



10009

SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA  
UNIVERSIDAD PEDAGOGICA NACIONAL  
UNIDAD UPN - 042

LA COMUNICACION

LEIDY DEL ROSARIO SALAZAR ROSADO

TESINA presentada para obtener el Título de  
Licenciada en Educación Primaria.

Cd., del Carmen, Campeche, México, 1991.

## DICTAMEN DEL TRABAJO DE TITULACION

CIUDAD DEL CARMEN, CAMPECHE, a 22 de OCTUBRE de 19<sup>91</sup>

C. Profr. (a) LEIDY DEL ROSARIO SALAZAR ROSADO  
Presente (nombre del egresado)

En mi calidad de Presidente de la Comisión de Exámenes --  
Profesionales y después de haber analizado el trabajo de titula-  
ción alternativa TESINA  
titulado " LA COMUNICACION "  
presentado por usted, le manifiesto que reúne los requisitos a --  
que obligan los reglamentos en vigor para ser presentado ante el  
H. Jurado del Examen Profesional, por lo que deberá entregar diez  
ejemplares como parte de su expediente al solicitar el examen.

ATENTAMENTE

El Presidente de la Comisión

S. E. P.  
Universidad Pedagógica  
Nacional  
Unidad 042  
del Carmen, Camp.

  
PROFR. WILLIAMS A. SOSA CELIS.

A MI ESPOSO:

FERNANDO LARA TREJO, -  
PALADIN EN LA ENSEÑANZA  
DE MI CARRERA Y BALUARTE  
DE MIS CONOCIMIENTOS.

A MIS HIJOS:

INGRID Y FERNANDO, TIERNOS  
CAPULLOS QUE SON LA ESPE-  
RANZA DIVINA EN EL MAÑANA.

# I N D I C E

|  | Página |
|--|--------|
| INTRODUCCION .....   | 7      |
| 1. FORMULACION DEL PROBLEMA .....  | 10     |
| 1.1 Definición del tema .....  | 11     |
| 1.2 Justificación.....   | 13     |
| 1.3 Objetivos.....   | 15     |
| 2. MARCO TEORICO.....  | 17     |
| 2.1 Evolución de la Comunicación.....                                    | 18     |
| 2.2 Definición de Comunicación.....                                      | 23     |
| 2.3 Formas básicas de Comunicación.....                                  | 25     |
| 2.4 Niveles de Comunicación.....   | 34     |
| 2.5 Esquemas de la Comunicación.....                                     | 40     |
| 2.6 Alcances y Fines de la Comunicación.....                             | 49     |
| 2.7 Comunicación e Información.....                                      | 54     |
| 2.8 Consideraciones sobre el fomento de la comunica-<br>ción humana..... | 55     |
| CONCLUSIONES.....  | 58     |
| ANEXOS.....  | 60     |
| GLOSARIO.....  | 63     |
| BIBLIOGRAFIA.....  | 66     |

## I N T R O D U C C I O N

Al observar que los estudios ocupan un lugar muy importante en nuestra sociedad, el interés condujo a realizar el presente trabajo que tiene como marco el tema: "La Comunicación", siendo el acto comunicativo una de las finalidades esenciales de todo círculo social.

Para realizar el contenido de esta investigación documental se siguieron los siguientes tópicos:

- Historia de la Comunicación.
- Definición de Comunicación.
- Formas básicas de Comunicación.
- Niveles de Comunicación
- Esquemas de Comunicación.
- Alcances y Fines de la Comunicación.
- Consideraciones sobre el fomento de la Comunicación Humana.

Para comprender con exactitud la forma que toma actualmente la comunicación en nuestra sociedad, se hizo necesario realizar una incursión en la historia y remitirse al período del Renacimiento. Esos años, de hecho, fueron indiscutiblemente, el gran momento que propició la aparición histórica de la noción de lo que es la comunicación, apareciendo el lenguaje en sus primeras manifestaciones; a partir de ese momento, para

el hombre, la comunicación constituye la clave de entendimiento, fundamentando con ello, una comunicación social con sus semejantes en su etapa prehistórica.

Al hablar de comunicación, ésta se define como "un proceso"; porque no es posible hablar ni del principio ni del fin de la misma, como tampoco que se produce de una sola manera.

Lo importante es tener en cuenta que una discusión no lo abarca todo, que no puede tener ni izquierda, ni derecha, ni extremo superior, ni inferior, por lo que cada palabra afecta a las demás e interactúa con ellas para emitir su mensaje.

En las formas básicas de comunicación se explicitaron los fundamentos que conlleva cualquier lenguaje coloquial, donde se encuentran inmersos el lenguaje: mímico, oral, escrito, táctil, visual, etc.

Para los niveles de comunicación se tomó en cuenta: desde el diálogo, hasta llegar a lo que es una verdadera conferencia con grandes grupos de personas, en donde se plasmaron las instrucciones necesarias para entablar una comunicación eficaz.

El interés por la comunicación ha producido muchos intentos tendientes a desarrollar modelos en los que se insertan listas de elementos. Pero por supuesto que dichos modelos difieren; ninguno puede calificarse de exacto o verdadero. Algunos serán de mayor utilidad o corresponderán más que otros, al estado actual de los conocimientos acerca de la comunicación.

Sin embargo, los tres componentes que se consideran en cada uno de los modelos propuestos en este trabajo, son: el orador, el discurso y el auditorio, esto es, la persona que habla, el discurso que se pronuncia y la persona que escucha.

La comunicación es un concepto sustancial para la vida humana, en su realidad y proyección. La capacidad de pensar es el rango distintivo que posee el hombre, con ella crea y cruza el prodigioso mundo de las ideas, generando el futuro, para ello, tuvo que realizar descubrimientos prácticos y científicos entre los que dieron lugar a los medios de comunicación masivos: la prensa, relacionada en sus comienzos con la civilización del libro y del impreso; el cine, consecuencia de la fotografía, con su carácter de creación artística y recreación colectiva; la radio que hace posible la transmisión de sonidos; la televisión que recapitula en sí las cuatro técnicas y cuyo desarrollo influye en condiciones de vida y actitudes sociales.

La comunicación y la información, son fenómenos ligados, son como hermanos siameses que comparten el corazón y dependen el uno del otro. Son aspectos de la totalidad de una sociedad.

La sociedad no puede ser tal sin la comunicación y no puede transformarse sin la información. Por tanto, cada día se requiere de experiencias comunes y cuanto más ricas sean éstas, mejor se da la comunicación.

FORMULACION DEL PROBLEMA

## 1.1 Definición del Tema

Los maestros son pieza clave de cualquier sistema educativo. A la tarea que ellos llevan a cabo en la escuela, se añade (en forma complementaria o contradictoria) la acción de la televisión, de la radio, del cine y de la prensa, que también contribuyen a proporcionar conocimientos, a proponer valores y modelos de comportamiento e inducir opiniones sobre toda clase de asuntos o tópicos.

Estos medios de comunicación masiva, que materialmente rocián a la población (maestros, educandos y personas no escolarizadas), forman parte de la vida cultural de nuestro país y, además de ser agentes o vehículos de educación informal, son instituciones claves de nuestro sistema político y económico.

Una educación integral orientada al desarrollo de individuos y grupos, y de la nación entera, no puede omitir de sus contenidos al estudio del sistema de comunicación masiva y de la acción cultural y educativa que ésta realiza. Tampoco es prescindible evaluar y juzgar la relación entre la educación del sistema escolar, formal y sistematizada, y la educación informal que inculcan a los ciudadanos los medios masivos de comunicación.

La escuela no debe dar la espalda a los medios; ni satanizarlos, ni ignorarlos. A ella le corresponden una serie de acciones organizadas para, por una parte, despertar la conciencia crítica en los educandos ante mensajes cerrados, autoritarios y

anodinos y, por otra, promover en los alumnos el aprendizaje -- que los haga capaces de apreciar y disfrutar programas de televisión, de radio o películas (de la misma manera que promueve la apreciación de obras literarias) cuyo encuentro constituya una verdadera experiencia educativa.

Algunos autores emiten juicios donde destacan el papel de la televisión como propiciadora del conformismo acrítico: al -- ofrecer al espectador la sensación de seguridad y de cercanía con sus semejantes, al proporcionarle "una magia sin encanto" -- que no comunica ningún enigma, fomenta su credulidad y lo idiotiza.

Otros, destacan y magnifican la influencia educativa de -- los modernos medios y señalan con razón que la escuela ha sido reemplazada por ellos. También constituyen un acierto sus juicios sobre la posibilidad de engendrar el radio, el cine y la televisión al área de educación artística.

## 1.2 Justificación

La especie humana está en el mundo y vive inmersa en un -- escenario social donde los hombres tienen referencia al tiempo- y al espacio. Allí, ellos inician, en espiral interminable, men- sajes que los relacionan y unen. En una circunstancia concreta- emiten sonidos, letras, dibujos, gestos y señales, que expresan ideas. Esos mensajes aunque se lancen al aire, tienen destino:-- la misma sociedad; en una persona, un grupo o toda la comuni -- dad.

