuando no se sabe:

- Oír y entender las razones de los otros.
- Expresar un punto de vista con sosiego, serenidad y equilibrio.
- Respetar y tolerar la opinión divergente.
- Sustituir el prejuicio prepotente por el juicio ponderado.
- Derogar la compulsividad vehemente por el análisis pertinente.
- Subrayar el espíritu de solidaridad en lugar de la estridencia enrojecida.

Para mejorar la comunicación en profundidad, hay que mejorar las relaciones interpersonales.

COMUNICACIÓN MASIVA

Al crecer la civilización y hacerse poderosa, sobrevino la necesidad de nuevos medios de comunicación, cónsonos con ese desarrollo. Así pues, al buscar el hombre su propia trascendencia, utilizó instrumentos que permitieron la extensión de sus sentidos.

De la comunicación directa, personal, se pasa a una comunicación pasiva. Esto quiere decir que cuando las implicaciones del mensaje van más allá de nuestras propias fronteras, se debe recurrir a medios técnicos para ampliar el contenido y la fuerza de lo que se quiere comunicar. Se pasa de la esfera humana a la esfera social y masiva. El proceso comunicacional sigue siendo el mismo, lo que cambia son los medios utilizados. Ya no nos centramos solamente en las personas, sino que se requiere de ciertos instrumentos de carácter técnico para ampliar los

contenidos de los mensajes y, en consecuencia, elevar el radio de acción y las posibilidades de lograr mayores efectos.

Esta creación de nuevos medios se dio en forma gradual. Después de la escritura cuneiforme, se produjo una revolución cultural con la invención de la imprenta (siglo XV). Gracias a ella, la palabra escrita pudo llegar a miles de personas, comenzó a hacerse masiva o planetaria. Surgieron luego: el periódico, el alfabeto Morse, el telégrafo y más tarde: el cinematógrafo, la telegrafía sin hilos, la radio, el radar y en 1.940 la televisión.

Esta explosión tecnológica de medios ha transformado la dinámica social, ya que permite la transmisión instantánea de mensajes, a cualquier distancia y a un número infinito de receptores.

La información se hace uniforme porque llega a todo el planeta. Todo el mundo se entera de las reuniones de la OPEP, del alza o baja del dólar, del último grito de la moda, etc.

En el ayer, el hombre era un ser ávido de información: hoy no puede escapar al flujo constante de mensajes que le vienen de todas partes, a través de los medios masivos de información.

El desarrollo de estos medios de comunicación masiva ha planteado nuevas formas de encarar el mundo, lo que constituye un reto para el hombre actual. El hombre está sometido a un continuo bombardeo de mensajes, de los cuales él no puede sustraerse. Los problemas que suscitan los medios de comunicación de masas son profundos y reflejan la transformación de nuestro mundo. El hombre actual es copartícipe de esa transformación.

El problema para el ser humano, en el momento actual, es poder establecer la comunicación casi perdida a causa de ese bombardeo unilateral a que está sometido por la acción persuasiva de los medios de comunicación masiva. George Gergner refiriéndose a la comunicación humana expresa:

“la comunicación en el sentido humanizador más amplio es la producción, recepción y captación de mensajes que transmiten conceptos del hombre acerca de lo que es, de lo que es importante y de lo que es correcto.”

Insiste Gergner en la condición humana de la comunicación, aún cuando en la época actual existen diferentes maneras de vivir y distintas épocas culturales, aunque superpuestas. Todo ello inmerso en un contexto comunicativo de mensajes e imágenes, donde todo transcurre

rápidamente. La interacción tiende a ocultarse bajo la capa de lo planetario que lo envuelve todo, su distribución tiende ahora a ser más desigual. Son muy pocas las personas que mantiene dominio; lo que influye directamente sobre el flujo de la comunicación enviada y recibida. Esto puede provocar la integración de un individuo, pero también su desintegración del grupo, cuando considera que no es tomada en cuenta en el proceso comunicativo. Al aumentar la desigualdad y la desproporción del flujo informativo se crea un potencial de influencia social, en el cual uno o varios individuos pueden cambiar actitudes, sentimientos y conductas de otras personas, lo cual tiende a definirse como “poder social” o “poder del pueblo”.

Así, el hombre actual llega a constituirse en masas, en razón de la transformación de la sociedad, en sociedad de consumo y en donde sólo prevalece la producción masiva de símbolos y mensajes. Máquina y sociedad marchan juntos, pero no en forma paralela al hombre, quien se ha quedado en la periferia dentro de su propio ambiente simbólico.

Precisamente eso es lo que le impone la universalidad de las comunicaciones. El hombre sólo importa, en la medida que es consumidor de mensajes transmitidos por la televisión, la radio o la prensa.

A tal situación se le debe dar una respuesta, ya que el hombre no puede vivir aislado en sí mismo, individualizado y desvinculado de su presente y acontecer histórico. El hombre no puede vivir en la “aldea” que se le sugiere, ni tampoco permanecer en la sociedad de las masas que se le ofrece.

El debe buscar la comunicación, reencontrarse con ella y restablecerla, debe recuperar su sitio como principal protagonista de la historia y dejar de ser pseudouniversal, producto de la redundancia, y miembro de una sociedad particularizada. El debe adquirir conciencia de lo que él representa para la humanidad y reaprender a leerse, a escucharse, a hablarse, a establecer el diálogo, a confundirse con los demás en una conversación universal donde él pueda ser emisor y receptor, al mismo tiempo, con idénticas posibilidades.

COMUNICACIÓN DESCENDENTE

De superior a subordinado. La que baja de unidades administrativas superiores a las unidades inferiores (de gerente a subgerente, de jefe de unidad a jefe de sección, etc.). El mensaje generalmente contiene órdenes, instrucciones, normativas, etc.

COMUNICACIÓN ASCENDENTE

De subordinado a superior. Es contraria a la anterior. Va de unidades administrativas inferiores a las unidades superiores. El mensaje generalmente contiene informes, relaciones de cuentas, solicitudes, etc.

COMUNICACIÓN HORIZONTAL

Entre personas de igual nivel jerárquico. Circula en la empresa entre unidades de una misma jerarquía administrativa (de gerente a gerente, de sección a sección).

Barreras de la comunicación

Sin duda, alguna vez en la vida no hemos podido comunicarnos con otras personas. Muchas pueden ser las causas: un teléfono dañado, un radio con mucho volumen, el llanto de un niño, el estruendo ruido de una corneta, etc. Estas interferencias se denominan ruidos o barreras.

Todos los elementos intervinientes en el proceso de la comunicación pueden sufrir obstrucciones o perturbaciones: anárquicas, aleatorias e imprevisibles que entorpecen, dificultan o imposibilitan la comunicación.

Todas estas perturbaciones u obstrucciones pueden registrarse a nivel:

- Semántico
- Físico
- Fisiológico
- Sicológico
- Administrativo

BARRERAS SEMÁNTICAS

Si al hablar o escribir empleamos una palabra con una acepción que no corresponda, se produce una barrera semántica. Esto quiere decir: CAMBIO DE SIGNIFICACIÓN.

Estos ruidos o barreras se registran a diario. Los vehículos más eficaces en el uso y divulgación de los mismos son los medios de comunicación social.

Observe los ejemplos que se ofrecen a continuación:

A través de los medios de comunicación de masas llamados canales: televisión, revistas, periódicos, prensa, llegan a nosotros incontables expresiones iguales a estas. Cuando no precisamos el correcto significado de las palabras orales o escritas surgen diferentes interpretaciones, y así el receptor capta no lo que dice el emisor, sino lo que su contexto le indique.

Asimismo, se dificulta la comunicación por la barrera semántica cuando nos expresamos en forma anfibológica.

La anfibología nos remite a un doble sentido, a lo ambiguo, a la interpretación del discurso o palabra de múltiples maneras. Este problema se registra a nivel de la construcción o sintaxis.

Los ejemplos más corrientes de anfibología provienen del empleo confuso de los pronombres de tercera persona, del posesivo: su, suyo, etc., y de la omisión del sujeto.

A modo de ilustración colocamos los siguientes enunciados y la forma como deben corregirse:

La construcción no nos deja ver claro quiénes eran los propietarios de la hacienda:

La oración no nos parece saber qué es lo parece mediocre.

