

TALLER DE
COMUNICACIÓN
HUMANA

LETICIA SANTA MARÍA GALLEGOS

TALLER DE
COMUNICACIÓN
HUMANA



SANTA MARÍA
EDICIONES

Taller de comunicación humana

Diseño de portada: Leticia E. Santa María Gallegos

Caricaturas: Jazmín Herrera Ramírez

© Leticia Elisabet Santa María Gallegos

2002, Ediciones *Fridaura*

2010, *Santa María Ediciones*

2010, Colegio de Ciencias y Humanidades-Plantel Azcapotzalco

Universidad Nacional Autónoma de México

ISBN: 970 93407 1 9

Queda prohibida la reproducción parcial o total, directa o indirecta del contenido de la presente obra, sin contar con la autorización expresa y por escrito del editor, en términos de lo previsto por la *Ley Federal de Derechos de Autor*.

ÍNDICE

Prólogo	7
Presentación.....	9
I. La comunicación humana	11
1. Qué es la comunicación.....	11
2. La comunicación como naturaleza humana	15
3. Comunicación y sociedad.....	19
4. Lenguaje y comunicación	23
5. Comunicación verbal.....	31
6. Comunicación no verbal.....	35
II. El proceso de la comunicación.....	45
1. La comunicación es un proceso	45
2. El concepto de proceso	48
3. Emisor, mensaje y receptor.....	53
4. Otros modelos, otras aportaciones	60
5. Ruido y contexto.....	68
6. El código	75
III. Niveles de comunicación y prácticas comunicativas	87
1. Comunicación y vida cotidiana.....	88
2. Comunicación intrapersonal	91
3. Comunicación interpersonal.....	92
4. Comunicación intragrupal.....	95
5. Comunicación intergrupala.....	98
6. Comunicación masiva	101
Epílogo	107
Vocabulario	109
Bibliografía.....	111

PRÓLOGO

Con algo más de cincuenta años de praxis académica institucional, la(s) ciencia(s) de la comunicación (semiótica, retórica, hermenéutica e informática) constituyen ya uno de los fundamentos científicos de la actual era de la mundialización de la sociocultura occidental posmoderna.

El esquema básico del proceso de la comunicación (emisor/a-mensaje-receptor/a) se presenta ya como uno de los paradigmas científicos del mundo actual. Su funcionamiento igual sirve para explicar y entender mejor la conducta de los seres humanos que el funcionamiento de las máquinas que éstos han creado, comenzando, obviamente, por la(s) computadora(s).

De tal manera es posible afirmar que en este momento histórico la comunicación constituye el modelo o dispositivo ideal para la interpretación y crítica positiva de prácticamente de todos los fenómenos que estudia la ciencia contemporánea.

Por eso, el texto *Taller de comunicación humana*, redactado por Leticia Santa María Gallegos, plantea en uno de sus puntos cruciales que la comunicación muy bien puede ser entendida como la síntesis de la naturaleza humana, o sea, como la clave estructural de todo lo que tiene que ver con la existencia de los seres humanos (cosmos, polis y psique). Y es así como no cabe duda de que estudiar de esta forma el proceso de la comunicación es un conocimiento necesario para comprender mejor el tiempo presente, igual que es un saber que constituye un magnífico punto de partida para reflexionar con más cuidado y detalle en todo lo que somos y debemos ser los humanos.

También, de ahí proviene la importancia de la claridad y lucidez con que ha sido redactado este *Taller*, tanto en sus contenidos teóricos como en las actividades y esquemas que plantea. Su lectura permite ingresar mejor en el estudio y la reflexión de todas las formas posibles de ciencia.

Salvador Mendiola

PRESENTACIÓN

La idea de este libro *Taller de comunicación humana* es ofrecer a los jóvenes que cursan la materia un texto útil para mejorar su práctica comunicativa, sobre todo en los ámbitos escolar y profesional, más que ocuparse de las extensas, y no pocas veces complejas, teorías que son de particular y fascinante interés para los especialistas, aunque no deja de lado las aportaciones que fundamentan cada uno de los juicios expuestos. Esto es así porque, independientemente de la reflexión teórica, la comunicación existe y se encuentra directamente ligada con la manera de conducirnos en todas las actividades de nuestra vida.

Nos comunicamos cuando estamos en casa, al partir a la escuela o al trabajo, lo hacemos en cada uno de los ambientes en que nos desenvolvemos y para cumplir con nuestras tareas. También nos comunicamos en los momentos de esparcimiento y hasta cuando deseamos hallar la solución a una dificultad que se nos presenta. Pero de igual manera ocurre que en todas esas situaciones podemos identificar algunos obstáculos que, intuimos, pueden y deben ser superados, o que de plano nos impiden avanzar en nuestras metas, sobre todo en los ámbitos cuyos objetivos rebasan la mera necesidad básica de la interacción.

La identificación y la solución de tales obstáculos por parte de un joven futuro profesional es justamente lo que da razón de ser a esta materia en el bachillerato universitario, amén de la introducción que representa para quienes pretenden estudiar alguna de las carreras afines a la comunicación. En ese sentido, ¿tienes idea de cuál es el provecho que puedes obtener de tu curso

Taller de Comunicación? Eso es algo que tendrás que responderte muy pronto, justo con la ayuda de este libro.

En su lectura, surgirán en ti dudas respecto un acto tan cotidiano como la comunicación, para que descubras el origen de algunas de sus dificultades, los aspectos que se encuentran ligados a ella y las herramientas con las que de hecho cuentas, así como las que puedes adquirir, para superarte como persona, en tu desarrollo personal y profesional.

Sin embargo, esta ambiciosa meta resultará un simple buen deseo si no asumes el compromiso de contribuir con toda tu disposición para la realización de las diferentes tareas que se te solicitarán. Acerca de ellas, también será necesario que evalúes los resultados desde tu propia circunstancia de acción.

Como bien comprenderás, la mayoría de estas actividades tendrás que realizarlas en colaboración con tus compañeros del grupo, procurando que no siempre trabajes con el mismo equipo, y logres así un mejor resultado.

Con el fin de que tu lectura sea más provechosa, además de las actividades que se sugieren en el texto, se ha incluido una sección de vocabulario, donde se anota el significado de aquellos términos, marcados con *, que no son de uso cotidiano, pero que he considerado necesario emplear para precisar la interpretación que doy a los temas. Consúltalo. De ser posible, coméntalo con tu profesor y compáralo con otras definiciones o con el uso que se les da a esos términos en otros textos.



Antes de continuar, reflexiona sobre lo siguiente.

¿Te sientes satisfecho con tu manera de comunicarte con tu familia, tus amigos, tus compañeros y tus profesores o jefes? ¿Existe algo que podría mejorar? Ahora, propóntele alcanzar una meta que puedas lograr al término del curso, anótala y al final evalúa en qué medida los conocimientos adquiridos te permitirán alcanzarlas. Por ejemplo, podrías proponerte mejorar tu forma de expresarte en público o encontrar algunas alternativas para mejorar las relaciones con tus seres queridos o con quienes convives una parte importante de tu tiempo.

I. LA COMUNICACIÓN HUMANA

1. ¿Qué es la comunicación?

Entre los muchos esfuerzos para explicarse qué es la comunicación ha sido necesario remitirse, incluso, a las formas más básicas de este fenómeno, de tal manera que al definir el concepto no se confunda con otro o dejen de considerarse algunas de las formas en que se manifiesta objetivamente. Es así como, desde su origen, en esta disciplina se reconocen formas de comunicación animal, comunicación entre sistemas, comunicación orgánica o celular y comunicación humana.

Como resultado de este reconocimiento, es claro que una de las características más básicas de la comunicación es la de ser un factor de relación, lo que significa que cuando la comunicación tiene lugar también ocurre que han entrado en relación dos entidades*, cuya naturaleza puede variar desde ser un mero estímulo físico hasta la acción consciente y racional de un organismo de la complejidad que posee el ser humano.

Pero, por supuesto que la comunicación no se reduce a ser un factor de relación, sino que, aun cuando las entidades que entran en contacto pueden diferir en su naturaleza material, comparten la cualidad de que en todos los casos juegan un papel activo. En el nivel más básico le llamaríamos estímulo y en el caso de los seres humanos hablaríamos de intencionalidad. A su vez, este estímulo o intención se materializa en lo que la teoría ha llamado información, misma que conlleva alguna forma de representación simbólica.

Finalmente, la tercera nota que debemos considerar para redondear el

concepto es el hecho de que la relación que nace o se modifica al producirse la comunicación da lugar siempre a una consecuencia. Se trata de una reacción ante la información recibida, una respuesta o un efecto. Y es justo esta cualidad la que desata una gran parte de los estudios sobre la materia, como lo veremos en el segundo capítulo.

Particularmente, las aportaciones de la escuela de investigación empírico-analítica de la comunicación, desarrollada en los Estados Unidos, a pesar de los deslindes de algunos teóricos que se interesaron en el tema desde otras corrientes de pensamiento, ha dado la pauta para definir la naturaleza de la comunicación y las implicaciones que tiene en otras áreas.

Así, el concepto de comunicación suele ser empleado para referirse a una serie infinita de relaciones que producen efectos en la naturaleza, en los organismos, en la mecánica y en la electrónica, donde ha tenido aplicaciones tan concretas como la creación de los sistemas cibernéticos más sofisticados que se utilizan en casi todas las áreas de la vida moderna. Pero, lo que a nosotros concierne en este curso son los modos en que se manifiesta entre los seres humanos.



RECUERDA

Las características básicas de la comunicación son:

1. Refleja o es manifestación de algún tipo de relación entre entidades de naturaleza diversa (física, biológica, química...).
2. Las entidades que entran en relación juegan un papel activo, que se expresa como información o relación simbólica.
3. Como en otros fenómenos que se rigen por la ley de la causalidad, la siempre conlleva alguna consecuencia, intencional o refleja.

Actividades

I. Identificación de ejemplos de comunicación entre entidades de naturaleza diversa.

1. Individualmente, redacta un texto descriptivo breve para dos ejemplos de comunicación entre entidades no humanas (físicas, biológicas, químicas o animales) y un ejemplo de comunicación humana. Un caso de error o falla de la comunicación biológica es cuando los genes no transmiten la información completa en el proceso de formación de un nuevo organismo, con la consecuencia de que provoca malformaciones.

2. En equipo, comentarán sus respuestas, elegirán un ejemplo de comunicación humana y uno de comunicación no-humana, identificarán las consecuencias de la relación descrita y anotarán sus observaciones en el siguiente

Situación 1	
Tipo de relación	
Situación 2	
Tipo de relación	
Situación 3	
Tipo de relación	

cuadro.

EJEMPLO	CONSECUENCIAS
I.	
II.	

3. Presenten el cuadro y su interpretación a los compañeros del grupo.

II. Reelaboración de los conceptos

1. Explica por qué la comunicación es un factor de relación.
2. Señala cómo entiendes el papel activo de las entidades que entran en relación en la comunicación.
3. Anota algunos ejemplos de representaciones simbólicas (símbolos o signos) y la información que proporcionan.
4. Señala qué importancia puede tener para el estudio de la comunicación el conocimiento de sus consecuencias en alguna situación concreta.
5. Compara tus respuestas con tus compañeros de equipo y discútelos en plenaria.

2. La comunicación como naturaleza humana

Una vez identificado nuestro objeto de estudio: la comunicación humana, ahora nos referiremos a las formas que tenemos al alcance la mayoría de las personas y es la que realizamos en los ámbitos de acción cotidiana, entre las personas más allegadas o entre quienes forman parte de los mismos espacios de interés, pues la que se realiza desde los medios técnicos de amplio alcance y sus consecuencias, es decir, la comunicación pública, y particularmente la masiva, será el objeto de la segunda parte de tu Taller de Comunicación.

Sin embargo, también la comunicación masiva contribuye a dar forma y contenido a las comunicaciones del diario acontecer de nuestras vidas. De hecho, con el advenimiento de este fenómeno desde sus primeras etapas, en el siglo XIX, se configura el modo de pensar actual acerca de los hechos del lenguaje. Así, ya en el siglo XX, se aplica el concepto de comunicación como factor decisivo en la explicación de la dinámica de las sociedades modernas.

Retomaremos, entonces, algunos ejemplos para reforzar contenidos u objetivos de este curso. Asimismo, en parte por lo dicho en el párrafo anterior, lo que logres aprender y aplicar para mejorar tu comunicación será de gran utilidad y necesidad en el Taller de Comunicación Masiva.

Así, aun cuando el objeto de nuestro análisis sean los hechos de comunicación humana en los grupos primarios* y secundarios* sobre todo de los casos que implican un contacto directo entre interlocutores, los temas que trataremos, amén de su carácter teórico general, conllevan una particular complejidad, en el sentido que es complejo el ser humano, en las diversas situaciones concretas de comunicación.