Estudiar el proceso de la comunicación sin la sociedad, -- resulta una especulación hueca. Ninguno de sus elementos puede- estar socialmente aislado (excepto cuando platica uno consigo - mismo, aunque en un momento dado, esto, también puede ser de -- tipo social).

El lenguaje, que en principio forma parte de la dotación - biológica de la especie humana, desempeña un papel fundamental- en la comunicación social, de la que constituye una vía esen -- cial.

Por esta razón, siendo el lenguaje el punto de partida, el substrato arqueológico más antiguo de todas las técnicas comuni- cativas del hombre, se procedió a elaborar esta tesina, con el- fin de obtener los principios fundamentales que rigen el proce- so de la comunicación, así como también, sus niveles, alcan- ces, fines y barreras; para determinar en qué medida el ser - - humano participa de las estructuras comunicativas, ya que la --

comunicación es de vital importancia para la especie humana y - se ha comprobado que por medio de ella, los hombres se caracterizan socialmente, cambian pautas de conducta y satisfacen sus necesidades.

Por tanto, la comunicación es una realidad cotidiana e imprescindible, para lograr la socialización del individuo en su entorno.

### 1.3 Objetivos

El crecimiento de la población y la velocidad en el avance de las comunicaciones, acercan a los seres humanos hasta llegar a una penetración hipnótica que a veces los convencen o a veces los enervan; pero la comunicación bien cimentada, tiene como -- propósito guiar a un público hacia la adopción de conductas y actitudes positivas por medio de las cuales se orienten y modifiquen opiniones, creencias, costumbres, etc., es un hecho comprobado que cuando un individuo vive integrado a una sociedad moderna con los medios de comunicación más sofisticados tiene -- una reacción de causa-efecto diferente a aquél que se encuentra privado de la información e influencia de dichos medios, su mundo se vuelve solitario y monótono; siendo que la especie humana es un aglutinamiento de individuos unidos por un núcleo de interés común, que adopta una forma similar de comportamiento, se pretende que el presente trabajo documental tenga como objetivo general : DESARROLLAR LA HABILIDAD PARA EL MANEJO DEL ESQUEMA COMUNICACIONAL y como objetivos específicos:

- a) Evitar ambigüedad semántica del mensaje, imprecisión de los significantes y significados .
- b) Ampliar el conocimiento de la comunicación y sus características.
- c) Corregir las deficiencias lingüísticas en relación con el pensamiento social.

- d) Convertir el manejo lingüístico en un elemento funcional para arribar a una experiencia comunicativa de mayor relevancia.
- e) Utilizar adecuadamente algunos modelos de comunicación en la vida cotidiana.

Lo que se persigue con estos objetivos es que el acto de la palabra, por medio del lenguaje, exprese la visión del mundo a través de las relaciones sociales, y con ello, sintetice un funcionamiento del pensar y una vigencia específica del acto comunicativo, tomando en consideración que toda comunicación son procesos, y en consecuencia incluyen etapas o fases de transformación .

Se ha observado que el lenguaje en los procesos del comportamiento humano en una forma inconsciente, está dado por: falsa integración de la lengua como instrumento de trabajo, manipulación de los mensajes, primeras experiencias del lenguaje discursivo en la escuela, captación de las palabras como una violencia adaptadora (amenazas, órdenes, sistemas de evaluación escolar ), formas lingüísticas del castigo (burlas, agresiones, insultos ), concepción analítica de la comunicación (lenguaje para la escuela, lenguaje para la familia, lenguaje para la calle, etc.), lenguaje como formación de las jerarquías sociales (lenguaje de adulto, lenguaje de compañeros, lenguaje de maestros, etc.).

MARCO

TEORICO

## 2.1 Evolución de la Comunicación Humana

Es imposible citar datos exactos acerca de cuándo y cómo - ocurrió el primer acto de comunicación. Esto implica un universo de conjeturas inprobables científicamente. El acto comunicativo empieza con la vida misma y asume formas diversas y complejas: desde la comunicación celular y vegetal, pasando por la comunicación animal, hasta los sofisticados medios masivos de comunicación humana.

Es preciso entender que nuestro planeta se formó hace unos 4 500 millones de años y que, por espacio de unos 3 mil millones sólo hubo vida en los océanos, que cubrían la mayor parte del planeta. La vida animal empezó hace aproximadamente 500 millones de años y el Homo sapiens apareció hace cerca de 40 mil años apenas; durante todos estos milenios, se han producido - - innegables actos de comunicación.

El término Comunicación tiene múltiples afinidades relacionadas tanto con el lenguaje como con la imagen mental que necesariamente representa, y con la información, necesidad primordial en el ser humano. En otros ámbitos se le considera una --- ciencia y ante ello es difícil establecer fronteras entre la comunicación y la información, ya que en muchas circunstancias se fusionan en un único, pero ambivalente concepto.

Se dice que establecer datos exactos acerca de cuándo ocurrió el primer acto de comunicación sería tanto como pretender haber hallado la ansiada respuesta de cuándo se originó la vida

en nuestro planeta. Probablemente en el proceso de ese acontecimiento crucial se produjo un acto de comunicación; sin embargo los antecedentes de la comunicación humana se remontan a nuestros primeros antepasados quienes, en su lucha por sobrevivir, se vieron en la necesidad de adoptar determinados mecanismos para expresarse y transmitir sus conocimientos.

Precisamente es por medio del estudio de los vestigios arqueológicos que se empiezan a tener testimonios, y es así como se sabe que a partir del período Eolítico (un millón a 300 mil años a.C.) y del Paleolítico inferior (300 mil a 25 mil años a.C.), nuestros antepasados comienzan a desarrollar una habilidad rudimentaria pero suficiente para comunicarse entre sí y dejar huella de su paso. Tal vez, esa habilidad consistía en un acto de comunicación durante el cual intervenían los gestos, la voz, los dibujos y las pinturas. Contra lo que podría pensarse no fueron ni el hombre de Java (*Pithecanthropus erectus*) ni el *Euranthropus*, los que lograron mayores intentos de comunicación fue el hombre del Eolítico quien encontró determinadas formas para exteriorizar sus reacciones, utilizando elementos como los colorantes y las expresiones guturales entre otras formas que la naturaleza había puesto a su alcance para afrontar sus cotidianas y sucesivas experiencias.

Por tanto, se puede afirmar que es de los 10 mil a los 3 mil años a.C., cuando terminaba el período glacial y empezaba el incierto deambular de un nuevo hombre (*Homo sapiens*) por el mundo, que se inician los mayores intentos de comunicación destina-

dos a convertirse en la base definitiva para la evolución de la especie humana. Bajo estos principios, se puede definir al término "Comunicación" como el acto inherente al hombre, que lo ayuda a expresarse y a conocer de sí mismo, de los demás y del medio -- que lo rodea. La comunicación se constituye en una necesidad creciente para conducir al hombre al punto culminante de su vida.

Ahora, es necesario resumir el ciclo histórico de la comunicación, que abarca desde el siglo prehistórico, con la aparición -- del lenguaje, la escritura pictográfica, el alfabeto y los manuscritos, hasta llegar a la imprenta, punto de partida de una nueva época que culmina con los modernos medios masivos de comunicación. En este sentido, el idioma chino, además de ser el más usado, es también la lengua viva más antigua del mundo. Por otra parte, el lenguaje escrito más remoto es el sumerio, el cual consistía en signos cuneiformes que a su vez representaban los sonidos de las sílabas,

Todo alfabeto consiste en un sistema de signos gráficos que se utilizan en la escritura; su origen se sitúa en Fenicia aunque fue difundido y perfeccionado por la civilización griega, constituyéndose en el sistema de escritura básico de hoy. Cientos de -- años después de la invención de la escritura alfabética llegó la época en que se inventó la imprenta, cuyos antecedentes más inmediatos fueron los manuscritos. Aunque algunos autores sostienen -- que el invento de Gutemberg fue el primer instrumento que permitió la impresión de escritos, es oportuno mencionar que muchos -- años antes, durante el reinado de la dinastía Chang, en Corea, hacia el siglo XI d.C., un herrero llamado Pi Shang descubrió la --

primera forma conocida de tipografía mediante la impresión de tipos móviles hechos de madera. Sin embargo, es innegable que la imprenta de Gutenberg representó el primer mecanismo que permitió la producción de escritos en serie.

Antes de la imprenta, la forma predominante de difusión fue los manuscritos; sin embargo, estaban a disposición de muy poca gente, por lo que no son considerados como un medio masivo de comunicación o de transmisión de cultura. Los manuscritos se caracterizaron por ser obras de arte anónimas a las que los autores no marcaron un estilo propio y que, además sufrieron constantes agregados por parte de sus lectores, ya que eran copiados a mano por los interesados en poseerlos. En esa época, su función básica fue primordialmente recreativa y quizá después educativa.

