

SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA
UNIVERSIDAD PEDAGOGICA NACIONAL
UNIDAD UPN 096

La comunicación porceso social,
avance y prospectiva.

POLA GUADALUPE CRUZ C.



México, D. F. 1988

SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA
UNIVERSIDAD PEDAGOGICA NACIONAL
UNIDAD UPN 096

La comunicación proceso social,
avance y prospectiva

POLA GUADALUPE CRUZ C.

Tesina presentada para obtener el
título de Licenciado en Educación Básica.

México, D. F. 1988

DICTAMEN DEL TRABAJO PARA TITULACION

México, D.F., a 23 de noviembre de 1988.

C. PROFRA. (A) POLA GUADALUPE CRUZ CASTILLO

P R E S E N T E .

En mi calidad de Presidente de la Comisión de Exámenes Profesionales de esta Unidad y como resultado del análisis realizado a su trabajo, intitulado:
" LA COMUNICACION, PROCESO SOCIAL AVANCE Y PROSPECTIVA

opción TESIS , a propuesta del Asesor Pedagógico C. PROFRA. GUADALUPE QUINNTANILLAJALDERON , manifiesto a usted que reúne los requisitos académicos establecidos al respecto por la institución.

Por lo anterior, se dictamina favorablemente su trabajo y se autoriza a presentarlo ante el H. Jurado que se le designará, al solicitar su examen profesional.

A T E N T A M E N T E



PROFR. ANGEL VAZQUEZ RIVERA
PRESIDENTE DE LA COMISION DE EXAMENES
PROFESIONALES DE LA UNIDAD 096, E. P.

UNIVERSIDAD PEDAGOGICA NACIONAL
UNIDAD SEAD 096
D. F. NORTE

c.c.p.- Departamento de Titulación de LEPEP.

AVR/rtdl.

A mis adorados hijos,
esposo y familiares por
su amor y comprensión.

Con gran afecto a los Profesores:
Wenceslao Jardón, Maricela González,
Blanca E. Díaz, Leonor García y
Patricia Herrera por el estímulo
brindado.

INDICE

Página

INTRODUCCION

I	GENERALIDADES HISTORICO CONCEPTUALES DE LA COMUNICACION	8
II	EPISTEMOLOGIA DE LA COMUNICACION	11
III	TIPOS DE COMUNICACION	16
IV	COMUNICACION Y LENGUAJE	32
V	COMUNICACION Y EDUCACION	44
VI	EFFECTOS SOCIOCULTURALES DE LA COMUNICACION	51
VII	PROPUESTA DE ACCION EN LA COMUNICACION EDUCATIVA	69

CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFIA

GLOSARIO

ANEXOS

INTRODUCCION

El presente trabajo pretende ofrecer una visión global de la comunicación a quienes, de una forma u otra, intervienen en el proceso de expresión y comunicación. Asimismo, se desea poner al alcance de toda persona, un panorama general del mundo en que se desenvuelve la comunicación, algunas reglas fundamentales de participación y la presentación de un breve contenido con elementos de consulta para enfrentar situaciones que suelen manifestarse en la actualidad con cierta frecuencia.

¿Qué es la comunicación? ¿Qué modalidades presenta cada tipo de comunicación? ¿Cuáles son las funciones de la comunicación? ¿Por qué es necesario conjuntar educación y comunicación? y ¿Qué efectos socioculturales resultan de la comunicación? Todas estas preguntas giran en torno a los temas que aborda este informe.

El educador se vale del lenguaje oral, escrito, u otros para expresarse, es la persona considerada como elaboradora de mensajes que orientan el desarrollo pleno de potencialidades tanto individual como grupalmente, por lo que el papel de comunicador lo hace rebasar las paredes del aula y esto al mismo tiempo le compromete a investigar constantemente acerca de la importancia comunicacional y su aplicación en el aula, en la familia y en la comunidad.

Por ello es conveniente sentar desde un principio el concepto de comunicación a fin de facilitar la comprensión del material expuesto a lo largo de los capítulos. Así, la comunicación es la acción que permite a todo maestro participar de las

experiencias-estímulos del medio ambiente que otro individuo produce y transmite y él a su vez es el enlace que amplía y enriquece esas bases para que la personalidad de los educandos sea fortalecida día a día.

✕La comunicación al contener todo lo que se va a percibir en el mensaje, como intercambio de ideas, proceso o cualquier nombre que reciba -de acuerdo con el medio de comunicación que emplee- será la guía para quienes intervegan en el proceso previo a su transmisión y percepción.

Ese es el reto de realizar la modalidad por conferencias, ya que la importancia radica básicamente en dos puntos:

.La plática incluye todo lo que aparece, se ve o escucha en un programa o mensaje transmitido en cualquier medio de difusión.
.En si la conferencia es lo primordial para valorar el tema, lo atractivo en el desarrollo es brindar las posibilidades y previsiones de conductas necesarias para asegurar resultados satisfactorios con miras a lograr en todos, realmente, un ser íntegro social.

Se aborda el estudio de esta problemática a razón de que en menor o mayor grado se busca una posición social, pero ¿cómo? es ahí donde encaja el rol que tiene cada uno o el que desea desempeñar como resultado de una excelente comunicación y formación integral, propiciada en el seno escolar, familiar o de la comunidad que es lo opuesto a sólo reforzar las normas que emanan de una sociedad y cuya tendencia es estar "informado" sin pensar en realidad que no desarrolla acción alguna, conoce los problemas pero no actúa para resolverlos.

✕El propiciar el conocimiento de los elementos mínimos que explican la operación continua comunicacional hace comprender el aspecto de informar en un sentido y el de retroalimentar o

responder en otro, proceso dialéctico cuyo resultado es la comunicación. Esto significa que para descifrar o cifrar un mensaje, se parte de un cúmulo de experiencias de información sobre algo y mientras más cercanos o comunes sean los campos de experiencia del comunicador y el perceptor, más eficaz será la comunicación cuyo contenido será el conjunto de significados expresados a través de símbolos que constituyen la misma comunicación que tiene una causa y conlleva un efecto.

No hay que olvidar que un mensaje, al tener determinado orden, provocará diferencias o semejanzas en las reacciones que, cuando no aparecen, hay que descubrirlas para encontrar, por este medio, el significado de la estructura: literal o lingüístico, denotado y/o connotado.

La comunicación social que tiene su origen y se desarrolla en la superestructura, es decir, en el ámbito de las ideas y las representaciones del mundo, participa también del orden económico y se encuentra históricamente determinado por él al producir mensajes muy específicos como mercancía, como vehículo ideológico, como generador de cultura de masas, etc. cuya finalidad es alcanzar un máximo de público, no de acuerdo al valor del uso del mensaje sino al interés económico, que lleve claras manifestaciones de consumismo, enajenación y manipulación de los medios.

Tales razones sirven de base para opinar que la aplicación de la comunicación es inadecuada por los integrantes de toda comunidad, al no considerarla como un elemento de avance y prospección en el proceso social.

Por la conducta manifiesta de no saber cómo comunicarse en una determinada situación, aún cuando los tópicos generales de conversación giran sobre lo que proporcionan los medios de comu

nicación masiva y por la carencia de apoyo educativo comunicacional, la serie de temas seleccionados serán la guía que revalore el problema: La comunicación proceso social, avance y prospectiva. Cuyo establecimiento constituye el punto de partida para la elaboración de una serie de conferencias acordes al medio en el cual se expongan, destacando siempre el objetivo central: reconocer el valor de la comunicación, del conocimiento mutuo y del espacio para expresarse.

Los alcances del trabajo son a largo plazo, sobre todo si hay reforzamiento porque aún con dificultad, se logra la apertura a la participación de querer comunicarse.

Las limitaciones siempre serán de tiempo, de seguimiento de lo propuesto y de interés por continuar haciéndolo, por lo que se recomienda el reconocer las abundantes posibilidades y recursos para captar y difundir mensajes, pero sobre todo practicar constantemente la comunicación.

→ Es verdad que los medios de comunicación afectan tanto a niños como adultos, pero también es verdad que no son más que máquinas que transmiten aquello que otro ser humano programa. De ahí se deduce que una de las responsabilidades máximas del educador de cualquier nivel consiste, mediante mensajes adecuados, en fortalecer la actitud crítica y creadora ante todo proceso de comunicación que es manifestación humana.

I. GENERALIDADES HISTORICO CONCEPTUALES DE LA COMUNICACION

El acto comunicativo empieza con la vida misma y asume formas diversas y complejas desde la comunicación celular, vegetal, animal hasta los más sofisticados medios de comunicación humana.

Hablar de comunicación es referirse sin duda al proceso evolutivo de la especie humana, esto no significa por supuesto, que otros animales no puedan comunicarse, ejemplos de ellos se menciona a las abejas, los termites, los chimpancés y otras especies. Pero resulta notoriamente indispensable hacer particular referencia a la comunicación humana, característica que hace claramente humana la conducta del hombre.

El vocablo comunicación tiene relación tanto en el lenguaje como en la imagen mental que necesariamente representa la información, primordial en el ser humano. El lenguaje depende no de un conjunto de palabras sino de una correlación de significados que cada sociedad le otorgue por ser "complejo, intrincado y sistemático -portador de una gran riqueza- en experiencia y actitudes" (1) por lo cual la importancia del lenguaje radica en ser el patrimonio de la humanidad, en el sentido que transforma todas las características del ser humano. Es algo más que la expresión a través de la palabra, está integrado a otra especie de signos que dicen algo aún en el silencio mismo de

1) LEVI, Strauss. Antropología estructural.
EUDEBA Buenos Aires 1975 pág. 65

la conducta humana, es un hecho social y razón fundamental por la que los seres humanos crean cultura, pues todo se conjuga en un sólo fenómeno: la conciencia.

Los antecedentes de la comunicación humana se remontan a los primeros antepasados, quienes en su lucha por sobrevivir, se vieron en la necesidad de adaptar determinados mecanismos para expresarse y transmitir sus conocimientos.

Pudiera decirse que las formas de comunicación humana se hacen patentes y difieren de la de otros primates por su naturaleza simbólica -gestos, sonidos "voz" que significa algo- y por el aprendizaje de estos símbolos que no expresan simplemente emociones, sino que describen o designan objetos, hechos o acciones.

Es por medio de los vestigios arqueológicos que se comienzan a conseguir testimonios y así se sabe que a partir del Período Eolítico (un millón a 300 mil años a. C.) al Paleolítico Inferior (300 mil a 25 mil años a. C.) los antepasados comienzan a desarrollar la habilidad primaria pero suficiente para comunicarse entre sí y dejar huella a su paso y que al correr el tiempo y deambular el Homo Sapiens, se inician los mayores intentos de comunicación destinados a convertirse en la base definitiva para la evolución de la especie humana.

A lo largo de la historia el hombre desarrolló, apoyado por sus diversas capacidades, la forma más importante e integral que tiene para satisfacer su necesidad de relacionarse: impresionantes sistemas simbólicos para el intercambio de significados, ante todo de una manera natural, convenida; trata de encontrar fórmulas que le permitan llevar su pensamiento hacia otros seres humanos, pretendiendo cada vez un entendimiento más completo. Esta información transmitida, como hasta ahora,

dependió de sus expectativas, de las características de su grupo y del papel que desempeñaba en él. Desde entonces el hombre formó su propia versión del mundo y trató de persuadir a sus congéneres para que entendieran las cosas como él las interpretaba, dependiendo de su habilidad para impactar o de su jerarquía social, se convierte así en emisor o en caso contrario pasaba a ser receptor de los mensajes al tener un papel pasivo en la colectividad. La comunicación entonces, va alcanzando sus grados de complejidad conforme la sociedad crecía multiplicando sus mecanismos y profundizando sus significados. El derecho de la palabra sería cada vez más difícil. Para los seres humanos esto fue fundamental en cuanto que la sociedad se erige en la capacidad que tiene el hombre para transmitir sus intenciones, sentimientos, conocimientos, experiencias de persona a persona; y vital en tanto la posibilidad de comunicación con los otros aumenta las oportunidades individuales para sobrevivir, del mismo modo como su ausencia es vista como una forma de trastorno de la personalidad generalmente.

Como rasgo esencial de toda la vida, la comunicación es un acto humano o más bien un proceso que involucra no sólo la lengua y la boca, no sólo la mente, sino a toda la persona con sus respectivos temperamentos, caracteres, historias individuales y sociales: lo proyecta, así Sapir cita: "la mecánica de la comprensión significativa entre los seres humanos es tan compleja, segura y rica en armonías en una sociedad como en otra" (2) Por lo que se define al término de comunicación como el acto inherente al hombre que le ayuda a expresarse, a conocer más de sí

2) EDWARD, Sapir. Comunicación.

Seguil New York 1972 pág. 80

mismo, de los demás y del medio que le rodea. La comunicación se constituye en una necesidad creciente para conducir al hombre al punto culminante del desarrollo de su vida.

En la evolución humana, la comunicación verbal connotada como lenguaje, corresponde a la forma más directa, más rica, más plena de recursos para referirse a la realidad. No es casual que éste sea el más estudiado y el de mayor desarrollo en cuanto a investigación tanto en la lengua como en el habla, además es necesario recordar otra forma de lenguaje, la escritural. En la primera cuenta mucho el tono e intensidad de la voz, en la segunda aparecen recursos de enfatización, pero no todas las comunicaciones humanas consisten en estos lenguajes, cuatro tipos generales de comunicación no verbal han sido estudiados por psicólogos:

- 1) Exhibición facial o expresión.
- 2) Cinesia o posiciones del cuerpo, gestos, etc.
- 3) Proxemia o distancia entre las personas cuando actúan entre sí, incluyendo tacto y contacto visual.
- 4) Paralenguaje: calidad de la voz, velocidad del lenguaje, risas y bostezos.

Estas formas de comunicación no verbal son aprendidas y tienen una base social tan fundamental como la verbal. (3)

Por último no se debe desdeñar la actividad creativa del hombre, que circunscrita a los factores que le aseguran su propia supervivencia y la integración social a lo ya establecido, empieza a demandar satisfactores propios en la búsqueda de la belleza y el plano estético, el arte surge como resultado de trascender y comunicar las emociones propias a los demás integrantes del grupo social, es así expresión y comunicación.

3) JAMES, Whittaker. Psicología.

Interamericana México 1977 pág. 396

II. EPISTEMOLOGIA DE LA COMUNICACION

El tema de comunicación está de moda en la actualidad. A últimas fechas los estudios relacionados se han ubicado en una perspectiva multidisciplinaria, abriéndose a campos problemáticos parcial o totalmente soslayados en y por la comunicación.

El principal aspecto lo constituye la pregunta por la disciplina misma, es decir, por su objetividad particular en tanto ciencia o conjunto de ciencias más o menos constituidas y sustentadas en un cuerpo teórico y metodológico que, al mismo tiempo que permite su reconocimiento dentro de una realidad social concreta, las revela en su propia especificidad o si se quiere en su autonomía relativa respecto de otros campos del conocimiento científico de lo social.

La instauración de esta problemática obedece a todo proceso histórico de conocimiento particular y, consecuentemente, del científico general; más aún, en una de las condiciones fundamentales que han hecho posible la articulación de su propia transformación.

Ha comenzado a preocupar la propia definición objetiva de esta disciplina, debido al breve tiempo en que se ha ido construyendo la práctica científica comunicacional. Apenas ahora y de manera muy relativa se cuenta con un cúmulo de trabajos y experiencias que permiten valorar, a la luz de las escuelas y de las teorías e investigaciones derivadas de éstas, los caminos y brechas recorridos por las ciencias de la comunicación y sopesar así a dónde se ha llegado, cómo y de manera particularmente importante desde dónde se ha partido, es decir, cuál o

cuáles han sido los fundamentos de las diferentes concepciones de la comunicación que cada una ha pretendido investigar y los mecanismos teórico-prácticos para lograrlo.

En la obra de Antonio Pascuali, las teorías de la comunicación tienden a emanar de una explicación de análisis de los medios como instancias causales del fenómeno a estudiar y no al revés, es decir, aquellos como producto de una determinada forma de relaciones sociales. La conjetura implícita de fundar la objetividad de la disciplina comunicacional en la analogía ya sea con el funcionamiento mecánico o eléctrico de estos medios o tratar de desprender de ellos evidencias de relaciones de comunicación, evoca varios cuestionamientos en torno al plano epistemológico, esto es, la relación fundamental que establece las posibilidades de conocimiento científico entre sujeto y objeto en el que está situado o al cual hace referencia toda disciplina, caso particular de las ciencias de la comunicación, pueden conducir a tres respuestas:

- 1a. La de toda historia del objeto anterior a la aparición de los medios.
- 2a. La fundamentación de una historia particular del objeto con arreglo a los antecedentes de los actuales medios como bases imperfectas de una evolución lineal hacia la perfección de éstos.
- 3a. La confusión del estudio científico de la comunicación como apéndice del otros campos del saber, en la que la relación de conocimiento establece una supeditación sociológica, económica, política o psicológica nace ahí e impide generar la especificidad propia de lo comunicacional con su propio espacio y tiempo en equivalencia a los espacios y tiempos de otros campos y queda reducida a una autonomía

relativa histórica anterior y más allá de los medios mismos.

El partir de los medios masivos como eje de la práctica comunicacional y por ende, como fundamento objetivo de la ciencia de la comunicación, no sólo deja de lado el problema de la historia sino, más grave, se corre el riesgo de crear una falsa historicidad fundada en el fetichismo tecnológico. Ante la clara y grave deficiencia de una historia racionalmente fundada, los teóricos de la comunicación han apresurado, no obstante, una reinterpretación del pasado de los medios y su constitución actual, por ejemplo el de la telegrafía, quien tuvo su origen en las señales de humo, etc.

Para entender la significación de la particularidad al interior del proceso histórico universal, se debe partir de que los medios no son causa histórica, sino efectos de un determinado grado de desarrollo histórico de diferentes sociedades y momentos, son en suma, producto de la actividad humana y no al revés.

Un medio hace referencia, en concreto, a algo de lo que se carece, a un ente u objeto que se fabrica o del cual se apropia para llevar a cabo una labor o subsanar una falta. Los medios sólo pueden cumplir una función posterior al trabajo y a la información misma. Así se entiende que los medios podrían facilitar una determinada forma de expresión pero no constituyen la expresión misma; ésta sólo es posible a partir de los hombres, es propia de ellos.

El error principal hasta ahora ha sido el de querer estudiar por un lado a la comunicación, como si ésta estuviera libre por sí sola como una esencia flotante y, por el otro a los hombres. La cuestión no es buscar una epistemología de la comunicación como si en realidad estuviera sola, autónoma que aparece o desaparece fantasmalmente en los medios masivos, por el

contrario, es plantear la especificidad objetiva de la comunicación en tanto se conforma como una disciplina científica de lo social, con una objetividad definida dentro de las diferentes formas de expresión de las relaciones sociales y, por tanto, con su método de aproximación como parte de la misma estructura total, denotando aspectos particulares y distintos que no pueden ser aprehendidos de una misma forma.

La comunicación, de existir en cuanto objeto propio de una cientificidad social, requiere plantearsele como identidad inalienable del sujeto, inexistente sin él.

III. TIPOS DE COMUNICACION

Generalmente comunicar consiste en decir algo a alguien y esto se puede hacer de diferentes maneras, susceptible de mil - refinamientos: con la mirada, con la sonrisa, con el modo de - vestir, con el corte de pelo, con el andar, con la postura, etc a esto se añade la complejidad proveniente del caracter simbólico de las expresiones humanas, y dado que la comunicación como fenómeno humano complejo, es posible analizarlo por diferentes cauces en toda su realidad dinámica y existencial, configura en cierta forma los siguientes tipos:

A.- Comunicación intrapersonal: Es el proceso en cual el individuo responde a un mensaje al estar expuesto a él, esto es, ya informado el sujeto, toma la decisión que necesita para apro - piarse o no esa información en base a problemas que prevée: planificación para actuar en un futuro inmediato, cuestionar qué se ha hecho y cómo se ha participado, reconocer los diferentes niveles de comunicación para ver y oír esa información importante, por último seleccionar aquella comunicación que realmente - le lleve a su comunicación interna para escuchar, razonar y actuar mejor en el grupo social en el que está, ya que con el ritmo tan rápido de cambios de sociedad, nunca hubo una necesidad tan grande de poner un esfuerzo superlativo en la comunicación intrapersonal. La recompensa en eficacia organizacional personal es extremadamente alta, sobre todo si se cumple con reconocer los méritos de los demás y elogiarlos oportunamente, seleccionar el vocabulario para adaptarlo a los oyentes, controlar el temperamento y hablar con calma pero sobre todo decir lo -

que realmente se siente o se piensa.