Esto significa que, como lo vimos arriba, cuando tiene lugar la comunicación humana, cuando se establece una relación entre personas, entonces ocurre una serie de fenómenos que tienen que ver con la naturaleza de tales seres humanos, al tiempo que proyecta el rumbo hacia el que éstos se dirigen, como individuos y como especie. Por ejemplo, si la comunicación ocurre entre una pareja de enamorados, entrarán en juego, entre otros, las emociones, los valores (por ejemplo, si uno ama el orden y el otro lo evade, esto puede ser síntoma de que habrá problemas), los sentimientos (no es lo mismo un apego egoísta que un lazo basado en la intención de cooperación) y algunas cuestiones de la condición social, económica y de género, que rigen el comportamiento humano, mismas que determinarán el fracaso o el éxito de esa

relación. ¿Cuáles aspectos de esa naturaleza son los que tienen que ver con la comunicación humana? es entonces la pregunta. Veamos.

Eduardo Nicol, un filósofo de nuestra época, aunque del pasado siglo XX, inspirado en los filósofos griegos y empleando un método derivado de las aportaciones de la filosofía kantiana, definió al ser humano como el ser de la expresión. Esto es, el ser humano es inconcebible sin el atributo de la comunicación, lo que puede interpretarse como que los humanos son comunicación. De esta manera, los atributos que lo identifican y lo distinguen del resto de los seres son explicables desde su mera presencia, que ya es un acto comunicativo.

La pretensión de Nicol es argumentar que la presencia del ser humano es condición suficiente y necesaria para su propio autoreconocimiento y punto de partida en el proceso de conocimiento, pues, tal es la cualidad esencial del ser humano. Además, como a muchos, a Nicol le preocupaba la tendencia de la ciencia moderna hacia la deshumanización, por lo que aspira a construir una teoría del conocimiento que integre el aspecto humanístico.

Así, para demostrar su tesis, recurre al acto comunicativo, hecho tangible, transformador e incluyente, tanto del otro —ser humano— como de lo otro —el mundo que nos provee de la vida—, pues hay que recordar que si hay comunicación es porque está eso o ese otro con el que se establece la relación. En síntesis, un principio básico de la comunicación es el reconocimiento de la presencia del otro. Vale la pena considerar aquí que uno mismo es el otro, lo que significa que una exclusión o acto discriminatorio es, en el fondo una autoexclusión o autodiscriminación, una manera de dar la pauta para que los otros realicen cierta clase de conductas que van en contra de uno mismo.

Por ello, ese reconocimiento puede ser de igual a igual, lo que es desea-



RECUERDA

Forman parte de la naturaleza humana:

La cualidad inherente de la expresión y el acto comunicativo, como *logos* (razón) y como indicador de la acción (ética).

Ser parte de una totalidad (naturaleza-mundo) a la que afecta y por la que se ve afectado.

Si naturalmente se comunica, naturalmente se relaciona con sus semejantes, así como con el resto de los objetos del entorno físico-natural. Se organiza en sociedad.

Como parte de la naturaleza física, tiene una constitución físico-química, biológica y psicológica.

ble, pero desafortunadamente y con mucha frecuencia también diferenciado, donde al restarle o atribuirle más valor al/lo otro, desconocemos la importancia de lo existente para nuestra propia vida, o terminamos por enajenar nuestra voluntad o nuestra vida a las intenciones de un posible sujeto o grupo de sujetos que no ven más de lo que pueden obtener como provecho personal, ya que el egoísmo, la arrogancia y la prepotencia, entre otras, forman parte de las pasiones humanas, en el plano de lo negativo.

De ahí que en el afán de explotar la naturaleza, hemos llegado al punto en el que explotar al semejante se observa como un hecho normal, lo cual es tan grave como que el alto grado de deterioro ambiental algún día terminará por aniquilar a la especie humana. Todo, si los humanos no establecemos ese trato respetuoso con su entorno, incluidos los otros y uno mismo.

Actividades

I. ¿Es tu comunicación el reflejo de relaciones entre iguales?

1. Individualmente, en el cuadro de la siguiente página, redacta un texto descriptivo acerca de cómo llevas a cabo tu comunicación con tus amigos, con tu familia y con alguno de tus profesores. No olvides anotar el perfil (algunas características) de las personas que menciones.
2. De acuerdo con la que te asigne el profesor (amigos, familia o profesor, cada equipo trabajará un caso distinto), comparando con los textos de tus compañeros, observa las diferencias y las coincidencias, y concluyan.
3. En plenaria, los equipos exponen sus conclusiones, comparan cómo se lleva a cabo entre unas y otras situaciones respecto del trato entre los que participan en el acto comunicativo, observan las diferencias y reflexionan colectivamente acerca de los factores que influyen para que en unos casos se pueda establecer el trato entre iguales y por qué en otros la diferencia es la que predomina. Debes anotar las conclusiones de la plenaria.

II. Autoconocimiento

1. De las situaciones que describiste en el ejercicio anterior, selecciona aquella donde consideres que es necesario corregir algún aspecto.
2. Anota cómo lo corregirías.
3. El profesor solicita que algunos voluntarios lean sus trabajos y hace observaciones a las propuestas.

Amigos

Familia

Profesor

**III. ¿Qué tan humana es tu comunicación? (¿Racional?, ¿equitativa?,
¿ética?, ¿estética?)**

1. Redacta un breve ensayo (1-2 cuartillas) acerca del tema. Es racional cuando reflexionas y te preparas para hablar o expresarte por escrito. Es equitativa si evitas imponerte al otro o que se impongan a lo que tú deseas expresar. Es ética si das su lugar al otro y a ti mismo, así como el valor a lo que ambos expresan. Es estética si procuras dar un toque personal cuando te expresas. Fundamenta tus opiniones.
2. Léelo a tus compañeros de equipo e identifiquen los aspectos que pueden y deben mejorar.

3. Comunicación y sociedad

En tanto que la comunicación es siempre la expresión de una relación, la comunicación humana es reflejo de una relación humana. Luego, si naturalmente somos seres de comunicación, naturalmente somos seres de relación; es decir, entes sociales. Esto es, parte de la naturaleza humana es su capacidad de integración social, pero no sólo eso, sino que esas relaciones sociales que también caracterizan a otros seres vivos, adquieren un carácter especial por la cualidad racional que poseemos los humanos.

Gracias a esa capacidad racional, las sociedades humanas hacen más que agruparse: se organizan para administrar los bienes que obtienen de la naturaleza. Y como parte de la misma naturaleza, los seres humanos de hoy, son producto de los cambios evolutivos que han sufrido en su constitución física y en sus propias habilidades cognitivas. Tal evolución ha tenido, a su vez, una expresión en las formas de comunicación de los grupos humanos desde su origen y hasta nuestros días.

En resumen, la llamada evolución del hombre ha traído consigo o ha sido ella misma una evolución de la comunicación, misma que se perfila en los progresos técnicos o revoluciones tecnológicas en ese campo y en cuanto al desarrollo de las capacidades expresivas e interpretativas de las diferentes partes del propio cuerpo, empleadas de manera independiente o en combinación. Pero, también, y por supuesto, de formas cada vez más complejas de integración social, que son producto del enriquecimiento humano derivado de la interacción permanente.

En su oportunidad, Federico Engels, siguiendo a Charles Darwin, en su texto *El papel del trabajo en la transformación del mono en hombre*, desarrolla algunas ideas en este sentido, a fin de demostrar que el origen del hombre se encuentra estrechamente ligado con las circunstancias materiales que le rodean. En parte tiene razón, pues, efectivamente, sin el empleo sistemático de sus herramientas físicas para satisfacer las necesidades básicas, no hubiera desarrollado los órganos con los que de hecho contaba —el cerebro, las manos, la laringe...—, aunque en estado primitivo. Pero, lo que también es cierto, es que sin la cualidad inherente del razonamiento, tampoco hubiera existido tal evolución.

Así se desprende del mismo texto de Engels, donde, citando a Darwin,

1. A partir de aquí, emplearé el término comunicación para referirme a la comunicación humana, salvo que se especifique de otra forma.

se refiere al hombre primitivo como “una raza de monos antropomorfos extraordinariamente desarrollada”, que se distinguía del resto de los monos antropomorfos, incluso de los que se conocen en la actualidad. Y no podía ser de otra manera, pues sólo así pudieron desarrollar lo que ninguna otra raza o especie ha demostrado poseer, al menos no en el grado en que lo manifiesta el ser humano, cuyos límites son aún desconocidos. Ahora bien, el factor adicional o motor del desarrollo, Engels lo ubica en el trabajo.

Si el ser humano fue capaz de evolucionar, dice, no fue sino por la tendencia de resolver sus necesidades mediante el trabajo. Éste se distingue de la mera satisfacción instintiva, por la dosis de organización que se va incrementando paulatinamente, aunque de manera muy lenta durante la primera y significativamente larga etapa de evolución. Aunado a ello, el trabajo se caracterizó desde el origen por la alteración del orden natural para obtener un mayor provecho de los recursos de la tierra.

Esta orientación del hombre hacia el trabajo y la aplicación ininterrumpida en él redundan necesariamente en la evolución de los atributos físicos, así como en los intelectuales, que le conducen a adquirir la forma que todos conocemos. Aunque unos guapos y otros feos, unos altos y otros bajitos, unos morenos y otros güeritos, nos caracteriza una misma forma humana y la capacidad de generar y adquirir conocimientos.

Por otra parte, así como la comunicación le era ya un atributo inherente, lo que ocurrió en este aspecto, desde el momento de la aparición del tal mono antropomorfo en la tierra, fue un proceso evolutivo. En la primera etapa, comenzó con el empleo de sonidos y señas instintivas y grotescas, hasta construir su primer código articulado: la lengua, momento en el que comenzamos a hablar de civilización y existencia propiamente humana.

Las habilidades que los seres humanos desarrollan como consecuencia



RECUERDA

La naturaleza comunicativa del ser humano le convierte en un ser naturalmente social.

La forma de manifestarse como ser social se encuentra directamente influida por su capacidad de razonar, que también posee como atributo esencial.

La capacidad de razonar, que se manifiesta como capacidad de representación simbólica, pudo desarrollarse como consecuencia del contacto con el entorno y la alteración intencional del orden natural.

La primera gran revolución de la comunicación ocurrió con la estructuración del primer código articulado: la lengua.

del contacto que establecen con el medio varía de una región a otra, de ahí que no exista sólo una cultura sino una gran diversidad de culturas, diferentes tipos de sociedades. En parte, esto ocurre así porque, dentro del conjunto de cualidades que todos los seres humanos poseemos, cada uno es diferente de los demás, cada uno tiene un contacto distinto con el medio y, por lo tanto formas individuales de dar significación a los objetos, las acciones y los propios signos. Estas individualidades, al coincidir en un ámbito y un tiempo, conforman códigos de significación común, aunque diferentes ante otras comunidades.

Así, en la medida en que evoluciona la sociedad, se va estableciendo la diversidad de modos de vida, de creencias y de formas de comunicación entre unas sociedades y otras. Consecuencia de estas diferencias son, por una parte, motivo de la guerra, pero también retos de adaptación y de identificación positiva de la diferencia. Desafortunadamente, esta diferencia ha sido muchas veces aprovechada por los más fuertes y no siempre con las mejores intenciones, quienes la han asumido como signo de superioridad o inferioridad, según el caso.

No es sino hasta que fue tal el desarrollo del pensamiento, teóricamente desde la antigüedad, y con aplicaciones concretas aunque todavía lejos de lo deseable, en el siglo XX, cuando las sociedades hacen intentos por alimentar relaciones justas y equitativas. De hecho, hoy existe mucho trabajo que hacer en ese campo y los estudios o los enfoques basados en la comunicación juegan un papel fundamental.

Por ello, en las diferentes áreas de la ciencia se adoptan algunas reflexiones en materia de comunicación no sólo para precisar sus interpretaciones y entender mejor al ser*, sino para mejorar las aplicaciones del conocimiento científico en instrumentos que mejoren su calidad de vida, de ahí el auge de la tecnología en ese mismo siglo. No obstante, todas las acciones que realizamos, como individuos o como sociedad, tienen consecuencias que a primera vista pueden verse positivas, pues quizá lo son en el aspecto práctico inmediato, pero a veces sus efectos son negativos en cuanto a los valores que reproducen. Es ahí donde el análisis de nuestras acciones, y en concreto de la comunicación, empieza a complicarse.

Por ejemplo, cuando utilizamos la llamada mordida para agilizar un trámite, sólo pensamos en que al servidor público no le viene mal un dinero extra, mientras que nosotros podemos ahorrar un poco de tiempo. Aparentemente no hay problema, pero cuando todos empezamos a reproducir la conducta, se va aprendiendo que esa es una forma adecuada de resolver los incidentes.

Así, avanzando poco a poco en esta línea, la sociedad en su mayoría

llega a pensar que lo natural es que el servidor público sólo se mueve por la gratificación o por la cercanía que logremos tener con él. Entonces, ocurre que algún día ninguna ley podrá ejercerce, con el subsecuente perjuicio de todos, pues vuelve a implantarse la primitiva lógica de la ley del más fuerte. Y así ¿cómo podemos juzgar casos como el PEMEXGATE o Los amigos de Fox?

Ante ello, en el campo de los hechos de comunicación, es necesario allegarse a la conciencia, la convicción y el propósito de realizar una valoración previa de los posibles efectos de lo que expresamos directa o indirectamente, pues con ello construimos la base de nuestras futuras acciones, nuestros valores. Para lograrlo será menester partir de nuestros propósitos, asegurarnos de que son legítimos y justos, ubicarnos en el contexto del o los interlocutores y buscar la forma más adecuada tanto para interpretar como para manifestarnos, pues ambas son las acciones de la comunicación.