BARRERAS FÍSICAS

Esta barrera se presenta cuando los medios utilizados para transportar el mensaje no permiten que éste llegue nítidamente al receptor y provoca incomunicación.

El medio es el vehículo, instrumento o aparato que transmite la información, los medios más empleados son:

- Cartas.
- Teléfono.
- Radio.

- Cine.
- Televisión.
- Periódicos.
- Revistas.
- Conferencias, paneles, debates, reuniones, etc.
- Carteles.
- Libros.
- Telégrafo.

Otros casos que sirven como ejemplo de este tipo de barrera serían:

- Interferencias en el radio o en el teléfono.
- El exceso de ruido.
- La distancia.

BARRERAS FISIOLÓGICAS

Surge cuando una de las personas que intervienen en una comunicación interpersonal (conversación) presenta defectos orgánicos en la vista, en la audición o en la zona de articulación, lo que ocasiona interferencias en el acto comunicativo. Tal es el caso de los sordos y los ciegos; pero también, podemos señalar a aquellas personas que sin llegar a tales extremos, presentan alguna deficiencia fisiológica, tienen alguna falla y no ven, no escuchan o no hablan bien.

BARRERAS SICOLÓGICAS

Todo ser humano tiene una forma particular de vivir, percibir y entender el mundo en el cual se encuentra inserto. Esta forma recibe nominación psicológica: esquema referencial.

Aceptamos a las comunicaciones que se adapten a nuestro esquema referencial. Usualmente vemos, oímos y sentimos lo que se encuentra a nuestro alrededor y toda comunicación que encierra para nosotros alguna amenaza, agresividad o crítica, no son rechazadas. Es por ello que, muchas veces, resulta difícil entendernos con la gente. Esa dificultad se traduce en reacciones emocionales, en obstrucciones para evitar la

sensación de malestar, miedo, incertidumbre, ansiedad, etc. Estas barreras se producen en el interior de cada individuo, en el mundo del yo.

El tono de voz del jefe, el uso que hace del vocabulario o su falta de tacto puede hacer que un empleado se sienta subestimado, agredido o rechazado.

Siempre que se emitan mensajes en donde se encierre una amenaza, peligro o provocación, la psiquis del individuo producirá una barrera para repelar cualquier agresión.

Son muchos los factores que influyen en una persona que escucha para que acepte, comprenda o rechace el mensaje que le es dado. Algunos de ellos son:

- No tomar en cuenta el punto de vista de los demás.
- Mostrar recelo, sospecha o aversión.
- Registrar emociones ajenas al área laboral.
- Mostrar excesiva timidez.
- Emitir instrucciones, explicaciones poco precisa y claras.
- Manifestar preocupación por problemas personales.
- Demostrar sobrevaloración o subestimación.

Cuando se manipula una máquina solamente se necesita apretar teclas o botones; en cambio, cuando se establece comunicación con otras personas, es necesario que explique, converse, observe gestos, posturas, reacciones y dejar que “ella o ellas” le hablen.

La comunicación establecida entre dos o más personas es una puesta en común. Un proceso de interacción. Por eso:

DEBEMOS TRATAR DE COMPRENDER A LOS DEMÁS.

A continuación se citan algunas de las causas que contribuyen a crear barreras psicológicas:

- Alta posición o jerarquía.
- Poder para emplear o discutir.

- Uso del sarcasmo.
- Criticas punzantes.
- Maneras demasiado formales.
- Apariencia física imponente.
- Interrumpir a los demás cuando hablan.

A continuación un ejemplo relacionado con la solicitud de traslado:

- Escúcheme; Lourdes, ¿recuerdas que te dije que no te concedería el traslado que solicitaste? Pues no lo han hecho.

El tono imperioso y negativo del mensaje debe haber creado una barrera psicológica en el destinatario.

Lo acertado sería plantear el caso así:

- Lo siento Lourdes, pero el Asesor Administrativo no aprueba tu traslado en este momento. A pesar de nuestras diferencias, yo volveré a plantearlo cuando vea alguna otra posibilidad.

Como este hay numerosos casos en donde el ejercicio de la autoridad no sirve para obtener los resultados deseados.

En tales casos la solución no consiste en imponer la autoridad; hay que emplear otros medios de influencia, manejar con mayor habilidad los esquemas referenciales.

BARRERAS ADMINISTRATIVAS

Todos formamos parte de una sociedad, institución o empresa, esto quiere decir que formamos parte de una estructura grande y compleja, la mayoría de las veces, por su configuración, puede causar distorsión de mensajes.

Los factores que pueden originar barreras administrativas serían entre otras:

- La estructura organizacional.
- Los circuitos, redes y patrones de comunicación.
- Ambigüedad en los estatus y roles.

Estos factores generan barreras relacionadas con:

- Las personas.
- Las ideas.
- La ejecución o rendimiento.
- La organización.

A continuación un ejemplo para ilustrar una barrera a este nivel:

Una carta enviada por el Gerente de una Sucursal de una empresa “X”, situada en Valencia, el Gerente de la casa principal situada en Guacara, llegó con seis días de retraso debido a que la cadena de entrega no funcionó debidamente.

Como se ve la comunicación es un proceso de múltiples facetas cesibles a perturbaciones, problemas, predisposiciones, etc.

La dispersión o barreras vistas y las investigaciones realizadas sobre la conducta humana, dejan entrever que el hombre vive dentro de un estado de desesperación creciente, debido a lo difícil que se hace en la actualidad la comunicación. Si por un lado, no podemos negar el proceso de los diferentes medios de comunicación, por otro, debemos aceptar la importancia del hombre para comunicarse.

Para comprender la comunicación en la sociedad contemporánea, es necesario conocer la manera como los hombres transmiten información, se relacionan, difunden sus mensajes.

A continuación, de manera resumida, las barreras más comunes:

Barreras más comunes	Algunas recomendaciones
<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Información escasa. <input type="checkbox"/> Distorsión de información <input type="checkbox"/> Suposición de lo que uno dice se entiende. <input type="checkbox"/> falta de coordinación <input type="checkbox"/> Comunicación apresurada. <input type="checkbox"/> Temor a preguntar. 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Estimule un ambiente participativo, informal y de libre flujo de ideas. <input type="checkbox"/> tome notas y sugiera a los demás que lo hagan. <input type="checkbox"/> siga un orden al dar los detalles. <input type="checkbox"/> planifique sus planteamientos y exposiciones. <input type="checkbox"/> Repita la información.

<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Instrucciones vagas.<input type="checkbox"/> Salirse de canales normales.<input type="checkbox"/> No saber escuchar.<input type="checkbox"/> Confusión en las definiciones.<input type="checkbox"/> Conclusiones prematuras.<input type="checkbox"/> Muchos niveles de comunicación.<input type="checkbox"/> Diferencia de conocimientos y experiencia.<input type="checkbox"/> Diferencia de personalidades e intereses.<input type="checkbox"/> Falta de tacto al dar instrucciones.<input type="checkbox"/> Creencia en que lo hemos dicho todo.<input type="checkbox"/> Creencia en que lo sabemos todo.<input type="checkbox"/> Resistencia a los cambios.<input type="checkbox"/> No tomar notas.<input type="checkbox"/> Falta de claridad.<input type="checkbox"/> Desconcentración.<input type="checkbox"/> Desinformación.	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> haga preguntas.<input type="checkbox"/> Vaya despacio, sin retrasar nada. Lo importante es que lo comprendan.<input type="checkbox"/> Emplear materiales de apoyo (dibujos, gráficos, planos, videos).<input type="checkbox"/> Enfatique y subraye.<input type="checkbox"/> Resuma.<input type="checkbox"/> Reduzca el número de niveles para que las líneas de comunicación sean efectivas.<input type="checkbox"/> Emplee más de un medio cuando sea necesario.<input type="checkbox"/> Deje por escrito los mensajes trascendentes.<input type="checkbox"/> Concéntrese en lo que dicen.<input type="checkbox"/> Estimule a los demás para que asuman esa actitud.<input type="checkbox"/> Infórmese.<input type="checkbox"/> Recicle la información.<input type="checkbox"/> Asegúrese de que el mensaje llegó sin contaminación a su destino.<input type="checkbox"/> Establezca responsabilidades claras en cada nivel de mando.<input type="checkbox"/> Sea sinérgico.<input type="checkbox"/> Practique la técnica de promoción o torbellino de ideas (Brainstorming).<input type="checkbox"/> Trabaje en equipo.
--	---

REQUISITOS DE LA COMUNICACIÓN

Para establecer una buena comunicación es necesario cumplir con los siguientes requisitos:

CLARIDAD

Efecto y distinción que por medio de los sentidos, especialmente la vista, se puede percibir y expresar sensaciones de una manera clara, esto a través de inteligencia e idea.