B.- Comunicación interpersonal: Es equivalente al proceso del aprendizaje humano que percibe, interpreta, emite una respuesta manifiesta. Los estímulos que se perciben y las respuestas que se dan están comprendidos en el significado concedido al término de mensaje. La comunicación como proceso revela que la conducta del emisor no se produce independientemente de la del receptor, son interdependientes y aún así, varían de una situación a otra. Alcanzar la interdependencia, objetivo de la comunicación interpersonal, se sustenta en la referencia del término feedback que es la utilización de la reacción del perceptor como verificación de la efectividad de la fuente y guía de las futuras acciones de la misma, conociéndose con el nombre de retroalimentación.

C.- Comunicación social: Aparece en el instante en que la estructura social comienza a configurarse, justo como su esencial ingrediente y en base de que donde no hay comunicación no puede formarse ninguna estructura social.

"El latín y los idiomas romances han conservado afortunadamente el especial significado del término griego Koioonía que es a la vez comunicación y comunidad" (4) También comparte esos términos el radical común en castellano, por tal motivo esto indica el nivel etimológico de la estrecha relación siempre establecida entre comunicarse y estar en comunidad.

Se está en comunidad al poner algo en común a través de la comunicación como derechos y deberes, bienes y servicios, -

4) ANTONIO, Pascuali. Comprender la Comunicación.
Monte Avila Venezuela 1980 pág. 44

creencias y formas de vida -todo lo que constituye la esencia de la convivencia, de la comunidad y sociabilidad humana- depende por lo tanto del modo, forma y condiciones óptimas para su mejor realización. De ahí que si el fenómeno comunicación - no puede estar ausente de la génesis de toda estructura social entonces:

- Toda estructura social será mantenida en su statu quo o conducida a rápidos procesos evolutivos, de acuerdo a los intereses predominantes en la élite que detenta el poder comunicacional. El control comunicacional es la forma más eficaz y eficiente de control social.

- Toda estructura social será el reflejo del sistema comunicacional en ella existente, de sus cierres y aperturas, de su permisividad o control, de su desarrollo o subdesarrollo.

Lo anterior puede enjuiciarse en un lenguaje más apropiado afirmando que la comunicación es una categoría básica de la relación y como tal es un concepto que define uno de los modos universales del estar con otro. La relación ha sido aquí concebida como la manera más general que tiene la mente de adaptar un conocimiento discursivo y dialéctico en el cual diversas - son concebidas en forma relacionada, como pudiendo ser pensadas de manera unitaria y sintética por alguna vinculación aparente entre si. Por ello se definen tres categorías de relación:

- . Inherencia, como sustancia y accidente. Ejem. color de la flor.
- . Causalidad, relación de causa y efecto.
- . Comunidad, acción recíproca entre agente y paciente.

Así, sólo hay verdadera comunicación cuando se palpa una auténtica acción recíproca entre emisor y receptor, en que cada interlocutor habla y es escuchado, recibe y emite en -

condiciones de igualdad dialéctica. Es por ello una relación de comunicación porque comparte el uso de canales naturales en las fases de envío y recepción en un proceso de elaboración y comprensión mental. Factor esencial de convivencia y elemento determinante de las formas que asume la sociabilidad del hombre. Pero la realidad es otra, por comunicación social se comprende los medios de comunicación masiva que establecen instituciones públicas, privadas o sociales que se dirigen a públicos más específicos que a todos los miembros del conjunto social, así la comunicación social no es comunicación sino difusión o transmisión.

D.- Comunicación masiva: La comunicación de masas viene a ser una forma de dirigir a un público heterogéneo y anónimo una información a través de mensajes continuos y estandarizados no en forma directa, cara a cara, sino mediante medios indirectos: una transmisión, una hoja impresa, etc.

Por información se entiende aquí todo proceso de envío uni direccional o bidireccional de información-orden a receptores predispuestos para una descodificación-interpretación excluyen te y para desencadenar respuestas preprogramadas.

A pesar de dirigirse a un grupo numeroso y ser comunica ción pública, los medios sostienen una relación impersonal entre emisor y público y éste a su vez representa a una colectividad propia de la sociedad, caracterizado por ser un aglutinamiento de individuos unidos por un núcleo de interés común, que adoptan una forma similar de comportamiento.

Los medios masivos de comunicación encarnan la peculiar dad de la época en que se vive y su desarrollo va paralelo al de la sociedad. Estos medios comprenden cuatro canales emisores y conductores de mensajes: la televisión, la radio, la prensa

y el cine principalmente. El término masivo de comunicación designa al proceso que cada uno de los canales utiliza para producir, seleccionar y transmitir mensajes,

Los medios masivos de comunicación comprenden las instituciones y las técnicas mediante las cuales grupos especializados utilizan determinados recursos para difundir contenidos simbólicos en el seno de un público numeroso heterogéneo y disperso. Entre sus características destacan la de requerir altos recursos financieros, considerable personal humano especializado en diversas áreas y de controles normativos y administrativos.

Para Herbert Marcuse los medios constituyen un instrumento utilizado para mantener una forma de totalitarismo, que funciona a base de crear y manejar falsas necesidades de entretenimiento, ocio, información y consumo. Afirma que dichas necesidades son impuestas por importantes intereses creados y que su existencia es útil para mantener determinadas y convenientes actitudes y hábitos.

Una de las características de los mensajes es ser elaborados en serie, en cantidades industriales. Su función no es cultivar al individuo sino introducirlo en la sociedad de consumo. Es un producto para toda la gente, las iguala al consumirlo, - las pseudo democratiza, porque los reduce al nivel de los más incultos, busca un común denominador cuyo promedio sea de una persona que simplemente sepa leer y escribir. Vulgariza el arte superior, el arte folklórico lo acartona al suprimirle su frescura y naturalidad, es decir, deforma a ambos.

El mensaje no permanece sólo en las ciudades, sino que inunda el campo como símbolo de progreso y urbanización, borrando la cultura indígena, ya sea por omisión ya por adecuarla al gusto general como uno de tantos productos masivos del indus

trialismo, penetra entre las naciones desfigurando sus culturas hasta imponerles sus patrones.

Los mensajes muestran nada más la superficie de las cosas, lo inmediato de los acontecimientos, lo intrascendente de la vida, los detalles aislados de la sociedad envueltos en una finísima tela de colores fosforescentes y llamativos moños que ocultan la realidad profunda, evaden a los consumidores a quienes vuelven conformistas y pasivos a cambio de otorgarles prestigio de ser "como todo el mundo" y además de los más "modernos".

El objeto del mensaje para la industria cultural, la urbanización representa una de las exigencias claves de su existencia, es conseguir la garantía de un amplio mercado nacional e internacional en base a las grandes masas de compradores de sus productos, de ahí que el mensaje sea ambiguo, anónimo, estandar para la masa de consumidores urbanos que piensa que esto es comunicación cuando lo que recibe o capta es sólo información.

Información de vinculación unilateral del saber entre el transmisor institucionalizado y un receptor-masa mecánico que sólo recibe datos, sensaciones, órdenes sin posibilidad de responder y de ser escuchado; tal es el caso de la notificación que no admite respuesta.

Se tiende a abordar el problema de la comunicación desde un ángulo subjetivo que falsea cualquier perspectiva de conjunto, por ejemplo el educador piensa en la comunicación en términos de una serie de procedimientos para transmitir lo más rápidamente posible un determinado número de conocimientos a sus alumnos; el periodista acostumbra a comunicar a través de los medios de masas a los que denomina medios informativos las noticias y opiniones lógicamente ordenadas y presentadas; otro ángulo que aborda la realidad es el que parte del publicista, fino

especialista de los lenguajes audio-escritivos que utilizan todos los recursos a través de todos los medios para hacer que se vendan sus productos; también la calidad del artista y el valor del deportista se mide en ratings en relación con el número de espectadores que logre en su desempeño, convirtiéndose así, en el engranaje del show business y la cultura y el deporte, en bienes de consumo.

En México, conforme avanzó el proceso de concentración y centralización del capital, los principales medios de información en sus diferentes modalidades y funciones, fueron también monopolizados y convierte el poder económico en fuerza política e ideológica. La televisión, la radio, la prensa y el cine son los medios principales de influencia propagandística sobre el conjunto de la sociedad, a tal grado que se han constituido en elementos fundamentales de información cultural y es a través de ellos que la burguesía modela la conciencia de los mexicanos mediante una sistemática y bien organizada embestida ideológica y política.

La concentración y monopolización de los medios de comunicación es más notoria en los medios electrónicos (radio y televisión) que en los impresos. La presencia de los medios y su influencia ha dado lugar a la cultura de la imagen, y a la civilización de la información de la información social.

En el plano de la realidad, sólo algunos tienen la posibilidad de ejercer el derecho de libertad de información en estricto apego a sus aspiraciones y objetivos, en razón de su carácter de ser poseedores de los medios, situación que les permite trazar a voluntad las líneas a seguir con el contenido, editorial, tratamiento de la información, colaboradores, etc.

Se dan a continuación algunos aspectos esenciales de las

Leyes de Radio, Cine y Televisión en México con la finalidad de reflexionar sobre la aplicación que estos medios hacen de ellas

El 19 de enero de 1960 entra en vigor en México la primera ley que reglamenta finalmente el uso de la televisión y normaba de manera general los diferentes medios de comunicación, excepto la prensa. Entre los aspectos importantes se

- señala la función social de la radio y televisión,
- que los concesionarios de estos medios tienen la libertad para fijar sus tarifas, con la autorización de las autoridades correspondientes,
- y se crea el Consejo Nacional de Radio y Televisión.

En cuanto a las obligaciones y derechos de los concesionarios:

- Deben cumplir una función social.
- Transmitir en cadena, en forma gratuita los boletines y demás mensajes de trascendencia para la Nación.
- Anunciar previamente los programas no aptos para niños.
- Usar siempre el idioma español.
- Acatar las observaciones que por escrito dé la Secretaría de Gobernación.
- Evitar los programas que corrompan o denigren nuestro idioma.
- Evitar la publicidad sobre antros de vicio y no transmitir publicidad exagerada y engañosa.
- No permitir que trabajen locutores sin su certificado de aptitud.

El Estado, dentro de sus obligaciones y derechos están:

- Proteger la radio y la televisión.
- Promover programas de orientación ciudadana.
- Dar facilidades a las estaciones para que puedan ser captadas en el extranjero y así divulgar nuestra cultura para que de es

ta forma se fomenten las relaciones turísticas y comerciales.

- Dictar las normas técnicas necesarias para la operación de las estaciones.

Con lo expuesto se llega a la detección de que el fenómeno del control de los medios finalmente viene a recaer siempre en pocas manos. Concretamente existen dos grandes poderes que los utilizan para sus propios fines:

- La hegemonía económica oculta que busca ganar influencia para aumentar su fuerza.
- La política gubernamental que busca llevar a cabo sus proyectos.

Y que no obstante las transformaciones que ha habido en México, hoy resulta evidente que los medios masivos mantienen bloqueados los caminos de acceso a las mayorías al participar en su gestión. En las actuales condiciones no hay alternativas reales de participación social amplia, a menos que se considere como participación las llamadas telefónicas o algunas cartas que los conductores reciben durante el programa o la emisión de la información.

Por su estructura administrativa, los sistemas de operación de los medios y su concepción misma, los ha convertido en ámbito restringido, en círculo selecto de administradores, comerciantes, funcionarios, técnicos, actores, músicos y aún públicos; es el grupo que acapara el mayor auditorio del país. Contenidos y lenguajes, formas y horarios son decididos por esta "comunidad".

Aún dentro de lo negativo, constituye un importantísimo fenómeno social cargado de posibilidades y de invitación a reflexionar sobre los distintos cambios de forma de vida que conlleva.

Los medios de comunicación masiva podrían hacer progresar las condiciones humanas al nulificarse como foco de perversión y mal social. Dejar de ser difusor de superficialidad y convertirse en potencial difusor de la cultura. Por último dejar de crear necesidades difíciles de satisfacer y el mundo irreal para mejorar el presente.

Los ingredientes básicos para mejorar los medios es conocerlos bien es todos sus aspectos, para ello es necesario opinar, profundizar en lo que los medios suponen y significan como fenómeno técnico, expresivo, artístico y educativo en base a ideas bien planteadas y desarrolladas, esto es, que todos deben saber cual es la meta que se quiere alcanzar con ellos para desterratar lo siguiente:

- El reforzamiento de conductas estereotipadas, en donde convierten a los individuos en objetos, especialmente a la mujer
- El que están reñidos con los intereses de la Nación.
- El que promuevan usos y vida ajena a nuestra nacionalidad.
- El impulso desenfrenado de consumir.
- El no cumplir con los fines para lo que fueron creados: difusores de cultura y esparcimiento.
- La promoción del consumo de alimento "chatarra" que afecta al mexicano en su salud y economía.
- El no dar a conocer la Historia, Geografía, raíces y lenguas indígenas.
- El uso de lenguas extranjerizantes.
- El no reforzar campañas de la defensa del idioma, lugares y conmemoración de hechos históricos, etc.
- El imponer patrones de comportamiento y necesidades artificiales en las cuales vende prestigio a través de status falsos y genera frustraciones a cambio de objetos inalcanzables y superfluos.

Este generar necesidades para adquirir el artículo anunciado, en base a conjuntos de técnicas y medios de comunicación que se utilizan para atraer la atención del público hacia el consumo de bienes y servicios lo trabaja la publicidad que busca que el objeto sea deseable al consumidor mediante la imagen de prestigio, simpatía y confianza a quien lo desee obtener: la masa consumidora.

E.- Comunicación familiar: El niño y el adolescente o joven han aprendido a vivir y a convivir con su familia, los padres son personajes importantes para ellos, los admiran, los imitan, o los critican. Cuando hay comunicación familiar los integrantes adquieren seguridad, experiencia y afecto. En ella todos pueden decir libremente lo que hacen, lo que piensan, sienten o desean lo que se puede hablar y oír y lo más importante el saber escuchar y ser escuchados. Y todo esto no es sólo con palabras pues ocurre que a veces las palabras no corresponden al lenguaje de las actitudes y esto, si no hay comunicación firme, ocasiona confusión por la contradicción entre lo que se dice, lo que se expresa sin hablar y lo que se hace. La adecuada relación entre padres e hijos, hará que la seguridad adquirida en ella repercuta en el trato hacia los demás.

Ante los medios de comunicación masiva, los niños, adolescentes y jóvenes están aún desprotegidos ya que la programación que se ofrece es para miles de personas sin distinción de gustos, capacidad de reflexión, reciben algo que no es especialmente para ellos, además no pueden preguntar nada a ese medio de comunicación y es ese momento cuando la presencia de la familia y su comunicación tiene un papel privilegiado al intercambiar impresiones y obtener algo positivo de lo que se percibe o desechar todo el contenido porque no sólo perjudicaría a un inte

grante de la familia sino a todo el grupo familiar.

La comunicación personal que se tenga con los padres, desarrolla más la inteligencia y brinda mayor alegría que los mensajes que envían los medios. A través de la comunicación familiar se aprende a comportarse, a saber qué es importante y qué no, qué se debe hacer y qué no. Analizando la estructura familiar se observa que los padres lo quieran o no, lo sepan o no, bien o mal educan a los hijos, puesto que son un modelo para ellos y la vida diaria les está mostrando una forma de vida. Este papel de educadores hace que las orientaciones de los hijos eviten que los modelos presentados por los medios adquieran más importancia de la que tienen.

No se debe olvidar que desde hace mucho tiempo se ha reconocido al hogar como la unidad básica dentro de la cual se desarrolla el individuo. Esta unidad, fuente primaria de la socialización, enseña como funciona una sociedad y desarrolla patrones de conducta que permitirán funcionar de manera efectiva en ella. Muchos de los valores, actitudes o intereses que son parte de la conducta adulta del individuo, tuvieron sus comienzos y a menudo cristalizados completamente a través de las influencias tempranas de la comunicación familiar.

F.- Comunicación especial: La comunicación especial busca los medios que favorezcan el desarrollo psicológico de los niños cuya particularidad física o mental les impide progresar.

Para que a un individuo se le proponga una comunicación especial, es preciso antes, que su particularidad esté comprobada así como la influencia previsible sobre su adaptación. Pueden beneficiarse de una comunicación especial los niños superdotados pero sobre todo, los niños enfermos, minusválidos motores, deficientes visuales y auditivos, deficientes intelectuales y tam-

bién inadaptados sociales. Se sabe que un medio familiar poco afectuoso, muy tosco o muy perturbado representa también una selección natural o un obstáculo. De por sí "toda carencia afectiva o handicap sociocultural es fuente de derroche de potencialidad humana y de posibilidades de felicidad" (5) e infiere a veces el límite preciso entre lo normal y lo anormal, es necesario entonces guardar el dar un valor absoluto en cuanto a la decisión de someter a un niño a un régimen psico-pedagógico especial. Pues el dar una verdadera definición de lo normal y lo anormal, está condicionado muchas veces, a la civilización a la que pertenece la persona disminuida.

La comunicación especial mediante métodos elegidos busca: lograr las metas, influir en la disminución del problema y sobre todo lograr una actitud abierta en la familia.

La deficiencia de una persona modifica considerablemente la actitud de la familia que, por ella, ejerce una influencia en el modo en que el niño domine su desventaja. Respecto a esto el descubrimiento precoz no necesariamente representa un factor favorable a su solución, porque las reacciones de la familia raramente están ajustadas. Frecuentemente en los padres este descubrimiento coincide con una crisis depresiva y provoca, sobre todo en la madre, un intenso sentido de culpabilidad. Si los padres no aceptan este estado de cosas, ocurren rompimientos o corren el riesgo de proteger en demasía al niño particularmente sustituyéndole y dirigiéndole la mayor parte de las tareas, que él aún con errores podría realizar. De ahí que la comunicación especial está encaminada no sólo a las personas

5) MANUEL, Salvat. Grandes temas: El niño.
Salvat Barcelona 1973 pág. 13

atípicas, sino también a los familiares para que comprendan que se busca incrementar las capacidades y vías de comunicación de estos niños afectados por una deficiencia, de modo que puedan emitir o recibir mensajes a pesar de su discapacidad de comunicación.

Las formas de comunicación con personas atípicas dependerá del grado de patología, del nivel de necesidad para adaptarse, del nivel ambiental y de los objetivos del maestro especialista. Para eso se apoya en algunos residuos de comunicación para potenciarla y alcanzar niveles superiores de comprensión y expresión. Uno de los recursos es el uso del sistema comunicacional no oral que tiene el matiz de transitorio o de fase intermedia para llegar a una comunicación teligible de tipo oral, en contraposición a los sistemas alternativos, que son de carácter suplementario o sustitutos de una capacidad oral perdida.

Los sistemas de comunicación no oral constituyen un canal de gran importancia, en bastantes casos el único para personas con deficiencias del órgano de la audición, del lenguaje y deficiencias intelectuales y psicológicas en la medida en que -cristaliza la capacidad del hablar, a menudo aparejada a discapacidades para escribir. En el primer caso los sistemas de comunicación no oral se emplean para apoyar y potenciar la recuperación o aprovechamiento -al menos en sus restos- de la comunicación oral. En el segundo caso, lo que hace es sustituir la capacidad de comunicarse oralmente.

Para conducir a un estado no hablante y exigir sistemas de comunicación no oral, hay que considerar atentamente los trastornos motores, las deficiencias intelectuales así como los aspectos emotivos y motivacionales de la comunicación. En el uso de estos sistemas con ayuda técnica para suplir o aumentar la

la expresión oral se debe:

- . Valorar en el posible usuario la capacidad cognitiva y el nivel de inteligencia sensoriomotriz, reflejos orales, producción del lenguaje, tono postural, percepción auditiva y visual, conductas básicas, edad cronológica, memoria visual, emoción, motivación y pronóstico.
- Anelizar las repercusiones de la elección de uno u otro sistema y la relación con el entorno habitual.
- Valorar el entorno social: expectativas, exigencias y capacidades de comunicar y relacionarse.
- Buscar el procedimiento de indicación o señalamiento más ventajoso para una eficaz construcción de mensajes.
- Elegir el sistema de formas significativas que mejor convenga
- Tener en cuenta el estado de habilitación y las necesidades educacionales y sociales del sujeto, y preveer una metodología de evaluación y ajuste continuo del sistema.