Actividades

I. Identificación de problemas y soluciones

1. Como tarea previa, busca en el periódico un nota donde se publique la realización de un acto individual que haya tenido efectos sociales y pégala en tu cuaderno. No olvides anotar los datos del periódico de referencia.
2. Identifica y anota las características de quien o quienes son los actores de la historia.
3. Analiza el hecho que realizaron desde la perspectiva de la situación de los involucrados y del contexto social, y anota qué factores debieron tomarse en cuenta antes de actuar.
4. Señala cuáles son las formas de comunicación que piensas se llevaron a cabo y cómo pudieron ser útiles para evitar el conflicto en cuestión.
5. En equipo, elijan el trabajo más completo (ganará un punto adicional), complémentelo y preséntenlo al grupo.
6. En plenaria, concluyan acerca del papel de la comunicación como factor de cohesión social.

4. Lenguaje y comunicación

Como ya lo hemos visto, el ser humano entra en relación con sus semejantes gracias a la comunicación. De ahí el principio de la existencia de las sociedades humanas, mismas que adquieren complejidad especial o se desarrollan como consecuencia de su potencial racional. En ese sentido, la comunicación se vale de un instrumento más básico que el mensaje mismo, el cual funge como elemento de enlace. Este instrumento es el lenguaje.

Lenguaje, lengua, norma y habla: punto de partida para el conocimiento del fenómeno lingüístico

A principios del siglo XX, el siglo de la comunicación, un filólogo suizo llamado Ferdinand de Saussure describió el fenómeno del lenguaje justo a partir de su condición de instrumento para la vida social y delimitó el área del conocimiento que se encargaría de su estudio: la semiología. Esta nueva ciencia definiría al lenguaje como la facultad humana de establecer relaciones simbólicas, capaz de manifestarse de múltiples formas; esto es, a través de diferentes códigos.

El código por excelencia, explicaría Saussure, es la lengua, la manifestación más básica del lenguaje. Como ves, lenguaje y lengua quedarán identificados como dos fenómenos distintos, aunque uno, la lengua, dependiendo del otro, de la capacidad de simbolizar, de representar unos objetos a través de otros, lo que constituye la facultad del lenguaje.

Estas aportaciones de Saussure son importantes fundamentalmente por dos cosas. Por una parte, ya reflejan el nuevo modo de pensar en el siglo XX. Esto es, el lenguaje, o la lengua, del mismo modo que otros objetos de la ciencia, es explicado por su naturaleza dinámica, evolutiva y revelativa de cierto aspecto de la naturaleza humana: la capacidad de construir sistemas de signos cada vez más complejos para la comunicación.

Por otro lado, de lo anterior se desprende la incipiente explicación de la función del lenguaje en los hechos de comunicación y la manera como los actos del habla, o realizaciones individuales de cada lengua influyen en las cualidades que caracterizan a estas diferentes lenguas. Esto es, las lenguas son producto de la historia de las relaciones entre personas concretas y en contextos específicos.

De esta manera, si las normas de la lengua cambian de un ámbito a otro, aun cuando se trata del mismo idioma, es porque cambian los hablantes o usuarios de la lengua. Con ello, es posible explicar por qué lo que es correcto en ciertos contextos de uso no puede serlo en otros. Por ejemplo, la norma para hablar ante un grupo de personas con quienes nos une un objetivo académico no puede ser la misma norma que aplicamos cuando nos comunicamos con nuestra familia o con nuestros amigos. Es por ello que hoy, las reglas que la academia postula para el mejor empleo de la lengua dan la pauta para la flexibilidad.

Ahora bien, si Saussure se refiere específicamente a la expresión oral, esta regla se aplica perfectamente a la expresión escrita. De ahí que actualmente la enseñanza de la lengua apunte más a la adaptación del mensaje, o texto, producido por el hablante, o enunciador, a las normas convenidas en cada comunidad de usuarios de la lengua, o contexto de producción, con el que se encuentran familiarizados los posibles oyentes, o enunciatarios. Es clara, entonces, la procedencia del modelo denominado enfoque comunicativo para el estudio de la lengua. Su antecedente original es el trabajo que Saussure hace con sus discípulos entre 1908 y 1911, aunque, por supuesto, las teorías que se manejan hoy son producto de la complementación y la reinterpretación de los estudiosos de la lengua que le sucedieron.

En el campo de la comunicación, el trabajo de Saussure también resulta de fundamental importancia, porque llama la atención a los usuarios de la lengua, que somos todos los que hablamos un idioma y especialmente quienes nos encontramos involucrados con las tareas académicas, a observar a las personas a quienes nos dirigimos, a observarnos a nosotros mismos en actitud crítica para detectar si estamos proyectando o comunicando lo que que-



RECUERDA

El lenguaje es una capacidad humana mediante la que el ser humano logra representar la realidad.

La lengua es el código por excelencia que materializa la capacidad del lenguaje.

La norma resulta del uso local de una lengua. Está determinado por el contexto o comunidad de hablantes.

El habla es el uso individual de la lengua, el modo como cada individuo emplea su código lingüístico.

La corrección de la lengua requiere la consideración del contexto de uso.

remos, si nos hemos involucrado realmente con nuestras metas de relación o es necesario reconsiderar y replantear nuestra manera de dirigirnos a nuestros receptores en cada una de las situaciones de nuestra vida.

Actividades

I. Ejercicio de adecuación

1. Redacta un párrafo donde expliques cuál es la importancia del lenguaje para la comunicación a los receptores que se señalan a continuación.
2. Debes cuidar que ambos párrafos contengan la información suficiente, adecuar el tipo de expresiones que utilices en cada circunstancia y observar que la secuencia de tus ideas sea lógica y clara para cada destinatario.
3. En equipo, intercambiarán sus párrafos y evaluarán si cumple con los requisitos de claridad y adecuación al destinatario.
4. En plenaria, comentarán los errores más notorios.

II. Prepara un discurso.

Para tu mamá (u otra persona no especialista)

Para el profesor

1. Investiga y anota en tu cuaderno cuáles son las partes del discurso político y las características de cada una de ellas.
2. Elige un tema relacionado con la Universidad —el congreso, la Legislación, los servicios, su relevancia social...— e investiga acerca de él.
3. Redacta un texto con el tema que investigaste, de acuerdo con las características del discurso político y preséntalo escrito a máquina o en computadora para que lo leas a tus compañeros.

El signo: unión de significado y significante

Otra de las aportaciones Saussure radica en el reconocimiento del signo lingüístico como unidad de la lengua. La lengua, o lenguaje verbal, es un sistema de signos relacionados entre sí, con base en las reglas que los usuarios han establecido en las diversas comunidades de hablantes. Justo estas reglas son las que has estudiado desde el inicio de tu formación escolar, aunque las más básicas las has practicado y perfeccionado desde que aprendiste las primeras palabras.

La lengua, entonces, es un código, el código por excelencia, que se conforma de signos lingüísticos y determinadas reglas de organización —gramática—. Por su parte, el signo lingüístico es la unidad mínima con significado; es decir, la palabra. Como el resto de los signos, posee dos aspectos indisolubles, aunque, como lo dice Saussure, pueden identificarse de manera independiente: el significante y el significado.

El significante es la parte material del signo, lo que percibimos por los sentidos; es decir, si nos referimos a la lengua o expresión oral, el significante de las palabras es el sonido que, por una parte los seres humanos somos capaces de articular y, por otra, somos capaces de percibir o escuchar. Si nos referimos a la palabra escrita, el significante es la grafía impresa.

El significado es la parte no material o contenido conceptual del signo, debido a que la razón de ser del signo es su carácter de representante o su función de estar en lugar de otra cosa. Esa otra cosa son los objetos que percibimos y aprehendemos en forma de concepto o de idea, de tal manera que la gran utilidad del signo es que, al emplearlos, logramos compartir aquello que en sí mismo no puede percibirse por los sentidos, el producto de nuestras percepciones, nuestro pensamiento.

Ser consciente de esta dualidad es importante e interesante porque re-

fleja otra de las características del ser humano, que es la unidad de lo material —el cuerpo— integrado con lo inmaterial —la mente—, dos aspectos indisolubles del mismo ser que son susceptibles de estudio gracias al lenguaje, al estudio del signo. Esto es, si tú analizas cómo utiliza el lenguaje una persona (la forma) podrás inferir aspectos de su personalidad y de los valores que cultiva (el contenido).



RECUERDA

La doble composición del signo también revela la cualidad esencial del ser humano, de ser espíritu o mente y materia a la vez.

El signo lingüístico se considera superior al resto de los signos en tanto que es el único que permite la traducción de cualquier otro tipo de representación simbólica.

El signo lingüístico es la unidad mínima de la lengua que posee significado.

Todo signo se constituye de una parte material (significante) y una inmaterial o mental (significado).

Esta doble composición del signo se reproduce en todas las manifestaciones del lenguaje, en todo acto comunicativo.

Actividades

I. Comenta con tus compañeros acerca de cuáles problemas se pueden generar en el uso del lenguaje, como consecuencia de la dualidad del signo, —MATERIAL Y CONCEPTUAL (O NO MATERIAL)—.

II. Describe algunos de esos problemas.

Lenguaje y pensamiento

En relación con la dualidad del signo, también se encuentra la relación directa y recíproca del lenguaje con el pensamiento. De hecho, cuando hablamos de las diferentes manifestaciones del pensamiento, llámese racionalidad, conciencia, experiencia, emoción, no podemos desligarlas de los procesos de simbolización que caracterizan al lenguaje. Esta discusión ha sido objeto de diversas discusiones.

El lenguaje, dijimos, es la facultad que tenemos los seres humanos de establecer representaciones. Esa facultad del lenguaje, como la define Saussure, es la propia facultad del pensamiento. Ahora, ¿te has preguntado alguna vez qué procesos realizas cuando piensas? ¿Ya te diste cuenta de que estableces asociaciones simbólicas; es decir, que pones en ejecución tu facultad del lenguaje? De ahí que durante la historia del pensamiento siempre haya sido necesaria la alusión a la palabra como antesala del conocimiento. También por ello Nicol define al ser humano como expresión o comunicación.

Hoy en día, por ejemplo, en las diferentes áreas de la filosofía y de la ciencia, se retoma la reflexión acerca del lenguaje y la naturaleza de los signos, en tanto que no hay conocimiento sin su correspondiente expresión lingüística o numérica, sígnica, lo que ha llevado a tomar a las expresiones del lenguaje como el saber mismo, o, en su defecto, la creencia. Al mismo tiempo, el modo de conducirnos en la vida diaria es mediante representaciones simbólicas que van de las meras expresiones de uso directo hasta los complejos contenidos de la sabiduría popular. Así, también, cuando se detectan circunstancias específicas en la articulación del lenguaje muy probablemente se trata de fallas en la psicología del sujeto de la expresión o en su modo de razonar.

Actividades

I. Unidad de lenguaje y pensamiento

Describe cómo podría ser un pensamiento sin su correspondiente expresión simbólica.

II. Expresiones del pensamiento en el lenguaje popular

1. Anota/describe los tres mensajes que se te piden, la forma en se se realiza en ellos la facultad del lenguaje (lingüística —palabras—, icónica —im'ágenes—, fonética —sonidos—...) y su correspondiente significado.
2. Indica en qué contexto se produjeron esos significados.

Refrán	
Significa	
Forma en que ser realiza	
Contexto	
Atuendo	
Significa	
Forma en que ser realiza	
Contexto	

Seña	
Significa	
Forma en que se realiza	
Contexto	

III. Interpretación del pensamiento

1. Observa la imagen que aparece a continuación.
2. Interpreta el pensamiento de los personajes y redacta un diálogo cuyo tema se apegue a lo que representan las imágenes.
3. Compara tu trabajo con el de tus compañeros. Observen las diferencias y expliquen por qué coinciden o por qué difirieron.



5. Comunicación verbal

Como lo hemos visto, la comunicación y el lenguaje son cualidades inherentes al ser humano y a través de ellas expresa su calidad de ser pensante. Asimismo, vimos que el salto evolutivo (en la historia de la humanidad) por el que se adquiere la condición de ser humano se localiza en la etapa en la que desarrolla su primer lenguaje articulado, pues implica su primer pensamiento articulado, ya no para sí mismo, sino para compartirlo con la comunidad a la que pertenece, lo cual posteriormente se erige como la base de los conocimientos que acumulará a partir de entonces.

Esto es, la comunicación humana no consiste en la mera acción expresiva mecánica o instintiva, sino en la expresión racional y en la interpretación del entorno. De esta suerte, en la comunicación humana se emplean reglas de organización de los signos, mismas que llevan implícitas las reglas de organización de nuestros pensamientos. Así, el código que logra esta doble articulación y compleja significación (la palabra emitida/escuchada y la idea contenida en ella), como ya vimos, es la lengua.