CONCISIÓN

Brevidad y economía de medios en el modo de expresar un concepto con exactitud.

PRESICIÓN

Estilo, concisión y exactitud rigurosa sobre lo que va a tratar.

ORIGINALIDAD

Principios que tienen origen y nacimiento del escritor, y que no es traducido o doblado de otro autor.

CORRECCIÓN

Alteración o cambios que se hacen cuando se escribe; para eliminar defectos o errores, o para darles mayor perfección.

ORTOGRAFÍA

Manera correcta de escribir las palabras y de emplear los signos de puntuación según las normas de una lengua determinada.

DIFERENCIAS ENTRE LA EXPRESIÓN ORAL Y LA ESCRITA

Aunque el código lingüístico es el mismo en la expresión oral y la

expresión escrita, y en realidad los estudios modernos sobre la expresión están basados fundamentalmente en lo oral, hay notables diferencias entre una y otra. Éstas se deben sobre todo a las circunstancias que rodean la enunciación del mensaje, es decir, la situación en que se produce la comunicación.

La expresión oral

La presencia de emisor y receptor en la comunicación oral lleva consigo, en efecto, una serie de elementos, verbales unos y otros no, que ayudan a conseguir los objetivos comunicativos con mayor facilidad que en la lengua escrita. Entre ellos podemos señalar:

- Los gestos, tanto en la cara como de las manos, la expresión de la mirada, la actitud y la distancia entre los interlocutores, que son a veces más significativos que las palabras.
- La entonación, que matiza el sentido de lo que se dice hasta el extremo de que puede incluso cambiar el sentido de una frase. Asimismo influye también en la comunicación oral otros aspectos fónicos, como el timbre y el tono de la voz, o las pausas y silencios, que son tan expresivos como las palabras.
- El hecho de que los interlocutores comparten tiempo y espacio, conlleva mayor espontaneidad en el discurso oral, puesto que aunque haya alternancia en las intervenciones, es posible la interrupción del mensaje del otro o la suspensión del propio, con lo que la función comunicativa excede el mero uso de palabras o frases.
- Abundancia de términos coloquiales, repeticiones y digresiones que ayudan a la comunicación.
- El papel o rol social de quienes interviene en la comunicación, que dará lugar al uso del registro correspondiente, sea formal o coloquial, según la relación social que haya entre ellos. Asimismo originará también el uso de formas lingüísticas de cortesía.
- El discurso oral se elude la expresión de aquellos hechos o pensamientos que los interlocutores sobrentienden como consecuencia de una relación social próxima. Esto provoca la aparición de gran cantidad de implícitos o presuposiciones en la conversación que en nada mediatizan la comprensión del mensaje oral y, sin embargo, son inaceptables en la lengua escrita. Por ejemplo, en: *Esta tarde hay una charla sobre los*

estudios de medicina... o Tengo que estudiar para un examen de mañana... el implícito es la imposibilidad de asistir a la charla por la obligatoriedad de la preparación del examen.

La expresión escrita

La comunicación por escrito carece de todos los elementos no verbales que acompañan el mensaje oral, tales como gestos, silencios, etc., y está basada únicamente en el significado formal de las palabras. En consecuencia, exige un número mayor de palabras que el lenguaje oral para expresar la misma idea. Se dirige a un receptor desconocido y ausente, por lo que debe explicarse totalmente: la claridad y precisión son fundamentales. Además, el lenguaje escrito debe respetar todas las convenciones graficas, como signos de puntuación y ortografía.

Comunicación oral	Comunicación escrita
<input type="checkbox"/> Es la más común de las formas de comunicación.	<input type="checkbox"/> Es una forma de comunicación visual.
<input type="checkbox"/> Es producido por la articulación de sonidos.	<input type="checkbox"/> Se presenta por medio de signos gráficos.
<input type="checkbox"/> Emplea modismo, refranes, ciertos giros propios del contexto social al pertenece el hablante.	<input type="checkbox"/> La expresión escrita percibe y tiene como fin transmitir y conservar la cultura del hombre.
<input type="checkbox"/> Cumple con las necesidades expresivas del hombre de comunicarse de forma inmediata, es por eso que es más importante el contenido del mensaje que la calidad de la transmisión.	<input type="checkbox"/> Se distingue por ser cuidadoso y pulcro. <input type="checkbox"/> No es fruto de emociones instantáneas sino de razonamiento.
<input type="checkbox"/> Ofrece mayor posibilidad para repetir, sugerir, explicar y ampliar el mensaje.	<input type="checkbox"/> Esta regido por el principio de economía, comunica en forma clara, breve y precisa, con el menor número posible de palabras.
<input type="checkbox"/> A través de elle se refleja el grado de cultural de la persona y su buena	<input type="checkbox"/> la articulación y selección de palabras se da de distintas formas, ya

o mala educación.	que se capta con la vista o el tacto (en el caso de los ciegos). <input type="checkbox"/> Exige una rigurosa aplicación de normas ortográficas y sintácticas.
-------------------	--

LA COMUNICACIÓN MODERNA

Uno de los avances más espectaculares dentro de las comunicaciones (comunicación de datos) se ha producido en el campo de la tecnología de los ordenadores. Desde la aparición de las computadoras digitales en la década de 1940, éstas se han introducido en los países desarrollados en prácticamente todas las áreas de la sociedad (industrias, negocios, hospitales, escuelas, transportes, hogares o comercios). Mediante la utilización de las redes informáticas y los dispositivos auxiliares, el usuario de un ordenador puede transmitir datos con gran rapidez. Estos sistemas pueden acceder a multitud de bases de datos. A través de la línea telefónica se puede acceder a toda esta información y visualizarla en pantalla o en un televisor convenientemente adaptado.

El desarrollo de las técnicas de telecomunicaciones (especialmente la telefonía, la radio, la televisión, y el uso de ordenadores) hacen posible que los sentidos del hombre extiendan su alcance alrededor del mundo.

Cada uno de los sistemas de telecomunicaciones resulta más adecuado para un determinado tipo de información, por ejemplo: para la información sonora: voz humana y música, lo más usual es el teléfono y la radiodifusión; para el envío de información escrita el telégrafo, el teletipo, telefoto, telefax. El sistema universalmente extendido de transmisión de imágenes animadas es la televisión. La teleinformática traslada datos entre un ordenador emisor y un terminal receptor, la cual puede ser otro ordenador, una pantalla o una impresora. Los sistemas de transmisión constan de dispositivos e instalaciones que cumplen distintas funciones, por ejemplo: unos son generadores de la señal, otras son repetidoras o amplificadores de la potencia, o correctores de distorsiones, decodificadores, etc.

Actualmente, dentro de los sistemas de comunicación por satélites y otros medios utilizados por el hombre, que tienen un avance considerable tenemos: la telegrafía, telefotografía, telefax, telefonía, cartel, la prensa, anuncios, cine, radio, televisión, publicidad, propaganda, y el uso de ordenadores o computadores.

La informática y las telecomunicaciones (y también campos como la radio televisión o la edición) eran en el pasado sectores bastante diferenciados, que implicaban tecnologías distintas. En la actualidad, estos sectores han convergido alrededor de algunas actividades clave, como el uso de Internet. Los actuales dispositivos informáticos y de telecomunicaciones manejan datos en forma digital empleando las mismas técnicas básicas. Estos datos pueden ser compartidos por muchos dispositivos y medios, procesarse en todos ellos y emplearse en una amplia gama de actividades de procesado de información.

El ritmo de adopción de nuevas tecnologías de información ha sido muy rápido, mucho más que el de otras tecnologías revolucionarias del pasado, como la máquina de vapor o el motor eléctrico. A los 25 años de su invención, el microprocesador se había convertido en algo corriente en casi todos los lugares de trabajo y en muchos hogares: no sólo está presente en los ordenadores, sino en una inmensa variedad de dispositivos, desde teléfonos o televisores hasta lavadoras o juguetes infantiles.