Por lo tanto el sistema de comunicación no vocal desarrollan habilidades de representación y simbolización, recurriendo a la modelación de gestos para potenciar el proceso de la palabra a través de una secuencia de enriquecimiento de la capacidad lingüística y por tanto también de la cognitiva.

El empleo de los medios de comunicación social en actividades de rehabilitación o educación especial debe incluir programas de enseñanza a distancia, aprovechamiento de programas de televisión, las emisiones radiofónicas de apoyo y orientación a padres y asociaciones, sobre todo para áreas alejadas. Este tipo de aplicación se enlazaría con la toma de conciencia cambio de actitudes y preparación de los colectivos sociales que encaran a los problemas de personas atípicas, su prevención y rehabilitación o adaptación ante aspectos de tanta repercusión

como es la integración a una escuela ordinaria. Los medios de comunicación masiva sí pueden influir grandemente en la creación de un clima y unas actitudes justas y adecuadas. Pero sólo será posible en la medida en que la unidad de profesionales de la educación normal y especial sea real, consciente y combativa al luchar por el logro de ese objetivo: acceso a los mismos a pesar de las barreras que para ellos suponga la discapacidad y su empleo como instrumento en la educación especial.

IV. COMUNICACION Y LENGUAJE

El término de comunicación es susceptible de explicación e interpretación a partir de una multitud de áreas de conocimiento que van desde la filosofía a la cibernética, pasando por la psicología, la sociología, la política, la pedagogía y otras.

La comunicación es el "proceso por medio del cual se transmiten significados de una persona a otra. Para los seres humanos esto es fundamental" (6) en cuanto que es la forma más importante e integral que tiene el hombre para satisfacer su necesidad de relacionarse.

El hombre apoyado en sus diversas capacidades, desarrolló a lo largo de su historia impresionantes sistemas para el intercambio de significados. Ante todo, de una manera natural y convenida trató de encontrar fórmulas que le permitieran llevar su pensamiento hacia otros seres humanos, pretendiendo cada vez un entendimiento más completo. Esta información transmitida como hasta ahora, dependió de sus expectativas y de las características de su grupo así como del papel que desempeña en él. Según el tipo de mensaje puede diferenciarse una comunicación de otra como la informativa, política, educativa, etc.; o de acuerdo al modo de transmisión puede ser adoctrinante, condicionante, manipulante, etc. lo que dará por resultado una conducta manifiesta del perceptor.

6) FRANCISCO, Gómezjara. Sociología.
Porrúa México 1961 pág. 347

En el terreno de la psicología, la comunicación cubre el conjunto de conceptos que permiten transmitir y percibir las actitudes, creencias e intenciones, considerando el equipamiento biopsicológico común a la especie humana. Y designa un mecanismo de transmisión de mensajes cognoscitivos o afectivos inconscientes o conscientes por una red o sistema de transmisión establecida entre los miembros implicados.

En el estudio de la comunicación quedan englobados los niveles:

- Sintáctico, que es la relación entre estructuras de signos.
- Semántico, estudia la conexión signo-significado y
- Pragmático, quien evoca la relación entre los signos y sus usuarios.

Así la forma de comunicar las ideas varía en el espacio y tiempo al utilizar todo un sistema de recursos verbales y no verbales, entendiéndose por sistema a un conjunto organizado, a ciertas reglas de elaboración y de combinación de los mismos cuyos elementos fundamentales son el signo, el enunciado, el texto y el discurso.

El signo constituye la mínima unidad de sentido de un lenguaje. Tradicionalmente se distinguen en él dos partes: el significante (materialidad del signo, lo que se aparece a los sentidos) y el significado (la imagen mental que se produce o evoca a partir de la presencia del significante).

El enunciado, la oración en términos tradicionales, constituye una manera de enfrentarse a la realidad, de calificarla, de intentar incidir en ella, de interpretarla. Supone un punto de vista, una forma de referirse a otros seres o a las cosas. Responden a un tipo de intencionalidad, se construyen a partir de ella.

La comunicación no se resuelve sólo de enunciados aislados estos se combinan a lo largo de un diálogo, de una historia o novela, etc., esa combinación constituye un texto que puede ser más o menos extenso según el sentido que se pretende alcanzar. Un texto pequeño es por ejemplo una noticia periodística; un texto más extenso: una novela. Lo importante es que para el perceptor haya un sentido completo. Aquí se reconocen dos tipos de texto: el descriptivo-valorativo-explicativo (medios de difusión colectiva) y el relato (historietas, fotonovelas, series televisivas, el dibujo de animación y otros).

El discurso corresponde a una tendencia general en la construcción de determinados textos y enunciados, de esa manera se habla de discurso publicitario, discurso político, discurso educativo, etc.

Los cuatro elementos se sujetan a reglas de selección y de combinación, correspondiendo a la intencionalidad y a la manera en que emisores y perceptores se relacionan, así como a la referencia inmediata que un término provoca en el destinatario del mensaje al remitirse a la experiencia individual o grupal del perceptor. En caso contrario habrá descontextualización de los mensajes por traer apenas unos elementos informativos y dejando de lado los que podrían reconstruir el contexto.

La comunicación desempeña diversas funciones, una de ellas es la transmisión del conocimiento y su consecuente supervivencia de los valores sociales. La recolección y distribución de información referente a los sucesos internos y externos de una sociedad particular se les llama noticias. Una de las funciones es dar en forma extractada los acontecimientos superficialmente. Otra función es la de otorgar prestigio a aquellos individuos que realizan el esfuerzo de mantenerse bien informados de lo -

de lo que sucede, o sea que el poner las noticias al alcance de todos no significa que todos los individuos hagan uso de las mismas, el que lo haga, al conocer y utilizar mejor la realidad tendrá prestigio por ello.

Importante función es la de selección, interpretación, crítica y evaluación de las noticias, guiadas por el criterio de lo que es importante y no aquello que tiende a impedir o a estimular la movilización del público. Por lo regular los editoriales reflejan el punto de vista del periódico y si éste es conservador, frenará el cambio social y enaltecerá el conformismo del público ante la realidad social.

La transformación de la cultura es otra función importante de la comunicación, es en este proceso de socialización en el cual se unifica la sociedad, al darle una amplia base de normas comunes, valores y experiencias colectivas. Cuando las sociedades entran en la fase de crecimiento demográfico, la institución formal aumenta la instrucción para preparar a la gente a nuevas tareas más especializadas de la industria y agricultura, es cuando la comunicación de masas comienza a sustituir la educación tradicional. con una desidentificación cultural y por ende, el desarraigo creciente, esto refleja y reproduce la situación lamentable que se padece.

En México la cuestión se muestra con una claridad mediana, los valores trascendentales para la inmensa mayoría han dejado de serlo incluyendo a quienes detentan el poder. El hombre se ha venido despojando de las tradiciones, su existencia se desenvuelve en un engaño progresivo y no encuentra nada seguro en su entorno, desconfía de las novedades ideológicas, llevándolo a ejercer un pragmatismo que le ha evitado males mayores. En cuanto al hombre perteneciente a los estamentos dominantes, ha per-

dido toda relación de cotidianidad con la llamada gente sencilla y su educación centrada en la investigación y despojada de rigor en cuanto a la cultura general, especialmente las culturas clásicas, ha propiciado este tipo cosmopolita, no universal incapaz de percibir lo que está detrás de cada cosa, es más, se ha tornado en un ser parcial llamado funcionario, ejecutivo o tecnócrata. Pero ante esto, la educación formal se ha vuelto menos eficaz frente a la penetración colectiva de los medios masivos de comunicación por lo que la gran pobreza o crisis por la que atraviesa va mucho más allá que la señalada por los políticos.

Una última función de la comunicación es la del entretenimiento, ya que la utilización del ocio es una de las grandes preocupaciones de una sociedad avanzada si la jornada del trabajo se reduce. Esta función va dirigida a revitalizar al individuo después de las horas de trabajo para que vuelva a él con nuevo entusiasmo; olvidando momentáneamente su problemática o canalizando sus fobias y frustraciones a través de héroes y triunfadores. Sin embargo se argumenta que los entretenimientos son disfuncionales porque no desarrollan el gusto del público. Conforma al perceptor a ser pasivo y no activo. Ve practicar deportes, escucha ejecuciones musicales e interpreta conductas, pero cada vez se reduce su campo de experiencias directas. Si se les considerara definidas y funcionalmente vinculadas, se podría esperar de ellas un impacto tal que las haga capaces de inculcar en la gente un estilo de vida o una ideología propios de un pueblo en desarrollo, respetando sus raíces.

Los valores funcional y disfuncional dependen de circunstancias exteriores caracterizadas por la relación de fuerzas que establecen los sectores sociales actuantes. A su vez estos

valores se modifican en cada uno de sus núcleos en relación a las contradicciones que existen entre los distintos grupos de poder en el bloque dominante y de los cuales esos medios son representantes o intérpretes. Todo se regula de acuerdo a la significación que determinadas noticias adquieren para el sistema que se tiende a conservar y para lo cual es preciso no trasgredir el margen establecido como máximo riesgo tolerable. Así, - informar o destacar una huelga "salvaje" por ejemplo, se incorporó al espacio de lo funcional cuando esta información fue posible utilizar a favor de una estrategia que servía para consolidar los valores difundidos por los medios que se estudian. A la inversa, desde la perspectiva ideológica pero en otra instancia, la misma noticia es marginada, ocupa un lugar diferente o es presentada desfavorablemente porque los hechos aconsejaban estimular al mantenimiento de las jerarquías del poder, donde se incluye el acatamiento indiscutido a las estructuras sindicales vigentes.

Para poder comprender la comunicación y tomar en cuenta - el papel que tiene en las relaciones sociales, se debe recordar el alcance de la expresión: proceso en donde el lenguaje y sus recursos sólo son comprensibles en el marco del mismo proceso y en cual intervienen los siguientes

Elementos de la comunicación: emisor

códigos

mensaje

medios y recursos

referente

marco de referencia

perceptor

formación social

with
146110
e

c
m
m

Emisor.- Es todo individuo, grupo o institución que elabora un mensaje con una determinada intención.

Código.- Son las reglas de elaboración y combinación de los elementos del mensaje. Reglas que deben ser conocidas por el emisor y el perceptor.

Mensaje.- Es lo que se aparece a los sentidos, su organización responde a un código y a una intencionalidad.

Medios y recursos.- Son los elementos que sirven para difundir para poner en circulación un mensaje. Los medios tienen también una influencia en la conformación de los mensajes.

Referente.- Es el tema del mensaje, aquello a lo que éste alude

Marco de referencia.- Lo constituye el contexto inmediato que permite la interpretación del mensaje.

Perceptor.- Es el individuo, grupo o institución que interpreta un determinado mensaje desde su respectivo marco de referencia y mediante un conocimiento del código utilizado.

Formación social.- Permite situar dicho proceso en sus condiciones económicas, políticas y sociales fundamentales.

La combinación de estos elementos en mayor o menor participación da por resultado una comunicación. La frecuente relación comunicación-información ha generado una serie de investigaciones sobre el proceso, por lo que es importante analizar algunos mecanismos utilizados por la gente para comunicarse, entre ellos está el lenguaje y sus recursos, aclarando que lenguaje de manera inicial, es todo sistema de recursos verbales y no verbales utilizados para tal fin.

Algunos tipos de lenguaje aluden a aquellos que resultan de interés:

Lenguaje verbal.- Corresponde a la forma más directa de comunicación, más rica, más plena de recursos para referirse a la realidad. No es casual que éste sea el más utilizado, el más estudiado y el de mayor desarrollo en cuanto a investigaciones tanto en su esencia la lengua como en su uso el habla. Por eso es necesario reconocer dos formas de este lenguaje: la oral -sonora- y la escritural. En la primera cuenta mucho el tono e intensidad de la voz, en la segunda aparecen recursos de alfabetización que va desde la selección del tipo hasta el diseño de la letra.

Lenguaje icónico-visual.- Abarca todo el actual universo de la imagen. Es un lenguaje pleno de recursos, de infinitas combinaciones. Lenguaje que habla a los sentidos directamente, es capaz de suplir la realidad, de mostrarla en toda su crueldad o de ocultarla. Lenguaje que habla a la emotividad, que conmueve con mucha más fuerza que la palabra.

Lenguaje verbo icónico.- Comprende la relación entre ambos tipos de lenguaje, las cuales no son sólo complementarias como tantas veces se ha insistido.

Lenguaje de los objetos.- Es importante por lo que significa la presencia de ellos y por la forma que tiene cada uno.

Lenguaje ambiental.- Tiene una larga tradición de estudio desde la perspectiva de la arquitectura. Comprende las reacciones entre espacio y vida cotidiana. Se connotan situaciones a partir del uso de determinados ambientes.

Lenguaje del vestido y de las ceremonias.- Es útil conocerlo - por lo que aporta quien lo usa y en dónde lo usa.

Lenguaje postural o corporal.- Este adquiere una creciente rele

vancia en los mensajes por el reconocimiento de posturas privilegiadas, las maneras de ubicar el cuerpo humano para tal o cual significación es fundamental para entender la intencionalidad del emisor y la respuesta del perceptor.

Lenguaje gestual.- Se refiere a las posibilidades que ofrece el rostro o las manos especialmente. Frecuentemente el hombre olvida que sus movimientos, posturas y expresiones delatan su interior y que por esto se le puede conocer mejor.

Por lo tanto, el lenguaje constituye uno de los instrumentos de mayor riqueza para la comunicación humana que mediante el mensaje formado por una sucesión de signos, involucra en el contexto social la reacción personal de acuerdo a la función que se le dé al lenguaje:

Función fática.- Tiene la finalidad de poner en contacto lingüístico a los interlocutores, situarlos en el diálogo, para en caso necesario y abierto ya el canal, ir al grano. En alguna medida se utiliza esta función cuando se va a ver a un superior para pedirle algo, o cuando se usan muletillas para verificar el circuito de la comunicación o el de llamar la atención del interlocutor para que escuche.

Función metalingüística.- Tiene utilidad práctica para el hablante. Gracias a ella se recaban expresiones o palabras que no se entienden. La capacidad metalingüística del hablante común le permite, además, resolver problemas lingüísticos.

Función expresiva.- Está concentrada en el emisor, aparece no sólo en lo dicho, en lo que puede reconocer de un men-

saje escrito, sino también en la forma de decirlo, en el tono de voz si se trata de un mensaje oral o en la expresión facial o corporal.

Función apelativa.- Se centra en el receptor, se trata de reconocer en el mensaje los detalles que orienten sobre la manera en que el emisor se relaciona con el receptor. Los tonos de voz dice mucho sobre esta función, también los refuerzos de implicación de los emisores para intentar una relación con el público, en especial en los mensajes de difusión colectiva.

Función poética.- Indica el valor estético de un mensaje, aquí lo importante es apreciar el valor de la selección y la combinación de signos.

Función referencial.- Constituye uno de los puntos más importantes para conocer un mensaje, dentro de ella hay varias divisiones:

- a) de indicación, cuando se indica algo de la realidad o de uno mismo,
- b) explicativa, porque presenta las causas de algo,
- c) valorativa, cuando suma a la indicación y explicación una atribución, una calificación, consistente en estereotipos religiosos, estéticos, políticos, éticos, etc.

En el proceso de la comunicación se encuentran una o varias barreras puestas por el hablante, o por el oyente o por el mismo código que siguen patrones negativos en las relaciones y por costumbre en la mayoría de las veces.

Barreras semánticas.- Cuando los símbolos -palabras- tienen más de un significado.

Barreras físicas.- Son los defectos en los medios físicos que se emplean para transmitir el mensaje: mecánica, eléc-

trica, acústica, óptica, etc.

Barreras fisiológicas.- Son las deficiencias en las funciones del organismo.

Barreras psicológicas.- Cada persona tiene un campo de experiencia propio y diferente de los demás. Por lo que percibe la realidad a través de este marco de referencia o filtro individual.

Barreras culturales.- Es el conjunto de conocimientos y valores propios de personas o pueblos determinados.

Por lo anterior se concluye que una buena comunicación es aquella que toma en cuenta el lenguaje total de la persona, esto es, el lenguaje verbal y el no verbal y su comprensión. Además destierra monólogos, propicia el diálogo y respeto a la dignidad del perceptor y hace posible que se rompan las barreras, pero sobre todo hay comunicación si:

- . Se busca la necesidad emocional detrás de cada lenguaje.
- . Se responde no tanto al hecho de comunicar sino a las relaciones y a los sentimientos que rodean a los hechos.
- . Se aceptan los sentimientos ambivalentes.
- . Se revalora la importancia comunicacional.
- . Se utiliza la corrección positiva.
- . Se desechan calificaciones denigrantes.
- . Se destierra la amenaza.
- . Se nulifica el cohecho.
- . Se cumplen las promesas.
- . Se excluye el sarcasmo.
- . Se olvida el enjuiciamiento.

No se puede olvidar que la comunicación, con sus valores y principios no puede ser impuesta, éstos surgen del interior de las personas y se alimentan y norman los valores absorbidos

en el seno del hogar, de la escuela y de la comunidad.

Los valores son asimilados y llegan a formar parte del su jeto sólo mediante la identificación con quienes se ama, admira y respeta.

V. COMUNICACION Y EDUCACION

Sin comunicación y educación es imposible conjuntar y encauzar las aspiraciones de los núcleos de una sociedad hacia una finalidad común. Las relaciones humanas consideran al hombre en situación personal; las relaciones públicas asumen la preocupación que el hombre debe ser entendido y estudiado partiendo de la base que es un ser social. Estos dos conceptos se fusionan a la perfección dentro del término de la comunicación social.

La relación humanista entre gobernantes y gobernados, debería tomar en cuenta al factor humano y sus vivencias como lo esencial y lograr así una efectiva participación de todos y cada uno al darse la comunicación y educación como fundamental.

Para lograr la cooperación en una participación permanente es necesario estimular a toda persona, integrarla dentro de la especie de objetivos comunes en la que se muestra que es parte vital del conjunto. No basta con exigir que tenga capacidad, moralidad, eficiencia para que gustosamente y por convicción cubra estos requisitos, hay que dar incentivos afectivos, morales y sociales, dar a cada quien la importancia que tiene y concientizarla de la misma mediante la comunicación educativa.

Ese gran paso que se da para lograr una efectiva, honesta y dinámica participación más tarde o más temprano, redundará en el mejoramiento de las condiciones de vida, de trabajo y de la misma relación humana, porque la comunicación va y viene en todo y de todo; se retroalimenta de la actividad humana y es sim

biótica con ella. Tal vez llegue el día en que cada quien trabaje en su respectiva área y busque participar en las demás sin descuidar la propia, por convicción y no por obligación o condicionamiento.

Hoy más que nunca, se requieren mensajes claros, precisos y objetivos; información veraz, completa, nueva y crítica. Más que nunca es imprescindible establecer una auténtica comunicación que haga el camino entre el emisor y los destinatarios y viceversa, sólo así será posible unificar voluntades en torno a un propósito común: revitalizar al país y conducirlo por un camino democrático.

La importancia de los medios de comunicación es evidente y la influencia de los mismos no puede ser de ninguna manera negada y mucho menos ignorada por la educación, en especial cuando de ella dependen factores tan importantes como la identidad cultural y la unidad del pueblo, la opinión pública, las tendencias consumistas y otros fenómenos sociales interesantes. El maestro debería estar consciente de esa realidad y manejarla - dentro del aula, procurar que los alumnos la hagan suya al incorporar la educación formal con la informal de los medios de comunicación. ¿No es más adecuado olvidar impresionar a los alumnos con un discurso florido que no entiendan a orientarlos a que traten de obtener beneficio de lo que ven diariamente y que a la vez el maestro tome de base esas experiencias para enriquecer el conocimiento? Vale la pena detenerse a analizar este fenómeno que durante siglos ha significado una incomunicación entre generaciones adultas y generaciones jóvenes, entre élites y masas, entre docentes y educandos y buscar la efectiva comunicación colectiva.

Los múltiples problemas que confronta nuestro país en su

avance hacia el progreso en todos los campos; sociales, económicos, políticos, científicos, etc., hace que la educación deba responder a los intereses, necesidades y aspiraciones de los mexicanos dando por resultado una reforma efectiva que parta de la educación preescolar a la enseñanza superior.

No se debe olvidar que la educación es un fenómeno social que permite y hace posible que las generaciones adultas proporcionen a los jóvenes todo lo que ha realizado la humanidad para ser aprovechado en el progreso individual y social. Consecuentemente la educación es una acción, un proceso dinámico, una influencia que favorece el desarrollo del individuo y la historia de los pueblos. Con la educación se ejerce una influencia entre los individuos mediante los factores naturales y sociales de acuerdo a la cultura, ya que la influencia consciente o inconsciente provoca en el individuo una voluntad para su desarrollo propio, sujeto a sus objetivos pero inmerso en los que la sociedad plantea y de la cual él es integrante.