Al uso de la lengua, tanto oral como escrita, es a lo que llamamos comunicación verbal, dado que la comunicación humana no se realiza exclusivamente con ella, sino que se complementa con el empleo de otros códigos no verbales. El gran atributo de la lengua es que permite la expresión de cualquier tipo de pensamientos, lo que no ocurre con otros códigos o signos. Por ejemplo, los artistas expresan sus emociones mediante la pintura, la música o la escultura, pero no pueden hacer aseveraciones objetivas respecto de las cosas, como lo hace la ciencia. Por su parte, las ciencias exactas emplean códigos de precisión para lograr estas aseveraciones y producir conocimientos objetivos, pero los signos matemáticos que emplea tienen que ser interpretados o traducidos a un código lingüístico.

Por ello, desde que iniciaste tu formación escolar has dedicado parte importante de tu tiempo al estudio de estos dos códigos básicos para el conocimiento. Se presume, de ahí, que ya sabes emplear adecuadamente el código lingüístico que has ido adquiriendo desde tu nacimiento. Así, a partir de esta etapa de tu formación académica sólo aplicarás lo aprendido en el estudio de algún área o disciplina, como lo has venido haciendo en el Taller de Comunicación.

¿Qué es lo que debiste haber aprendido? Las reglas de uso de tu lengua

materna. Vale la pena, entonces, que en esta parte hagamos juntos una evaluación de las limitaciones que aún tienes en este campo, para que te propongas algunas metas.

Actividades

I. Expresión escrita

1. En tu casa, redacta un párrafo acerca de lo que se te pide.

2. En clase, intercambia tu trabajo con tu compañero de mesa; luego, con el

Descripción de tu salón de clases

Breve crónica del día que más te agradó de las últimas vacaciones

Argumenta tus puntos de vista sobre la amistad

Diálogo sobre un episodio de tu programa favorito.

uso del diccionario y del profesor, señalen:

- si hay faltas de ortografía,
- si se emplearon adecuadamente los signos de puntuación,
- si la escritura fue legible y limpia,
- si hay repetición excesiva de palabras o uso de muletillas,
- si las ideas expuestas fueron claras y precisas,
- si el orden de exposición fue el adecuado, y
- si se empleó correctamente el modo textual (narración, descripción, argumentación).

3. Indiquen cuáles fueron los errores más graves y propongan algunas alternativas para superarlos.

4. Reelabora los textos en tu cuaderno, con las correcciones señaladas.

II. Lectura.

1. Lee con atención el siguiente relato de Pedro Crespo.

Soy un perdido en el planeta Tierra. Por deficiencias cartográficas vine a dar a este desierto tibio y resbaladizo sobre el que camino ahora. No sé dónde estoy y el cansancio me agobia. ¡Maldita la hora en que se me arruinaron los aditamentos de levitación! La temperatura está subiendo y un vapor denso me sofoca. He caminado tanto. El bochorno me da ganas de dormir y estoy a punto de hacerlo, pero un terremoto me sobresalta. Sólo son unos segundos; me tranquilizo; todo vuelve a la normalidad. Continúo caminando... He perdido la noción del tiempo... Tengo la sensación de haber caminado miles de años luz... y ni rastro de ningún terrícola.

Empiezo a perder toda esperanza. Quizá la raza humana se ha extinguido y pienso que también el planeta está a punto de extinguirse, pues durante todo el trayecto han habido temblores y ruidos extraños que vienen posiblemente del centro del planeta.

Ahora estoy sentado a la orilla de un cenote. Receloso me acerco para atisbar: es profundo, despide ciertas emanaciones cálidas; me infunde pavor; pienso retirarme cuando siento que el tipo de piso se mueve y el extraño pozo se abre y se cierra al tiempo que escucho que de su interior salen las palabras: “Querido, aquí, junto a mis labios, tengo un insecto; mátalos pronto”. Y yo, que no sé que así les llaman a los marcianos acá en la Tierra, me quedo esperando muy cerca del hoyanco, hasta que un salvaje golpe me hace comprender mi estupidez.

2. Con base en la lectura del relato de Crespo, anota los datos que se te piden.

Tipo de texto _____

Efecto que pretende provocar en el lector _____

Personaje central _____

Otros personajes _____

Ambiente donde se desarrolla la historia _____

Acciones principales _____

6. Comunicación no verbal

La llamada comunicación no verbal se conforma de todos aquellos mensajes que transmitimos independientemente de las expresiones lingüísticas, aunque la mayoría de las veces como su complemento. Los movimientos del cuerpo, los gestos, las posturas y todo aquello que contenga un mensaje, deliberada o involuntariamente transmitido, son algunos ejemplos de esa forma de comunicación.

En la vida diaria y como consecuencia de nuestra cualidad inherente de seres de expresión, enviamos y recibimos mensajes, empleando todos los medios a nuestro alcance para dotarlos de significación. Conocer estos modos de expresión resulta de gran utilidad para mejorar nuestra comunicación, no sólo como emisores de mensajes, sino muchas veces también como receptores.

Como emisores, el manejo consciente y, en la medida de lo posible controlado, de la comunicación no verbal nos permite evitar que nuestros interlocutores interpreten equivocada y hasta ventajosamente los mensajes que enviamos. Por otra parte, como receptores, la observación cuidadosa de tales expresiones simbólicas complementarias nos permite realizar con más precisión la lectura de las circunstancias en las que se produce el acto comunicativo, mismas que aportan información sobre los asuntos que son el motivo de la comunicación.

El estudio de la comunicación no verbal tiene mucho qué ver también, con los adelantos científicos y técnicos de nuestra época, pues justo con la incursión de los medios audiovisuales los investigadores de la comunicación volvieron los ojos a todos estos aspectos que rodean el intercambio de mensajes. Antes era la comunicación interpersonal, cara a cara, o tribal, diría McLuhan. Hoy son las personalidades del espectáculo voluntario o involuntario en las que nos convierten los medios de amplia difusión y lo que se conoce como imagen pública. La aldea global.

Así, los signos no verbales que los estudiosos del tema han identificado son las expresiones del rostro, los movimientos del cuerpo, la indumentaria, las posiciones, el manejo del espacio, la decoración, el mobiliario, los objetos de los que nos rodeamos, los colores, las formas y los olores, entre otros. Todos ellos nos dicen algo de las personas o a través de ellos pretendemos decir algo, aunque no siempre. Por tal razón, también debemos tener cuidado de no interpretar más allá de lo justo.

Por ejemplo, un joven de clase media que usa pantalones desgastados y sucios realiza esta acción con una intención comunicativa, mientras que un joven indigente usa el pantalón sucio y desgastado por su propia circunstancia de vida, no porque quiera comunicar algo. Sin embargo, para sus posibles receptores, ambos sujetos transmiten un mensaje con la indumentaria que portan.

GESTICULACIÓN

Los movimientos del rostro o gestos son de fundamental importancia en la comunicación. En ellos se reflejan nuestros estados de ánimo y los efectos que nos provoca en recibir determinados mensajes. Aquí los ojos y la mirada merecen referencia especial, dado que suelen ser el vehículo de múltiples y determinantes mensajes en la comunicación interpersonal, particularmente para las manifestaciones de afecto. Muchas veces basta con una mirada para imponerse y controlar una situación, para revelar el miedo o el cariño que le tenemos a alguien.

Acompañan a las expresiones de los ojos, los movimientos de la nariz, las cejas, el ceño, las mejillas, y a veces hasta las orejas, además de la boca, por supuesto. Un ejemplo de la importancia de estos signos que, en combinación con algunos movimientos del cuerpo, dan lugar a la mímica como imitación o representación de tipos*.

CINESIS

Además de los movimientos del rostro, el cuerpo en su conjunto proporciona infinidad de signos no verbales que, además, se encuentran íntimamente ligados con las expresiones verbales. Tenemos las manos, como factor fundamental de la comunicación, los brazos, la cabeza, las piernas, los pies y el torso. Todos ellos complementan y refuerzan la transmisión de nuestros mensajes y hasta evidencian otros datos de nuestra persona.

Con los movimientos del cuerpo y del rostro aportamos o nos proporcionan información acerca de la cultura a la que uno pertenece y hasta del idioma que se habla, además de los estados de ánimo y las emociones ya mencionadas y, por supuesto, de la personalidad. A pesar de la dificultad para atribuir significados generalizados, estos movimientos han sido clasificados considerando el uso que se les da, a su origen y hasta por su forma o codificación icónica, conocimiento que resulta útil para identificar los mensajes no verbales.

En ese aspecto, una particularidad de los signos no verbales es la similitud entre el significado y el significante, que muchas veces adquieren el carácter de ideogramas*.

Asimismo, como ya vimos, los movimientos del cuerpo no son signos aislados, sino que, además de que se realizan de manera rítmica, generalmente ocurren, se entrelazan y son interpretados en el marco de la comunicación verbal. Paul Ekman y Wallace V. Frieser, estudiosos en este campo de la comunicación no verbal, clasifican los signos no verbales en cuatro tipos:

Pictórico: movimiento mediante el que se utilizan ambas manos para dibujar la forma y destacar el tamaño de un objeto, de una persona o de un hecho.

Kinética: movimiento que representa toda una acción o parte de ella. Un ejemplo caricaturesco es el clásico interlocutor que “habla de bulto”.

Espacial: movimiento que describe una relación, o la mera intención, de extensión o distancia, entre personas u objetos. Cualquier señal que indique alejamiento o acercamiento.

Señalamiento: ícono que muestra una parte del cuerpo para indicar la ubicación o la dirección de algo.

Ahora bien, del amplio espectro de las conductas no verbales, de los diferentes signos que se transmiten mediante el cuerpo, me referiré a los emblemas y a los ilustradores, por ser, hasta cierto punto, fáciles de identificar, de distinguir entre sí y de reproducirse o imitarse en situaciones concretas.

EMBLEMAS

Son actos no verbales que tienen una traducción directa o una definición aceptada convencionalmente. Su uso es intencional y consciente, aunque no en pocas ocasiones es un movimiento reflejo, pues ocurre ante la necesidad e imposibilidad de expresarse verbalmente. Generalmente sustituyen el uso de las palabras para expresar algo. Se trata de signos con significados relativamente precisos, cuyo contenido se adquiere en el contexto de la cultura donde nos desenvolvemos, aunque algunos trascienden a otros espacios culturales.

Algunos ejemplos de emblemas son: a) cuando levantamos la mano y la agitamos en señal de saludo, b) al cerrar la mano dejando entreabiertos los dedos índice y pulgar para pedir que nos esperen un momento, c) golpear a un contrincante con el guante, d) sonreír irónicamente y con la mirada fija.

ILUSTRADORES

Son movimientos corporales ligados al habla y se emplean, como su nombre lo indica, para ilustrar el discurso verbal. Sirven para acentuar o reforzar ciertas expresiones o para cambiar el ritmo del discurso. Con los ilustradores señalamos los objetos que se encuentran a la vista de los interlocutores y describimos su tamaño o forma. A diferencia de los emblemas, los ilustradores muchas veces son producto de la creatividad individual.

Tanto los que se crean en una circunstancia concreta de comunicación, como los que han sido aprendidos previamente se eligen en función de los efectos que el emisor desea provocar en su receptor al momento de emitir un mensaje. Por ello se dice que se usan con mayor conciencia que los emblemas.

Los ilustradores se clasifican como sigue:

Ideógrafos: indican un sendero o dirección del pensamiento. Carece de significado independiente.

Batuta: destacan, enfatizan o acentúan una palabra, por lo que no tienen significado independiente.

Deícticos: acto de señalar un objeto que se encuentra en el dominio visual de los interlocutores.

Espaciales: describen una relación espacial.

Kinetógrafos: describen una acción corporal.

Pictógrafos: se encuentran directamente ligados al contenido, la inflexión, la altura de la voz.

RECUERDA



La comunicación no verbal consiste en el empleo de las diferentes partes del cuerpo y de otros elementos del entorno como objetos significantes.

El rostro y particularmente los ojos, son especialmente expresivos, sobre todo para la manifestación del afecto.

Al estudio de los movimientos del cuerpo, que también cumplen la función de transmitir mensajes, se le conoce como cinesis, cinésica o kinésica.

Los emblemas en la comunicación no verbal son movimientos que se emplean en sustitución de un mensaje verbal.

Los ilustradores acompañan y refuerzan la transmisión de mensajes lingüísticos y su significado depende del contexto de uso.

Otros elementos de la comunicación no verbal son la indumentaria y el manejo del espacio.

INDUMENTARIA

La manera de vestir, el modo como arreglamos nuestro cuerpo, los perfumes que usamos, juegan un papel fundamental en la comunicación no verbal. Tan es así, que se encuentran entre los ritos que se realizan con mayor apego a las líneas establecidas en el grupo de referencia. Cada uno de los elementos del atuendo se elige con la intención primaria de ser aceptado en el grupo y en una circunstancia específica o simplemente porque sentimos que expresa lo que uno es.

Así, el cumplir o dejar de cumplir con las pautas establecidas es ya un mensaje hacia quienes nos dirigimos. ¿Qué mensajes piensas transmitir cuando eliges qué ponerte o cómo peinarte? ¿Lo haces de la misma manera cuando asistes a un compromiso social que cuando te diriges a la escuela?

PROXÉMICA

El lugar que elegimos o en el que nos sentimos mejor cuando nos comunicamos con alguien, así como la distancia que tomamos respecto de los otros, también suelen incorporarse al terreno de los signos no verbales, pues contienen información respecto de las actitudes, estados de ánimo y otras emociones de los sujetos que entran en relación.