Por otra parte, cuando Gutenberg inventó la imprenta no llegó a apreciarse con exactitud el real alcance del descubrimiento, es decir, su significación para el ser humano. Todo esto ocurre en el momento mismo de la transición de la Edad Media hacia el Renacimiento, período histórico en el que se establecieron las bases sobre las que descansa el origen de la comunicación masiva.

El invento de Gutenberg fue grabar en relieve el dibujo de la letra o del signo que se trataba; después se fundían los caracteres, se hacía la composición de los textos y, finalmente, la impresión. Sin embargo, se le otorga al holandés Laurens Coster la primera impresión de un libro utilizando letras móviles de madera.

De esta manera, las posibilidades que se vislumbraron con el-

uso de la imprenta abrieron el camino para que lo impreso se constituyera en el primer medio masivo de comunicaci3n y en el principal impulsor de una nueva dimensi3n cultural que cambi3 al mundo.

Llega entonces el momento hist3rico conocido como el Renacimiento, per3odo crucial de la humanidad, en el cual se conjuntaron factores pol3ticos, econ3micos, sociales y culturales del continente europeo. Tales factores, enmarcados por la imprenta propiciaron que el libro se convirtiera en el instrumento b3sico para el desarrollo de la sociedad.

En este per3odo, la lengua m3s utilizada en Europa fue el lat3n, idioma universal usado m3s de un milenio y que estuviera en auge durante la Edad Media y el Renacimiento.

En la segunda mitad del siglo XIV, Europa contaba con una poblaci3n que en su mayor3a era analfabeta, lo cual provoc3 que el libro no estuviera al alcance de las masas populares.

## 2.2 Definición de Comunicación

A manera de definición, se puede decir que COMUNICACION es la transmisión de ideas a base de señales o símbolos.

La comunicación es la base de la funcionalidad de los grupos-humanos, ya que no sólo implica "interacción", sino también "reacción".

Interacción: Es compartir ideas propias con otros, almacenar-ideas que por su cantidad es imposible memorizar.

Reacción: Respuesta oral o escrita, o bien es un hecho que --significa una modificación en la conducta de quien recibe un mensaje. Sin reacción, no puede ser establecida la comunicación. La-reacción puede o no ser observable.

### Componentes de la Comunicación

- a) Emisor: Individuo que envía un mensaje(s) o idea(s).
- b) Receptor: Individuo que recibe o percibe los mensajes.
- c) Mensaje: Ideas ordenadas y emitidas bajo un código que deben interpretarse.
- d) Reacción o Respuesta: Efecto que se produce en el receptor a consecuencia de las ideas transmitidas por el -emisor.
- e) Canal: Conducto por el cual se envía un mensaje.
- f) Retroalimentación: Información que recibe el emisor del re

ceptor, obligando esto, a que el receptor se convierta en emisor, cerrando así el ciclo de la comunicación.

Comunicación: Es la interacción social que implica la transmisión de ideas por medio de señales o símbolos.

La comunicación consiste en crear un estado de espíritu común entre el que comunica y el que recibe la comunicación.

La comunicación es un dar y tomar conocimientos o ideas ya sea de persona a persona o dirigida a un gran número de personas a la vez.

La comunicación es el proceso por el cual los integrantes de una pareja dan y toman conocimiento mutuo de sí mismos.

Aristóteles definió el estudio de la comunicación (retórica) como la búsqueda de "todos los medios de persuasión que tenemos a nuestro alcance" (1).

La palabra "comunicación" se ha hecho popular. Es usada corrientemente para designar problemas de relación entre la clase obrera y la clase directiva; entre los países y entre la gente en general. Algunos de los usos que se hacen del término "comunicación" se refieren a distintas maneras de enfocar estos problemas; otros solamente cambian de nombre a los mismos problemas que ya existían antes.

---

(1) Roberts Rhys, "Retórica" en "El trabajo de Aristóteles". pág. 6. Apud. J. Puerto González en "Antología de la comunicación"

### 2.3 Formas básicas de Comunicación

De acuerdo con el trabajo realizado por varios investigadores, existe una evidencia que indica que una persona corriente emplea más o menos el 70% de sus horas de actividad comunicándose en el orden siguiente: escuchando, hablando, leyendo y escribiendo. Es decir, que cada uno de los seres humanos emplea alrededor de diez u once horas diarias comunicándose.

El lenguaje es tan solo uno de los códigos que se utiliza para expresar las ideas. Birdwhistell (1) y otros estudiaron la comunicación relacionada con gestos no verbales: expresiones faciales, movimientos de las manos y de los brazos. Los escenógrafos y los dibujantes publicitarios utilizan el color, el tamaño y la distancia como señales para la comunicación. En síntesis, todo aquello a lo que la gente logra dar un significado puede y es utilizado por la comunicación. La conducta observada en ella tiene una esfera de acción muy amplia.

La gente puede comunicarse a muchos niveles, por muy diversos motivos, con gran número de personas y en múltiples formas.

Ruesch y Bateson (2) prepararon un ejemplo hipotético de las distintas clases de comunicación que podría utilizar un hombre típico, el señor A, en un día corriente:

---

(1) Ray Birdwhistell. "Comunicación" págs. 45 y 49.

(2) Jurgen Ruesch y Gregory Bateson. "Comunicación". pág. 22. Nueva impresión autorizada por los editores.

Apud: J. Puerto González, en obra citada.

"Por la mañana, cuando el señor A llega a su oficina, lee su correspondencia (comunicación escrita). Al clasificarla encuentra folletos destinados a describir los méritos de varias máquinas industriales (comunicación visual). Por la ventana abierta se oye el tenue sonido de un radio y la voz de un locutor que con frases claras exalta la calidad de una marca de pasta dentífrica (comunicación hablada).

Al entrar su secretaria en la habitación lo saluda con un alegre "buenos días" que él contesta haciendo un gesto amistoso con la cabeza (comunicación por gestos), mientras prosigue con su conversación telefónica (comunicación hablada) con un socio. Más tarde dicta a su secretaria unas cartas (comunicación escrita); luego asiste a una reunión de directores (comunicación de grupo) durante la cual recoge la opinión de sus socios. En el transcurso de esta reunión se discuten ciertas disposiciones gubernamentales (comunicación de masa) y su efecto. También durante esa reunión fue considerada una resolución con respecto al estipendio anual de los empleados de la firma (comunicación de masa o de grupo).

Levantada la sesión, el señor A, ensimismado en sus pensamientos acerca de sus negocios que aún no se definieron (comunicación consigo mismo) atraviesa lentamente la calle para dirigirse a un restaurante. En el camino no ve a su amigo el señor B, que entra apresuradamente al mismo lugar, y el señor A decide sentarse solo y no reunirse con su amigo, mientras espera el señor A estudia el menú de la comida (comunicación por medio de la

palabra impresa), pero el olor de un jugoso bistec desvía su --- atención (comunicación química); le resulta tan apetitoso que en carga uno para sí. Después de almorzar decide comprar un par de guantes. Entra en un negocio de artículos para hombres y con la punta de los dedos examina cuidadosamente las distintas calidades del cuero (comunicación por medio del tacto). Después de efectuar calmamente su compra, decide no trabajar por la tarde y hacer una visita con su hijo al zoológico, tal como le prometió. Al dirigirse hacia allí, el hijo observa cómo conduce su padre y le pregunta por qué siempre se detiene ante una luz roja y por qué no lo hace ante una luz verde (comunicación mediante un símbolo visual). Al aproximarse al zoológico se oye la sirena de una ambulancia y el señor A se corre con el auto hacia un lado del camino y se detiene (comunicación por medio del sonido).

Mientras permanecen sentados le explica a su hijo que la iglesia de enfrente es la más antigua del Estado, que ha sido construída hace muchos años y que sigue siendo algo tradicional en la comunidad (comunicación por medio de la cultura material).

Después de pagar la entrada al zoológico (comunicación por medio de la acción) se dirigen despreocupadamente a visitar a los elefantes. Allí el niño se ríe de las travesuras de uno de estos animales que arroja agua con la trompa a un espectador (comunicación por medio de la acción) y lo obliga a saltar. Más tarde el señor A cede ante la insistencia de su hijo y entran a un cinematógrafo para ver dibujos animados (comunicación por medio de imágenes). Al llegar a su casa, el señor A se viste de etique

ta, luego tiene que asistir a una comida y a una representación -- teatral (comunicación por medio de las artes).

Como lo hacen notar Ruesch y Bateson, este ejemplo no enumera por supuesto, todas las conductas de comunicación. Tan sólo ilustra algunas de las situaciones sociales en las cuales tiene lugar ésta y algunos de sus elementos.

En cambio la clasificación que a continuación se hace de la comunicación, es en función a las relaciones que durante ella surgen entre el emisor y el receptor, por tanto, puede ser:

- |                          |                          |
|--------------------------|--------------------------|
| 1. Directa (cara a cara) | 4. Bilateral o recíproca |
| 2. Indirecta             | 5. Pública               |
| 3. Unilateral            | 6. Privada               |

Directa: Es aquélla en que el emisor y el receptor están en contacto directo, que se escuchan y se ven, por tanto se estimulan y responden mutuamente. Ejemplo: la conversación que los alumnos en los momentos de descanso sostienen con sus compañeros.