La relación comunicación educación debe darse a la mayor brevedad posible y lo primordial: no olvidar que la expresión verbal y no verbal del maestro no es la única vía de entendimiento y comprender que la comunicación educativa como proceso es de doble entrada, esencial de un sosten social u organización y cuya ausencia haría imposible la vida en común.

Esta relación caracteriza a aquellos grupos que comparten una cierta finalidad y cuyos miembros pueden entrar en relación alternativa de emisor y receptor cuando lo consideren necesario. Son condiciones: la proximidad espacial, la similitud de tareas e intereses generales, la circulación entre el grupo, de mensajes, que de alguna manera resulten de importancia para la mayoría, con apoyo en los medios de comunicación se expresan

ideas, pensamientos y sentimientos, se obedece a la necesidad de comunicarse con los semejantes, expresar los anhelos, temores, esperanzas y conocimientos. Esta necesidad nace de la exigencia de un mundo dinámico que no puede esperar a que se le informe a través de libros que a su vez son traducciones para su entendimiento, este mundo dinámico es el grupo escolar.

Este grupo utilizará la comunicación como instrumento dominante de la historia, de la misma educación, y de otras ciencias puesto que mediante ella se puede discutir, protestar, suponer, proponer, etc. o convertirla en espectáculo.

A través de la educación y comunicación, se puede elevar el nivel de los educandos, teniendo como móviles de información lo científico, lo social, lo político, lo afectivo, lo moral y otros. Es decir se eleva el nivel cultural y el desarrollo de tales condiciones sólo es posible en un ámbito de justicia y libertad. Por ello se deduce que no es la comunicación únicamente "diversión" sino instrumento ideal para elevar en forma masiva el rango educativo del pueblo. El Estado ha soslayado su responsabilidad social al desperdiciar los ricos potenciales en el fortalecimiento de la identidad nacional, la integración y desarrollo al no considerar y valorar los medios de comunicación en la enseñanza activa cuyo objetivo fuera de transformación y apoyo al acrecentamiento de la capacidad del perceptór.

El fortalecimiento de las instituciones no se pierde cuando se conoce y cumple, cuando se comunica, asimismo la identidad no se cuestiona cuando se sabe y no se encuentra amenazada, se reafirma en el vivir; pero se fragmenta y desarticula por la pobreza, la ignorancia, la marginación, la corrupción, la despolitización y la incomunicación. Lo ideal es el tratar de invertir la actual investidura de funcionamiento de la comunicación social al servicio de los intereses particulares de quienes po-

seen los medios por otra en las que predominen los intereses educativos. Para que la comunicación sea un verdadero instrumento de desarrollo, de gestión democrática de la sociedad y baluarte en la defensa de la soberanía, requiere de la participación de autoridades, maestros y padres de familia que en base a la democracia utilice esta poderosa palanca para el desarrollo cultural en todos aspectos, haciendo a un lado los criterios comerciales manipuladores que prevalecen, obteniéndose logros positivos.

Todo ser vivo lucha por sobrevivir y encontrar el modo de hacer las cosas. La técnica del hombre es el modo de hacer algo con apoyo en el saber humano y en la planeación que permite concluir que la técnica humana creadora es consciente, voluntaria, variable, personal y de inventiva. Es tarea del maestro - saber lo que es la comunicación, aplicarla, detectar el talento que el escolar pueda tener para comunicar sus ideas y pensamientos acerca de un asunto, educar a los perceptores para tener capacidad de actuar como consumidores de los mensajes de los medios masivos de comunicación e incrementar día a día esta capacidad, ya que el grado de educación y escolaridad que ostenta un pueblo es factor determinante en el progreso del mismo. Además el que sea capaz de analizar los mensajes los hace más conscientes del peligro potencial al que se ve expuesto y agudiza su sentido crítico ante el bombardeo de los medios masivos. Esto se apoya en las tesis de los niveles de comunicación:

- . De recepción o de estar consciente a ¿Qué es lo que se está comunicando?
- . De comprensión o el estar consciente de ¿Cómo o de qué manera se está comunicando tal o cual tema?
- . De la crítica o el estar consciente de ¿Por qué se está comunicando?

nicando tal o cual tema en x forma?

Resulta que por lo general un número reducidísimo del público llega a la pregunta del tercer nivel. El educando perceptor si posee los elementos de juicio y criterio suficiente como para no dejarse llevar por la corriente que los medios presentan como lo trascendental, puede modificar conductas sociales difundiéndolo y convenciéndolo y logrará mover la solidaridad de otros niños y jóvenes a la solidaridad por la renovación. Es el papel activo del maestro motivarlos a participar en los asuntos de interés público, apoyarlos en su lucha para que el cambio social parta de ellos, de acuerdo a su propio proyecto. Fortalecer en los alumnos el orgullo y promover la recuperación de lo mexicano, es una de las tareas del educador comunicador.

La no participación es enajenación y participación sin haber luchado es paternalismo, es necesario enfatizar que los procesos de comunicación y educación estarán en armonía y fructificarán cuando cada educador se transforme en perceptor también. Esto se apoya en Bleger cuando menciona que "la educación es un proceso de comunicación participativa, en el que los concurrentes intercambian mensajes, ideas, actitudes, conocimientos, experiencias a través de las cuales es posible formar, a partir de la conciencia real, la conciencia posible" (7)

La comunicación en la Educación Básica se da en las condiciones que rodean al niño en edad escolar, siendo éstas con frecuencia frustrantes, debido a que el medio creado por el progreso económico, la industrialización y la urbanización trae aparejados una serie de problemas como la ausencia de un verdadero hogar, inestabilidad de la pareja, ausencia de los padres en el medio familiar debido al número creciente de madres que trabajan fuera del hogar y a menudo lejos. Todo ello repercute en el

escolar en lo afectivo, intelectual, físico y psicológico lo - que da por resultado problemas de diversa índole: inmadurez, - inadaptación escolar, fatiga, agresividad, sobre carga neurótica, bajo rendimiento, ensimismamiento, etc.

Esto tiene que enfrentar y resolver el maestro mediante la comunicación que por el compromiso adquirido y su responsabilidad de educador debe auxiliar y cumplir con el mayor de los éxitos en la formación de sus alumnos que durante un año estén a su cargo. El estar consciente de la valía del trabajo docente y el estar involucrados en un proceso histórico en donde la labor realizada tendrá repercusiones positivas o negativas, no sólo en lo individual sino grupalmente es el gran paso de cambio que una sociedad necesita.

La educación es desarrollo de habilidades innatas y para que una comunicación se dé es necesario que se haga de una manera clara, objetiva y real. El maestro, el educador necesita por fuerza ser un comunicador y tratar de ser comprendido, no admirado; no limitarse a hablar sino también saber escuchar con atención, crear la comunicación de dos vías y sobre todo manifestar agrado por su "público" y por compartir el tiempo con quienes se tiene interés.

El Programa de Educación Primaria apoya las actividades - para realizar este proceso, por ejemplo el Programa de Primer Grado señala: "... la escuela primaria propicia un ambiente adecuado para el aprendizaje sistemático y la interacción con los demás, condiciones fundamentales para el proceso de socialización del niño,..." (8)

7) JOSE, Bleger. Grupos operativos en la enseñanza.
UPN Antología Comunicación y Expresión, LEB 79
México 1984 pág. 58

8) SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA. Libro para el maestro 1
CNLTG México 1983 pág. 28

En sí la educación es el conjunto de medios por los cuales se dirige, se facilita por medio del aprendizaje enseñanza y de experiencias diversas -comunicación verbal y no verbal- el desarrollo, la formación, la evolución, la expansión así como la -promoción de una vida humana en su totalidad biopsicosocial. - Permite los cambios afectivos, aprendizaje de los mecanismos, la iniciación a las reglas de la vida en las cuatro dimensiones de afecto: la autoridad horizontal, la libertad, la acción y la integración en un medio adaptado que satisfaga las numerosas necesidades esenciales -de ninguna manera superfluas- del niño. Por lo tanto la educación debe ser activa, por el intercambio permanente con los demás, es esencial relación e identificación con los demás y sus mecanismos deben estar preparados por y para convivir con los demás.

Así como la educación es un proceso, también lo es la comunicación, porque la idea de comunicación como acto racional impone una concepción dinámica; algo que deviene, que sucede en el tiempo y en el espacio como consecuencia de actividades - orientadas hacia un fin.

Como participantes en el proceso educativo y por consiguiente en el comunicacional, los maestros se pueden definir como sujetos individuales y colectivos, en tanto codificadores/decodificadores de mensajes ubicados en un contexto sociocultural en que viven e interpretan en una forma específica, ya que de acuerdo con Piaget "no sólo todo el pensamiento, sino toda la actividad cognoscitiva y motriz, desde la percepción y el hábito al pensamiento conceptual y reflexivo consiste en vincular significaciones" (9) Se considera entonces que para llevar con responsabilidad el educar y el comunicar es necesario tener internalizado lo siguiente: hacer niños felices para lograr una

sociedad feliz. Felicidad basada en el influjo de la finalidad comunicativa-educativa, ya que ambas convergen en sus propósitos y toman como base filosófica el Artículo 3o. al permitir al alumno tener una conciencia social y que él mismo se convierta en agente de su propio desenvolvimiento y de la sociedad a la que pertenece. La necesidad de que el escolar aprenda a aprender de modo que durante toda su vida, en la escuela y fuera de ella busque, encuentre y utilice por sí mismo el conocimiento, organice sus observaciones a través de la reflexión al tomar conciencia del valor que supone la congruencia entre el pensar y el vivir para ser partícipe responsable y crítico de los valores y metas de la comunidad. A eso Colom lo define como la comunicación en pedagogía porque es "la acción educativa determinada por la relación de influencia o interrelación que sostienen dos o más personas que intercambian información en función de unas normas, valores o un sistema cultural con el ánimo de lograr la formación del sujeto" (10)

9) JEAN, Piaget. Psicología de la Inteligencia.

Psique Buenos Aires 1971 pág. 134

10) ARTHUR, Colom. Teoría y metateoría de la educación.

Trillas México 1982 pág. 85

VI. EFECTOS SOCIOCULTURALES DE LA COMUNICACION

¿Qué hacen los medios de comunicación colectiva a las personas? "Se alega que el control social se ejerce gracias al influjo personal más bien que a la comunicación colectiva y que el efecto más notable de los medios es mantener el statu quo" (II) Tal aseveración lleva a lanzar una rápida mirada al mundo de la comunicación masiva, la cual muestra la existencia de una poderosa e interconectada red de industrias multinacionales y de compañías paraestatales que comprende a la fuente y al transmisor de mensajes, su importancia radica en los efectos sociales que el uso político, económico, unidireccional, sectario, prepotente que la comunicación hace. Casi cualquier efecto que pudiera tener una comunicación de masas sobre grandes grupos de personas podría ser llamado efecto social, ya que esos grupos forman la sociedad. Es necesario darse cuenta del abuso impune que los dominadores hacen de los medios de difusión, se asume la correspondiente política de creatividad con el propósito de habilitar las alternativas que permitan la aceptación de quienes actualmente se han convertido en simples receptores de una carga unidireccional impuesta por los reformadores ideológicos del sistema. Esta contribución no se encuentra sólo en la eficaz publicidad del producto de quienes financian, sino que brotan más bien de la presencia típica en la prosa de las revistas de los programas radiofónicos, televisivos y en las secciones

- 11) JOSEPH, Klapper. Los efectos de la comunicación de masas
Glencoe III The Free Press N.Y. 1980 pág. 98

de los diarios, de algún elemento de confirmación y de aprobación de la estructura actual de la sociedad. Y esta continua - reafirmación remarca el deber de aceptar la técnica diversionista de los académicos extranjeros empeñados en ocultar detrás de la etiqueta científica todo aquello que hace a la preocupación de la sociedad actual.

Hoy la comunicación es ciencia, y el éxito de Madona en los hits radiales y disqueros es también resultado de una científica planeación publicitaria; cada día se científica en grado ascendente la técnica de apropiarse del mundo, a tal grado que también es ciencia, la graciosa posibilidad de matar a la humanidad sin dañar los edificios a través del uso de la bomba de neutrones.

Los medios además de continuar afirmando el statu quo, en la misma medida no ponen sobre el tapete preguntas esenciales sobre la estructura de la sociedad. De tal modo, llevan al conformismo y proporcionan escasas bases para la valoración crítica de la sociedad, es decir "los medios de comunicación de masas financiados por el mundo comercial e industrial sirve de dique de contención, de modo indirecto pero eficaz, al desarrollo de opiniones genuinamente críticas" (12) así las personas tienden en términos generales a leer, a observar o escuchar las comunicaciones "informativas" que presentan puntos de vista y con los cuales se encuentra afinidad o simpatía y se tiende a evitar la comunicación de matiz diferente. Además sólo se recuerda aquel material que sostuvo el propio punto de vista, de ahí que la retención como la exposición es altamente selectiva. La per-

12) PAUL, Lazarsfeld. Comunicación de masas, gusto popular y acción social organizada.

Corazón Madrid 1969 pág. 123

cepción e interpretación también es selectiva porque las personas que están expuestas a comunicaciones con las cuales no sienten afinidad, no es raro que deformen el contenido de manera - que terminan por percibir el mensaje como si apoyara en verdad el propio punto de vista, entonces, no es probable que la comunicación de masas cambie los puntos de vista; es más probable que soporte y refuerce los puntos de vista ya existentes.

A diario se escucha que se manipula al público, entendido como una masa amorfa que se enejena, se frustra, que siente deseos de emular a los héroes de los programas, etc. En realidad se sabe poco de esos efectos que causa la comunicación ¿cómo se producen? ¿cómo pueden evitarse? ¿cuáles son positivos o cuáles negativos? hay una amplia gama de dudas que es necesario aclarar o al menos facilitar su comprensión, no necesariamente la comunicación masiva es causa suficiente de efectos sobre el público, sino que actúan dentro y a través de un conjunto de factores sociales y del entorno cuyos significados constituyen la identidad, las variedades de x grupo humano, la visión del mundo y de la vida del cual parten los hombres y dan sentido a su quehacer definiendo así su lugar en la historia.

Comunicación y cultura guardan estrecha vinculación, el contenido de toda comunicación no puede ser otro que una forma particular de ver y entender algo, es decir, un elemento o unidad de la cultura, pero al mismo tiempo, los hombres en el intercambio de mensajes son capaces de producir sentido inédito y original. En México, la lógica que prevalece en la comunicación social es la lógica de la información cuyos sistemas están estructurados y funcionan para la imposición del sentido, esta situación conduce a la larga a una paulatina homogeneización en las formas de pensar e interpretar la realidad y a la inhibi-



81482

081482

ción de la capacidad humana de producir nuevos significados. Conducen, en última instancia a la parálisis cultural y social los efectos de

- . Conversión y de persuasibilidad.- Elementos de cambio en las opiniones y creencias del público, se presentan sobre todo en aspectos consumistas y políticos al - tratar de guiar a los auditorios hacia objetivos predeterminados.
- . Evasión.- Cuando el espectador recurre a un medio de comunicación masiva para olvidar sus problemas cotidianos.
- . Frustración.- Sentimiento de insatisfacción, de fracaso que corresponde a la presencia de un obstáculo que impide la realización de algún deseo o necesidad ya sea de tipo material, social, psicológico o afectivo.
- . Manipulación.- Lo constituye el conjunto de factores psicológicos que empujan inconscientemente al hombre hacia una determinada reacción u objetivos prefijados, a través de sus deseos y capacidades.
- . Disfunción narcotizante.- Cuando los individuos se transforman en receptores pasivos de los mensajes, les - atañan o no, sin tomar conciencia de ello.
- . Excitación colectiva.- Cuando el estado de tensión entre el público está influido por la naturaleza del mensaje, así como por la frecuencia de la transmisión.
- . Conformismo.- Es la actitud provocada en un individuo o auditorio por la cual se somete a las pautas de un - grupo social o de un individuo.

. **Identificación.**- Es la tendencia a obtener o asimilar los rasgos distintivos de otro individuo, líder o grupo social.

Los medios de comunicación masiva como se observa, tratan de inducir a un público la adhesión de cierto número de creencias respecto de la vida y el destino humano, las cuales varios críticos las consideran nocivas y contienen básicamente los elementos frecuentes de:

Individualismo	Aventurismo	Providencialismo
Elitismo	Conservadurismo	Autoritarismo
Racismo	Conformismo	Romanticismo
Materialismo	Autoderrotismo	Agresividad

Formas que se definen de la manera siguiente:

Individualismo.- Es la creencia de que las necesidades y aspiraciones del individuo predominan sobre las de la comunidad de la cual él forma parte.

Elitismo.- Es la creencia de que el orden social natural requiere el predominio de unos pocos, mejor dotados que los demás.

Materialismo.- Cuya meta más importante es la adquisición de la riqueza, la acumulación de bienes materiales, el disfrute de servicios y el logro del bienestar en general.

Aventurismo.- Se piensa que el éxito en la vida del individuo está basado en la osadía, el oportunismo, la viveza y la rudeza, empleados para tomar ventaja sobre otros.

Conservadurismo.- Se cree que las estructuras sociales y económicas del capitalismo constituyen el único orden natural social deseable y como tal, debe permane-

cer indefinidamente inalterable para el bien de todos.

Conformismo.- El estado actual de la sociedad debe aceptarse con resignación debido a que, aunque no es justo para algunos, no se debería intentar cambiarlo puesto que está determinado por el destino y por lo tanto es inmutable.

Autoderrotismo.- Aparece cuando alguno de los miembros de los estratos sociales más bajos creen ser abismalmente inferiores a los de estratos superiores y que dicha inferioridad es irrevocable, por lo que son definitivamente perdedores.

Providencialismo.- Es la creencia de que los miembros no privilegiados de la sociedad no necesitan intentar superar sus desventajas por sí mismos ni por medio de una acción social solidaria, puesto que al final, fuerzas externas sobrenaturales intervendrán para hacerlas prodigiosa justicia y concederles felicidad.

Agresividad.- Se piensa que la violencia no es un recurso ilícito e indeseable para lograr éxito en la vida.

Autoritarismo.- Se estima que el comportamiento debe ser controlado verticalmente en el sentido de que los que no tienen poder deben obedecer de manera ciega a quienes lo detentan.

Romanticismo.- Aquí se supone que el amor constituye una solución mágica a los problemas socioeconómicos y culturales que afectan a muchas personas.

Hay otros factores que tienden a hacer de la comunicación masiva un medio más favorable al refuerzo que al cambio, uno es

el de grupos y las normas de los grupos a los cuales pertenece el miembro del auditorio. Otro, es la actividad de la influencia interpersonal. El tercero se refiere a los aspectos económicos de los medios de comunicación en las sociedades de libre empresa.

Los miembros del auditorio no se presentan ante el aparato de radio, televisión o ante la prensa en un estado de desnudez psicológica, se encuentran vestidos por predisposiciones existentes de los procesos selectivos y otros factores. Estos factores elevan la probabilidad de que la comunicación de masas actúe en interés de un cambio. Este proceso ocurre cuando un miembro del público está predispuesto hacia el cambio, cuando sus creencias, actitudes anteriores y su modo acostumbrado de comportarse no son satisfactorios psicológicamente y busca apoyo en lo que los medios de comunicación masiva le ofrezcan aún - cuando en gran proporción el material de los medios de masa se encuentran en un nivel estética e intelectualmente bajo. Ciertamente es que suministran música clásica, lecturas, dramatizaciones de grandes obras, programas de asuntos públicos y otros materiales de alto nivel, pero su frecuencia, horario y público sobre todo es reducido. En cambio la industria "cultural" y de entretenimiento elabora una mercancía de amplio consumo en los mensajes que envía, este tipo de cultura para las masas: el arte y la literatura comercial popular con sus logotipos, portadas de revistas, ilustraciones, anuncios comerciales, narrativa sensacionalista y pseudo refinada, las historietas, "estrellas" deportivas, cinematográficas, musicales; novelas y programas de la vida - "real", históricos y cívicos para la radio y televisión estatuizada de mayor alcance y porcentaje de receptores.

¿Pero por qué los medios son empleados eficazmente y en condiciones idóneas por las grandes empresas? Para contestar a

esta pregunta es necesario conocer la importancia de la propaganda, la cual para que sea eficaz debe cumplir las condiciones de monopolización, canalización de los valores básicos e integración por medio de contactos cara a cara.