Al estudio del espacio como factor de significación se le conoce como proxémica. Esta área abarca lo relativo al espacio físico y al psicológico, lo cual quiere decir que hay aspectos de la personalidad que solemos manejar con ciertas reservas, pues se trata de dominios con un valor especial respecto del grado en el que deseamos involucrarnos con los otros.

Otro aspecto del espacio es la decoración y el mobiliario colocados en el lugar que habitamos. Tratamos de organizar nuestros objetos familiares de determinada manera, acorde con nuestra manera de pensar. Son las convicciones, los valores, las expectativas, la cultura, parte de lo que nos revelan estos objetos signo.

Finalmente, para cerrar este capítulo y el tema de la comunicación no verbal me referiré al empleo de estos signos no verbales. De lo expuesto, podemos inferir que la realización del lenguaje humano no se limita a la expresión lingüística, sino que se complementa o se sustituye con códigos no lingüísticos. Asimismo, vimos que la lengua es la manifestación más elaborada del pensamiento, por lo que resulta ser el mecanismo natural para la representación del conocimiento objetivo (referencial), el que es de interés para la ciencia, sobre todo en su modalidad técnica.

Por otra parte, los signos no verbales suelen proporcionar la información subjetiva, que resulta de gran valor en las relaciones interpersonales y de gran utilidad para el manejo de la imagen pública.

Algunas de las funciones de la comunicación no verbal son:

1. Refuerza, complementa, sustituye y hasta contradice los mensajes verbales.
2. Expresa al ser de la comunicación, independientemente de su voluntad. Esto quiere decir que todo lo que una persona es —su origen, su historia, su cultura, su agresividad/pacifismo, su optimismo/pesimismo...— lo expresa mediante su comunicación no verbal.



RECUERDA

Mediante la comunicación no verbal accedemos o proporcionamos información subjetiva.

Algunos de los mensajes que se transmiten mediante esta forma de comunicación:

Emociones: entusiasmo, sorpresa,

Sentimientos (Conciencia íntima que se tiene de una cosa/Dictamen, opinión); odio, amor, compasión,

Estado de ánimo: decaimiento, alegría, coraje, tristeza

Personalidad: retraído, extrovertido.

Actividades

I. Empleo y utilidad de los signos no verbales

1. Con tus compañeros, integren un equipo de seis personas.
2. Uno de los integrantes contará una anécdota personal y el otro hablará sobre algún tema científico.
3. El resto de los integrantes observa y toma notas sobre el empleo que hace cada uno de los signos o mensajes no verbales.
4. Responden las siguientes preguntas: ¿Quién recurrió más a la comunicación no verbal?, ¿Qué tipo de movimientos o gestos realizó cada uno?, ¿Cuáles de esos movimientos y gestos fueron intencionales y cuáles no lo fueron?, ¿Quién de los dos oradores explotó mejor la comunicación no verbal?
5. Concluyan acerca de las respuestas. ¿Por qué piensan que ocurrió así? ¿Cómo pueden mejorar el empleo de los recursos no verbales?

II. Interpretación de expresiones faciales

1. Observa las expresiones de la ilustración.
2. Anota qué emoción, sentimiento, actitud... refleja cada rostro.
3. Comenta con tus compañeros qué expresión emplea cada uno con mayor frecuencia.
4. Concluyan acerca de lo que su rostro dice de ustedes mismos.



III. Identificación de signos no verbales e interpretación de los mensajes emitidos

1. Elige una entrevista de televisión en la que se trate un tema de relevancia social o política (no espectáculos).
2. Luego de bajar todo el volumen, observa unos minutos cada uno de los movimientos y los gestos que realiza cada uno de los interlocutores, así como su indumentaria, la postura en la que se encuentran y descríbelas en tu cuaderno.
3. Interpreta qué quisieron decir con cada movimiento, gesto... y presenta tus resultados en un cuadro como el que se anexa en la siguiente página.

Entrevistador	
Entrevistado	
Tema de la entrevista (tomar nota antes de bajar el volumen)	
Nombre del programa	
Lugar, fecha, hora, y canal de transmisión	
Descripción de movimientos (Ejemplo: Se echó para atrás)	Mensaje que transmitió (Sorpresa)
Entrevistador:	
Entrevistado	

III. Interpretación de los mensajes no verbales como sustitutos de la comunicación verbal.

1. Observa un fragmento de la película *El chico*, de Charles Chaplin. Puede sustituirse por otra película muda sin textos.
2. Toma nota de los movimientos de los personajes e interpreta los mensajes que dirigen a sus interlocutores, con la idea de reconstruir el diálogo.
3. Redacta el diálogo. Cuida de utilizar adecuadamente las convenciones para indicar cambio de interlocutor (guión largo o comillas), intervenciones del narrador, exclamaciones (¡!), preguntas (¿?), mayúsculas al inicio de cada enunciado y en los nombres propios. Debes incorporar algunas descripciones de ambientes o de hechos mediante la voz de un narrador. Para referirte a los personajes puedes utilizar frases o términos descriptivos, o ponerles nombre. No olvides darle un título a la historia y señalar la fuente que tomaste de base para redactar el diálogo.

Ejemplo:

Una tarde, frente al zaguán de una lujosa residencia, una mujer desesperada colocó una nota entre las ropas de su bebé, para luego abandonarlo en el asiento trasero de un auto. Se alejó apresuradamente y en menos de cinco minutos dos sujetos robaban el vehículo. Ya a una distancia considerable, uno de los sujetos llamó la atención de su acompañante.

—Mira carnal, allá atrás traemos un chamaco.

—¿Cómo que un chamaco? ¡No digas estupideces! —le respondió.

—¡Claro que sí!, mira por ti mismo...

4. En plenaria, léelo a tus compañeros y concluyan respecto de las diferencias y semejanzas entre los trabajos de cada uno.

I. EL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN

Breve recorrido por los modelos diseñados para su estudio

1. La comunicación es un proceso

Una vez que fue identificada *la comunicación* como objeto de una ciencia aparte —el objeto de la ciencia de la comunicación de la que habla Wilbur Schramm²— es definida como un proceso, el proceso que da vida al lenguaje, el proceso por excelencia en las distintas formas de la relación humana. Inclusive, en 1960 David K. Berlo intitula a su libro introductorio de teoría y práctica de la comunicación *El proceso de la comunicación*. De ahí que resulte necesario precisar en qué consiste el proceso y qué significa para el estudioso o para el estudiante de la comunicación lidiar o aprovechar esta cualidad de la comunicación.

Como lo habrás visto ya en tus cursos pasados, el conocimiento se divide en empírico y científico, al mismo tiempo que te habrás encargado de estudiar qué requisitos o condiciones debe cumplir el segundo, así como su importancia en el desarrollo de la humanidad. También sabrás ahora que existe un área que, sin ser sólo conocimiento empírico, no puede definirse

2. Cfr. W. Schramm. “Investigación de la comunicación en Estados Unidos”, en *La ciencia de la comunicación humana*. México, Ed. Roble, 1975.

precisamente como conocimiento científico, pues, no es su intención cumplir al pie de la letra los pasos del método científico experimental, aunque sí se apega a alguno, por lo que es tan importante, y a veces más, que aquél.

Este es el pensamiento humanista, que se expresa sobre todo en el arte y en la filosofía. Del pensamiento humanista son retomadas importantes propuestas que llegan a ser tan ilustrativas o más que la ciencia misma para explicarse ciertas situaciones de la condición humana. Esto es así porque el objetivo de esta área del saber es la reflexión o el cuestionamiento acerca de lo que somos, lo que creemos conocer y cuál es el sentido de conocer.

Las humanidades son un juicio a la condición del ser humano, o la mera expresión de alguna de sus cualidades. Por ello, muchas veces las ciencias sociales, como es la llamada ciencia de la comunicación, recurrirán a sus contribuciones para explicarse situaciones complejas que resultan de la naturaleza esencialmente contradictoria del ser humano. Recuerda que la comunicación humana manifiesta la condición del hombre y la mujer, por lo que buena parte de los problemas del ser humano, tanto como sus virtudes, se verán reflejados en sus actos de comunicación.

Ahora bien, desde la perspectiva de la ciencia o las ciencias de la comunicación, fue necesario plantearse una forma de acercarse a su objeto como un fenómeno aparte, tal como se hace en el resto de las ciencias. Esto significa que, además de identificarla por sus causas y consecuencias, hemos de reconocer a la comunicación a partir de las leyes mediante las que se manifiesta y por las que adquiere unidad. Asimismo, al ser la comunicación un **acto** mediante el cual el ser humano se manifiesta como tal, o mediante el que se **realiza** un mecanismo de otra naturaleza (biológica, mecánica, cibernética...), es posible afirmar que **la cualidad básica que resulta de su ser *un factor de relación* es el movimiento**. Tal es la condición esencial del *Ser** según la dialéctica.

Decimos, entonces, que **la comunicación es un proceso** porque la única manera de asirlo como un todo, del mismo modo que el resto de los fenómenos que estudia la ciencia, es mediante la identificación de **sus diferentes etapas, que presentan una continua modificación en el tiempo**. Por ejemplo, si bien solemos reconocer a emisores y receptores como dos roles* o entidades* distintas, observaremos que el comportamiento de unos está en directa correspondencia con los otros. Esto es, si hemos de referirnos a un mensaje, las preguntas que nos hacemos de manera natural son: ¿a quién está dirigido? y ¿quién lo emite?, incluso antes de conocer el contenido.

De hecho, la conducta más lógica cuando alguien percibe un mensaje es ignorarlo, salvo que sepa que le fue dirigido a él, o que le llame la atención por algún interés o inclinación personal. Ya sea por lo que dice, por la manera como se presenta o porque conoce y le interesan los interlo-

curoes del mismo. Así, pues, con todos esos movimientos descritos en un ejemplo tan sencillo, sería imposible tomar como estable el fenómeno de la comunicación. En todo caso, como diría Berlo, su modalidad más estable sería en su condición de texto. Pero éste no es suficiente para reconocer el acto de comunicación sino que sólo se trata de uno de sus elementos (el mensaje), aunque directamente ligado a su contexto de producción y de recepción. como ya lo estudiaste en tus talleres de lectura y redacción.

Muy importante para el estudio de los fenómenos, como procesos, es tener presente que, no obstante las necesidades del método analítico de separarlos para el estudio de cada una de sus partes o elementos, en los hechos la comunicación, como otros fenómenos, ocurre como un todo, sin posibilidad real de separación.

Asimismo, en el proceso de la comunicación no debemos confundir al elemento con sujeto u objeto, dado que, por ejemplo, emisores y receptores pueden ser sólo los roles que juega cada uno de los sujetos en el mismo proceso de comunicación.

Por estas razones, no todos los estudiosos de la comunicación recurren a esta representación de la comunicación como proceso. Algunos prefieren abordarla desde la perspectiva del lenguaje, aunque todos, en el fondo o explícita y abiertamente, reconocen la importancia de referirse a los diferentes elementos para la explicación del proceso como unidad.

RECUERDA



La comunicación se explica como un proceso por:

Su naturaleza dinámica, cambiante y transformadora.

Su relación con otros fenómenos naturales o sociales.

La necesidad de explicar sus elementos y sus interrelaciones.

Las contradicciones que suelen presentarse en determinadas circunstancias.

Es la manera como la ciencia explica los fenómenos de la naturaleza: sus leyes y transformaciones, a fin de demostrarlos, inducirlos, reproducirlos o modificarlos.

Un proceso es la sucesión de cambios que manifiesta todo acontecimiento del universo.

2. El concepto de proceso

La forma dinámica como se manifiestan los objetos de la ciencia ha sido observada desde la formulación de las primeras explicaciones acerca del mundo, de los objetos que se encuentran en él, y de la manera como los conocemos. Sobre esa base, el filósofo griego Heráclito adopta la tesis de que en el mundo todo es movimiento y afirmó que, por la misma razón, nadie se baña dos veces en el mismo río. “Si aceptamos este concepto de proceso consideraremos los acontecimientos y las relaciones como dinámicos, en un constante devenir, eternamente cambiantes y continuos. Si definimos algo como proceso también estamos significando que ese algo carece de principio, de fin o de una secuela fija de acontecimientos; que no es estático, que no descansa; que se halla en movimiento. Los componentes de un proceso ‘interaccionan’, es decir, cada uno de ellos influye sobre los demás.”³

Por todas estas razones no podemos referirnos a alguno de los componentes de la comunicación sin aludir a los demás, ni dejar de ver, a su vez, cada acto de comunicación como una fase o etapa de todo un ciclo, el cual puede ser la vida de una persona, la historia de un pueblo, el desarrollo de una cultura o la evolución de la sociedad.

Sin embargo, este concepto de proceso adquiere tal dimensión sólo hasta el siglo XX. Antes de Einstein, por ejemplo, los físicos dividían al mundo en “cosas” y “procesos”, de tal manera que la existencia de las cosas se concebía independiente de la existencia o el funcionamiento de otras. Luego, esta forma de ver el mundo cambia cuando Einstein introduce el concepto de la relatividad, el cual sugiere que cualquier objeto o acontecimiento debe ser analizado o descrito a la luz de otros acontecimientos relacionados con él y de operaciones relativas a su observación, así como por el hecho de disponer mejores equipos para la observación, pues éstos permitieron probar que objetos aparentemente estables también desarrollaban procesos e interacciones con los demás objetos del medio.⁴

Asimismo, podríamos decir que tanto la comunicación como sus elementos cumplen funciones regulares, aunque no precisamente mecánicas, a las que es posible identificar como constantes que rigen el proceso comunicativo.