Los sistemas de redes como Internet permiten intercambiar información entre computadoras, y ya se han creado numerosos servicios que aprovechan esta función. Entre ellos figuran los siguientes: conectarse a un ordenador desde otro lugar (telnet); transferir ficheros entre una computadora local y una computadora remota (protocolo de transferencia de ficheros, o FTP) y leer e interpretar ficheros de ordenadores remotos (gopher). El servicio de Internet más reciente e importante es el protocolo de transferencia de hipertexto (http), un descendiente del servicio de gopher. El http puede leer e interpretar ficheros de una máquina remota: no sólo texto sino imágenes, sonidos o secuencias de vídeo. El http es el protocolo de transferencia de información que forma la base de la colección de información distribuida denominada World Wide Web. Internet permite también intercambiar mensajes de correo electrónico (e-mail); acceso a grupos de noticias y foros de debate (news), y conversaciones en tiempo real (chat, IRC), entre otros servicios.

Aunque la interacción informática todavía está en su infancia, ha cambiado espectacularmente el mundo en que vivimos, eliminando las barreras del tiempo y la distancia y permitiendo a la gente compartir información y trabajar en colaboración. El avance hacia la “superautopista de la información” continuará a un ritmo cada vez más rápido. El contenido disponible crecerá rápidamente, lo que hará más fácil que se pueda encontrar cualquier información en Internet. Las nuevas aplicaciones permiten realizar transacciones económicas de forma segura y

proporcionan nuevas oportunidades para el comercio. Las nuevas tecnologías aumentarán la velocidad de transferencia de información, lo que hará posible la transferencia directa de “ocio a la carta”. Es posible que las actuales transmisiones de televisión generales se vean sustituidas por transmisiones específicas en las que cada hogar reciba una señal especialmente diseñada para los gustos de sus miembros, para que puedan ver lo que quieren en el momento que deseen.

El crecimiento explosivo de Internet ha hecho que se planteen importantes cuestiones relativas a la censura. El aumento de las páginas Web que contenían textos y gráficos en los que se denigraba a una minoría, se fomentaba el racismo o se exponía material pornográfico llevó a pedir que los suministradores de Internet cumplieran voluntariamente unos determinados criterios.

La censura en Internet plantea muchas cuestiones. La mayoría de los servicios de la red no pueden vigilar y controlar constantemente lo que los usuarios exponen en Internet a través de sus servidores. A la hora de tratar con información procedente de otros países surgen problemas legales; incluso aunque fuera posible un control supranacional, habría que determinar unos criterios mundiales de comportamiento y ética.

VIII

LA COMUNICACIÓN ES UN PROCESO

Proceso es cualquier fenómeno que presenta una continua modificación a través del tiempo. Los componentes de un proceso “interaccionan”, es decir, cada uno de ellos influye sobre los demás.

Una de las características del proceso es el que sus elementos son interdependientes.

Un aspecto importante es el que la comunicación se gesta en el hombre, un ser cambiante, entonces, la comunicación, por lo tanto, esta en continuo movimiento, en cambio.

La comunicación esta presente de manera intrínseca en el hombre como ser en devenir.

Existen tres aspectos que nos apoyan para definir a la comunicación como un proceso, los cuales son:

- 1.-Sus elementos son interdependientes
- 2.-Es algo que se encuentra en constante cambio
- 3.-Se da en el hombre, un ser en proceso

LA INTERACCION

Debido a la interdependencia de los elementos del proceso de la comunicación se produce la interacción.

La interacción es esencial en la comunicación para lograr lo que se denomina isomorfismo de los significados.

Berlo define la interacción de la siguiente manera: “El termino interacción designa el proceso de la asunción del rol reciproca”. Y continua

diciendo “El proceso de interacción es primordial para una comprensión del concepto de proceso en la comunicación. La comunicación representa el intento de unificar dos organismos, de llenar la brecha entre dos individuos por medio de la emisión y recepción de mensajes que tengan un significado para ambos”.

La interacción es esencial para la comunicación humana porque por medio de esta empatía recíproca, el concepto de fuente y receptor se hacen una para formar parte integral del proceso de comunicación, es decir son dos elementos que se unifican para lograr la fidelidad en la comunicación.

NIVELES DE COMUNICACIÓN

Existen cuatro niveles bien definidos de comunicación. Cuan apropiado sea cada nivel depende de las circunstancias según se ilustra a continuación:

NIVELES DE COMUNICACION

<u>Nivel de Comunicación</u>	<u>Descripción</u>
Impersonal/Automático Intercambio de frases familiares o auto-máticas. (Cómo está, Buenos días, etc.)	Método agradable, alegre, eficiente de no involucramiento para tratar a la gente.
Impersonal/Basado en hechos Informar datos.	Método eficiente de no involucramiento para transmitir información a la gente.
Impersonal/Personal Informar o comunicar las ideas. Pensamientos o juicios de uno.	Puede variar desde completamente impersonal hasta profundamente personal.
Personal Comunicar sentimientos y pensamientos personales.	De personal a profundamente personal. Requisito de comunicación para el amor romántico. Experimentado más intensamente con un individuo seleccionado quien es de gran valor personal para uno mismo.

BARRERAS DE LA COMUNICACIÓN

Barreras semánticas.- Radica en el sentido significación o acepción del lenguaje en general de los símbolos que se utilizan y su decodificación.

Barreras físicas.- Fallas, deficiencias o selección inadecuada de la fuente de los medios utilizados para transportar el mensaje.

Barreras fisiológicas.- Se ocasionan por malformaciones, disfunciones y otras limitaciones funcionales de las personas que intervienen en el proceso.

Barreras Psicológicas.- Parte de la forma individual que cada persona posee para percibir y comprender el mundo que le rodea sus prejuicios y la necesidad de satisfacer requerimientos emotivos.

Barreras administrativas.- La estructura y el funcionamiento de la organización así como el proceso administrativo en acción da lugar a problemas de comunicación.

DISONANCIA COGNOSCITIVA

Es la incomodidad intrínseca que se produce en el individuo cuando:

- 1.- Piensa de una manera y actúa de otra
- 2.- Elige una entre varias alternativas igualmente atractivas y se cuestiona sobre el resultado de su elección.

Una respuesta ante el individuo ante la presencia de la disonancia es la de eliminarla o reducirla, para lo cual se comportara de una o varias formas, las que enunciamos a continuación:

- 1.- La justificación de su conducta
- 2.- Un cambio de opinión
- 3.- Buscara mensajes que vayan de acuerdo con la acción o la decisión que tomo.

DEFINICION DEL CONCEPTO DE COMUNICACIÓN

La palabra comunicación proviene del vocablo latín “comunicare” que significa poner algo en común, es decir, hacer al otro participe de nuestras experiencias, pensamientos y vivencias.

DEFINICION DE PROCESO

Proceso es cualquier fenómeno que presenta una continua modificación a través del tiempo. Los componentes de un proceso “interaccionan”, es decir, cada uno de ellos influye sobre los demás.

EXPLICACION PROCESO DE COMUNICACIÓN

Presenta una continua modificación pasando a través de los diferentes medios del proceso de comunicación. La comunicación se gesta en el hombre, un ser cambiante, entonces, la comunicación, por lo tanto, esta en continuo movimiento, en cambio.

La comunicación esta presente de manera intrínseca en el hombre como ser en devenir.

- Conversación culta y educada: cuando acabamos de conocer a alguien
- Dar información no provienen de las opiniones o sentimientos.
- Expresar ideas comunicar información personal.
- Comunicar sentimientos tiene que ver con la intimidad
- Autor revelación Se comunican sentimientos muy profundos, alegrías, temores y sueños.

EXPLICACION DE LAS BARRERAS DE LA COMUNICACIÓN

Barreras semánticas.-el sentido significación

Barreras físicas.-Fallas, deficiencias

Barreras fisiológicas.-malformaciones, disfunciones y otras limitaciones

Barreras Psicológicas.-la forma individual para percibir y comprender

Barreras administrativas.-La estructura y el funcionamiento de la organización

da lugar a problemas.