- . Monopolización.- Esta condición se cumple cuando hay una escena y ninguna oposición para la publicación de valores, directrices o personajes, porque tendría que ser sistemática la discusión aclaratoria.
- . Canalización.- La publicidad se dirige hacia la canalización de esquemas de comportamiento y de actitudes preexistentes, establece el patrón mediante una situación psicológica.
- . Integración.- De contacto o cara a cara, diversos factores contribuyen a la creciente eficacia de esta acción conjunta de los medios y del contacto personal directo. Esto se hace evidente en las selecciones locales en donde los medios de masas confieren un status y el status del movimiento nacional se refleja sobre el status de las células locales, consolidando así las decisiones de sus miembros. En esta combinación interdependiente el organizado local proporciona un público al orador nacional y éste a su vez, convalida el status del organizador local. Ejemplo que se palpa en la candidatura oficialista.

La misma estructura de la industria cultural lejos de desarrollar una verdadera comunicación entre transmisor y receptor, como se ha recomendado, impone a éstos un verdadero sistema de información vertical, impositiva y autoritaria.

Las consecuencias sociales de esta comunicación informatizada viene a ser el aburrimiento y pasividad de las masas al presentar los medios masivos la realidad en forma estática, siempre igual a sí misma, provoca cierta seguridad en el individuo y no la incertidumbre que le produce saber que la sociedad no se rige en función de sus componentes sino del mercado capitalista. Para vencer el aburrimiento los propios medios de comunicación presentan la solución: ofrecer meras excitaciones para distraer no para romper el aburrimiento. Al final del proceso, el sentimiento de vacuidad, el sin sentido a la vida retorna más intenso en el individuo. No sabe que hacer consigo mismo ni con los demás, ha perdido el hábito de la comunicación repite las frases, los chistes, la moda en el vestir, asiste a los sitios de actualidad ordenado por la comunicación informatizante. Ha dejado de ser espontáneo, natural, porque no sabe de que hablar, y cuando habla repite fielmente los acontecimientos informados de manera superficial e intrascendente, no le encuentra sentido y llega a preferir no hablar de cosas ajenas: la política, la ciencia, el arte superior, etc. La vida diaria se petrifica igual que las palabras; los saludos son una fórmula vacía, el "mucho gusto" no dice nada a la mayor parte de la gente la gente a la que se trata no es un ser humano sino simplemente el maestro, el vendedor, el médico, el limpiavidrios, etc. Las personas que realizan comunicación con la industria cultural, tampoco se comunican entre ellas mismas, sus relaciones se reducen a la simple repetición de lo instituido por los medios masivos pero sin llegar a cuestionarlos, a criticarlos. Es una forma fácil de evasión, porque permanecen en la superficie del proceso, en un que me importa, pero que al fin de cuentas produce un aislamiento y gran soledad.

La incomunicación, rodea al hombre hoy en el siglo de la comunicación electrónica universal e instantánea y en consecuencia vive totalmente angustiada. Se ha saturado al mundo con una hiperinformación y sin embargo el hombre siente la necesidad de la comunicación fática que entre un hombre y otro se verifica.

Este aislamiento es patente en todos los ámbitos de la vida social actual. Existe incomunicación generacional hasta el punto en que los adultos y jóvenes hablan lenguajes distintos, aún en caso de usar los mismos términos, los significados ciertamente no lo son. Existe incomunicación entre las clases sociales, la alienación en la cual viven grandes masas de población es una de las formas más notorias de la incomunicación social. Existe incomunicación en el hogar, no sólo entre padres e hijos sino incluso entre los mismos esposos. En la escuela el maestro y el alumno viven separados por una barrera infranqueable hasta el momento: el maestro es quien sabe todo y el alumno el que todo lo ignora y se le trata en consecuencia, además se aplica la pedagogía tradicional para dar la relación de dependencia.

Existe profunda incomunicación entre gobernante y gobernados, enmascarada -lo que constituye un peligro- con formas democráticas que no soportan el más mínimo estudio vivencial. Con lo anterior se puede generalizar que existe incomunicación social de parte de los que basándose en el poder tratan de mantener la situación privilegiada y que por tanto hacen de ella una rutina y repetición. Nada nuevo tienen que comunicar a no ser una agresiva defensiva, eco fiel de su finalidad.

Una influencia personal con frecuencia se ejerce inesperadamente como tema importante y si es flexible permite la respuesta inmediata y de retroalimentación instantánea. Una persona a diferencia del medio de masas, es capaz de presentar razo

namientos y argumentos de pertinencia inmediata al que escucha. Finalmente cuando alguno cede a la influencia personal de otro para tomar una decisión, la recompensa es aprobación es inmediata y personal. Para lo anterior se busca personas que son consultadas en una gran variedad de asuntos y se les llama líderes de opinión, las particularidades que los caracterizan son:

- . Tener interés en el tema en cuestión y ciertas características sociales.
- . Ser personas accesibles y de tendencia gregaria y conocer a las personas interesadas en el tema.
- . Tener contacto con la información apropiada proveniente del exterior de su círculo inmediato.
- . Estar particularmente bajo la influencia de los medios apropiados a la esfera que encabeza.

Y el perfil deseado en un líder es:

- . Libre de complejos de infalibilidad.
- . Estimula el pensamiento creador.
- . Contagia entusiasmo por las metas comunitarias.
- . Une voluntades.
- . Libera las energías latentes en los integrantes del grupo.
- . Busca sinceramente la opinión de todos para remodelar la suya propia.
- . Crece, se perfecciona y crea junto con el grupo.
- . Confía en el grupo y a menudo lo encuentra más capaz y más sa-
bio que él mismo.
- . Facilita las relaciones interpersonales.
- . Suscita confianza y alegría en el trabajo.
- . Tiende a apoyar las iniciativas sinceras y bien intencionadas.
- . Aporta el 50 % de cerebro y 50 % de corazón.
- . Acepta el clima ultrademocrático y antiautoritario que respi-

ra el grupo, todo lo contrario de las poses y alardes.

- Cumplir las tareas específicas: eficiencia y eficacia de la organización y sobre todo satisfacer las necesidades del grupo.

Cuando un líder toma en cuenta al grupo, el grupo paralelamente parece poseer el sentido de su propia dirección e intuye lo que mejor le conviene. La tendencia natural del individuo - que ve respetada su personalidad, que puede moverse con independencia y autonomía, se comporta en forma madura y tiende a ejercitarse y afirmarse creativamente en ese medio que responde a sus intereses vitales. Por lo anterior se concluye que un mínimo de organización que respeta el método y el carácter de cada uno, libera las capacidades individuales mucho mejor que una super organización que pretende reglamentar hasta los mínimos detalles.

El liderazgo centrado en el grupo es más enriquecedor que cualquier forma de dictadura, pero no debe perderse de vista que el clima de opinión que prevalece en los grupos está influenciado por los medios de comunicación masiva de una forma directa o indirecta y esto repercute en los roles que se juegan y en las actividades que se desempeñan, pero sobre todo en las actitudes que se adoptan, las cuales pueden ser:

- Positivas.- Cuando armonizan, alientan, aclaran, inician, informan, ejecutan, alegan, etc.
- Negativas.- Cuando dominan, bloquean, agreden, desertan, inventan situaciones desagradables, desconfían, complican, acaparan, etc.

De la observación de lo que acontece en un grupo o equipo podemos identificar algunos personajes frecuentes y fácilmente localizables:

- El infalible.- Tiene siempre la razón, no escucha, es víctima de mecanismos de formación reactiva, su dogmatismo intenta compensar su inseguridad, su aridez y su íntima y secreta persuasión de que no tiene nada valioso que ofrecer a los demás.
- El fanfarrón.- Trata de convencer y convencerse de sus logros, éxitos, habilidades que muy en fondo siente no poseer.
- El competidor.- Ve rivales, retos y desafíos dondequiera. Aprovecha todas las coyunturas para demostrar su propio valor.
- El conformista.- Para él todo está bien y no hay r paro en seguir a la mayoría. No arriesga nada.
- El perfecto.- Nadie le puede dar gusto, es crítico y severo, exige un mundo cortado a la medida.
- El sentimental.- Navega con la etiqueta "manéjese con cuidado" con su hipersensibilidad implora se le trate como niño pequeño.
- El hablador.- Sufre de verborrea crónica, es confuso y dice tanto que no es posible entenderle.
- El diferente.- Tiene la manía de singularizarse.
- El mártir.- Es el redentor que carga con las culpas ajenas.
- El mesías.- Aspira a grandes empresas de liberación de la masa anónima e indigente.
- El fanático.- En ciertos terrenos todo lo ve en clave de polémica.

Todos estos roles enmascaran y distorsionan la verdad acerca de lo que los sujetos más y mejor podrían y deberían comunicar de su propia personalidad. Y como todo grupo es un organismo con inevitables interacciones, cada rol positivo o negativo

repercute en los demás miembros. El grupo es el espejo en el que se puede ver desde ángulos diversos y bajo luces distintas el propio actuar. Es el contexto del grupo donde el hombre madura su autoconcepto. El grupo es el catalizador que debilita las defensas y estimula a salir del caparazón; pensar en común es paradójicamente un magnífico ejercicio y el sentirse aceptado es un estímulo de crecimiento y de superación.

El dar ayuda a los demás, el sentir como una presencia - propicia el crecimiento y la maduración de otras personas, constituye una experiencia de alto valor terapéutico que a la larga hace que la personalidad adquiera matices de gran riqueza. Pero, ¿Qué es la personalidad? para la psicología es "la síntesis de todas las características biopsicosociales de un individuo humano" (13) es esta síntesis lo que nos hace únicos e irrepetibles. La capacidad de autodeterminación y las decisiones - que cada quien toma, fruto del libre albedrío es otra componente de una personalidad.

Las teorías humanísticas de la personalidad destacan la - tendencia humana hacia la superación y el cumplimiento del yo o la realización del yo.

Maslow designa el desarrollo del potencial máximo del individuo con todas las partes de la personalidad trabajando juntas y armoniosamente. Cree que dentro del yo hay una fuerza impulsora hacia su realización.

El yo ha llegado a tener dos significados diferentes, en ciertos casos se define como un sistema de actitudes y sentimientos que tiene un individuo sobre sí mismo, en otros el yo

13) MAURO, Rodríguez. Psicología.
Pax-México México 1985 pág. 22

es definido como el grupo de procesos psicológicos que rigen la conducta y el ajuste, es decir, que la persona es un proceso— más que un producto, es una realidad en constante acción y reacción con respecto al medio ambiente, siempre variable y siempre cambiante; es anclaje parcial en el pasado, pero también abertura constante a las perspectivas del futuro.

Es posible captar una personalidad en un momento dado, de este modo se elaboran perfiles psicológicos de las personas y suelen constar de una serie de rasgos que determinan que sean:

inactivo	o	activo
rígido		flexible
misántropo		amigable
avaro		dadivoso
conformista		ambicioso
tímido		audaz
crédulo		astuto
sumiso		dominante
duro		comprensivo
introvertido		extrovertido
hipócrita		franco
egoísta		altruista
inseguro		seguro de sí
inconstante		tenaz
intransigente		tolerante
perezoso		trabajador
apático		sensible
impaciente		paciente
pesimista		optimista
enfermizo		sano
lento o torpe		ágil

Cuando se observa una personalidad de inmediato surge la duda si se le conoce, y es cierto, se debe conocer y reconocer cada aspecto del yo:

- . Lo que somos -el yo real-.
- . Lo que creemos ser -el yo consciente-.
- . Lo que los demás creen que somos -el yo social-.
- . Lo que quisiéramos ser -el yo ideal-.

La coincidencia perfecta de los tres primeros brindará salud y equilibrio mental en uno.

La falla de uno de ellos será fuente y fruto de tensiones, desequilibrios y neurosis, semejante impacto tiene este estado de cosas en la educación y comunicación, que repercutirá necesariamente en una inadaptación.

Con lo anterior se observa que los efectos socioculturales de la comunicación engloban tanto al ser individual como grupal y que la seguridad física, emocional, conductual y cognoscitiva brindada por la educación, dependerá del tomar las medidas necesarias para contrarrestar estos efectos nocivos.

VII. PROPUESTA DE ACCION EN LA COMUNICACION EDUCATIVA

Sin la comunicación, que significa proximidad, encuentro, intercambio, expectativa de acuerdo o desacuerdo, no puede haber democracia. La comunicación presenta en sus más serias deformaciones las carencias educativas, de vestigios de autoritarismo y centralismo, de conductas ineptas o deshonestas.

Crear una comunicación democrática, auténticamente al servicio de la democracia, es tarea delicada y urgente que deben realizar el gobierno y toda sociedad civil. (14)

El propósito de la educación es lograr la comprensión de la vida: lo que se comprende se acepta, lo que no se entiende se rechaza. La educación es desarrollo de habilidades pero también de responsabilidades. El maestro, el educador -se insiste- requiere ser buen comunicador. Al comunicar tomará en cuenta varios factores tales como edad, intereses, educación, el desarrollo del niño, la comunicación y todo lo referente a ella, etc. sólo así podrá hablar en un sentido de realidad, claridad y objetividad.

Educar a los perceptores es vital para que tengan capacidad de actuar como tal a partir de que comiencen a destruir el desconocimiento de los códigos para descifrar los contenidos, así como la explicación cultural, económica, política de los fenómenos sociales, es decir, acabar con el analfabetismo de los códigos de la comunicación masiva.

14) MIGUEL, De la Madrid. Cien tesis sobre México.
Grijalbo México 1982 pág. 34

Además de que se utilicen los medios de comunicación masiva a través del tiempo fiscal que tiene el Estado para la transmisión de contenidos formativos que eduquen a los perceptores para el consumo analítico y crítico de los mensajes que circulan en estos medios de comunicación, se podría abrir un canal en donde los profesores puedan tener contacto con un programa que sirva para entender y proponer cuestiones de esta materia que poco se ha hecho sobre ella. Comunicar debe ser el derecho de todos y no privilegio de unos pocos, este enunciado es aplicable a nuestra acción, pues sin la participación magisterial no hay comunicación sustentada. La identidad nacional sólo se logra con esta participación, debiendo tener como guía el deseo de querer comunicar con quienes es preciso y aceptar su mensaje por lo que habrá éxito si hay reconocimiento a esas nuevas formas, a esas estructuras de la realidad de las mayorías, sin que detenga el no entender por no tener el antecedente inmediato o la no explicación por quienes tienen el poder. La comunicación no tiene sentido más que en términos de integración humana, de poner en constante contacto al hombre con el hombre.

De esto surge la propuesta dirigida a los maestros de los diferentes niveles: de percatarse de la importancia del papel como educador-comunicador dentro del plantel escolar y como multiplicador con los padres de familia para hacer comprender la importancia de la comunicación y su revaloración para integrar la familia, con los jóvenes hacer que distingan entre comunicación masiva y comunicación intra e interpersonal como apoyo de su desenvolvimiento personal en los diferentes niveles en que se encuentre, logrando con ello una persona segura de sí misma al no olvidar decir ¡yo soy yo!

De poder escoger un verbo que describa mejor la tarea de

un padre de familia, de un maestro o gobernante sería el verbo cambiar, aunque hay muchos verbos igualmente importantes tales como cuidar, enseñar, orientar, guiar, servir u otros, sin embargo aún estos verbos apuntan hacia un cambio.

Cambiar significa "dar, tomar o poner una cosa por otra//mudar, variar" (15) Por eso la meta principal de la comunicación es la persuasión de llevar a los demás a analizar un punto de vista, es compartir un mensaje con otras personas y este mensaje involucra un concepto, una relación, una habilidad, un cambio o una actitud en el conocimiento, en la comprensión al distinguir una cosa de otra, y en asumir una participación consciente hacia el logro de beneficios del grupo en el cual se está inmerso.

No hay que olvidar que el hombre como ser eminentemente social no vive solo ni aislado sino que convive con otros hombres de esta convivencia social nace, precisamente, la necesidad que tienen los seres humanos de comunicarse entre sí. En la comunicación como proceso, entendiéndose éste como una continua modificación a través del tiempo, se consideran los acontecimientos y las relaciones dinámicas, es el fenómeno de transmisión de ideas, actividades y experiencias de una persona a otras. La comunicación es tan vieja como el hombre mismo; a su capacidad de comunicarse, a su habilidad para transformar las ideas para su propio bien, ha logrado grandes avances en la ciencia que ha permitido la aparición de nuevos y complejos medios de comunicación. Del uso de esta comunicación dependerá la reafirmación de una buena comunicación. Comunicarse con efectividad es una técnica, la cual es aplicable a todos los métodos de trabajo, en las relaciones humanas de todo tipo, por lo que no puede dejar de interesar para conocerla.

Para efectuar buena comunicación es preciso seguir algunos principios generales y apelar a ciertos métodos simples pero se guros que garanticen una manifestación clara de lo que uno quie re expresar.

Quien desee alcanzar eficiencia y eficacia en su programa de comunicación debe plantear y hacer del planteamiento un hábito, ya que planear es pensar antes de actuar, y un plano no es sino un diseño, un esquema de lo pensado en base a los datos imprescindibles siguientes:

- ¿Qué se va a comunicar?
- ¿A quién se le va a comunicar?
- ¿Cómo se le va a comunicar?
- ¿Para qué se le va a comunicar?

Dar respuesta a esas preguntas, antes de producir cualquier comunicación equivale a tomar en cuenta:

- 1) La determinación del tema.
- 2) Definir el público.
- 3) Escoger medios y métodos.
- 4) Fijar objetivos.

La comunicación de dos vías entre los miembros de un grupo social será eficaz en la medida en que domine:

- La comunicación semántica.- Se da cuando cada persona, al relacionarse con otra procura comprender sus puntos de vista y de interés común, así como de la motivación de persona antes de hacer énfasis en sus propias ideas.
- La comunicación administrativa.- Es la que da cuenta de los acuerdos a los cuales llegaron previamente los integrantes

15) Aristos. Diccionario ilustrado de la lengua española.
Ramón Sopena Barcelona 1984 pág. 117

del equipo, grupo o empresa: responsabilidad, condiciones, decisiones, organización, objetivos, etc.

El rendimiento de cada persona va en relación al interés que tenga por el grupo y sus objetivos, sea grupo escolar, escuela, institución, etc. A esto debe poner especial cuidado el educador-comunicador.

Por ello, la propuesta de acción en la comunicación educativa y su realización en el ámbito laboral docente se basa en el conocimiento de alternativas que ofrece la Universidad Pedagógica Nacional para titularse, de ellas se eligió la opción de Informe de Conferencias y proyectar así la inquietud que se tiene respecto al tema de comunicación. Esto implica estar consciente de la trascendencia de lo que se dice, el para qué se dice, y el cómo se dice; al mismo tiempo como el tema seleccionado es de comunicación y eso implica proceso, dinamismo, movimiento, es por tanto necesario iniciar ciertos proyectos, presentarlos para su aprobación en una exposición abierta, franca y respetuosa a fin de que sean aceptados.

Cada proyecto toma en cuenta al auditorio a quien va dirigido el tema: edad, instrucción, situación económica, ocupación interés, probables centros de entretenimiento, necesidad y - otras. Además busca cumplir responsablemente al cubrir la mayoría de las expectativas que presenta el auditorio en el transcurso de la exposición y del debate, tratando que se den en armonía y equilibrio. Lo importante de esta acción es el motivar a los diferentes auditorios a revalorar la comunicación, que se busque el rompimiento de barreras mentales, afectivas y físicas al tratar de hacer sentir que el poder expresar los sentimientos es un gran lujo que no debe escatimarse. Remarcar que a pesar de estar en una era prolija de medios de comunicación, la

mayor parte de las veces el hombre se encuentra incomunicado. Esto lleva a pensar y reflexionar sobre el papel del maestro comunicador -que no se ha cumplido a lo largo de muchos años- que ha caído en el error o confusión al pensar que comunicar es sólo informar, principalmente áreas exclusivas como Español y Matemáticas, olvidando que la educación es integral y formativa y que parte del conocimiento del desarrollo del escolar con el que vamos a trabajar.

Analizando sucesos de la vida laboral, se concluye que tanto en adultos, jóvenes y niños hay miedo al rechazo, inseguridad de lo que no se conoce, de lo que ni siquiera se ha intentado hacer o lo que es más grave: de lo que ya se conoce; parte de esa postura es el reflejo de la educación recibida en el seno de la familia, de la escuela y del medio. La incomunicación individual está latente, en algún momento, en el maestro, en los padres y en los mismos escolares y una posible solución es la realización de pláticas, conferencias, visitas que traten todo lo relacionado con la comunicación en todos los niveles, aplicando diversas técnicas de dinámicas grupales en la realización de talleres posteriores a la conferencia a fin de reforzar los contenidos básicos de cada conferencia, plática o visita.