3. David K. Berlo. *El proceso de la comunicación*. Buenos Aires, Ed. El Ateneo, 1980, p. 19. (239 pp.)

4. Cfr. *Ibid*, pp. 19-20.

Esto es, sabemos que las circunstancias cambian, como las condiciones del agua y del río en que nos bañamos alguna vez; aunque también podemos afirmar que el río es el mismo, pues hay un aspecto esencial que permanece. Así, en todo acto o hecho de comunicación encontraremos circunstancias distintas, susceptibles de ser estudiadas casuísticamente, pero siempre a la luz de una naturaleza esencial que le caracteriza.

El reconocimiento de esas características susceptibles de identificación en cualquier hecho de comunicación fue el objetivo de los primeros estudios de la comunicación, ubicados en el campo de las ciencias sociales. Pretendiendo estudiar los cambios de la sociedad a raíz de la incursión de los medios de comunicación de masas, así como de la revolución tecnológica que permite perfeccionar los cálculos y los procesos operacionales, al tiempo que requiere de su propio autoperfeccionamiento como herramienta de trabajo, en Estados Unidos se realizan las primeras investigaciones científicas en el campo de la comunicación. A esta escuela se le conoce como empírico-analítica o funcionalista, pues descompone el proceso de la comunicación y basa sus conclusiones en la aplicación del método científico al modo positivista*.

Los investigadores de la escuela empírico-analítica (1930-1950), herederos del positivismo, realizan una serie de experimentos y mediciones para conocer los efectos o las características de la comunicación en sus diferentes niveles. Esos estudios se apoyaron, a su vez, en los postulados y los adelantos de otras ciencias, de las que retoman algunos procedimientos para el análisis de las diferentes manifestaciones de la comunicación.

Es analítica esta corriente, entonces, justo porque trata de explicar el fenómeno de la comunicación mediante la descomposición en cada una de sus partes, para luego retomarlo como una totalidad. Tal procedimiento es muy útil, como lo marca su propio principio teórico, mas no contempla en su justa dimensión algunos aspectos fundamentales de la conciencia humana, como la evolución histórica de los procesos de significación.

Una de las grandes aportaciones de esta escuela es el empleo de modelos que representasen el proceso. En esta lógica, los funcionalistas sugieren que el primer autor que se ocupa de la comunicación, por estudiar y explicar el uso del lenguaje con propósitos específicos, fue Aristóteles (384-322 a. n. e.). Este filósofo griego, quien también desarrolla un método analítico, explica la **retórica**, a la que define como la “búsqueda de todos los medios posibles de persuasión”. Así, organiza su trabajo en tres capítulos:

1. La persona que habla - *Quién*
2. El discurso que pronuncia - *Qué*
3. La persona que escucha - *Quién*

Es importante considerar que Aristóteles parte de las reflexiones que Platón hace en el *Gorgias* respecto de la utilidad de transmitir el conocimiento a auditorios que no se encuentran familiarizados con los términos científicos, hecho de valor fundamental en el ejercicio de la política. Esto es, la *Retórica* tiene como motivación fundamental la organización racional de la vida en la comunidad humana, de tal manera que: (a) se tenga a vistas la contraparte de nuestros juicios y se acepte la modificación de tales juicios cuando han sido vencidos conforme a lo que debe ser; (b) se pueda dirigir un discurso cuyas pruebas y razonamientos se hagan mediante nociones de uso común, como una manera de situar el discurso retórico y su medio (la prueba retórica) fuera del ámbito del conocimiento científico y maximizar su beneficio; (c) sea uno capaz de persuadir a los contrarios con argumentos sólidos y descubrir los argumentos injustos, y (d) se puedan emplear los recursos del cuerpo para reforzar nuestros juicios, siempre y cuando se hagan con fines justos.

En resumen, la Retórica de Aristóteles es la disciplina que trata sobre la persuasión de lo justo. Tal finalidad tendría que ser rescatada en el contexto de comunicación de la vida moderna, como de alguna manera intentaron los fundadores de la Ciencia de la Comunicación en Estados Unidos, pero que, como aspiración ética, hasta la fecha no ha trascendido del discurso.

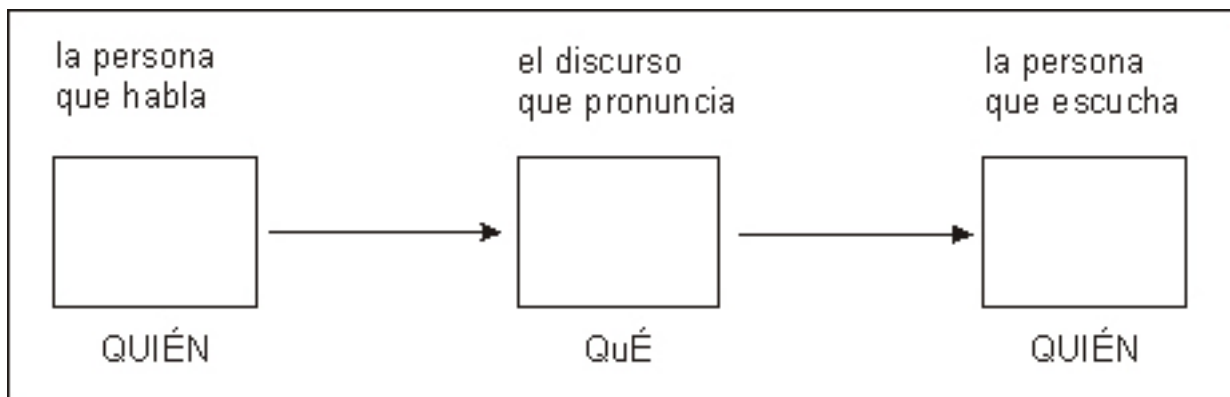


Figura 1. LA RETÓRICA DE ARISTÓTELES

Actividades

I. El método científico experimental.

1. Repasa y anota los pasos del método científico experimental.
2. Señala en qué consiste cada uno de ellos.
3. Compara tu trabajo con el de tus compañeros y complementen en el cuadro.

PASOS DEL MÉTODO CIENTÍFICO	DESCRIPCIÓN

II. Aplica el método científico.

1. Formar un equipo de seis personas a las que asignarán las siguientes tareas:

Un orador: investigará sobre algún tema de interés juvenil, para exponerlo ante los integrantes de su equipo en 5-10 minutos, tiempo en el que tratará de persuadirlos de sus puntos de vista.

Un observador: preparará una lista con los nombres de los integrantes del equipo, con espacio suficiente para toma notas durante la exposición de su compañero sobre el comportamiento de los integrantes del equipo.

Cuatro receptores: escucharán al orador y posteriormente indicarán si los convenció o no su compañero.

2. Orador y observador solicitarán a sus compañeros que respondan el siguiente cuestionario:

- a) Consideras que antes de la exposición conocías del tema.
Mucho Poco Nada
- b) Te has encontrado en situaciones como las que relató tu compañero.
Nunca Algunas veces Muchas veces
- c) Piensas que la manera como emitió su discurso fue:
Ameno Aburrido Agresivo
- d) Te interesó el tema que trató
Mucho Poco Nada
- e) Te consideras una persona
Introvertida (tímida) Neutra Extrovertida

3. El observador, con ayuda del orador, comparará las respuestas con las notas que tomó durante la exposición.

4. En equipo, concluirán acerca de qué tipo de personas resultaron más susceptibles a la persuasión y a qué atribuyen ese hecho. Justificar con base en los datos registrados.

5. Convertirán las conclusiones de este ejercicio exploratorio en una o dos hipótesis para una futura investigación.

3. Emisor, mensaje y receptor

Tal como se desprende del modelo de Aristóteles, los tres elementos básicos de la comunicación son emisor: quien emite el mensaje; receptor: quien recibe el mensaje, y mensaje: información transmitida. Como veremos, estos elementos adquieren cierta complejidad y se complementan con otros igualmente básicos. A continuación veremos algunas de las características de estos tres componentes básicos de la comunicación.

EMISOR

1. Es el que dirige, intencional o no intencionalmente, un mensaje a un receptor o a un grupo de receptores.
2. Suele ser quien desata el proceso comunicativo.
3. Se le atribuye un propósito o intención. Quien tiene más claro ese propósito puede cumplirlo con mayor éxito.
4. En algunas circunstancias el sujeto que funge de emisor, también se perfila como la fuente y el transmisor. En otras, sólo cumple una de tales funciones. Esto depende del tipo o nivel de comunicación que se realiza.
5. Construye y envía sus mensajes sobre la base de un conocimiento preciso, de tal manera que es mejor emisor el que mejor maneja el tema.
6. Se basa, asimismo, en un determinado marco de referencia al que pertenece o a sus propias experiencias.
7. El marco de referencia se constituye por factores como la educación, la cultura, la lengua y otros códigos, la condición social y la familia.
8. El éxito de la comunicación depende en importante medida en la forma como el emisor maneja su propio marco de referencias y lo adapta a sus interlocutores.
9. Además de sus mensajes, el emisor transmite emociones, actitudes y otros sentimientos que son tomados en cuenta por sus receptores.
10. La influencia es un efecto que suele perseguir un emisor en los receptores de sus mensajes.
11. Los tres factores que consideraba Aristóteles como decisivos para lograr influencia o persuasión son: la personalidad del orador, la transmisión de los estados de ánimo acordes con el discurso y la demostración clara de la autenticidad de lo que se dice.

RECEPTOR

Es quien recibe un mensaje. Puede ser por motivación propia, y entonces no necesariamente ante la emisión dirigida a su persona, sino el producto de una búsqueda personal de información. Puede ser por desición de emisor, quien lo busca como destinatario de su (s) mensaje (s).

Muy importante para la comunicación de masas ha sido la identificación de los diferentes tipos de receptores, pues cada uno de ellos tenderá a reaccionar de manera distinta ante un mismo mensaje. David K. Berlo llama la atención sobre aquellos públicos a quienes no se dirigen los mensajes y que sin embargo van a recibirlos y adoptarán una posición ante ellos. Es posible que en ciertas circunstancias sean estos públicos quienes, con su influencia, alteren el efecto que se espera de la emisión de un mensaje. Así, el receptor:

1. Por decisión propia, por una causa circunstancial o por labor del emisor, el receptor es quien capta un mensaje.
2. Otros conceptos que se emplean para nombrarlo son: perceptor, público, auditorio.
3. Según su naturaleza, cumple funciones de intérprete, decodificador o cifrador.
4. Como el emisor, también posee un marco de referencia o una base de experiencias que le permiten interpretar la información que recibe.
5. Posee cierta capacidad para comprender los mensajes que recibe y responder ante ellos.
6. Esa respuesta está en gran medida determinada por el marco de referencia. De ahí la importancia de que el emisor lo conozca y lo tome en cuenta en la elaboración de sus mensajes.
7. Para evitar interpretaciones erróneas, en nuestra posición de receptores también debemos considerar el marco de referencia del emisor.
8. El receptor también se conduce conforme a determinadas intenciones, que pueden favorecer o entorpecer la comunicación. Un buen receptor adopta una actitud que le permita obtener provecho de la comunicación sin perjuicios adicionales.
9. Al proceso mediante el que adoptamos unos mensajes y rechazamos o ignoramos otros se le llama Factor de selectividad.
10. La probabilidad de que atendamos un mensaje está determinada por la expectativa de recompensa que nos proporciona y el esfuerzo que necesitamos invertir para recibirlo.

MENSAJE

Es cualquier signo o conjunto de signos que contienen un pensamiento susceptible de interpretación por parte de un receptor. Como se desprende de la exposición hecha a lo largo de este libro, un mensaje puede ser el producto de un esfuerzo intencionado, pero también puede ser la mera construcción mental que realiza un sujeto ante determinados estímulos.

Asimismo, como también ya lo hemos visto, los mensajes, por ser un signo o una serie de signos, poseen forma (a la que llamamos **significante**) y contenido (al que llamamos **significado**, concepto o idea).

1. Es cualquier estímulo susceptible de contener información para un receptor.
2. Es el elemento que establece el puente, la conexión o **la relación** entre el emisor y el receptor.
3. Como en el caso de los signos, posee contenido y forma.
4. Adopta tantas formas como nuestros sentidos son capaces de percibir. De ahí que una primera clasificación se haga con base en ellos: **visuales**, **sonoros**, **táctiles**, **olfativos** y **equilibrio**.
5. Respecto de la doble articulación de los signos, que también caracteriza a los mensajes, éstos pueden clasificarse en **isomorfos** (guardan cierta semejanza con el objeto que representan); **icónicos**, si el peso del signo recae en la forma; **semióticos**, si existe una mayor elaboración (abstracción) del objeto representado o del significado (no poseen semejanza alguna con el objeto que representan).
6. Por el uso que se les da o la función que cumplen, los mensajes también pueden ser **utilitarios**, **imaginarios**, **realistas** o **simbólicos**.
7. Casi nunca, sobre todo en la comunicación directa, cara a cara, los mensajes viajan solos. Por el contrario, por la diversidad de posibilidades con que contamos para recibir señales que contienen información, también recibimos y enviamos otros mensajes que complementan, refuerzan, entorpecen o contradicen, a aquellos que se nos transmiten o que transmitimos de manera primordial, tal como lo vimos en el tema de la comunicación no verbal. A esos mensajes se les denomina **mensajes paralelos**.
8. Al contenido del mensaje se le conoce como **información**. Los signos poseen significado, mientras que los mensajes contienen información.
9. La información es lo que distingue a la comunicación de cualquier otro tipo de relación entre sistemas y la que da la pauta para que éstos evolucionen, entre ellos y sobre todo, el ser humano.