DISONANCIA COGNOSCITIVA

El individuo:

1.- Piensa de una manera y actúa de otra

2.- Elige una entre varias alternativas igualmente atractivas y se cuestiona sobre el resultado de su elección.

BARRERAS PERSONALES:

Son las interferencias que parten de las características del individuo, de su percepción, de sus emociones, de sus valores, de sus deficiencias sensoriales y de sus malos hábitos de escucha o de observación. Son el ruido mental que limita nuestra concentración y vuelve muy selectiva nuestra percepción e interpretación.

BARRERAS FÍSICAS: Son interferencias que ocurren en el ambiente físico donde se desarrolla la comunicación.

BARRERAS SEMÁNTICAS: Son aquellas que tienen que ver con el significado que se le da a una palabra que tiene varios significados.

EL FILTRADO.- Es la manipulación de información por parte del emisor, de modo que sea vista de manera más favorable por el receptor.

LA PERCEPCIÓN SELECTIVA.- Contrariamente al anterior, esta barrera mental se encuentra en el receptor y consiste en captar sólo aquello que se quiere o sólo lo que conviene al receptor.

LAS EMOCIONES.- Conviene hablar aparte de esta barrera personal,

porque el estado de ánimo tanto del que emite, como del que recibe, es una interferencia muy poderosa que influye generalmente en la forma que se transmite un mensaje (las emociones afectan el tono de voz, los movimientos, la gesticulación), y también influyen en la forma como se interpreta un mensaje.

EL LENGUAJE.- La edad, la educación, el nivel cultural y muchas veces la capacidad o nivel de inteligencia de las personas, son variables que influyen en el lenguaje que utilizan y que son capaces de comprender.

IMPERSONAL/AUTOMÁTICO.- Intercambio de frases familiares o automáticas. (Cómo está, Buenos días, etc.)

IMPERSONAL/BASADO EN HECHOS.- Informar datos.

IMPERSONAL/PERSONAL.- Informar o comunicar las ideas
Pensamientos o juicios de uno.

PERSONAL.- Comunicar sentimientos y pensamientos personales

ENSAYO SOBRE LA COMUNICACIÓN

La comunicación consiste en un acto mediante el cual un individuo (ser humano, animal u objeto) establece con otro u otros un contacto que le permite transmitir una determinada información.

La comunicación tiene niveles. La persona se caracteriza por la capacidad de volver sobre sus actos, revivirlos, enjuiciarlos, comunicarlos.

Existen cinco niveles de comunicación:

□ Conversación culta y educada: es el nivel más bajo de comunicación. Utilizamos este nivel cuando acabamos de conocer a alguien o no le conocemos demasiado. Se utilizan frases como "¿Cómo estás?" o "¿Qué

tiempo hace?".

- Dar información: se utiliza en los informes, datos e informaciones que no provienen de las opiniones o sentimientos.
- Expresar ideas: en este nivel la gente empieza a comunicar información personal. Un individuo toma el riesgo de revelar pensamientos y observa la reacción del oyente. Si el oyente responde con una crítica o una respuesta negativa, el que habla vuelve a un nivel inferior de comunicación.
- Comunicar sentimientos: tiene que ver con la intimidad, el comunicador expresa cuál es su situación y cómo se siente. Comunicar sentimientos conlleva mayor riesgo que comunicar ideas.
- Autor revelación: es el nivel más alto de comunicación. Está reservado para un grupo cerrado de amigos, miembros de la familia y pareja. Se comunican sentimientos muy profundos, alegrías, temores y sueños. Por todas las emociones profundas que nos rodean y expresamos, es muy difícil mantenerse en este nivel de comunicación durante mucho tiempo. En la autor revelación somos muy vulnerables y conseguimos el nivel de comunicación más íntimo y personal.

Comunicación Transferencia de información y comprensión entre dos personas.

Es un puente de significado entre los hombres que permite compartir lo que sienten y piensan.

Aspectos importantes:

- siempre intervienen a lo menos dos individuos
- la comunicación se da en el momento en que el receptor recibe, procesa y comprende lo que se ha transmitido. Es lo que el receptor entiende.

Por que es importante?

Todo acto de comunicación influye en la organización. Sin ella no puede existir.

Cuando es eficaz promueve un mejor desempeño y mayor satisfacción.

Genera un mayor compromiso con el trabajo (al comprender los empleados mejor que es lo que se espera de ellos).

Comunicación abierta vs. / Comunicación restringida

Es mejor que los empleados se enteren de los problemas que afronta; a empresa y lo que la gerencia pretende hacer respecto de ellos. De ese modo su respuesta tendera a ser mas favorable.

Pasos del Proceso

- Desarrollar una idea: debe generarse algo que quiera ser comunicado y que valga la pena.
- Codificación de la idea: escogiendo el método de transmisión (oral, escrito, símbolos)
- Transmisión mediante el método escogido y a través de un canal, evitando barreras y ruidos que dificulten esa transmisión.
- Recepción: la iniciativa es del receptor ahora, debe estar atento a esa recepción.
- Decodificación: hay una necesidad de comprensión del mensaje en la forma en que fue transmitido. Establecer comunicación con alguien es transmitir un mensaje de modo que este comprenda lo que se le esta diciendo; no se puede dar por sentado que con solo transmitir se ha dado la comunicación.
- Aceptación: depende de una decisión personal y admite grados. Puede aceptarse parte del mensaje o la totalidad.
- Uso: como utiliza el receptor la información que recibió. Puede desecharla o usarla en el desarrollo de la tarea.
- Retroalimentación: se verifica cuan do el receptor ha reconocido el mensaje y responde al emisor. Completa el circuito de la comunicación.

Problemas en la comunicación en dos sentidos

- Disonancia cognoscitiva (la ansiedad y el conflicto de recibir información que difiere de sus ideas o valores puede llevar a cambios de interpretación, modificación de ideas, etc. con el objetivo de

disminuir la disonancia).

- Mensajes lamentables (que aumentan la presión y deterioran las relaciones entre quienes se están tratando de comunicar).

Barreras a la comunicación

- Barreras personales: provienen de las emociones, los valores y los malos hábitos de escuchar. Las emociones actúan como filtros en la comunicación. Se escucha y se ve lo que emocionalmente sintonizamos. La comunicación, entonces, no se puede separar de nuestra personalidad.
- Barreras físicas: ocurren en el ambiente. Ruidos, distancia entre las personas, interferencias físicas de otro tipo. Control ambiental: es modificar las condiciones físicas de modo de predisponer al receptor e influir en sus sentimientos y comportamiento.
- Barreras semánticas: relacionadas con el significado. Surgen de la limitación de los símbolos a través de los cuales nos comunicamos. Los símbolos suelen tener más de un significado y debemos elegir uno de ellos. Interpretación de símbolos---inferencia basada en nuestras suposiciones y no en hechos.

Símbolos de la Comunicación

- Palabras: muchos significados. El contexto es lo que transmite el significado.
 - Legibilidad: es el proceso de hacer más comprensible la escritura y el habla, a través de la simplificación de símbolos y la selección de aquellos símbolos que el receptor prefiere. Normas de Flexo:
 - Usar palabras y frases simples
 - Usar palabras conocidas y breves
 - Usar pronombres personales si es posible hacerlo
 - Usar ejemplos, gráficos y figuras.
 - Oraciones y párrafos cortos.
 - Usar verbos en la construcción activa

- Usar solo palabras necesarias
- Ilustraciones: sirven para aclarar la comunicación verbal. Ofrecen imágenes visuales potentes, pero deben ser combinadas con palabras y acciones bien escogidas.
- Acciones (comunicación no verbal): dos cosas importantes de considerar:
 - actuar o no actuar son formas de comunicación
 - El lenguaje corporal es un complemento importante del verbal

Otras formas de comunicación

- Comunicación Horizontal o Cruzada: a través de las cadenas de mando. Los que desempeñan papeles importantes en este bípode de comunicación se denominan ampliadores de frontera.
- Redes de trabajo: grupo de personas que establecen un contacto permanente para intercambiar información informalmente. Ayudan a ampliar los intereses de los empleados.
- Correo electrónico y tele conmutación: pese a las ventajas pudiera haber problemas por el tema de no ser tomado en cuenta, el aislamiento, pérdida de contacto con sus redes habituales.