En cada conferencia se ha de resaltar que cada grupo humano, como organización, necesita metas claras y comunicables, - recursos adecuados, personas motivadas y una buena comunicación ya que si los objetivos del grupo son comprendidos y aceptados por todo el grupo y si se tienen los recursos para alcanzar - esos objetivos, entonces lo único que esperará cada elemento del grupo será información; pero una información que revalore el proceso comunicativo y por ende logre una mejor relación personal y social.

Como la comunicación es una actividad muy difícil en una organización y es fácil olvidar que impartir información es comunicar, no es posible pensar que a pesar de tener todos los participantes información completa de la comunicación, vean las cosas de "igual" manera. Esto se dará interiormente primero, - después exteriormente en un lapso determinado por el propio deseo de cambiar.

De ahí la responsabilidad que se mencionaba antes, hacer que el auditorio se apropie de la idea de que la comunicación principia cuando una idea o mensaje se forma en la mente del perceptor, que su radar humano recopila datos de todo lo que le rodea, de lo que se le dice, de la situación dentro de la cual se le dice, de su experiencia pasada, de cómo se siente ese día o del concepto que tiene de su imagen y que al asignarle significado al contenido, al comprenderlo, el reaccione repitiendo el proceso, cuantas veces sea necesario.

¿Cómo destrabar la comunicación cuando no sigue en forma natural el proceso? Se recuerda que la organización al definir objetivos claros, realizables y comunicables, construye puentes que analizan primero si los objetivos son reales y precisos, - pues se tiene menos posibilidad de llevarlos a cabo si los propósitos son vagos. Segundo, hablar juntos sobre de lo que hay que hacer es una buena manera de reducir las áreas de mal entendidos, al indicar las decisiones que se necesitan, problemas que se preveen y hacer una evaluación.

Es importantísimo hacer notar y sentir al auditorio que la sangre vital de una organización está en sus miembros, quienes necesitan información, educación, motivación, aprender cómo es escuchar mejor y descubrir cómo los que están escuchando lo hacen, por eso mismo, como parte medular debe buscar construir el cono

cimiento y aclarar el entendimiento.

La eficacia de la comunicación mediante conferencias es saber cuándo expresarse, seleccionar el tema y vocabulario de acuerdo a los perceptores, hablar con calma y decir realmente lo que se piensa, se siente y desea lograr.

Para concretar las explicaciones teóricas del tema de Comunicación se utilizan como auxiliares la televisión, la radio, el proyector, revistas y periódicos o el rotafolio. De los mencionados se remarca el valor del rotafolio por ser una ayuda visual que se asemeja a un album, se utiliza como presentador al dar objetividad y producir interés sobre lo que se tiene - que comunicar.

Las ventajas que ofrece son: facilidad en el manejo, se elabora con unas cuantas hojas, comprende conceptos, elementos, niveles, medios y evaluación.

Pero para obtener mejor provecho se hace lo siguiente:

- . Se escoge el asunto de acuerdo al auditorio y las circunstancias.
- . Se toma en cuenta el medio ambiente de las personas, sus posibles necesidades e intereses.
- . Se toma en cuenta el lugar donde se dictará la conferencia.
- . Se escoge la idea principal y las ideas secundarias, se orde-
nan.
- . Se prepara la forma de abordar el tema y cómo se presentará al auditorio, esto incluye el explicar el objetivo y la impor-
tancia del tema, se desarrollan los argumentos en favor y en
contra. Se selecciona el método narrativo, descriptivo y expositivo para ser o tratar de ser convincente al construir ejemplos vivos basados en la experiencia y al mismo tiempo pro-
veer de información para describir el problema y la manera de

resolverlo.

En la preparación del material se hacen los bosquejos de las ilustraciones, destacando aquellos puntos que se deseen dejar impresos en la mente del auditorio. Los dibujos son grandes para ser observados de lejos y se perciba el mensaje, sugieren acción mediante la caricatura y líneas.

El uso de oraciones va de acuerdo a lo destacado, preferentemente se utilizan oraciones cortas.

Durante el proceso de exposición se parte de la actitud manifiesta de los escuchas, para romper situaciones tensas se recurre al saludo personal, a la sonrisa, a preguntar por la salud, posteriormente se dice el objetivo de la conferencia haciendo la introducción con un pensamiento para reflexionar y derivar el desarrollo del tema.

En forma sistemática se usa el lenguaje coloquial, se resumen los puntos principales, se invita al auditorio a practicar el contenido del mensaje dándoles explicaciones para hacerlo, finalmente se invita a participar en el debate y taller. Si surgen preguntas, se debe estar seguro de contestar, de no poder -lo cual no es recomendable- se admite y quizá otro participante diga la respuesta. Se reparten unas hojas de evaluación para constatar los aciertos y mejorar las fallas en otras oportunidades.

Esta actividad es comparable con el quehacer docente cotidiano que también utiliza diversos medios para fortalecer la comunicación a fin de obtener plena ventaja de ella porque depende del conocimiento, habilidad e ingenio propio del docente, que la calidad del proceso educativo se eleve.

CONCLUSIONES

En cualquier situación humana, interviene la comunicación que implica la emisión de un mensaje por parte de alguien y la recepción y percepción de ese mensaje por parte de otro a fin de transmitir ideas, pensamientos y sentimientos.

La comunicación es el proceso de realización de actividades y actitudes para obtener y conservar la cooperación y la confianza de los integrantes de un grupo al establecer una buena correspondencia de trato entre sí.

Para la comunicación existe un propósito y una respuesta por producirse, el comunicador desea lograr por parte del receptor una interpretación precisa y absoluta del mensaje.

Es a partir de la praxis social que surgen mensajes que van vinculados al propósito de modificar en algún sentido la realidad del individuo.

La comunicación como ciencia social tiene el propósito de facilitar la solución a los problemas que surgen del trato de una persona con otra u otras y de encontrar alternativas de orden psicológico, sociológico o pedagógico que auxilien al hecho educativo.

La comunicación como parte del proceso enseñanza-aprendizaje articula la interrelación de los elementos a fin de elevar la calidad de los fenómenos educativos, la cual provendrá de esfuerzos individuales, grupales e institucionales y, sobre todo, de una clara conciencia de que la comunicación educativa promueve la transformación de quienes se comunican.

CONSIDERACIONES

Los temas presentados de ninguna manera agotan los problemas y las posibilidades de la Comunicación, pero resultan indispensables cuando se trata trabajar a partir de ese ámbito. Buena parte de los fracasos a los que se alude (mal empleo de los medios, incapacidad de actuar en el seno de las comunidades etc.) proviene del desconocimiento de los elementos esenciales de un proceso de comunicación educativa.

La intención ha sido, simplemente mostrar algunos problemas y posibilidades de solución a fin de orientar la discusión y la investigación. Existe, por supuesto una amplia bibliografía y también no poca desinformación. Una manera de comenzar a solucionar la cuestión es mediante el conocimiento de sus implicaciones, lo cual conlleva un esfuerzo teórico indispensable para conducir la práctica, ¡A ESTO ESTA INVITADO EL EDUCADOR;

BIBLIOGRAFIA

- AVILA, Raúl. La lengua y los hablantes.
Edit. Trillas México 1979 135 p.
- CORTES ROCHA, Carmen. La escuela y los medios de comunicación masiva. Edit. El caballito México 1986 159 p.
- CORRIPIO, Fernando. Gran diccionario de sinónimos. 3 ed.
Edit. Bruguera España 1979 1128 p.
- DE MORAGAS SPA, Miguel. Teorías de la comunicación. 2 ed.
Edit. Gustavo Gili España 1984 (c 1981) (colección GG MASS MEDIA) 361 p.
- ECO, Humberto. Las nuevas formas expresivas.
Cuadernos de Comunicación No. 23 México 1977 50 p.
- GOMEZJARA, Francisco. Sociología. 8 ed.
Edit. Porrúa México 1986 472 p.
- GONZALEZ, Alonso Carlos. Principios básicos de la Comunicación.
Edit. Trillas México 1986 96 p.
- GUAJARDO, Horacio. Teoría de la comunicación social. 4 ed.
Edit. Gernika México 1986 159 p.
- MUNGUIA ZATARAIN, Irma y José Salcedo Aquino. Técnicas de investigación documental. Edit. UPN México 1980 234 p.
- PAUVLO TENORIO, Jesús. Más allá del medio y el mensaje.
Edit. Contraste México 1985 118 p.
- SCHRAMM, Wilbur. La ciencia de la comunicación humana. 5 ed.
Edit. Roble México 1985 118 p.
- WHITTAKER, James. Psicología. 3 ed.
Edit. Interamericana México 1977 (c 1977) 816 p.

GLOSARIO

- ABSTRACCION:** Proceso mental que permite separar conceptualmente algo, reduciéndolo a categorías mentales.
- ACUIDAD:** Capacidad de distinguir las impresiones sensoriales en el espacio y en la dirección.
- ADAPTACION:** Cualquier cambio en un organismo, ya sea en su forma, ya en sus funciones que lo hace más capaz de conservar la vida o perpetuar su especie.
- ALIENACION:** Es un proceso mental a través del cual se desposee de cierto número de elementos de su libertad para adecuarse a determinados mecanismos sociales.
- BIT:** Cantidad de información necesaria para escoger una entre dos alternativas con las dos probabilidades de ser seleccionadas.
- CODIFICACION:** Operación por medio de la cual el emisor, a partir de una idea del mensaje, elabora y ordena.
- CODIGO:** Conjunto de reglas o normas que fijan el funcionamiento del lenguaje o sistema de comunicación,
- ESTEREOTIPO:** Término que designa a las imágenes que cada individuo modela de sí mismo, de las referencias obtenidas acerca de un determinado objeto material o mental.
- MANIPULACION:** Efecto o consecuencia aplicado sobre la masa del público.

EPISTEMOLOGIA

Rama de la filosofía que estudia la naturaleza y validez del conocimiento.

PERCEPCION

Proceso mental que permite al organismo del ser humano extraer de su ambiente elementos utilizables en forma universal para elaborar o adaptar conductas.

SUBLIMINAL

Se refiere a un proceso sensorial situado por debajo del umbral de la percepción por el que el individuo, como receptor de este tipo de mensajes, se ve influenciado sin que exista una percepción consciente de parte de él.

A

N

E

X

O

S

ANEXOS

Cada Conferencia comprende:

- ≡ Temario.
- ≡ Lugar en donde se desarrolla.
- ≡ Día.
- ≡ Hora.
- ≡ Pensamiento.
- ≡ Objetivo.
- ≡ Tipo de perceptor.
- ≡ Rotafolio.
- ≡ Material gráfico.
- ≡ Certificación de cada conferencia.

CONFERENCIAS

ANEXO No.	Pág.
1. COMUNICACION SOCIAL	I
2. TELEVISION EDUCATIVA	III
3. COMUNICACION FAMILIAR	VIII
4. COMUNICACION EDUCATIVA	XIII
5. COMUNICACION... MAS ALLA DE LA INFORMACION	XIX
6. CAMBIO... CON LA COMUNICACION	XXIV
7. COMUNICACION ESPECIAL	XXIX
MATERIAL DE APOYO	
8. PERIODICOS Y REVISTAS VARIAS	XXXV
9. HOJA DE EVALUACION	XXXVI

COMUNICACION SOCIAL

- LA COMUNICACION
- LA COMUNICACION SOCIAL Y EDUCATIVA
- LOS EFECTOS SOCIALES DE LA COMUNICACION DE MASAS
- LA PERSONALIDAD COMO FACTOR EN LA SUSCEPTIBILIDAD A LA PERSUACION
- DEBATE

CONFERENCISTA: Profra. Pola Guadalupe Cruz Castillo.

LUGAR: Sala de Idiomas de la Unidad Azcapotzalco de la
Universidad Autónoma Metropolitana.

DIA: 18 de junio de 1987

HORA: 11 Horas.

OBJETIVO: Valorar la comunicación educativa
como medio para mejorar las relaciones humanas.

DIRIGIDA A estudiantes de la Institución, a personas
relacionadas con actividades docentes.



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA-AZCAPOTZALCO
DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE HUMANIDADES

OTORGA LA PRESENTE

C O N S T A N C I A

A POLA GUADALUPE CRUZ CASTILLO

Por haber ASISTIDO AL CURSO "SEMINARIO DE COMUNICACION SOCIAL" como ponente el día 18 de Junio.

Evento que tuvo lugar en LA UNIDAD AZCAPOTZALCO
los días 28 DE MAYO, 4, 11, 18 Y 25 DE JUNIO DE 1987.
con una duración de 10 HORAS.

México, D. F., a 25 de JUNIO de 1987.

"CASA ABIERTA AL TIEMPO"

MTRA. MA. LUISA FIGUEROA G.
JEFE DEL DEPARTAMENTO DE
HUMANIDADES.

TELEVISION EDUCATIVA

... la educación es comunicación,
es diálogo en la medida en que
no es transferencia del saber,
sino un encuentro de sujetos
interlocutores...

Paulo Freire

OBJETIVO: Analizar críticamente el proceso de la Comunicación en la Televisión Educativa para revalorar el concepto.

PARTICIPANTES: Alumnos de la Licenciatura de Ciencia de la Comunicación e invitados de otras Licenciaturas.

TELEVISION EDUCATIVA

- LA COMUNICACION
- LA COMUNICACION SOCIAL
- OBJETIVOS DE LA UNIDAD DE APOYO A LA EDUCACION PRIMARIA
POR TELEVISION
- TELEVISION EDUCATIVA
- ELEMENTOS DE LA COMUNICACION
- EL LENGUAJE
 - . SIGNIFICADO
 - . TIPOS
 - . FUNCIONES
- APRENDIZAJE
 - . AREAS DEL CONOCIMIENTO
 - . AREAS DEL APRENDIZAJE
- DEBATE

CONFERENCISTA: Profra. Pola Gpe. Cruz Castillo.

LUGAR: Auditorio de la Universidad del Valle de México.

DIA: Viernes 10 de junio de 1988.

HORA: 9 Horas.

UNIDAD DE APOYO A LA EDUCACION PRIMARIA POR TELEVISION

CANAL II



OBJETIVOS { CANAL II
UNIDAD

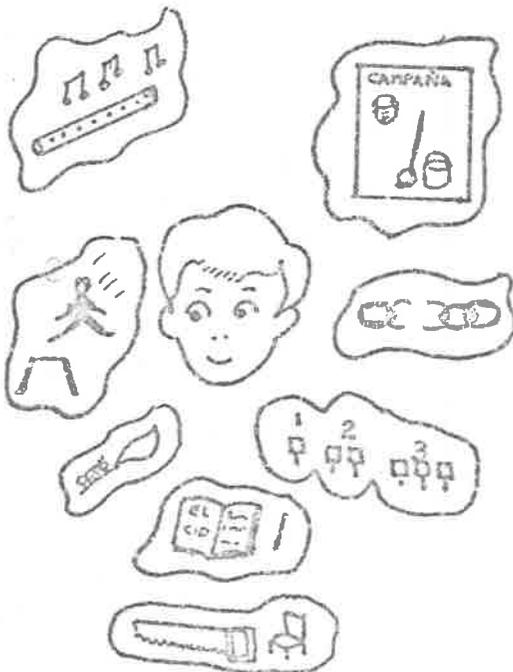
TELEVISION EDUCATIVA

- COMUNICACION
- APRENDIZAJE
- REALIDAD ESCOLAR
- RECURSOS
- EQUIPO PROFESORES
- PERCEPTORES : A. P. M.

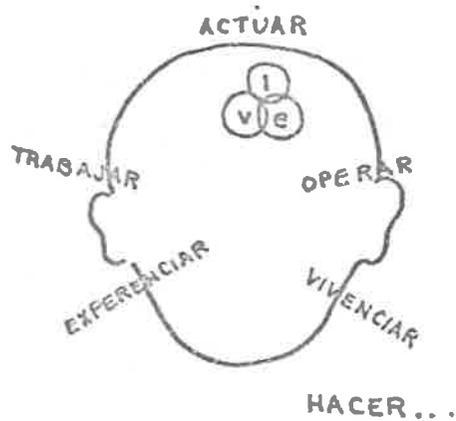
AREAS
DEL
CONOCIMIENTO { PEDAGOGICO
PSICOLOGICO
HISTORICO-SOCIAL
INVESTIGACION



AREAS DEL APRENDIZAJE



Respuesta del hombre.



- Ⓘ INTELECTIVO
- Ⓥ VOLITIVO
- Ⓔ EMOTIVO

APRENDER FORMATIVO



PENSAR
VERDADERO

SENTIR
POSITIVO

HACER
VOLUNTARIO
Y CREATIVO

Si me tocas suave y
dulcemente,
si me miras y me sonries,
si me escuchas unas veces
antes de hablar tú,
¡yo creceré, creceré de verdad!

La educación es comunicación,
es diálogo en la medida en que
no es transferencia del saber
sino encuentro de sujetos
interlocutores.

Paulo Freire

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE MEXICO

Otorga el presente

AGRADECIMIENTO

a

POLA GUADALUPE CRUZ CASTILLO

Por su valiosa participación en
la Conferencia denominada...

" LA SEMANA DE LA TELEVISION EN U.V.M. "

México, D.F. a 10. de JUNIO de 1988



LIC. ROMED ESCOBAR MONTOYA,
Director General

3.
COMUNICACION FAMILIAR

- + LA INCOMUNICACION
- + COMUNICACION FAMILIAR
- + EFECTOS DE LA COMUNICACION MASIVA
- + COMUNICACION / COMUNICACION SOCIAL
- + ELEMENTOS DE LA COMUNICACION
- + FUNCIONES DE LA COMUNICACION
- + DEBATE

CONFERENCISTA: Profra. Pola Gpe. Cruz Castillo

LUGAR: Auditorio de la Escuela Secundaria Diurna No. 89
"República de Ecuador"

DIA: Viernes 1 de Julio de 1988

HORA: 16 Horas
18 Horas

Recibido
2/7/88
1988
Prof. Nicolás...



SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA
 BIDEA. SPAL. D. ...
 ESCUELA SECUNDARIA DIURNA No. 89
 "REPUBLICA DE ECUADOR"
 E61-89

COMUNICACION FAMILIAR

El signo característico de nuestra época es, sin lugar a dudas, la soledad, la inmensa soledad que nace en el hombre al saberse y sentirse solo -dentro de la multitud y el vocerío-... La soledad encierra dentro de sí una ansia de muerte -la angustia- y un deseo irresistible de vida, el amor. Mas lo trágico de nuestra época "edad de los hombres solos" es la negación del amor...

Pablo Neruda

OBJETIVO: Reconocer el valor de la Comunicación, del conocimiento mutuo y del espacio para expresarse.

DIRIGIDO A padres de familia y alumnos de Tercer Grado de Educación Media.

Comunicación
Familiar

INCOMUNICACION

Tengo que...
Deseo...



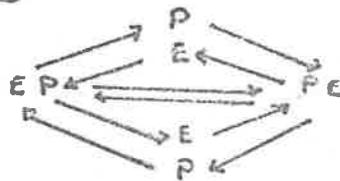
Pero...
¿Con quién?