RECUERDA

En principio, el concepto de proceso se aplica al estudio de la comunicación como resultado de la evolución del método científico, toda vez que la ciencia moderna deja de lado la idea del mundo como algo dado, para adoptar una postura dialéctica, que identifica el movimiento donde aparentemente no se manifiesta.

La escuela empírico-analítica, fundada en la década de 1930 en Estados Unidos, utilizan el método analítico y se basan en investigaciones empíricas para estudiar la comunicación en sus diferentes manifestaciones, para identificar sus elementos básicos y sus interrelaciones.

El empleo de esquemas para modelar el proceso de la comunicación es característico de esta escuela de investigación.

La Retórica de Aristóteles es tomada como el primer antecedente en el estudio de la comunicación, por ocuparse del discurso en un contexto de fines prácticos (entiéndase práctico en sentido de ético) para la sociedad.

Los elementos básicos, sin los cuales no podríamos hablar de comunicación son emisor, mensaje y receptor.

El emisor, quien también funge como fuente o transmisor, dirige el mensaje, de manera intencional o no intencional, a un receptor, también llamado perceptor.

El emisor es el primer responsable de que el propósito de la comunicación logre el éxito.

El receptor es quien recibe el mensaje, el destino final de la comunicación entendida como acto.

Como receptores también somos responsables del éxito de la comunicación.

Tanto emisor como receptor cuentan con el llamado marco de referencias como base para la significación o interpretación de sus mensajes.

Igualmente, emisor y receptor son conceptos que se refieren a funciones o roles, no necesaria o directamente a objetos.

El mensaje contiene la información que es motivo de la comunicación y posee una forma que contribuye con el propósito del emisor-receptor.

Actividades

I. Cualidades de emisor, receptor y mensaje.

1. Convierte en cualidades las características que se mencionaron en este apartado.
2. Anota un ejemplo de lo que consideres un buen emisor, un buen receptor, un buen mensaje e indica por qué.

ELEMENTOS	CUALIDADES	EJEMPLO
EMISOR		
RECEPTOR		
MENSAJE		

II. Reelaboración de los conceptos

1. Elabora un dibujo en el que representes a la comunicación, resaltando la función de los tres elementos básicos expuestos. Trata de profundizar tu concepto.
2. Coméntalo con tus compañeros.

Elementos básicos del proceso de la comunicación

III. Aplicación

Anota tres ejemplos de mensajes para cada tipo de mensaje que se anota en el cuadro:

Visuales	Sonoros
Táctiles	Olfativos
De equilibrio	Semióticos
Isomorfo-visual-animado	Isomorfo-visual-fijo
Isomorfo-sonoro	Paralelos

4. Otros modelos, otras aportaciones

Entre otros investigadores de la comunicación en Estados Unidos, destacan Harold Lasswell, Kurt Lewin, Paul Lazarsfeld y Carl Hovland, como pioneros en el estudio del proceso de comunicación. De hecho, Wilbur Schramm, quien también pertenece a la escuela empírico-analítica o funcionalista, los considera padres de la comunicación, en un texto ya clásico⁵ donde hace un breve resumen de la historia de esta nueva disciplina.

Harold Lasswell, con una visión sociológica y siguiendo un procedimiento netamente analítico, plantea que el estudio de la comunicación no puede hacerse de manera global, sino desde cada uno de los momentos del proceso y considera a cada uno de estos momentos como un área específica de la teoría o ciencia de la comunicación. Esto es así porque, a raíz de la incursión de los grandes medios, la comunicación social emerge como un factor de influencia directa en las relaciones de la sociedad a gran escala. Al mismo tiempo, lo que pudiera haberse entendido como comunicación hasta antes de los medios de amplio alcance, ahora exigía un replanteamiento.

A diferencia de Aristóteles, quien tiene como objetivo la utilidad política de la comunicación, Lasswell toma el estudio de este fenómeno por las posibilidades que ofrece para entender a la sociedad misma. Consciente de que la evolución de las formas de comunicación habían acarreado cambios en

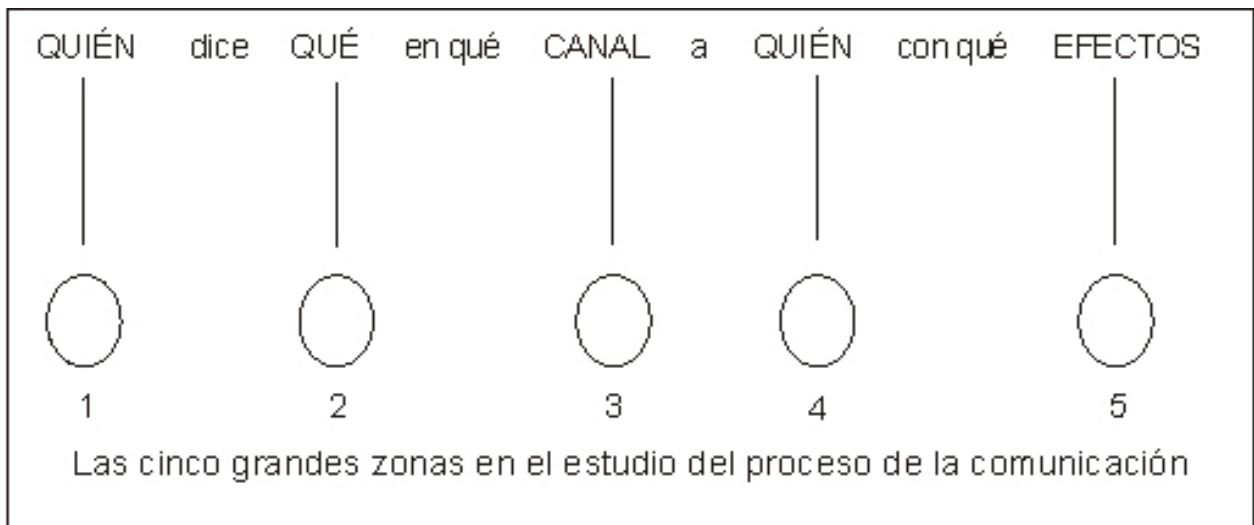


Figura 2. PARADIGMA DE LASSWELL

5. “Investigación de la comunicación en los Estados Unidos”, publicado originalmente como introducción de la compilación. *The Science of Human Communication (La ciencia de la comunicación humana)*, en 1963.

la organización social, se ocupa de ubicar las funciones de la comunicación como parte del engranaje social. Observa que en la estructura social se realizan tres funciones básicas de comunicación: de supervisión y vigilancia, de correlación de las distintas partes de la sociedad en su respuesta al entorno y de transmisión de la herencia social.

Por otra parte, Lasswell propone que una vez ubicadas estas tres funciones, el proceso de la comunicación debe descomponerse a fin de aplicar el tipo de análisis correspondiente: de control para el estudio del **quién**; de contenido para el estudio del **dice qué**; de medios para el estudio del **canal**; de audiencia, para el conocimiento del **a quién**, y de efectos para el estudio de los **efectos** de la comunicación. Así, vemos que agrega dos elementos más de los ya mencionados: el canal o medio de transmisión, y los efectos, toda vez que esta visión parte del presupuesto de que todo mensaje tiene un propósito o una intención.

Justo en la idea de que toda comunicación se realiza con ciertos propósitos o intenciones, Raymond Nixon incorpora dos elementos más al modelo de Lasswell. “Los estudios sobre la persuasión, conducidos por el grupo de Hovland en Yale, como consecuencia, principalmente de los resultados de la propaganda nazi de la II Guerra Mundial, llevan a Nixon a modificar el modelo de Lasswell, introduciendo dos elementos más en el proceso de la comunicación: las intenciones del comunicador y las condiciones en que se recibe el mensaje.”⁶

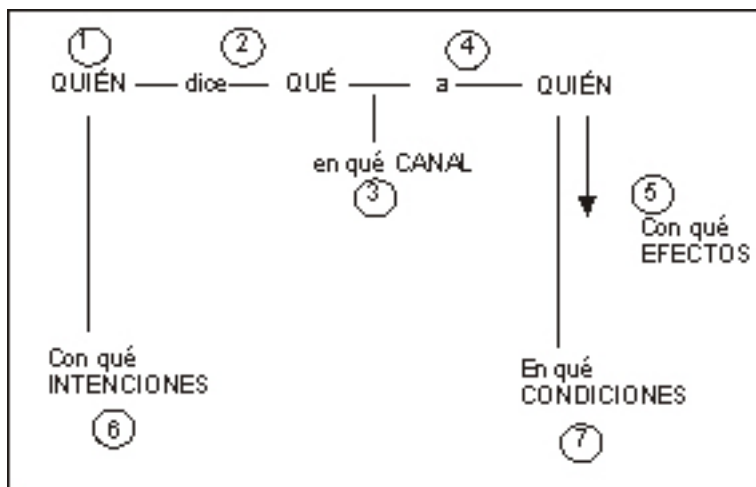


Figura 3. DIAGRAMA DE LASSWELL CON MODIFICACIONES DE NIXON

6. Tomado de *Esquemas del proceso de la comunicación*, CIESPAL, 1968.

CANAL

En los años sesenta, el teórico Marshall Mc Luhan acuñó la frase de “El medio es el mensaje” y gran revuelo causó con ella en los círculos intelectuales. Pero, ¿qué quería decir en realidad? Toda una teoría de las percepciones se plantea a través de ella. Alude a la importancia que cobra la comunicación como excitación de los sentidos, particularmente de la vista y el oído cuyo uso se encontraban restringido a la comunicación directa, cara a cara, hasta que aparecieron los medios electrónicos.

Con el advenimiento de la radio y la televisión las costumbres no volverían a ser las mismas, pues surge el fenómeno de la comunicación como una forma de goce. Y mientras en los intelectuales se ocupaban de definir al fenómeno de los medios como comunicación o como información, éstos avanzaban en la carrera de ofrecer nuevas y más sofisticadas formas de entretenimiento, al grado que quedó bien claro que las características del medio son factores de terminantes en la aceptación o expectativa de las audiencias respecto de los contenidos. De ahí que Mc Luhan equipara al medio con el mensaje mismo.

Algunas de sus características son las siguientes.

1. El medio o canal es el vehículo por el que viaja la información.
2. En la comunicación cara a cara, el ambiente funge como medio transmisor.
3. Otras de sus funciones son: conservar, amplificar, difundir o reproducir los mensajes.
4. Para su estudio, los medios se clasifican en fisiológicos y técnicos.
5. Los medios fisiológicos son todos aquellos órganos que empleamos para recibir (oído, vista...) y para enviar (voz, cuerpo...).
6. A los medios técnicos Mc Luhan los llama extensiones del hombre, pues le permiten ir más allá de lo que le permiten sus propias limitaciones físicas. Por ejemplo, el teléfono, el papel, la computadora...
7. De hecho, la comunicación se convierte en objeto de estudio por la incursión de los grandes medios.
8. Con base en la extensión de las capacidades que implica el envío de información, se hace una segunda clasificación: medios diacrónicos o de diseminación y sincrónicos o de transmisión.
9. Los medios diacrónicos o de diseminación son aquellos que tienen como función básica la de conservar la información. No lleva integrada la función de transmitir, sino que ésta requiere de un procedimiento adicional.

Esto posibilita la reproducción o recuperación. Algunos ejemplos son: cine, disco, periódico...

10. Los medios sincrónicos o de transmisión tienen como objetivo, tal como lo dice su nombre, transmitir la información, y no necesariamente resguardarla. Es lo que sería propiamente el canal. Les corresponde establecer el contacto entre emisor y receptor, por lo que su importancia se manifiesta en un tiempo presente. Son el aquí y el ahora de la comunicación.
11. Como vimos en el apartado de Mensaje, generalmente la información que entra en juego durante cada acto o hecho de comunicación no lo hace individual y exclusivamente, sino que se acompaña de los mensajes paralelos. En consecuencia, también entran en juego varios canales o canales paralelos.

EFFECTOS

La importancia de la comunicación se manifiesta en sus efectos. La sociedad cambia cuando cambian sus formas de comunicación. Las personas mismas sufrimos cambios cada vez que recibimos y hasta cuando enviamos información. A estas modificaciones la teoría analítica les llama efectos y su conocimiento preciso ha sido relevante para la comprensión del fenómeno de comunicación y de las relaciones humanas mismas.