Los elementos que intervienen en un proceso de comunicación son:

%Emisor.- Sujeto que produce el acto de comunicación.

%Referente.- La realidad extralingüística a la que alude el mensaje comunicativo.

% Código.- Conjunto de signos, relacionados entre sí, y de reglas de construcción, a disposición del emisor y del receptor.

% Mensaje.- Resultado de la codificación, portador de la información o conjunto de informaciones que se transmiten.

% Canal.- Medio físico por el que circula el mensaje.

% Receptor.- Sujeto que descodifica y recibe el mensaje.

%Contexto.- Conjunto de factores y circunstancias en las que se produce el

mensaje y que deben ser conocidas tanto por el emisor como por el receptor.

Podemos distinguir distintos tipos de contexto:

Contexto situacional.- Circunstancias espaciales y temporales en las que se produce el acto comunicativo.

Contexto socio histórico.- Conocimiento de la época en la que se producen los mensajes.

Contexto lingüístico.- Lo dicho antes o después de un enunciado puede condicionar su interpretación.

- Las redundancias pueden ser de dos tipos:

Redundancias que dependen del propio código.

Redundancias que dependen de la voluntad del emisor.

Ahora la palabra se acompaña de imágenes, supuestamente para completar su sentido. Gran parte de nuestra cultura (cómic, telenovelas, anuncios, webs...) usa texto e imagen

Intentaremos ahora resumirlo todo en un esquema:

Las funciones del lenguaje.-

Al establecer cualquier proceso de comunicación nuestra intención principal es comunicar un determinado contenido a un receptor, pero aparte de esa función primordial, el uso del lenguaje puede ser usado para desempeñar muchas otras funciones, como estableció Román Jakobson en la década de los 60. Vamos a intentar verlo a través de un esquema:

“El signo lingüístico es una entidad psíquica de dos caras en la que se unen un significante (imagen acústica) y un significado (concepto)”

También el proceso de descodificación varía. El lector puede escoger la

velocidad de lectura y puede leer un pasaje de un texto tantas veces que quiere. Pero el oyente normalmente tiene que entender de una vez el mensaje, puede pedir una, tal vez dos veces que se repita lo dicho. Más veces ya sería extraño. Pero las pausas, hesitaciones, repeticiones, etc. le ayudan al oyente a ganar tiempo que necesita para comprender el mensaje. También es importante la menor densidad léxicas. Cada estudiante sabe que para una conferencia magistral se necesita más concentración que para una charla amena con los amigos. En la primera, el lenguaje es mucho más formal, se parece a un texto escrito o es justamente un texto que se presenta en forma oral pero no lo tenemos ante Sin embargo, también al escribir un texto, se produce el proceso de la planificación. Todos sabemos cuanto tiempo y energía nos cuesta a veces encontrar una formulación adecuada. Pero, naturalmente, no se incluyen las partes tachadas en la impresión ni se entrega comúnmente el borrador, sino el producto acabado, es decir, el texto limpio.

Nuestros ojos y, normalmente, no existe la posibilidad de regular la velocidad o pedir repeticiones.

LENGUAJE

Es el empleo de la palabra para expresar las ideas y cualquier medio que se utilice para lograr este fin. El lenguaje también puede ser un conjunto de señales que dan a entender una cosa (comunicación no verbal). “El lenguaje es un instrumento para comunicar uno a otro algo sobre las cosas”. En todo acto de comunicación el lenguaje entra en contacto con los diferentes elementos que forman el esquema de la comunicación. Así el filósofo alemán Bühler dice que el lenguaje es un órgano que sirve para comunicar uno a otro sobre las cosas; partiendo de este esquema tripartito, analiza Bühler la relación que el mensaje guarda con estos elementos básicos y así, establece tres funciones básicas.

CODIFICACION

Traducción que hace la fuente de su pensamiento a un código comprensible por el receptor.

RELACION ENTRE LENGUAJE Y CODIFICACION

Se establece en la definición, que el código sea comprensible para el receptor, con el objeto de que la comunicación sea efectiva, ya que si codificamos en inglés o francés para un receptor de habla hispana, el mensaje no podrá ser descifrado.

Para que un lenguaje pueda ser comprensible tiene que codificarse de forma apropiada para que el proceso de comunicación pueda ser completado.

LENGUAJES QUE EXISTEN

Lenguaje simbólico: es “algo” que actuando como un estímulo nos hace pensar en otro “algo”.

Lenguaje coloquial: es el que utilizamos diariamente.

Lenguaje técnico: es grupal solo lo utilizan las personas que han recibido una preparación previa y es propio de actividades profesionales es claro y preciso.

Lenguaje científico: sus términos están asumidos por científicos, es convencional.

Lenguaje literario: se define como un metalenguaje no se explica con la física.

CONOCIMIENTO

Entendimiento, inteligencia, razón natural.

RELACION ENTRE LA CONSTRUCCION DEL CONOCIMIENTO Y EL MANEJO DE LOS LENGUAJES

Para realizar una construcción de conocimiento válida es necesario especificar el lenguaje en que se va a recibir la información, esta debe ser codificada de manera coherente y comprensible para el individuo que se está formando un conocimiento. Debemos tomar en cuenta que el conocimiento puede ser permanente o transitorio y esto depende en mayor parte de cómo se haya recibido y principalmente en el lenguaje en el que se maneje.

CARACTERISTICAS DE LOS DISTINTOS LENGUAJES

Lenguaje simbólico: es “algo” que actuando como un estímulo nos hace pensar en otro “algo”. Hay signos:

- Naturales: clima, incendio forestal.
- Culturales: pictogramas, anuncios.
- Visuales: señales, colores, posturas.
- Auditivos: sonidos, música, timbres.
- Táctiles: calor, peligro, suavidad.

Lenguaje coloquial: es el que utilizamos diariamente.

Ejemplo:

No pus mejor no pa' que, si con lo que me han jodido a mi vale por diez ya parece que vas a tener un hijo

¡Que! ¿ Ya no te acuerdas de las madrizas que te pusieron los agentes... y que por eso abortaste?

Lenguaje técnico: es grupal solo lo utilizan las personas que han recibido una preparación previa y es propio de actividades profesionales, su finalidad es la de no ser entendido por otros, es preciso.

Ejemplo:

Persona que baila danza contemporánea utiliza las siguientes palabras battemons, releve, demi plie, grand plie, split.

Lenguaje científico: sus términos están asumidos por científicos, es convencional, una vez que se ha usado un termino con significado debe mantenerse, es claro y preciso, debe ser objetivo, permitir ser verificado.

Ejemplo:

El software de Microsoft 98 resulta obsoleto en relación a los actuales. Las pc manejan una memoria ram de 128 mb, MODEM de 56k, disco duro de 60 gb.

Lenguaje literario: se define como un metalenguaje no se explica con la física.

Tropos.- maneras de hablar.

Tropo símil.- es una comparación y contiene la palabra como.

Metáfora.- alguna forma que damos a lo que escribimos.

Imagen.- va más allá de la metáfora.

Mitos.- pensamientos arraigados en la mente del hombre.

Romántico.- anteponer los sentimientos a la razón.