Indirecta: En ésta el receptor y el transmisor no están próximos, pero de cualquier forma hay estímulo y respuesta, aunque ésta llegue al emisor en un tiempo más o menos largo. Ejemplo: un programa de televisión o radiofónico.

Unilateral: Se presencia cuando se asiste a una conferencia en la que el emisor es el único que expone, esto no es comunicación en sí, sino simplemente información.

Bilateral o recíproca: Es la que se observa en una conferencia cuando se inicia un debate o sesión de preguntas y por tanto el receptor toma parte activa, enterándose el emisor de las reacciones o dudas que su mensaje causó.

Pública: Es cuando el proceso de comunicación está dirigido a todo tipo de personas en forma indiscriminada. Ejemplo: un programa de televisión lo ve todo el que quiere y tiene televisor.

Privada: Cuando el grupo al que se emite el mensaje ha sido previamente seleccionado, mediante algunos requisitos a cubrir.

Es importante señalar que todo proceso de comunicación admite hasta tres de las clasificaciones mencionadas. Ejemplo: un tema a tratar en un salón de clases es: Directa, Bilateral y privada.

También existen tipos de comunicación diferentes tales como (véase el anexo 1).

Comunicación Formal: Es el intercambio de información que se establece entre las personas en razón de los puestos que ocupan, con motivo de las actividades a ellas asignadas. El sistema de comunicación tiene por objeto lograr la coordinación eficiente de todas las actividades distribuidas en la estructura de una organización.

Comunicación informal: Es el intercambio de información que se establece entre las personas por una relación independiente de los puestos que ocupan.

Comunicación Vertical: Aquélla que parte de un miembro del organismo administrativo en la organización.

Comunicación Horizontal: La que relaciona a dos miembros -- que tienen un mismo nivel en la organización.

Las comunicaciones verticales pueden ser:

Descendentes o Ascendentes.

Descendentes: Las que fluyen de arriba hacia abajo a través de la cadena descendente y que utilizan los jefes para ponerse en contacto con los demás elementos de la cadena.

Las órdenes son comunicaciones que sirven para indicar a -- otros lo que deben hacer o no. Se basan en la jerarquía de quienes las da sobre quienes las recibe. Son siempre concretas y exigen cumplimientos por parte del elemento integrante de la organización.

Las intrucciones son preceptos que casi siempre dan información o conocimiento de manera satisfactoria y recomendable de -- efectuar una labor determinada.

Las reglas son guías de acción concretas que han sido formuladas con responsabilidad de quien las va a cumplir.

Informes o avisos, constituyen un flujo de información descendente.

Emisiones disciplinarias y de estímulos, constituyen la -- aplicación de los reglamentos interiores de trabajo.

Ascendentes: Las que van de abajo hacia arriba a través de la estructura de la organización. Sirven a los elementos para --

entrar en contacto con los jefes o para que éstos estén suficiente y oportunamente informados de lo que pasa en su departamento o área del cual son responsables.

Las comunicaciones ascendentes son:

- a) Las sugerencias (iniciativas del personal para mejorar - diversos aspectos de la organización).
- b) Las consultas (comunicaciones de los elementos a los jefes en forma de pregunta, sobre aspectos del trabajo que ameritan respuestas).
- c) Las quejas: (manifestaciones de inconformidad que se da a conocer a los jefes).
- d) Los reportes (comunicaciones que se dan a los jefes conteniendo diferentes aspectos de trabajo).

## Barreras de la Comunicación

Son aquellas interferencias que distorsionan u obstaculizan el mensaje. (véase el anexo 2 ).

**Barreras Físicas.**- Como la distancia, el exceso o pobreza de luz, las tormentas eléctricas, el ruido, etc.

Si el emisor no posee un nivel de conocimientos satisfactorios para transmitir su propósito comunicativo, o si los receptores presentan actitudes negativas hacia el emisor, se dice que existe ruido. También cuando el mensaje no ha sido codificado convenientemente o cuando carece de un orden o secuencia adecuada.

Respecto de los medios públicos de comunicación, se dice que existe ruido, cuando la imagen de la televisión es borrosa o cuando el sonido de la radio sufre distorsiones, etc.

Un profesor incurre en estas deficiencias comunicativas cuando su lenguaje es demasiado elevado respecto del nivel de sus alumnos, cuando titubea al hablar, o cuando proporciona el contenido del curso en forma desorganizada o mal empleado.

En aulas demasiado grandes, el profesor a falta de micrófono, tiene que forzar la voz para ser oído por los alumnos que se sientan en la última fila. De la misma manera, si el salón no está convenientemente iluminado, también el profesor como los alumnos gastan sus energías.

**Barreras Fisiológicas.**- Se refieren a las alteraciones or--

gánicas, como un mal funcionamiento de los sentidos, un dolor de cabeza, un malestar estomacal, etc.

Barreras Psicológicas.-Están constituidas fundamentalmente por las emociones, las actitudes y los prejuicios. Un profesor emocionalmente maduro, conducirá un curso con mayor eficacia y podrá más fácilmente eliminar las actividades negativas o los prejuicios que los alumnos presenten hacia el curso o hacia el propio profesor.

Barreras Sociales.- Falta de sinceridad, no saber escuchar.

Barreras Culturales.- Falta de lenguaje apropiado, caso omiso de las advertencias.

Barreras Semánticas o de significado.-Existen cuando en la comunicación los símbolos que maneja el emisor no significan lo mismo para el receptor. Porque las palabras no existen en sí mismas, no se hallan en las cosas, sino en las personas.

Debido a la subjetividad propia de cada ser humano, una misma palabra no siempre significa lo mismo para todas las personas.

## 2.4 Niveles de la Comunicación

Los niveles de la comunicación se pueden seleccionar de la siguiente manera:

- a) La comunicación entre dos personas (diálogo)
- b) La comunicación en grupos pequeños (discusión)
- c) La comunicación en grupos numerosos (conferencias)
- a) La comunicación entre dos personas.

En el diccionario, resulta ambigua la definición de diálogo ya que en principio, dice: "conversación con varias personas". Esto, necesariamente nos remite a la definición de "conversación": "plática familiar entre dos o más personas". Si se continúa de esta manera, será difícil aclarar lo que en términos generales o más bien manejables, puede significar el diálogo; para ello se ha determinado lo que en forma precisa se debe entender por este vocablo: "Proceso de intercambio de información, a través de la comunicación oral, en una relación cara a cara entre dos personas".

Dicha definición sólo servirá para efectos de este apartado. Si se considera con detenimiento esta definición, se encontrará que el diálogo, al ser estimado como intercambio, dependerá estrechamente de la intención y los propósitos de ambos participantes. Obviamente, existe una infinidad de intenciones y propósitos, el diálogo es siempre parte de una secuencia de actos. Tales propósitos pueden categorizarse teniendo el tipo de diálogo que se efectúe y las necesidades que haya para entablarlo.

Así puede haber diálogos para:

a) Informar o difundir noticias, conceptos, datos, etc.

En cualquier relación de persona a persona.

b) Resolver problemas y tomar decisiones.

En una consulta médica, asesoría o junta con padres de familia.

c) Proponer puntos de vista o inculcar un patrón de conducta

En una relación padre e hijo, maestro-alumno o jefe-subordinado.

Todo esto, conlleva a concluir que cada vez que se entable una plática, se necesita determinar el propósito del diálogo, -- para no caer en una situación de incompreensión.

b) La comunicación en grupos pequeños.

En una sociedad, pequeños grupos de personas se reúnen para discutir y compartir puntos de vista diferentes e información vital. A través de esta interacción se pueden identificar problemas comunes, soluciones viables, sugerencias para el bienestar personal, familiar o de la comunidad, etc.

Por lo anterior, es obvia la necesidad y la urgencia de aprender acerca de la conducta comunicativa en grupos pequeños.

Frecuentemente, el éxito y la satisfacción que como personas, maestros, padres o ciudadanos se obtiene depende, del conocimiento y habilidades con que se puede practicar y guiar la comunicación en pequeños grupos. A este tipo de comunicación se le llama también dinámica de grupos, discusión en grupo o interacción grupal.

### Características y condiciones de la discusión:

En toda comunicación en grupo hay un elemento común: la discusión, entendida ésta como: "el intercambio de ideas u opiniones" ( ésta en una actividad diaria común) sin embargo se reconsiderará esta otra definición: como el "proceso relativamente sistematizado mediante el cual un grupo de personas intercambia y evalúa ideas e información con el propósito de entender un asunto o resolver un problema, en una atmósfera esencialmente cooperativa" (1).

La discusión se caracteriza según la clasificación de Monroe y Ehnimger, por lo siguiente:

a) La atmósfera tiende a convertirse en informal a medida que la interacción avanza.

b) Los límites de tiempo se fijan de acuerdo con la complejidad del asunto o la necesidad de llegar a la solución de un problema determinado.

c) Las opiniones fuera de lugar tienden a evitarse.

d) Los objetivos de las personas implicadas son evidentes y la interacción proporciona numerosas oportunidades para constatar y reafirmar el grado en que estos objetivos han sido logrados.

e) La respuesta o realimentación representa el medio para ajustar y percibir con certeza los diferentes puntos de vista.