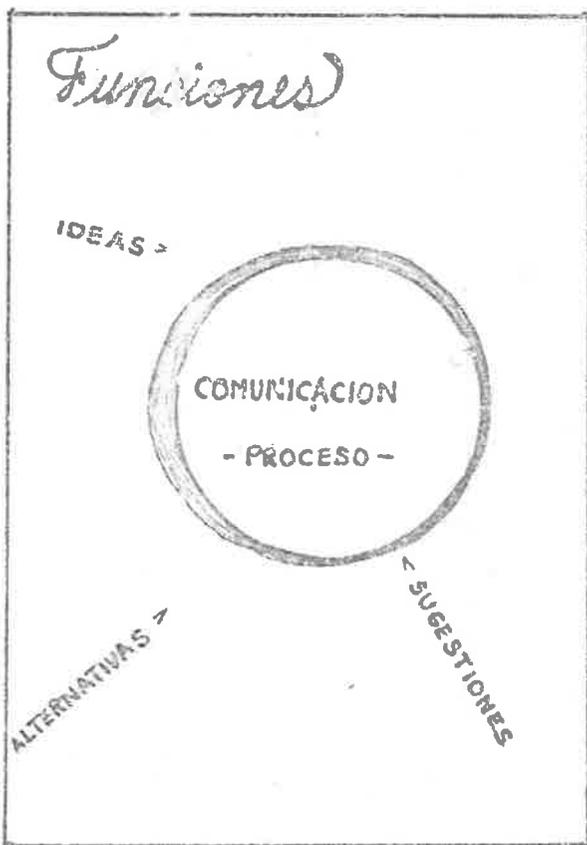
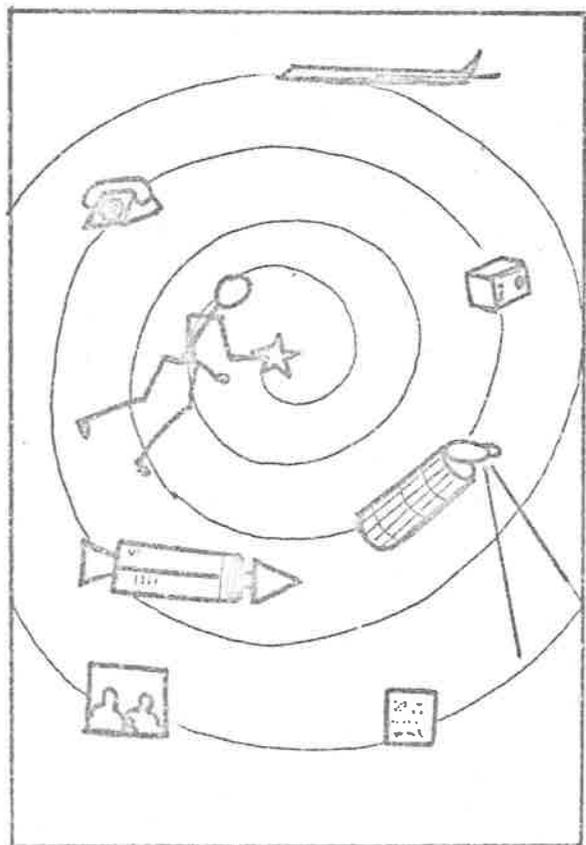
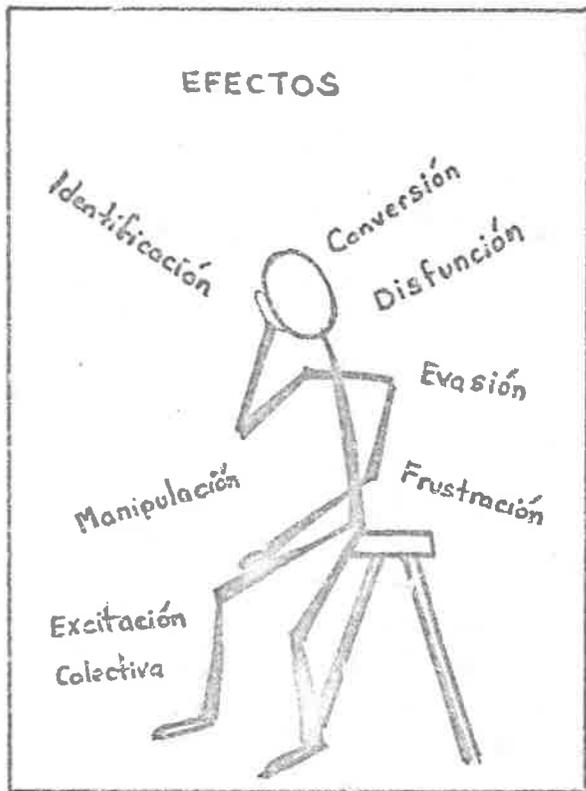
EXPERIENCIA

SEGURIDAD

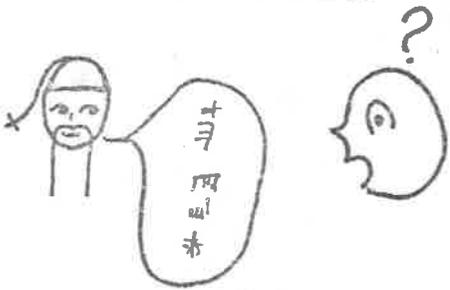


AFECTO





Elementos



"El signo característico de nuestra época es, sin lugar a dudas la soledad. la inmensa soledad que nace en el hombre al saberse y sentirse solo dentro de la multitud y el vocerío.

La soledad encierra dentro de sí una ansia de muerte -la angustia- y un deseo irresistible de vida: el amor.

Mas lo trágico de nuestra época "edad de los hombres solos" es la negación del amor.

Pablo Neruda

COMUNICACION EDUCATIVA

- + LA COMUNICACION
- + ELEMENTOS DE LA COMUNICACION
- + ALGUNOS TIPOS DE LENGUAJES
- + CRITERIOS DE CLASIFICACION
- + COMUNICACION EN LA EDUCACION BASICA
- + DEBATE

CONFERENCISTA: Profra. Pola Gpe. Cruz Castillo

LUGAR: Auditorio de la Escuela Secundaria Diurna No. 89
"República de Ecuador"

DI: Sábado 2 de Julio de 1988

HORA: 13 Horas

SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA
BIDER. CAL. DE ... Y ...
EDIFICIO DE LOS SEÑORES ...
ESCUELA SEC. DINA. No. 89
"REPUBLICA DE ECUADOR"
E 81-89

COMUNICACION EDUCATIVA

Aprendemos lo que vivimos, aprendemos lo que realmente vivimos en el fondo, lo que creemos cuando vivimos en el grado en que lo vivimos. En el grado y dentro de las limitaciones con que lo aceptamos para actuar. No aprendemos nada a menos que lo vivamos. Y lo que aprendemos así, se introducirá en la estructura orgánica.

William H. K.

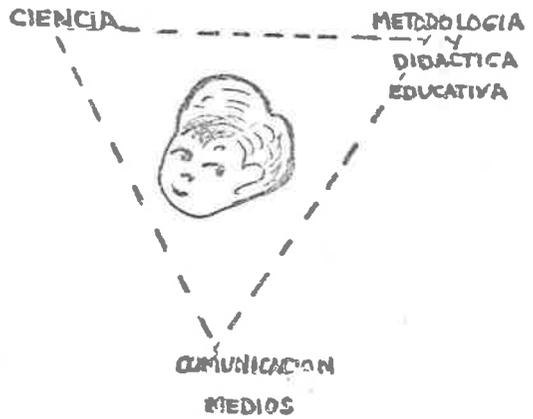
OBJETIVO: Reconocer que la función de Comunicación y Educación coinciden en la integración y bienestar individual y comunitario.

DIRIGIDO A aspirantes de la Licenciatura en Pedagogía de la Universidad Pedagógica Nacional.

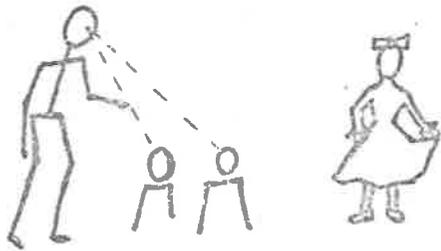
COMUNICACION

EDUCATIVA

DIDACTA



-CREAR-



CONOCIMIENTO

Psicología



Didáctica

Historia social

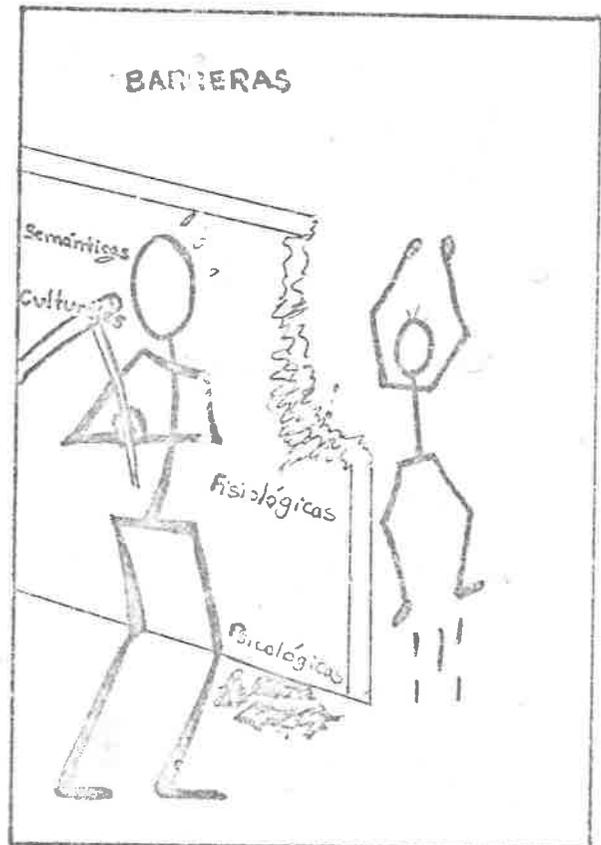
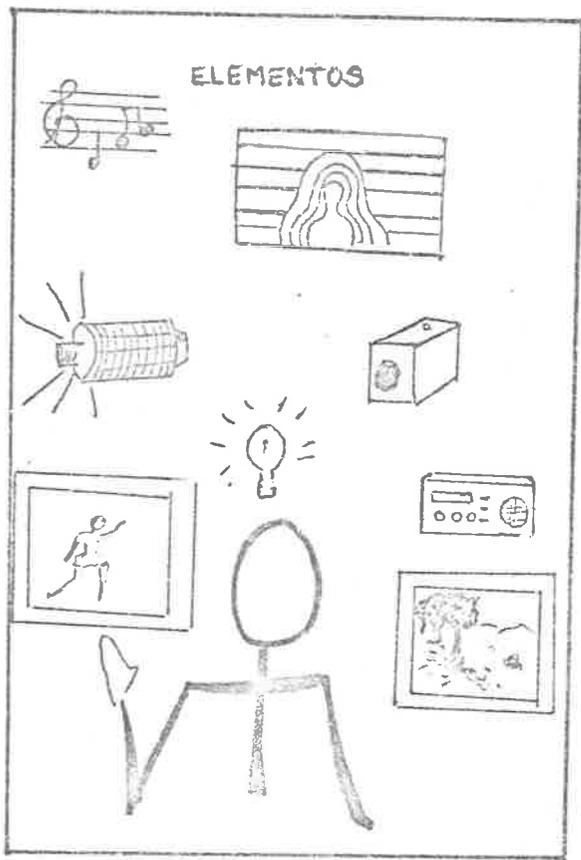
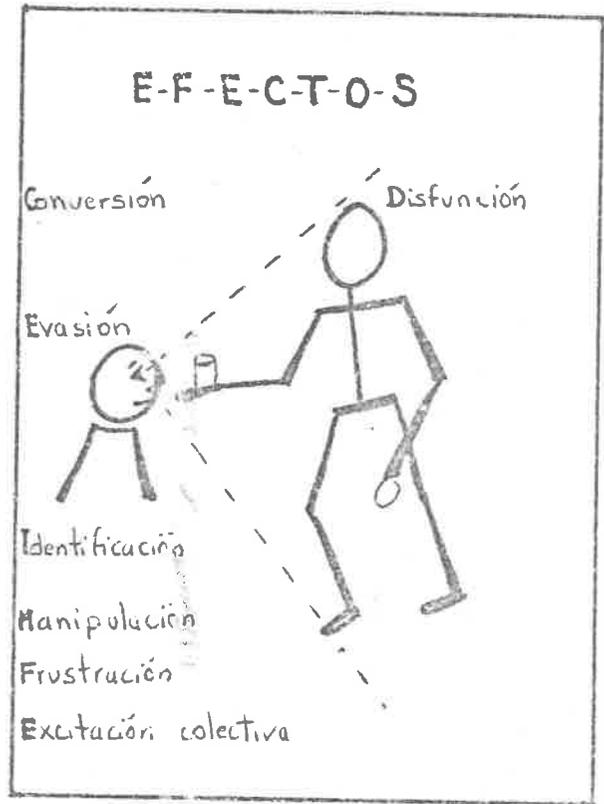
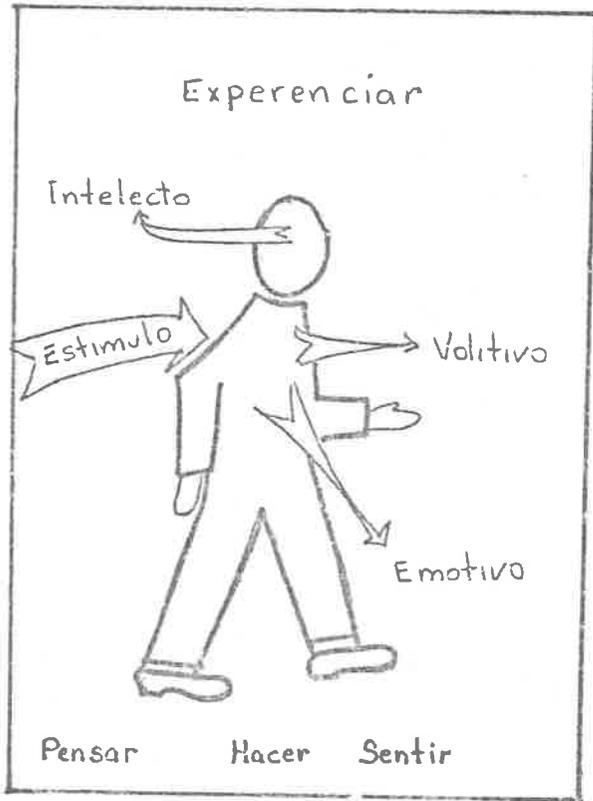
→ A CONSTRUIRLO



"Aprendemos lo que vivimos. Aprendemos lo que realmente vivimos en el fondo, lo que creemos cuando vivimos. Aprendemos lo que vivimos en el grado en que lo vivimos, en el grado y dentro de las limitaciones con que lo aceptamos para actuar.

No aprendemos nada y menos que lo vivamos y lo que aprendemos así, se introducirá en la estructura orgánica".
"... aprendemos de nuestras reacciones, sólo de nuestras reacciones y todo de nuestras reacciones."

William H. Kilpatrick



DIREC. GERAL DE EDUC. SEC.
DEPTO. DE ESCS. SEC. MAS. P. F.
ESCUELA SECUNDARIA DIURNA No. 89
"REPUBLICA DE ECUADOR"
DIRECCION
CORRESPONDENCIA
184/VESP
CONFERENCIAS A PADRES DE FAMILIA
Y ALUMNOS DE TERCER AÑO DE SECUN-
DARIA

se agradecen amables atenciones y se
informa y se felicita.

Delegación Venustiano Carranza, S.E., a 15 de julio de 1983

DIRECCION DEL S.E.A.D. ORIENTE
DE LA UNIVERSIDAD PEDAGOGICA NACIONAL
P R E S E N T E.

El que suscribe Director de la Escuela Secundaria Diurna
No. 89 "REPUBLICA DE ECUADOR", a usted respetuosamente se dirige para agra-
decirle sus amables atenciones y al mismo tiempo informarle sobre las con-
ferencias dictadas por la PROFESORA POLA GUADALUPE CRUZ CASTILLO, los —
días viernes 1o. de julio de 1983 de 16:00 a 18:00 horas y sábado 2 de ju-
lió de 1983 de 11:00 a 13:00 hrs, sobre la COMUNICACION FAMILIAR y la CO-
MUNICACION EDUCATIVA.

Ha es grato hacerle saber que los recursos teóricos prác-
ticos y exageradamente didácticos que posee la conferenciante fueron muy
bien usados para precisar las características de la incomunicación y sus
repercusiones hacia el comportamiento humano, logrando que el auditorio com-
puesto de alumnos y padres de familia comprendiera con claridad el signi-
ficado de la comunicación familiar, que consolidara los valores adecuados
en el comportamiento del niño, del joven y del adulto y los prepare para —
comportarse adecuadamente en la estructura social, lo mismo en lo relati-
vo a las relaciones inter-personales que la participación masiva dentro —
de un contexto informativo que incluye la prensa, la radio, o el cine y —
la televisión.

La repercusión de los precisos conceptos vertidos en la —
conferencia del viernes primero de julio; dió marco para que los padres —
de familia y alumnos entendieran con facilidad los elementos que la teoría
recomienda para hacer más eficiente y aprovechable la comunicación educa-
tiva, dejando claro que el lenguaje verbal, visual o icónico, el lenguaje
gestual, la postura corporal, el lenguaje de los objetos, el lenguaje am-
biental, el lenguaje del vestido y el lenguaje de las ceremonias son indis-
pensables apoyos para lograr la consolidación de la comunicación.

DIREC. G. AL. DE EDUC. SEC.
DEPTO. DE EDUC. SEC. DNAS. D. F.
ESCUELA SECUNDARIA DNAS. 00
"REPUBLICA DE ECUADOR"

DIRECCION
CORRESPONDENCIA
184/VESP

CONFERENCIAS A PADRES DE FAMILIA
Y ALUMNOS DE TERCER AÑO DE SECUN-
DARIA.

- 2 -

Por lo antes expuesto felicito a la conferenciante por su trascen-
dental aportación a la vida de la escuela, así como su contribución teo-
rica y práctica para hacer de la comunicación una herramienta indispensa-
ble en las acciones solidarias y de unidad.

Por la atención que se sirva prestarle la presente le expreso mi --
agradecimiento atento y distinguido.



SECRETARIA DE INSTRUCCION DE BUENOS
AIRES. OFIC. DE EDUC. SEC. DNAS. D. F.
DEPTO. DE EDUC. SEC. DNAS. D. F.
ESCUELA SEC. DNAS. No. 00
EN. REPUBLICA DE ECUADOR
184-89

A T E N T A M E N T E

ENCARGADA DE LA DIRECCION COMEN.

COMUNICACION, MAS ALLA DE LA INFORMACION

+ LA COMUNICACION

+ EFECTOS DE LA COMUNICACION MASIVA

+ PERSONALIDAD.

+ DINAMICA GRUPAL

+ LA AUTORIDAD Y EL LIDERAZGO

+ LA COMUNICACION A NIVEL PROFUNDO

+ DEBATE

REFERENCISTA: Profra. Pola Gpe. Cruz Castillo.

LUGAR: Auditorio de la Escuela Secundaria Diurna No. 89

"República de Ecuador"

FECHA: Sábado 16 de Julio de 1988

HORA: 18:30 Horas

COMUNICACION, MAS ALLA DE LA INFORMACION

¿Por qué nos enseñan a no expresarnos y a depender de los demás, si el poder actuar por uno mismo es la llave que nos guiará a la búsqueda de respuestas, valores e ideales superiores?

Alfonso Lara C.

OBJETIVO: Valorar y comprender que la Comunicación hace reflexionar y cobrar conciencia de nuestra situación como personas vinculadas a las demás, para que la actuación sea más eficiente, fecunda y provechosa.

DIRIGIDA A jóvenes de Nivel Bachillerato y aspirantes a ingresar a diferentes Licenciaturas en la Universidad e Instituto Politécnico.

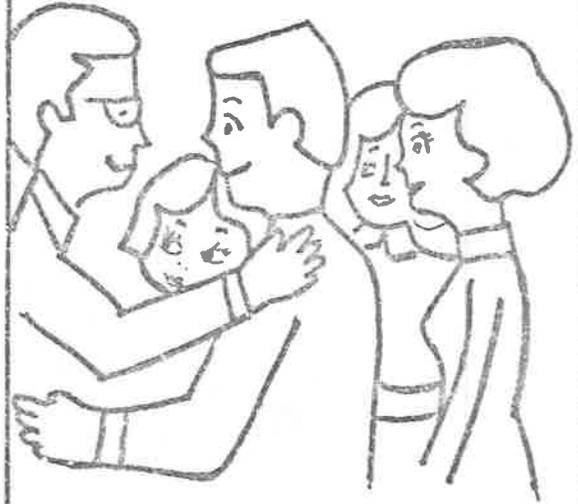
COMUNICACION

MAS ALLA

DE LA

INFORMACION

COMUNICACION

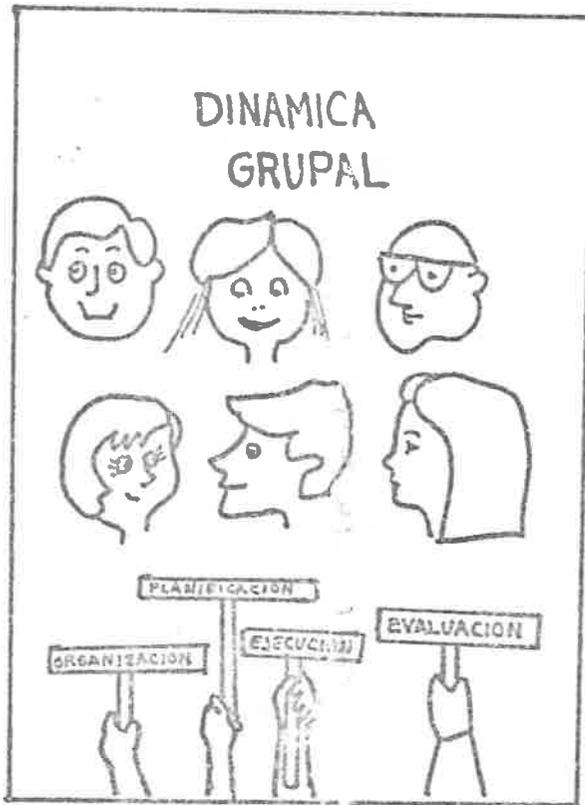


EFFECTOS



PERSONALIDAD





¿Por qué nos enseñan a no expresarnos y a depender de los demás, si el poder actuar por uno mismo es la llave que nos guiará a la búsqueda de respuestas, valores e ideales superiores?