Ejemplo:

Rosa divina que en gentil cultura
eres con tu fragante sutileza
magisterio purpúreo en la belleza,
enseñanza nevada a la hermosura

CUADRO COMPARATIVO DE LOS DIVERSOS LENGUAJES

LENGUAJE LÓGICO	LENGUAJE CIENTÍFICO	LENGUAJE SIMBÓLICO	LENGUAJE COLOQUIAL
<input type="checkbox"/> Polisémico o monosémico	<input type="checkbox"/> Monosémico	<input type="checkbox"/> Polisémico	<input type="checkbox"/> Polisémico
<input type="checkbox"/> Claro	<input type="checkbox"/> Preciso	<input type="checkbox"/> Preciso	<input type="checkbox"/> Poco preciso
<input type="checkbox"/> Preciso	<input type="checkbox"/> Claro	<input type="checkbox"/> Claro	<input type="checkbox"/> Poco claro
<input type="checkbox"/> Claro	<input type="checkbox"/> Signos especializados	<input type="checkbox"/> Signos no especializados	<input type="checkbox"/> Signos no especializados
<input type="checkbox"/> Signos especializados	<input type="checkbox"/> Inestable	<input type="checkbox"/> Estable	<input type="checkbox"/> inestable
<input type="checkbox"/> Inestable	<input type="checkbox"/> Amplio	<input type="checkbox"/> Amplio	<input type="checkbox"/> Reducido
<input type="checkbox"/> Amplio	<input type="checkbox"/> Didáctico	<input type="checkbox"/> Didáctico	<input type="checkbox"/> No es didáctico
<input type="checkbox"/> Didáctico	<input type="checkbox"/> Contiene tecnicismos	<input type="checkbox"/> No contiene tecnicismos	<input type="checkbox"/> No contiene tecnicismos
<input type="checkbox"/> Contiene tecnicismos	<input type="checkbox"/> Código elaborado	<input type="checkbox"/> Código no elaborado	<input type="checkbox"/> Código poco elaborado
<input type="checkbox"/> Código elaborado	<input type="checkbox"/> Finito	<input type="checkbox"/> Infinito o finito	<input type="checkbox"/> Infinito
<input type="checkbox"/> Finito	<input type="checkbox"/> Denotativo	<input type="checkbox"/> Mayoritario	<input type="checkbox"/> Mayoritario
<input type="checkbox"/> Minoritario	<input type="checkbox"/> Minoritario	<input type="checkbox"/> Subjetivo	<input type="checkbox"/> Subjetivo
	<input type="checkbox"/> Objetivo		

<input type="checkbox"/> Objetivo <input type="checkbox"/> Posee significado para ciertos grupos <input type="checkbox"/> se renueva constantemente <input type="checkbox"/> no espontáneo <input type="checkbox"/> formal <input type="checkbox"/> no permisivo <input type="checkbox"/> propio	<input type="checkbox"/> Posee significado para ciertos grupos <input type="checkbox"/> Se renueva constantemente <input type="checkbox"/> No espontáneo <input type="checkbox"/> Formal <input type="checkbox"/> No permisivo <input type="checkbox"/> propio <input type="checkbox"/> Verificable <input type="checkbox"/> Convencional <input type="checkbox"/> Especifico <input type="checkbox"/> Reiterativo <input type="checkbox"/> Correcto <input type="checkbox"/> Hipotético <input type="checkbox"/> Amplio léxico <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Posee significado para quien lo percibe <input type="checkbox"/> Es una forma que representa algo <input type="checkbox"/> No espontáneo <input type="checkbox"/> Formal o informal <input type="checkbox"/> Se percibe por los sentidos <input type="checkbox"/> Presenta relación personal o arbitraria <input type="checkbox"/> Denotativo <input type="checkbox"/> Significado primario o secundario	<input type="checkbox"/> Producto de una determinada modalidad <input type="checkbox"/> Inmediatez <input type="checkbox"/> Espontaneidad <input type="checkbox"/> Efímero <input type="checkbox"/> Improvisación <input type="checkbox"/> Informal <input type="checkbox"/> Permisivo <input type="checkbox"/> Impropio <input type="checkbox"/> Repetición de palabras <input type="checkbox"/> Afectivo <input type="checkbox"/> Egocéntrico <input type="checkbox"/> Truncada <input type="checkbox"/> Uso de sufijos aumentativos y diminutivos <input type="checkbox"/> Pobreza léxica
--	---	--	---

LENGUAJE LOGICO

MICROSOFT OFFICE XP 2000

MICROSOFT COPYRIGHT

Nos interesa saber acerca de este programa ya que su uso es cotidiano.

LENGUAJE CIENTIFICO

MANUAL MERCK

EDITORIAL OCEANO-PLANETA DECIMA EDICION, 2002

En este texto se nos informa acerca del tratamiento medico de algunas lesiones.

LENGUAJE SIMBOLICO

MANUAL DE TRANSITO DEL EDO. DE CHIH.

TALLERES DE IMPRESION DE GOB. DEL EDO. 2003

Es importante conocer la simbología que ahí se nos presenta.

LENGUAJE COLOQUIAL

LA PRISIONERA, AUT. MARIA MAGDALENA CRUZ ALEGRIA

PROPUESTA PARA LA FORMACION DE ACTORES.

Es necesario para nuestra formación profesional el conocer diversos tipos de obras tales como esta que maneja en muchos sentidos el lenguaje en el que estamos en contacto diariamente.

EL DISCURSO:

Es un mensaje que se pronuncia ante el público oralmente y tiene como finalidad el influir en la conducta de quien lo recibe. Existen dos elementos en el discurso, hablada y la expresión corporal. Para captar la atención de los escuchas se tendía que adornar este con la entonación y los cambios pertinentes en la voz, ya que si el mensaje se transmite en un solo tono, perderá la atención del receptor.

PERSUACION:

Es un intento consciente por parte de una o varias personas de:

Reformar-----actitudes

creencias

Reforzar-----opiniones

percepciones

Cambiar-----conductas de otra persona o personas.

EXISTEN 5 TIPOS DE DISCURSOS:

- Discurso para informar.
- Discurso de explicación.
- Discurso para motivar.
- Discurso convencer.
- Los discursos para las funciones sociales.

La persuasión es un intento consciente por parte de una o varias personas de: reformar actitudes y creencias, reforzar opiniones y percepciones, cambiar conducta de otra persona o personas.

PLANEACION DEL CONTENIDO DE UN DISCURSO

Primero hay que decidir el objetivo o propósito. ¿Por qué quiero hablar ante este público? ¿Cual es mi objetivo? ¿Qué quiero lograr?

Cuando el orador piensa hablar ante el público, necesita saber de que hablar, sobre que quiere lograr con el publico. De esta forma puede optimizar sus esfuerzos en la preparación del mensaje porque cada argumento, imagen y palabra cuenten en el intento de lograr su propósito. Primero se decidirá el propósito general y luego el específico.

Debe de reflejar una de las tres razones por las cuales hablamos y que son: informar persuadir y entretener.

REDACCION DE EL CONTENIDO DE UN DISCURSO

- Expresión clara de las ideas. Tener la certeza de lo posible, que el mensaje exprese lo que se quiere decir.
- Unidad. Integración de las partes en un todo.
- Coherencia. Nivel de congruencia que guardan entre si las partes que componen el mensaje en su totalidad.
- Énfasis. Destacar la importancia de las ideas principales.
- Desarrollo ordenado de las partes del mensaje por medio de una secuencia lógica.
- Estructura. En este punto se vuelve a tomar el significado estructural

que viene a ser la unión de los signos a través de puntuación, los signos que enlazan a unas palabras con las otras y la ubicación misma de los símbolos.

□ **Concisión.** Que el mensaje utilice únicamente las palabras que se requieren para su comprensión. Esto es, expresarlo en el menor número de palabras que se requieren para su comprensión. Esto es, expresarlo en el menor número de palabras, de manera completa.

LOS TIPOS DE DISCURSOS SON:

Discurso para informar

Discurso de explicación

Discurso para motivar

Discurso para convencer

Los discurso para las funciones sociales

Si se quiere lograr principalmente que el público este informado, persuadido, o que se sienta bien, el orador necesita saber específicamente lo que quiere y lo que puede lograr de su publico. ¿Qué información específica quiere que su público tenga al momento de abandonar la sala de conferencias? ¿Con que idea específica quiere impactar a su público? ¿Qué acción específica quiere que este tome? ¿Cómo va a lograr, específicamente, que su público se sienta bien o se distraiga?

SECUENCIA QUE LLEVA EL DISCURSO CUYO PROPOSITO ES MOTIVAR A LA ACCION

-Introducción o exordio. Se puede iniciar el discurso con una frase celebre o una cita que contenga la esencia del mensaje, puede también ser una breve descripción del contenido del discurso, da a conocer una visión global del todo.

-Cuerpo del discurso. Se desarrolla el mensaje en su totalidad, se analiza cada una de las partes enunciadas en la introducción. Es donde el emisor desglosa cada uno de los elementos que conforman el todo para que el receptor lo comprenda.

-Conclusión. Aquí de una manera contundente reformula las ideas principales e invita a los receptores a la acción, que puede ser un cambio de actitud, de conducta o de forma de vida.

DISCURSO

EL LENGUAJE Y COMUNICACIÓN

La relación que existe entre el arte, el lenguaje y la comunicación es sumamente necesaria, esta fusión debe ser completa ya que sin uno de estos elementos no es posible transmitir algo.