---

(1) Monroe y Ehninger, "Comunicación". 7a. ed. 1974. pág. 88.  
Apud: J. Puerto González, en obra citada.

f) Los papeles de emisor y receptor se intercambian constantemente.

g) Existe un interés predominante y continuo por explorar -- nuevas posibilidades individual y colectivamente.

La comunicación en grupo, dadas sus dificultades, no puede lograrse eficazmente de manera instantánea, pues requiere cierto grado de conocimiento. Por fortuna, existen métodos mediante los cuales este tipo de comunicación puede mejorarse para obtener resultados más efectivos.

En resumen, los miembros de un grupo deben:

- a) Definir claramente el objetivo.
- b) Informarse con anterioridad sobre el asunto a tratar.
- c) Conocer los fundamentos de la interacción en el grupo y las funciones del líder.
- d) Delinear un plan de trabajo que sea suficientemente claro y aceptable como base para dirigir la discusión dentro de los límites suficientemente flexibles.

c) La comunicación en grupos numerosos.

En términos generales, cualquier frase escuchada por una o varias personas es una forma de comunicarse en público; sin embargo, la comunicación en público o conferencia será interpretada como: la comunicación que establece un solo emisor en un tono relativamente formal y de manera continua para exponer un tema ante un considerable número de personas.

La comunicación en público ha sido descrita por algunos au-

tores como ciencia, por otros como arte y por algunos más como "un arte práctico". Por supuesto, la comunicación en público es práctica, ya que resulta útil y tiene diversas finalidades, tanto para el conferenciante como para el auditorio y la sociedad en general. Es un arte en el sentido de que las conferencias deben tener cualidades estéticas, armonía en la forma y gracia en la presentación.

Características del buen conferenciante.

a) Honestidad

b) Conocimiento

c) Confianza en sí mismo

d) Habilidad verbal y no verbal

e) Observación de la situación y de las personas

- Honestidad (individuo de calidad humana y moral)

- Conocimiento (enriquecimiento de experiencia, vocabulario, comprensión de los fenómenos que acontecen día a día)

- Confianza en sí mismo (actitud física como disposición mental, voz vital y enérgica).

- Habilidad verbal y no verbal (para corregir errores)

- Observación de la situación y de las personas (para lograr interesar al grupo).

La presentación de una conferencia puede ser:

a) Improvisada ( sin tener un plan previamente estructurado)

b) Memorizada (arma de dos filos; el expositor habla con demasiada rapidez, no permite que su auditorio asimile las ideas, y se vuelve rígido y artificial, y el mayor peligro es que probablemente olvide u omite alguna frase, con lo cual la conferencia -- pierda su secuencia lógica).

c) Leída (el conferenciante la expone recurriendo a la lectura del texto).

d) Preparada con guión o siguiendo un guión (no se memoriza, sino que se lee siguiendo los puntos centrales y complementarios anotados previamente).

## 2.5 Esquemas de la Comunicación

A pesar de que el acto de comunicación se dió desde muchos siglos antes, el primer intento por definir el proceso más elemental de este suceso se debe a Aristóteles hacia el año 300 a.C. y es el siguiente: "quién dice a quién".

Adaptado este principio al desarrollo básico de la comunicación, tenemos en él, al emisor, al mensaje y al receptor.

Quién o emisor se refiere a la persona o fuente del mensaje; qué o mensaje es el contenido y quién o receptor es la persona o personas que lo reciben.

A la par de la evolución humana, el estudio de la comunicación se tornó más complejo al ir definiendo sus elementos de estudio como: emisor, fuente, proceso de codificación, mensaje, proceso de decodificación, asimilación del mensaje, receptor y retroalimentación. Un esquema mínimo de tales elementos podría plantearse así:

Fuente-Emisor-Codificación-Mensaje-Canal-Decodificador-Receptor  
↑ - - - - - Retroalimentación - - - - - ↑

No obstante lo anterior, en todo proceso de comunicación por complicado o sofisticado que sea, habrá siempre tres elementos fundamentales: el emisor, el mensaje y el receptor.

Entre los elementos señalados podemos definir los siguientes:

El emisor es el encargado de iniciar y, por lo general, de conducir el acto de comunicación con su contenido. Si bien puede ocurrir que tanto el emisor, como la fuente y el codificador del

mensaje sean uno solo, lo mismo puede suceder con la decodificación y el receptor. En este último caso debe existir una fuente previa representada por el objetivo físico que comunica, ya sea una entidad animal o vegetal.

David K. Berlo <sup>(1)</sup> intercala un proceso de codificación y decodificación en el espacio comprendido entre la emisión y la recepción del mensaje: "el codificador es el que toma las ideas de una fuente y las elabora y ordena en un código determinado, bajo la forma de un mensaje".

En primer lugar el código puede consistir en un mensaje escrito en determinado idioma o clave, en imágenes, gestos o palabras y aún en determinado canal, que puede o no requerir de ser decodificado por parte del receptor.

Por mensaje se entiende la unidad, idea o concepto, que lleva en sí mismo una dosis de información útil como enlace o unión entre el emisor y el receptor, en el supuesto de que ambos posean el código que permita la decodificación. Asimismo Berlo enumera otros tres factores que destacan en el mensaje : el código, el contenido y el tratamiento.

El código es el modo, la forma en que se estructuran en él, los símbolos o los mensajes, quedando traducidos o convertidos en un lenguaje comprensible para el receptor o para el canal que lo decodificará y pondrá en otro o en el mismo código.

---

(1) David K. Berlo. "El Proceso de la Comunicación". Ed. Ateneo, Buenos Aires, 1977. págs.16 y 17.

El contenido se relacionará directamente con la selección-- de todo el material que sea de utilidad para poder expresar un - propósito o un mensaje.

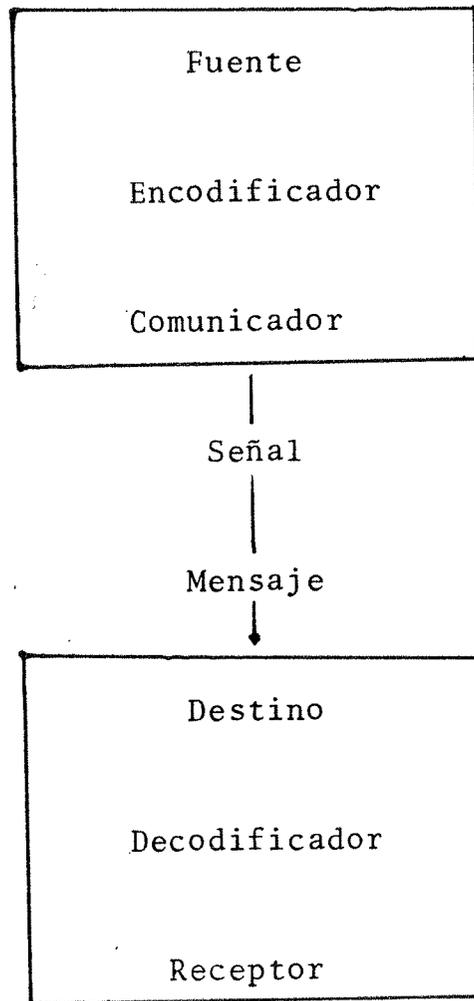
Por tratamiento se entiende el modo en que el mensaje se -- presenta, la frecuencia con que se emite, el énfasis que se le - dá y su intención.

El complemento de todo acto de comunicación, y además su razón de ser, es el receptor. De hecho, la mayoría de los mensajes son concebidos y emitidos de acuerdo con la imagen o concepto - que se tiene del receptor. Este, a su vez, recibe el mensaje de acuerdo con la imagen o concepto que tiene el emisor o que se forma a partir del mensaje mismo.

El receptor decodifica el mensaje. Sus actitudes y su nivel académico y social, influirán en la interpretación que dé a éstos - tos. Es menester reiterar que el emisor y el receptor son los elementos más importantes en el acto de la comunicación.