Alfonso Lara Castillo



SECRETARÍA
DE
EDUCACIÓN PÚBLICA

DIRECCIONAL. SEC.
DEPTO. DE ESCUELAS. D.F.
DEPENDENCIA ESCUELA SECUNDARIA DIURNA No. 69
"REPÚBLICA DE ECUADOR"
DIRECCION
SECCION CORRESPONDENCIA
MESA 184/VESP
NUMERO DE OFICIO CONFERENCIAS A PADRES DE
EXPEDIENTE FAMILIA Y ALUMNOS DE TERCER
AÑO SECUNDARIA

ASUNTO Se agradecen amables atenciones, se informa y se felicita

Delegación Venustiano Carranza, Distrito Federal a 16 de julio de 1988.

RECCION DEL S.E.A.D. ORIENTE
DE LA UNIVERSIDAD PEDAGOGICA NACIONAL
SSINPE.

El que suscribe Director de la Escuela Secundaria Diurna No. 69 "REPÚBLICA DE ECUADOR", a usted respetuosamente se dirige para agradecer sus amables atenciones y al mismo tiempo informarle sobre las CONFERENCIAS dictadas por la PROORA. POLA GUADALUPE DE CASTILLO, llevada a cabo el día sábado 16 de julio de 1988, a las 16:30 hrs, con el tema "COMUNICACION MAS ALLA DE LA INFORMACION",

Respetuosamente les informo a ustedes que el interés que se demostró en la conferencia logró valorar y hacer comprender que la comunicación nos hace reflexionar sobre la conciencia de nuestra situación como personas vinculadas a las demás para que nuestra actuación sea más eficiente, que resulte más fecunda y provechosa, usando el tono, el enunciado, el texto y el discurso como elementos definitivos de la consolidación de la comunicación tiene para que sus recursos transmitan mensajes a grupos masivos. Dejó preciso que son elementos a considerarse la conversación y persuasión, la evasión, la frustración, la manipulación, la motivación, la disfunción narcotizante, socialización, el conformismo y la identificación.

El tema relacionado con la personalidad fue tratado con mucho cuidado y profundo conocimiento de lo que significan las actividades, los sentimientos, las percepciones de la persona, las evoluciones de sí misma como objeto y el grupo de procesos psicológicos que rigen la conducta y el ajuste de las personas.

Contrastó su plática en forma trascendente y definió las características de autoridad, el liderazgo y la dinámica grupal, logrando definir con precisión los rasgos positivos de los individuos cuando armoniza, alienta, aclara, inicia, forma, actúa, se comunica adecuadamente y usa el buen humor para lograr resultados positivos, así como las conductas que usan roles negativos de dominio de blufeo, de evasión, de versión, de chisme, de insinceridad, de desconfianza, de complicaciones, de escape, para dejar claros los conceptos sobre la autoridad que lleva a alcanzar las metas que presentan un perfil de liderazgo, que cubren lo que quisieren, que captan las intenciones de las personas y el significado de los mensajes y conclusiones, se relacionan con los demás como personas no sólo como miembros de un equipo o institución, sino como una asociación de personas, que crea un clima de calor y simpatía y que valora las contribuciones de los diversos integrantes por vías de los canales de su propia personalidad.

Al concluir la conferencia, la PROPRA.POLA GUADALUPE CRUZ CASTILLO recibió múltiples muestras de afecto y demostraciones de júbilo por la forma como fue captando poco a poco la atención de los asistentes y recibió sugerencias sobre pláticas de las personas asistentes desearan fueran tratados por ella, en fechas próximas,

Las conferencias cumplieron sus objetivos centrales, lograron que entendieran la comunicación, así como su aplicación en las actividades diarias y en la operatividad de la estructura social.

ATENTAMENTE

PROPRA.POLA GUADALUPE CRUZ CASTILLO



GOME

SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA
DIREC. GEN. DE ESC. SECUNDARIA
DEPTO. DE ESC. SEC. UNAS. EN EL O. F.
ESCUOLA SEC. "MA. No. 39
"REPUBLICA DE ECUADOR"
E81-39

CAMBIO..... CON LA COMUNICACION

- + LA COMUNICACION
- + LA COMUNICACION LINGUISTICA
- + FUNCIONES DEL LENGUAJE
- + ELEMENTOS DE LA COMUNICACION

CONFERENCISTA: Profra. Pola Gpe. Cruz Castillo

LUGAR: Auditorio de la Escuela Secundaria Diurna
No. 89 "República de Ecuador"

DIA: Sábado 23 de Julio de 1988

HORA: 18:30 Horas

7 de Julio de 1988

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA
 AVILA GARCIA, ROSA TERESA
 RYVA, ROSA, S. C. 20111 B.E.
 ESCUELA SECUNDARIA No. 89
 "REPUBLICA DE ECUADOR"
 QUITO - ECUADOR
 2001-89

CAMBIO... CON LA COMUNICACION

"El que piensa demasiado
en sí mismo, no puede
ocuparse de los demás"

Anónimo

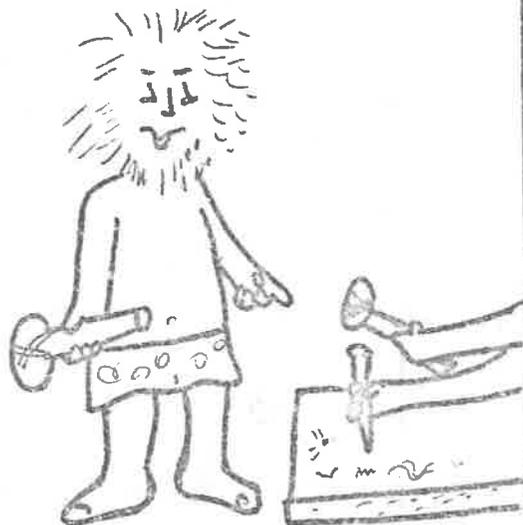
OBJETIVO; Juzgar el valor de la Comunicación
en los aspectos de la vida personal y social,
como la obtención de mayores satisfacciones.

DIRIGIDA A estudiantes de Nivel Medio Superior y Superior,
padres de familia.

CAMBIO...

CON LA
COMUNICACION

LA COMUNICACION



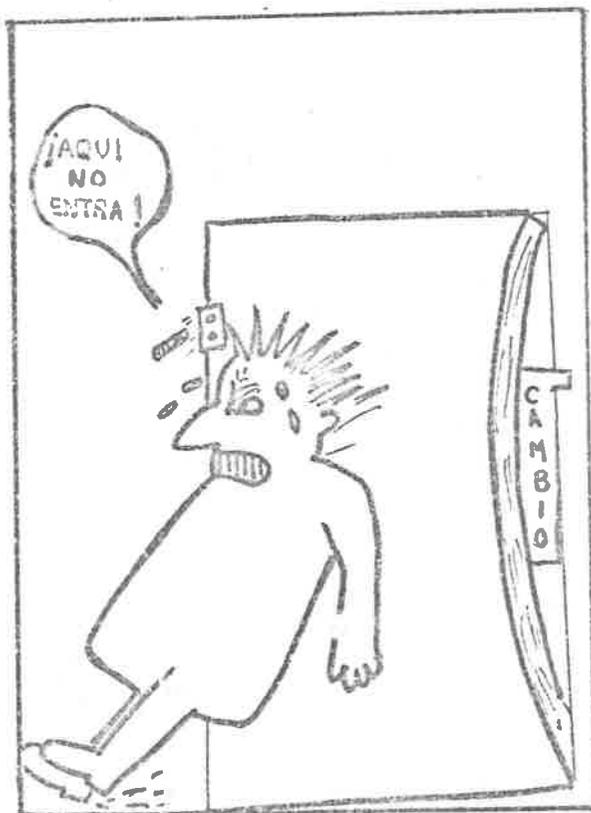
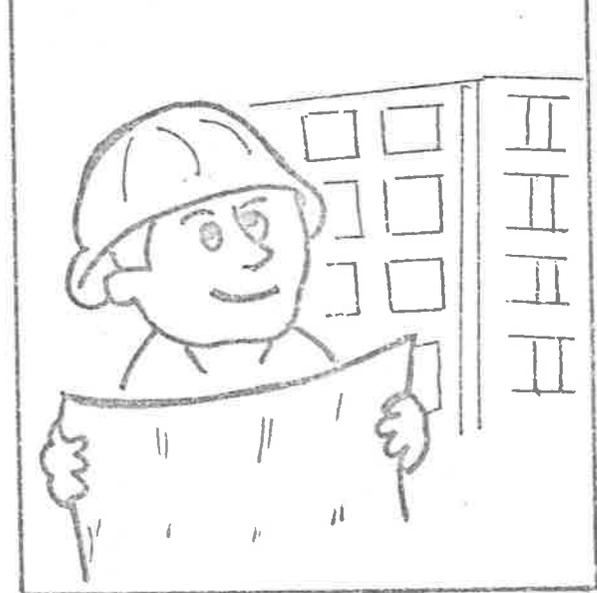
COMUNICACION
LINGÜISTICA



FUNCIONES DEL
LENGUAJE



ELEMENTOS



"El que piensa demasiado en sí mismo no puede ocuparse de los demás."



DEPENDENCIA DIRECCION GENERAL DE EDUCACION SECUNDARIA
DEPARTAMENTO DE FISCALIA DE ASISTENCIA TECNICA
ESCUELA SECUNDARIA DINA. 89 "REPUBLICA DE ECUADOR"
SECCION CORRESPONDENCIA
MESA DIRECCION
NUMERO DE OFICIO 184/VESP
EXPEDIENTE CONFERENCIAS A PADRES DE FAMILIA Y ALUMNOS DE TERCER AÑO DE SECUNDARIA

ASUNTO: se agradecen amables atenciones, se informa y se solicita

Deleg. Venustiano Carranza, D.F., a 16 de agosto de 1988

DIRECCION DEL S.E.A.D. ORIENTE
DE LA UNIVERSIDAD PEDAGOGICA NACIONAL
P R E S E N T E.

El que suscribe Director de la Escuela Secundaria Diurna No. 89 "REPUBLICA DE ECUADOR", a usted respetuosamente se dirige para agradecerle sus amables atenciones y al mismo tiempo informarle sobre las conferencias dictadas por la PROFESORA POLA GUADALUPE CRUZ CASTILLO, informarle sobre la Conferencia llevada a cabo el día sábado 23 de julio de 1988 a las 18:30 hrs con el tema "CAMBIO CON LA COMUNICACION".

Con todo respeto le informo a usted que el nivel académico que la Profesora Pola Guadalupe Cruz Castillo demostró en la primera conferencia, coadyuvó para que la SEGUNDA CONFERENCIA se tradujera en un interés insucitado por conocer los cambios que se dan con la comunicación y que tiene relación con los conocimientos, con la comprensión, el distinguir una cosa de las demás, con la habilidad y con la actitud que se asume con la participación consciente hacia el logro de beneficios del grupo en el cual se está inmerso.

Las explicaciones combinadas con el material didáctico, lograron hacer claridad con lo que significa la COMUNICACION VERTICAL, la COMUNICACION HORIZONTAL, la COMUNICACION LINGUISTICA, así como las función FATICA, la FUNCION METALINGUISTICA, la FUNCION EXPRESIVA, la FUNCION APELATIVA y la FUNCION POSTICA.

Las conclusiones que logró conformar el grupo de personas a las cuales fue dirigida la conferencia demostró que el método usado por la Profra. Pola Guadalupe Cruz Castillo, para transcribir ideas, desarrollar temas y transmitir conocimientos, es objetivo, claro y preciso.

La Profra. Pola Guadalupe Cruz Castillo desarrolló los temas de las tres conferencias con notorio nivel académico, conocimiento profundo de la teoría comunicativa, aplicación práctica de la comunicación en actividades de las personas, despertó gran interés entre los asistentes hizo que hijos y padres de familia comprendieran la importancia del conocimiento del lenguaje usado para comunicarse dejó establecido con claridad el respeto al código verbal y no verbal y su decisiva repercusión para crear las condiciones óptimas para que la comunicación se consolide, por todo lo



SECRETARIA
DE
EDUCACION PUBLICA

DEPENDENCIA: DIRECCION GENERAL DE EDUCACION SEC.
DEPTO. DE ESCS. SEC. PRIM. D.F.
ESCUELA SECUNDARIA DINA. 89
"REPUBLICA DE ECUADOR"
SECCION: DIRECCION
MESA: CORRESPONDENCIA
NUMERO DE OFICIO: 184/VESP
EXPEDIENTE: CONFERENCIAS A PADRES DE FAMILIA Y ALUMNOS DE TERCER AÑO DE SECUNDARIA

ASUNTO - 2 -

anterior me es muy grato felicitar a la institucion educativa que ha desarrollado tan eficiente profesional de la educacion, a los catedraticos que en forma directa o indirecta ha contribuido a su formacion cultural y academica y a ello a la PROFRA FOLA GUADALUPE CRUZ CASTILLO le auguro exito en su prometedora vida profesional.



A T E N T A M E N T E
SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA
DIRECCION GENERAL DE EDUCACION SECUNDARIA
DINA. DE ESCS. SEC. PRIM. D.F.
ESCUELA SEC. DINA. N.º. 89
"REPUBLICA DE ECUADOR"
E 61-89

COMUNICACION ESPECIAL

- COMUNICACION Y LENGUAJE
 - . ELEMENTOS DE LA COMUNICACION
 - . TIPOS DE LENGUAJE
 - . FUNCIONES DEL LENGUAJE
 - . COMUNICACION ESPECIAL
- FORMAS DE COMUNICACION CON PERSONAS ATIPICAS
 - . SISTEMAS DE COMUNICACION ALTERNATIVOS
 - . SISTEMAS DE COMUNICACION NO ORAL
- MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL
 - . COMUNICACION INTRAPERSONAL
 - . COMUNICACION INTERPERSONAL
- YO, EDUCADOR Y COMUNICADOR
 - . TALLER Y DEBATE

CONFERENCISTA: Profra. Pola Gpe. Cruz Castillo.

LUGAR: Auditorio de la Especialidad, Universidad Autónoma de Tlaxcala.

DIA: Viernes 29 de Julio de 1988.

HORA: 16 Horas.

COMUNICACION ESPECIAL

"No hay vida pequeña, cuando
las miramos de cerca toda
vida es grande"

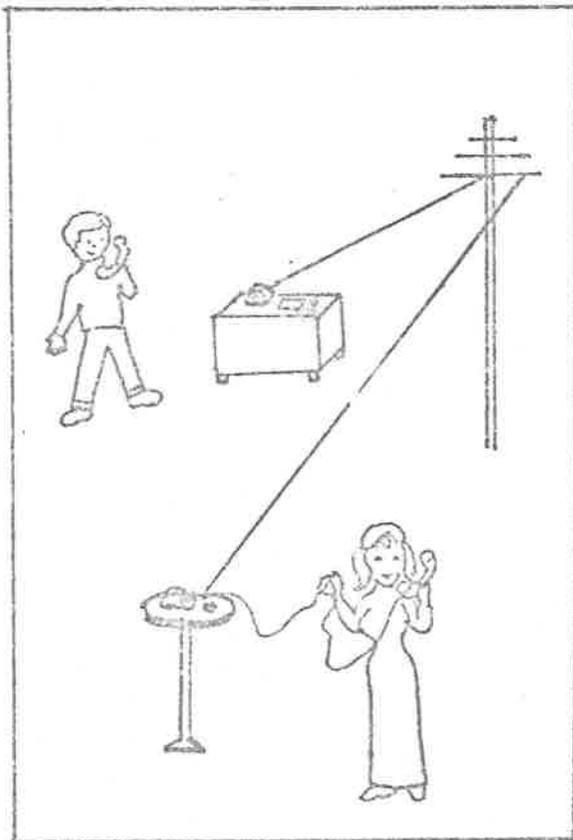
Maeterlinck.

OBJETIVO: Valorar la aplicación de la Comunicación
a los problemas de la Educación Especial.

DIRIGIDA A estudiantes de la Licenciatura de Especialización
en la Universidad Autónoma de Tlaxcala.

Comunicación Especial

COMUNICACION Y LENGUAJE



TIPOS DE LENGUAJE



FUNCIONES DEL LENGUAJE

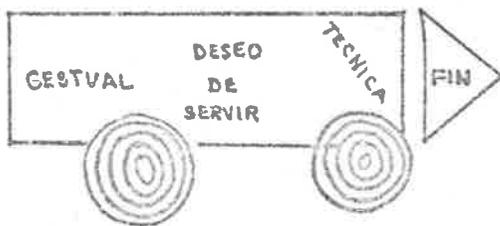
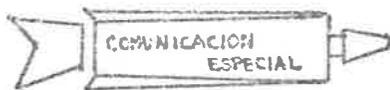


COMUNICACION ESPECIAL



Una técnica del pensar creativo para iluminar la enseñanza

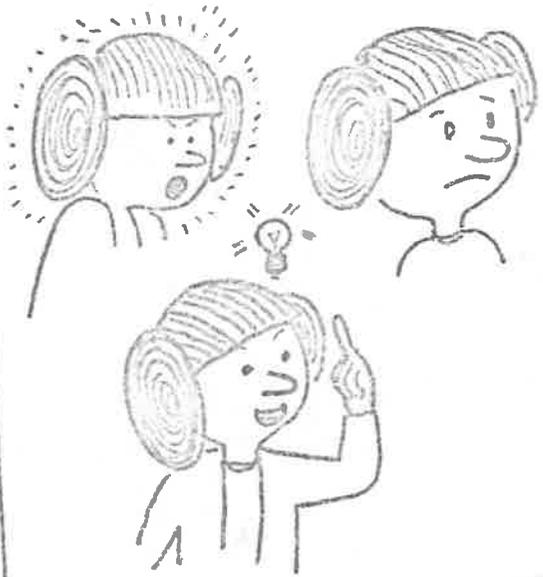
FORMAS DE COMUNICACION CON PERSONAS ATIPICAS



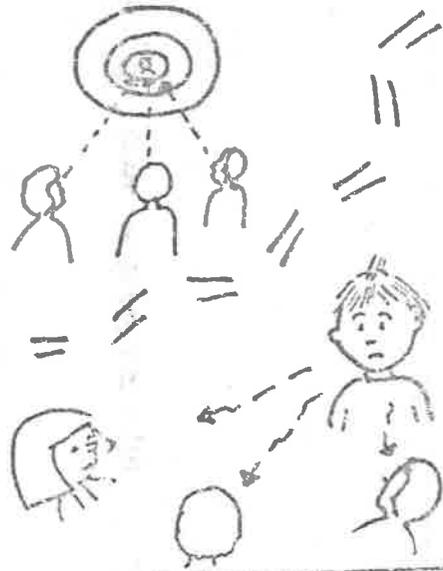
COMUNICACION SOCIAL



COMUNICACION INTRAPERSONAL

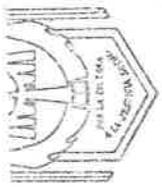


COMUNICACION INTERPERSONAL



"No hay vidas
pequeñas, cuando
las miramos de
cerca toda vida
es grande"

Maeterlinck



Universidad Autónoma de Tlaxcala
Departamento de Educación Especializada

Otorga la Presente

Constancia

A. LIC. POLA GUADALUPE CRUZ CASTILLO.

Por su participación como ponente en la conferencia:

"COMUNICACION".

"Por la Cultura a la Justicia Social"

Tlaxcala, Tlax., a 29 de JULIO de 1968.

El Director del Departamento

Dr. Baruch Salas y Saldaña.

El Secretario del Depto.

Prof. R. Antonio Ceballos