El conocimiento es también fundamental para que esto sea de calidad. Todo tipo de comunicación es sumamente necesaria para la interrelación, ya sea humana o de cualquier tipo, es necesario comprender que a falta de un lenguaje es imposible que exista comunicación.

En cuanto al conocimiento, hay que contemplar seriamente la idea de que es vital el cultivarlo a base de lectura y de todo lo que ayude a la formación de criterios e ideas bien planteadas.

En el arte, es fundamental el conocimiento amplio de las raíces de lo que nos interesa, que en este caso, es la danza.

La danza, es el ejemplo mas claro que podemos mostrar para observar la aplicación del lenguaje corporal el cual, a través de movimientos expresa algo. De igual forma, cualquier bailarina que se ostente como tal debe tener un avanzado conocimiento de lo que este importante arte escénico significa tanto en lo cultural como en lo social.

En el sentido que nos orienta a investigar todo lo que nos interesa debemos ubicarnos en que si uno toma la decisión de realizar algo debemos ser conscientes de que debemos conocer todo a cerca del porque y para que, para tener un amplio conocimiento.

En la actualidad es triste que la cultura y el arte no se promuevan, hay que tomar en cuenta que, la cultura y el arte son la base de civilizaciones tales como la romana la cual estaba sumamente amplia en cuanto a conocimientos de todo tipo, ya sea mercantiles, legales y artísticos, y todos estos se generaron gracias a que la base de esta civilización era el conocimiento de su propia cultura y la evolución de la misma.

Es importante hacer énfasis de que aun en la actualidad se siguen aplicando técnicas que se generaron en esa cultura, podemos mencionar como ejemplo: la escultura de las columnas del Partenón.

En el caso de la pintura, es a criterio personal, donde se expresa más por medio de símbolos de un lenguaje que el artista desea transmitir de manera emocional, el plasmar un sentimiento en un lienzo significa para el

artista el comunicar no solo su idea sino también su interioridad.

Como ultimo punto podemos deducir que, el mejor método para elevar el conocimiento y como consecuencia ejercer una mejor comunicación es cultivándonos, ya sea de manera intelectual o vivencial, pero siempre teniendo como objetivo claro que esto sea de enorme calidad, aunque no muchas veces sea de utilidad.

RETROALIMENTACION

DECODIFICACION

CANAL

MENSAJE

CODIFICACION

FUENTE

RUIDO

RECEPTOR

Barreras

COMUNICACIÓN

Niveles

MODELO DEL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN

ACTIVIDADES SUGERIDAS PARA ACUMULACION DE ZONA

El punteo que se le asignará a cada uno de estas tareas dependerá del criterio del catedrático para acumulación de su zona respectiva. Dada las instrucciones el estudiante:

1. Investiga que es la comunicación y da 5 definiciones, debe entregarlo a mano. En hojas tamaño carta.
2. Elabora un Glosario de 60 términos relacionados con el lenguaje y la comunicación
3. Elabora diagramas de cada uno de los modelos de comunicación a mano y en su cuaderno.
4. Elabora un resumen de cada una de las teorías de la comunicación. A mano y en hojas tamaño carta.
5. Elabora un cuadro sinóptico con cada uno de las funciones del lenguaje, a mano y en el cuaderno para evidenciar su labor.
6. Elabora un Esquema sobre los tipos de comunicación y también sobre

Códigos no lingüísticos.

Códigos no lingüísticos y visual

Códigos no lingüísticos y gestual

En su cuaderno para dejar evidencia de lo realizado.

7. Elaborar una recta cronológica sobre la Comunicación y su evolución hasta nuestra días. En una cartulina u otro material que consideras adecuado para su trabajo.
8. Grafica el proceso de la interacción de la comunicación.

Niveles de la comunicación

Relación entre lenguaje y codificación

Características de los distintos lenguajes.

AUTOEVALUACION

NOTA: PARA VERIFICAR LOS LOGROS DEL CONTENIDO DECLARATIVOS DE LA PARTE TEÓRICA DE LO DOCUMENTADO EN CADA UNO DE LOS CAPÍTULOS DEL SIGUIENTE MANUAL SE SUGIERE QUE EL ESTUDIANTE RESPONDA LOS SIGUIENTES CUESTIONARIOS.

CUESTIONARIO No 1

1. ¿Qué es la comunicación?
2. ¿Qué significa comunicación?
3. Describa los 5 procesos de la comunicación
4. Grafique los elementos o factores de la comunicación
5. Describa cada uno de los 7 factores de la comunicación
6. ¿En qué consiste la comunicación lineal?
7. ¿En qué consiste la comunicación de Mcquail?
8. ¿En que consiste la comunicación de Chafee-Bergan?
9. ¿En que consiste la comunicación de Charles Cooley?
10. ¿En que consiste la comunicación de John Dewey?

CUESTIONARIO No 2

1. ¿Cuál es la principal obra y argumento de Laswel?
2. ¿Cuál es la obra de Kart Lewin?
3. ¿En que consiste la obra de Carl Houland?
4. ¿En que consiste la teoría de Lazarsfeld
5. ¿En que consiste la investigación realizada por la universidad de Columbia?
6. ¿Cuales son los aspectos fundamentales de la teoría funcionalista?
7. ¿Quiénes son los representantes de la teoría funcionalista?
8. ¿En que consiste la teoría cultural y determinista?
9. ¿En que consiste la teoría de Dependencia?
10. ¿En que consiste la teoría de determinación fenologica?

CUESTIONARIO 3

1. ¿En qué consiste la teoría de la aguja hipodérmica y la teoría de los pasos?
2. ¿Cuáles son las características del líder de opinión?
3. ¿En que consiste la teoría del refuerzo o efecto a corto plazo?
4. ¿En que consiste la teoría del uso de gratificaciones?
5. ¿En que consiste el uso masivo de la comunicación?
6. ¿a qué se le denomina Ruido y/o redundancia?
7. ¿En qué consiste la Semiótica?
8. Mencione la clasificación de PEIRCE sobre la semiótica.
9. ¿En que consiste el signo lingüístico?
10. Mencione los principios del signo.

CUESTIONARIO No 4

1. Elabore un esquema sobre las funciones del lenguaje tomando en cuenta las 6 funciones y la meta lingüística.
2. Explique en que consisten los códigos no lingüísticos
3. Escriba en que consiste la teoría divina acerca de la comunicación.
4. Escriba en que consiste la teoría de las exclamaciones
5. Escriba en que consiste la teoría mecanicista
6. Elabore un esquema sobre las barrera de la comunicación, semánticas físicas, fisiológicas y administrativas.
7. Describir cuales son los requisitos fundamentales de la comunicación.
8. En que consiste la comunicación moderna
9. Elabore un diagrama sobre los niveles de Comunicación
10. Explique por qué la comunicación es un proceso

BIBLIOGRAFIA

- ALIRIO, Jesús (1.994). Técnicas de oficina. Caracas: Panapo.
- DIAZ, Norma (1.998). Lenguaje y Comunicación. Valencia: Universidad José Antonio Páez.
- GOMÉZ, Alarico (1.996). Lenguaje y Comunicación. Caracas: Panapo.
- MEDINA, Norah (1.990). Enciclopedia Básica de la Lengua Española. Valencia: Tatum.
- Estudios Generales I (1.991). Lenguaje y Comunicación I. Caracas: Universidad Nacional Abierta.
- (1.993). Lenguaje y Comunicación. Caracas: Conac
- Labov, W.: "Modelos sociolingüísticos". Ed. Cátedra. Madrid. 1983.-
- Enciclopedia interactiva Microsoft® Encarta, 2007
- Fiske John, Introducción al estudio de la comunicación, IV Edición
- SERIE SELECCIÓN DE LECTURAS (2.001). Lengua Española.
- Caracas: Universidad Pedagógica Experimental Libertador
- http://icarito.latercera.cl/enc_virtual/castella/comunica/comu4.html
- http://icarito.latercera.cl/enc_virtual/castella/comunica/comu5.html
- http://icarito.latercera.cl/enc_virtual/castella/comunica/comu6.html
- DICCIONARIOS.COMO ONLINE.
- <http://www.diccionario.com>
- EL MUNDO.ES.
- <Http://diccionarios.elmundo.es>