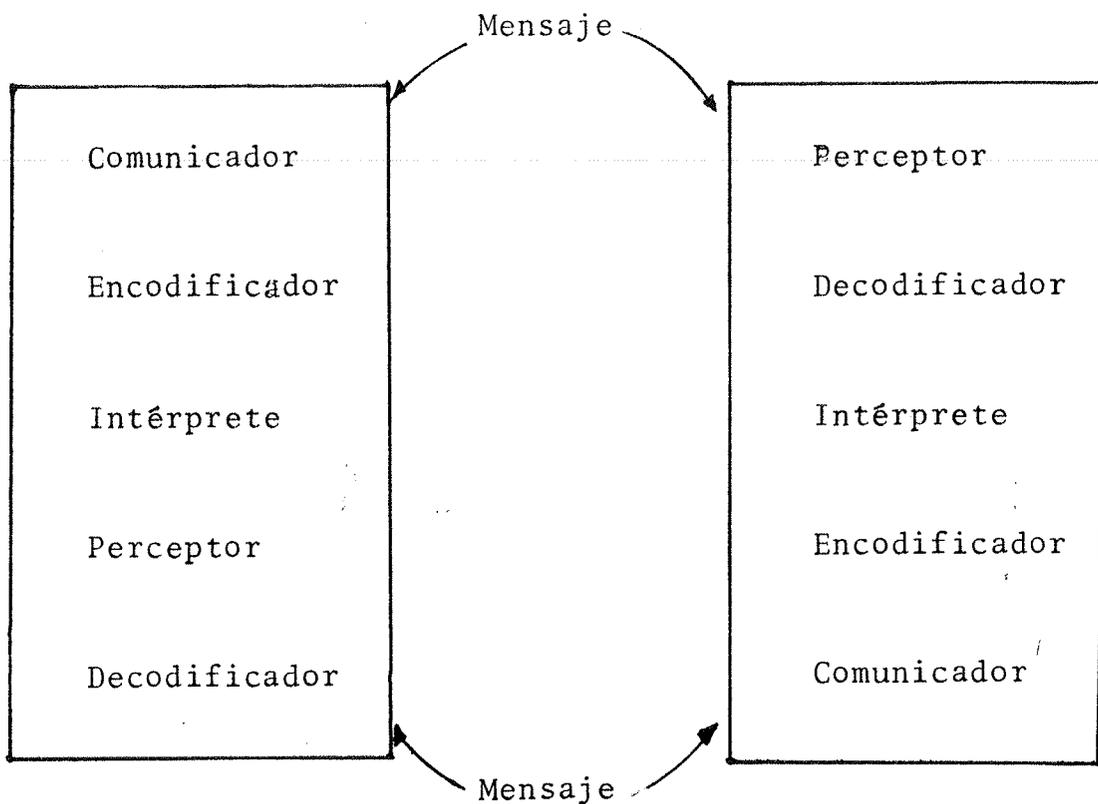
## Modelos de Comunicación

### MODELO 1



(J. Javier Puert González en "Breve Antología de la Comunica - Educativa").

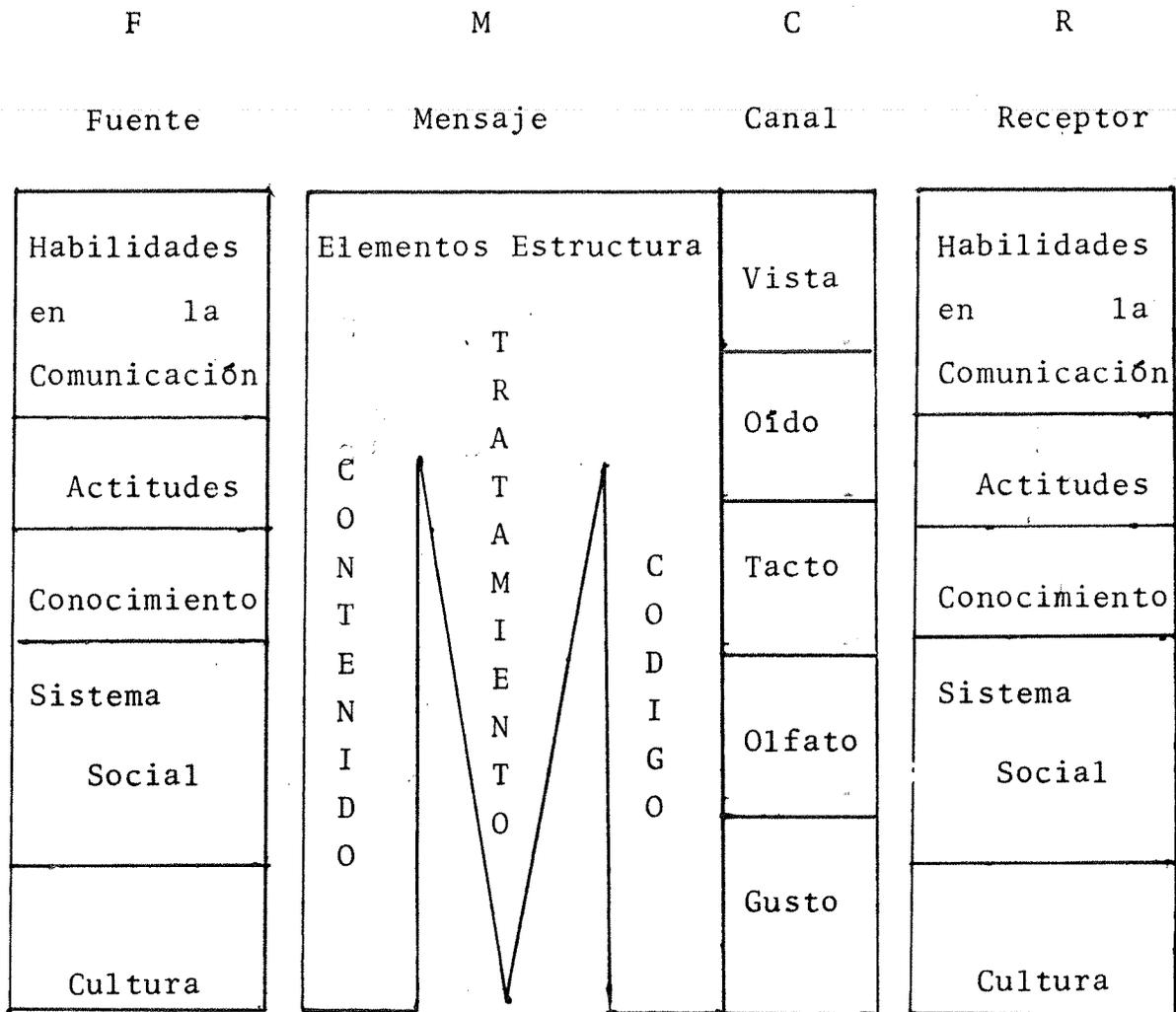
MODELO 2



En el diálogo o comunicación entre dos individuos el papel de comunicador le corresponde al primero que emite el mensaje; si el segundo individuo descifra (decodifica) la señal, cumplirá la función de perceptor o decodificador, pero si este mismo responde a su vez al mensaje y es captado y decodificado por el otro, la comunicación se convertirá en un proceso dialéctico que hará de cada uno de ellos un comunicador y un perceptor de sí mismo.

( J. Javier Puerto González en "Breve Antología de la Comunicación Educativa".

MODELO 3



(David K. Berlo. en "EL Proceso de la Comunicación". Introducción a la Teoría y a la Práctica).

## Factores de la interpretación de un mensaje

Los cinco factores principales que condicionan la interpretación de un mensaje son los siguientes:

- Marco Socio-cultural: los valores fundamentales de una sociedad, sus costumbres, así como la posición que el individuo ocupa dentro de ella, influye en la manera de como interpreta los mensajes que recibe.

- Vivencias: las experiencias pasadas condicionan en gran parte la interpretación de un mensaje, ya que toda persona está influenciada por lo que ha vivido anteriormente.

- Conocimientos: un estudiante de primaria encuentra dificultad para determinar el significado real de ciertos conceptos que son fácilmente comprensibles para un universitario.

- Constitución biológica: se refiere a la formación orgánica de cada individuo, así como a las diversas herencias biológicas que representa.

- Constitución psicológica: los diversos estados emocionales que el individuo experimenta, sus actitudes positivas o negativas hacia sí mismo, hacia el emisor o el mensaje, así como sus prejuicios, inhibiciones derivados de su carácter, matizarán la forma en que interprete o asimile las comunicaciones que recibe.

Por lo anterior es recomendable considerar algunas técnicas para obtener la comunicación deseada.

Es necesario exponer en términos generales estas técnicas o recomendaciones; la observación en el ejercicio de la comunica -

ción ha demostrado que es necesario tomar en cuenta, tanto en el -  
aspecto oral como en el escrito, las siguientes normas:

### Oral

- a) Presentación breve: Esto prepara mentalmente al receptor -  
para lo que va recibir.
- b) Explicación amplia y ejemplificada de los asuntos a tratar.
- c) Síntesis de lo visto.
- d) Volumen de voz adecuada al número de personas, con la veloo  
cidad adecuada al texto y enfatizando lo más importante.
- e) Gesticulación y desplazamiento amplios y naturales.

### Escrita

- a) Clara: Sin adornos literarios que puedan deformar el conten  
nido o cansar con intrascendencias a los receptores.
- b) Concisa: Es decir, directa, se complementa y depende de la  
anterior.
- c) Correcta: No sólo en el contenido, sino en la estructura y  
significado de las palabras.

Algunos principios fundamentales que se manejan en comunicación:

La comunicación no consiste en el simple envío de información de EMISOR a RECEPTOR.

El mensaje se envía a través de símbolos.

Los símbolos empleados deben ser conocidos por el RECEPTOR.

El MEDIO es determinante para que el mensaje sea captado o no. El medio estimula al RECEPTOR, complementa y concretiza el MENSAJE.

El RECEPTOR no es un elemento pasivo, su mente actúa selectivamente en cuanto a los mensajes que recibe.

La verificación de la forma en que es recibido el mensaje, esto es, la RETROALIMENTACION es INDISPENSABLE.

## 2.6 Alcances y Fines de la Comunicación

El objetivo básico de toda comunicación, es influir en los demás, produciendo un cambio de conducta en los individuos hacia los cuales va dirigida.

Así la enseñanza busca que los alumnos, mediante el aprendizaje, desarrollen habilidades intelectuales o manuales que puedan ser aplicadas en actividades futuras.

El proceso del aprendizaje se cumple cuando los cambios de conducta que se logran de un objetivo, requieren de la actividad del participante.

El primer paso para estructurar una buena comunicación consiste en definir qué cambio de conducta se desea producir, cuál será su utilidad; de esta manera, la comunicación se planeará con base al propósito de la misma.

A menudo se olvida, o no se tiene conciencia, de las respuestas o cambios de conducta que se buscan producir mediante determinada comunicación, lo cual no implica que por este motivo el ser humano deje de comunicarse, aunque lo haga en forma errónea.

Toda comunicación implica intención, aun cuando el individuo que la realiza no tenga plena conciencia de los objetivos que se pretenden alcanzar en un determinado curso, y de organizar su contenido o información en función de esos objetivos, para proporcionarlos con la secuencia adecuada. De lo contrario, el profesor pierde de vista los cambios de conducta que se pretenden lograr con los alumnos concretándose a llenar sus horas de clase.

Ahora bien, si toda comunicación tiene como objetivo influir sobre los demás, entonces los medios que más logran dicha influencia son los medios de comunicación masiva, ya que introducen en las diversas capas sociales, pautas de comportamiento y de consumo. No puede existir una comunidad sin que haya en ella algún tipo de comunicación, por elemental o rudimentaria que sea, y lo común es que tenga varios cauces por medio de los cuales se realice el acto comunicativo. Por otra parte, resulta lógico pensar que si nuestra sociedad vive en constante cambio, los medios masivos de comunicación participen también, en mayor o menor grado, de dicho cambio.

Asimismo, se ha comprobado que cada medio de comunicación -- ejerce sobre sus auditorios diferentes tipos de influencia que incluyen desde la función persuasiva, la enajenante y la manipulativa, hasta la política y la publicitaria.

No obstante lo anterior, la comunicación desempeña una función primordial conocida como la de transmisión del conocimiento y su consecuente pervivencia de los valores sociales.

Por otro lado, incrementa y motiva la participación social y las normas de consumo del individuo, en lo que se refiere al conglomerado humano.

Para realizar esta función, se aprovecha el impulso esencial del ser humano de comunicarse y satisfacer sus necesidades.

Entre los efectos de la comunicación masiva están:

a) La evasión.- Este efecto es uno de los que más se repiten en los medios masivos de la comunicación. El ejemplo clásico sue-

le ser el del espectador que recurre a la televisión, al cine o a la radio, para olvidarse de sus problemas cotidianos.

Por definición la evasión ofrece o intenta ofrecer un alivio para las realidades monótonas o desagradables de la vida. Sus funciones son: la distracción, la relajación y el olvido.

b) La frustración.- Este efecto se presenta en muchos aspectos, no todos relacionados con los medios de comunicación.

Pero en cualquiera de sus casos, la frustración es un sentimiento de insatisfacción, de fracaso que corresponde a la presencia de algún obstáculo que impide la realización de algún deseo o necesidad, ya sea de tipo material, social o psicológico. Un buen ejemplo de frustración producida por los medios masivos de comunicación son los programas y anuncios de autos lujosos, residencias fabulosas y lugares exóticos, que llegan a masas o auditorios de escasos recursos económicos.

c) La manipulación.- Es el propósito de guiar a un público hacia la adopción de conductas y actitudes predeterminadas.

Es una resultante de la operación por medio de la cual se orientan y cambian las operaciones, creencias o comportamientos de los públicos a través de un dirigente político o social o de la influencia de un medio masivo de comunicación.

A su vez la principal característica de este efecto consiste en que las personas no son conscientes de su manipulación.

d) La motivación.- Este efecto lo constituye el conjunto de factores psicológicos que empujan inconscientemente al ser humano

hacia un determinado género de reacciones o de objetivos prefijados, a través de la estimulación de sus deseos y capacidades.

e) La disfunción narcotizante.- Consiste cuando se produce el contacto con los medios masivos de comunicación, uno o varios individuos se transforman en seres informados e interesados en su entorno, sin percatarse de que mientras dura este proceso, no toman ninguna decisión: esto es, que se han convertido en receptores pasivos de los mensajes.

f) La excitación colectiva.- Es el estado de tensión que puede darse entre el público, y que influye tanto en la naturaleza del mensaje como en su frecuencia de transmisión y que puede traducirse en un estado de excitación entre los auditorios, individual o masivamente.

g) La socialización.- Por socialización se entiende el proceso de índole psicológico que dura toda la vida, durante el cual el individuo va incorporando normas, valores y pautas de comportamiento.

En la sociedad moderna, los medios masivos de comunicación son un agente de socialización muy importante, la televisión, las películas, las historietas, los libros, etc., constituyen elementos básicos de socialización, sobre todo para los niños y los jóvenes.

h) El conformismo.- Es una actitud provocada en un individuo o auditorio, por la cual se le somete a las pautas de un grupo social.

i) La identificación.- Es la tendencia a obtener o asimilar los rasgos distintivos de otro individuo, líder o grupo social.

En el ámbito de la publicidad es un elemento utilizado para conseguir una cierta o total identificación del consumidor con el producto anunciado. Lo mismo resulta con los programas de televisión o de cualquier otro medio de comunicación.

## 2.7 Comunicación e Información

Se ha visto que el concepto de comunicación puede entenderse como el acto de relación mediante el cual dos o más sujetos evocan en común un significado.

Este significado puede o no tener el mismo sentido, el mismo uso "espiritual". Y este sentido nunca será unidimensional, podrá interpretarse de diversas maneras. Lo importante es que haya, por lo menos, un sentido preponderante que tanto el emisor y el receptor entiendan.

Se ha definido el concepto de información como un conjunto de mecanismos que permiten al individuo retomar los datos de su ambiente y estructurarlos de una manera determinada, de modo que le sirvan como guías de su acción.

Estos dos conceptos se oponen y se complementan. Es decir, una nueva información se opone a las informaciones anteriores que dirigían de una manera determinada la acción. Si este modo de informar la acción no se comparte con otros sujetos, la comunicación se rompe entre ellos.

Por tanto, los conceptos de medios de comunicación, retroalimentación, código, emisor, receptor y las formas de su evolución estarán marcados por el modo de concebir la composición de dicha sociedad.

## 2.8 Consideraciones sobre el fomento de la Comunicación Humana

Para lograr una comunicación humana óptima se sugiere tratar de alcanzar las siguientes metas:

a) Corregir las deficiencias lingüísticas provenientes de las etapas educativas anteriores, en relación con el estadio lógico correspondiente y con el pensamiento social.

b) Desarrollar la habilidad para el manejo del esquema comunicacional (operaciones de encodificación y decodificación).

c) Perfeccionar la capacidad del lenguaje para obtener una mejor comunicación.

A partir de este momento el lector se debe hacer estas preguntas: ¿Cuándo debe hablar? y ¿Cuándo debe callar?.

Hablar:

Quando pueda ofrecer una sugerencia o comentario constructivo. Frecuentemente se descuidan algunos aspectos del tema o pasa inadvertida una idea importante. Aun cuando no tenga la información suficiente, el lector puede hacer recapacitar a los demás -- por medio de un comentario corto o formular una pregunta sobre lo que se omitió.

Para clarificar algún comentario confuso de otro participante. Algún miembro puede tratar de remarcar un punto importante, participando con tacto, así la intervención representará una aportación valiosa que facilitará la interacción.

Cuando pueda corregir un error. Si se va a rectificar la corrección deberá hacerse a conciencia a fin de evitar una argumentación infructuosa.

Cuando tenga una pregunta que hacer. Si se tiene una duda acerca de un punto y se está seguro de que los demás participantes también la tienen, preguntar de inmediato. No esperar a que se tome cualquier decisión antes de haber aclarado la duda.

Cuando pueda aliviar o aminorar la tensión. Esta sugerencia es difícil de llevar a cabo, pero con un poco de humor puede aliviar la tensión del grupo.

Callar:

Cuando no se tenga seguridad de brindar una comunicación adecuada al medio y a la ocasión.

Otras consideraciones para el fomento de la comunicación humana serían:

- Estudiar la secuencia en que se van a presentar las ideas.
- Hablar en público siempre que se tenga la oportunidad.
- Nunca desanimarse si algo se dijo mal.

## CONCLUSIONES

## Conclusiones

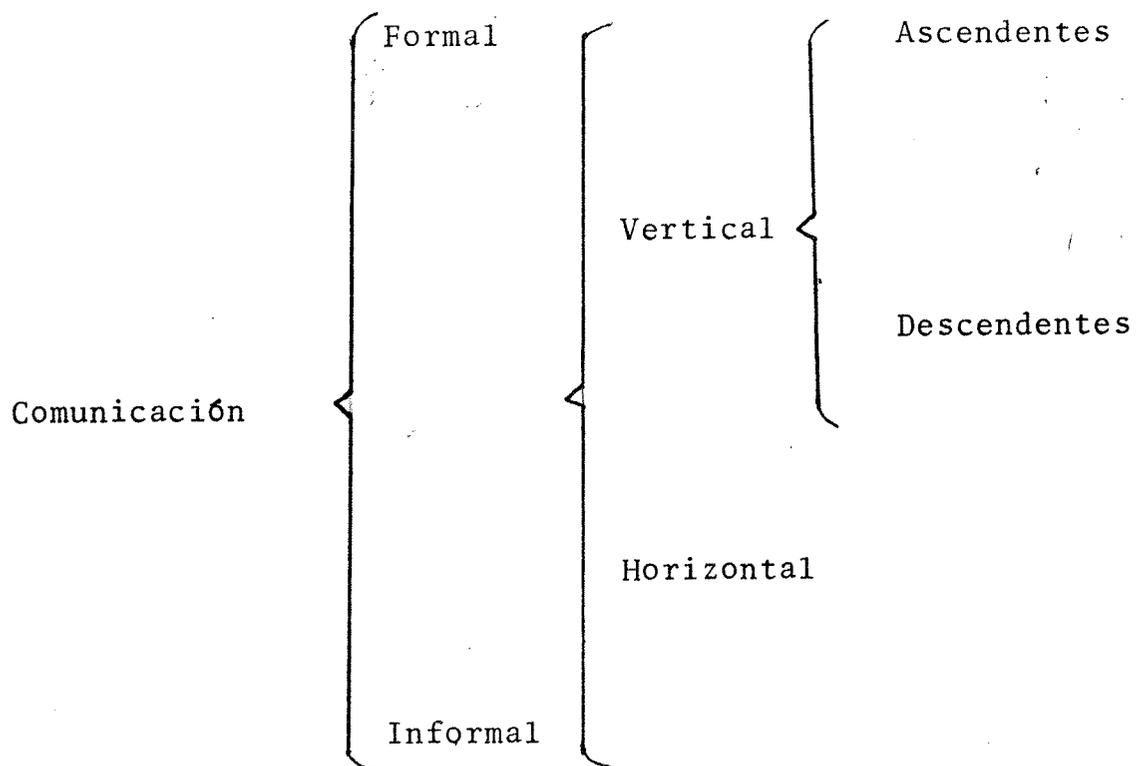
- A) Para que la comunicación humana se practique debe existir alguna fuente, es decir, alguna persona o grupo de personas con un objetivo y una razón para ponerse en comunicación.
- B) Todo proceso de comunicación exige seis componentes básicos: una fuente, un codificador, un mensaje, un canal, un decodificador y un receptor. La fuente codifica un mensaje, el mensaje codificado es transmitido por algún canal. El mensaje es decodificado e interpretado por el receptor.
- C) De los componentes básicos de la comunicación, la fuente, el codificador, el decodificador y el receptor se hallan contenidos dentro del ser humano, sólo el mensaje y el canal son externos.
- D) La Educación para una sociedad de nuestro tiempo se ve requerida a brindar capacidades para comunicarse y habilidades para aumentar los canales de comunicación, además de ser ella misma esencialmente un proceso de comunicación.
- E) La familia, la clase social, la ideología política, la religión, las enfermedades, la profesión, etc., de cada quien y de cada grupo es determinante, para que estos vayan captando la realidad, y de esa manera, actúen, interpreten o informen dentro de sus roles.

- F) El ser humano siempre se está comunicando, enviando mensajes verbales o no verbales, explícitos o tácitos, conscientes o no conscientes, con el cuerpo, con la voz, con la energía, continuo emisor, aunque el lenguaje sea diverso en cada ocasión.
- G) La comunicación es la base de toda interacción, sea ésta: directa, indirecta, unilateral, bilateral o recíproca, pública o privada, implicando a menudo una interdependencia de acción-reacción entre emisor y receptor.
- H) La comunicación desempeña una función primordial en la especie humana conocida como la transmisión de conocimientos y consecuente supervivencia de los valores sociales y culturales, también incrementa y motiva la participación del hombre en las diferentes necesidades que se le presentan en su vida diaria, siendo por lo tanto, la comunicación, el impulso esencial del ser humano para romper las cadenas de la incomunicación.
- I) La finalidad de la comunicación es afectar e influir en la conducta del hombre para reducir las probabilidades de ser un sujeto a merced de fuerzas externas, y de esta manera ayudarlo a que aumente sus posibilidades de dominar el medio en que se encuentra inmerso.

A N E X O S

A N E X O 1

TIPOS DE COMUNICACION



A N E X O 2

BARRERAS DE LA COMUNICACION

BARRERAS

Físicas \_\_\_\_\_ el ruido

Fisiológicas \_\_\_\_\_ un dolor de cabeza

Psicológicas \_\_\_\_\_ el miedo

Sociales \_\_\_\_\_ no saber escuchar

Culturales \_\_\_\_\_ el uso de lenguaje no apropiado (secundaria)

Semánticos \_\_\_\_\_ una misma palabra no siempre significa lo mismo para todas las personas. (cachondeo)

G L O S A R I O

## G L O S A R I O

### Anodino:

Relativo a algo ineficaz, insubstancial.

### Autoritario:

Absoluto, que no tolera la contradicción.

### Codificación:

En el estudio de las comunicaciones, se entiende por codificación semántica de la realidad el modo por el cual, a través del lenguaje, se expresa la estructura mental de un grupo de personas o de un pueblo, el cual refleja la forma de ver su propio mundo.

### Diádicos:

Dos objetos o conceptos que son interdependientes mutuamente y que no pueden existir solos o separados.

### Fáctico:

Relativo a la acción o hecho.

### Mensaje:

Información facilitada por un ordenador.

### Señal:

En la semántica se entiende por señal, a diferencia de signo y de símbolo cualquier entidad dotada de un significado fijo e inequívoco que forme un todo con el elemento físico que la constituye; de ahí que la señal sea típica de la inteligencia práctica y no teórica y que pertenezca primordialmente a la esfera animal de la vida; además es unitaria y global, no

susceptible de ser analizada. Señales típicas son las biológicas de la vida vegetativa: la respiración, el movimiento, etc.

#### Signo:

El signo es una entidad dotada de significado según una validez funcional y convencional, no englobada con el elemento físico que la constituye, el signo, por tanto, es propio no tan solo de la inteligencia práctica sino también de la teórica, y es analizable en los elementos que la componen.

#### Símbolo:

Es la forma más evolucionada de significación propia, exclusivamente de la inteligencia teórica del hombre, e ideada -- explícitamente con vistas a la comunicación.

Para los psicoanalistas, el símbolo es la estructura misma de la realidad terrena. La distinción entre símbolo y signo no es siempre muy clara en los estudios semánticos. En general, se suele ver el símbolo como una clase particular de signo, caracterizada por fundarse en relaciones de analogía, por las cuales un signo constituye analógicamente a otro signo, lo que constituye un "designatum", es decir, el símbolo es, "un signo producido por su intérprete y que actúa como sustituto de otros signos de los cuales es sinónimo"; características del símbolo son, por tanto, una absoluta autonomía y una absoluta convencionalidad.

## B I B L I O G R A F I A

- ALCALA, Antonio. El concepto de corrección y prestigio lingüísticos. México, Ed. Trillas, 1988. 63 pp.
- BERLO, David K. El proceso de la Comunicación. México, Ed. Trillas, 1984. 96 pp.
- BRETON, Philippe y Serge Proulx. La explosión de la Comunicación. Barcelona, Ed. Civilización, 1989. 225 pp.
- CARPENTER, Edmund. El aula sin muros. Barcelona, Ed. Laia, 1985. - 117 pp.
- CORTES ROCHA, Carmen. La escuela y los medios de comunicación. México, Ed. El Caballito, 1986. 159 pp.
- GONZALEZ ALONSO, Carlos. Principios básicos de Comunicación. México, 2a. ed., Ed. Trillas, 1990. 94 pp.
- GUAJARDO, Horacio. Teoría de la Comunicación Social. México, Ed. Gernica, 1986. 159 pp.
- HINNOT HAIM, G. Maestro-Alumno. México, Ed. Pax, 1985. 122 pp.
- PAOLI, Antonio. Comunicación e Información. México, Ed. Calypso, -
- PEREDO, Roberto. Introducción al estudio de la Comunicación. México, Ed. Universidad Iberoamericana, 1986. 250 pp.
- PUERTO GONZALEZ, Javier. Breve Antología de la Comunicación Educativa. Educativa. Compilación.