1. Los efectos que se producen en la comunicación ocurren en diferentes niveles de conducta, desde el más superficial o sutil hasta el más explícito y directo en el marco de la relación que implica o de acuerdo con las intenciones de quien (es) participan en el acto.
2. Los posibles efectos ante la emisión de un mensaje son: no enterarse siquiera; indiferencia; interés por conocerlo; aceptarlo como refuerzo de una idea previa; rechazo; cambiar de idea; realizar una acción consecuente al rechazo, cambio o aceptación; realizar la acción contraria a la que se esperaba.
3. Generalmente, como lo expresa el modelo de Nixon, el efecto se valora desde el punto de vista del emisor de los mensajes, de tal manera que en la medida que corresponde a la intención del emisor, diríamos que se obtuvo un efecto positivo, o que la comunicación resultó **efectiva**.
4. De acuerdo con este principio, tenemos tres tipos de efectos: *boomerang*, de demostración y de inmunización.

5. El efecto *boomerang* es el resultado opuesto a lo que esperaba el emisor con el envío de su mensaje. Por ejemplo, un chavo que espera conquistar a una compañera, tratando de verse interesante y sólo consigue verse ridículo, produjo un efecto *boomerang*.
6. Contrariamente a lo que ocurre con el efecto *boomerang*, el efecto de **demostración** se produce intencionalmente cuando un sujeto acepta como válido el mensaje o los mensajes que una persona o una institución le dirige con algún recurso de persuasión o convencimiento. Por ejemplo, cuando una campaña publicitaria logra *colocar* un producto o cuando hemos convencido a una amiga de ir a una fiesta es que consiguió este efecto.
7. Por su parte, el efecto de **inmunización** también se produce intencionalmente en el receptor cuando se sabe que otro emisor tratará de convencerlo de alguna idea. Es una especie de vacuna que propicia una actitud de desconfianza. Este es un recurso muy empleado en campañas políticas y por los activistas estudiantiles cuando desean sembrar un clima adverso para evitar los cambios institucionales.
8. Si se trata de una acción consciente, intencional o no intencional, que da un individuo, el efecto es conocido como **respuesta**. Esta noción está más ligada a la conducta del sujeto en un contexto de situación.
9. La gran importancia de la respuesta, en cualquier caso, es su ser un elemento indicador de las condiciones en las que se encuentra el hecho de comunicación: el grado de interacción, la disposición a compartir ideas, el nivel de rechazo...
10. Cuando, como consecuencia de recibir determinados mensajes ocurre un cambio de actitud, entonces se produjo una **influencia**. De esto se ha acusado a los medios electrónicos, pero se ha demostrado que por sí mismos no producen influencia significativa.

Actividades

I. Reelaboración de conceptos

1. En parejas, interpreten/traduzcan las frases de Mc Luhan, de acuerdo con la función social que cumplen los medios actualmente:

«El medio es el mensaje» _____

«El medio es el masaje» _____

2. Respondan ¿qué relación tiene una frase respecto de la otra, tomando algún ejemplo recientemente observado en los medios?

3. Concluyan.

II. Identificación de medios y su empleo

1. Ver un fragmento o un programa breve de televisión tipo relato.
2. Ahora redacta brevemente la misma historia, sustituyendo los medios de comunicación empleados por los protagonistas.

3. En el siguiente cuadro, anota qué medios se emplearon en la historia original, por cuáles los sustituiste y qué circunstancias cambiaron como consecuencia del cambio de medio.

Medios	Sustitución	Circunstancias que cambiaron

III. Descripción de ejemplos de hechos de comunicación con diferentes efectos

Describe y explica un hecho de comunicación donde el efecto haya sido:

1. *Boomerang*

2. De demostración

3. De inmunización

5. Ruido y Contexto

En 1947, Claude Shannon y Warren Weaver desarrollaron la *Teoría matemática de la comunicación* (*The Mathematical Theory of Communication*). En ella se pone de manifiesto nuevamente la importancia de la respuesta en la comunicación. Estos científicos se ocuparon del aspecto funcional, es decir, de aquello que puede presentarse tanto en sistemas cibernéticos, como en cualquier otra clase de sistema cuyo principio de movimiento sea la información. Por ello fue posible que Norbert Wiener pionero de la investigación en el campo de la comunicación electrónica, reconociera la importancia de la respuesta, a la que denominan *feed back* o retroalimentación, en el proceso de comunicación.

Asimismo, Shannon y Weaver, inmersos en el diseño de un sistema que reprodujera fielmente los mensajes emitidos por una fuente de información, llaman la atención en el problema de la interferencia o ruido. Observan que toda transmisión implica una pérdida de información, hecho que puede observarse, cubriendo las proporciones, en la comunicación humana, por lo que el buen comunicador ha de tener presente a esa pérdida. En el modelo que nos legaron podemos observar la importancia que dan a esta *circunstancia*. Esto es, si alguien piensa que con el mero hecho de emitir su mensaje ya ha cumplido con el propósito de la comunicación, sin evitar las posibles interferencias, en realidad no busca la comunicación o simplemente no la habrá realizado.

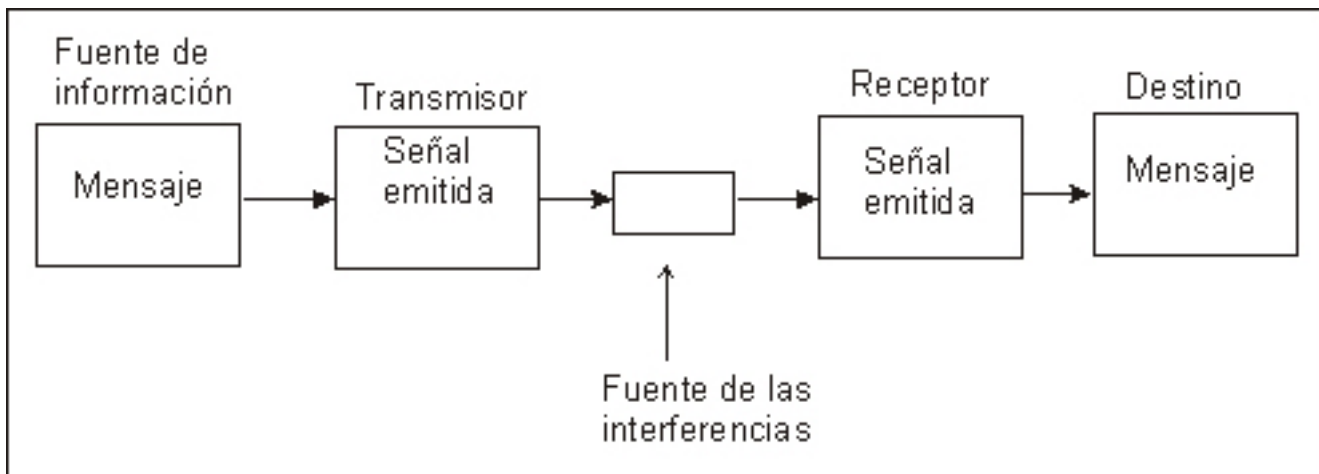


Figura 4. DIAGRAMA DE SHANNON Y WEAVER

Si en este esquema sustituimos Transmisor por Comunicador y Receptor por Perceptor, lo que tenemos es un modelo de comunicación humana. Esta sustitución la realiza Wilbur Schramm en su primer modelo, del que dice: “Considérese que la **fuelle** y el **comunicador** son una persona, que el **perceptor** y el **destino** son otra y que la señal es el lenguaje y estamos hablando de la comunicación humana”⁷.

Explorando la posibilidad de que la fuente y el emisor sean una persona, y el perceptor y el destino otra, Schramm establece que para la percepción del mensaje, la experiencia común y el perceptor son la clave y el significado del mensaje. Si estos campos difieren entre comunicador y perceptor no se comprenderá el significado del mensaje. A su vez, el empleo de elementos diferentes del lenguaje produce las interferencias semánticas, que dificultan la comunicación del mismo modo como ocurre con las físicas.

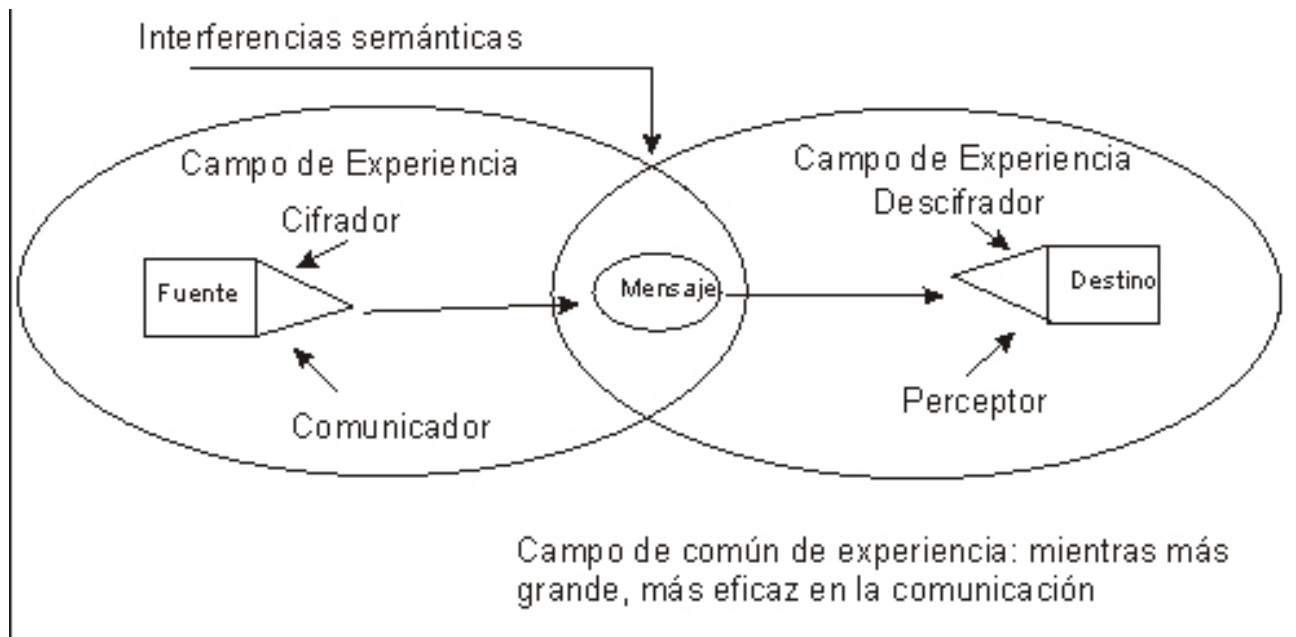


Figura 5. MODELO DE SCHRAMM PARA REPRESENTAR LOS CAMPOS COMUNES DE EXPERIENCIA

7. Esquemas del proceso... CIESPAL, p. 5.

Además de otros modelos, Schramm ensaya otras posibilidades de representar el proceso de la comunicación. Sus esfuerzos se encaminan a tener el esquema más preciso en cada uno de los niveles en que se lleva a cabo. A continuación, veremos los modelos de la comunicación interpersonal y de la comunicación masiva.

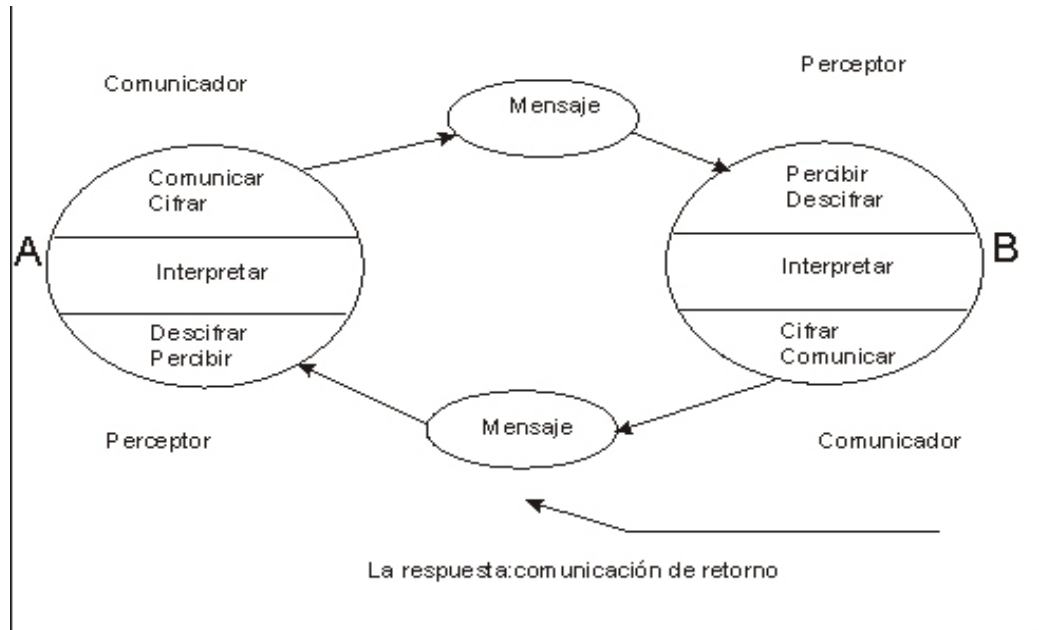


Figura 6. MODELO DE SCHRAMM PARA LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL.

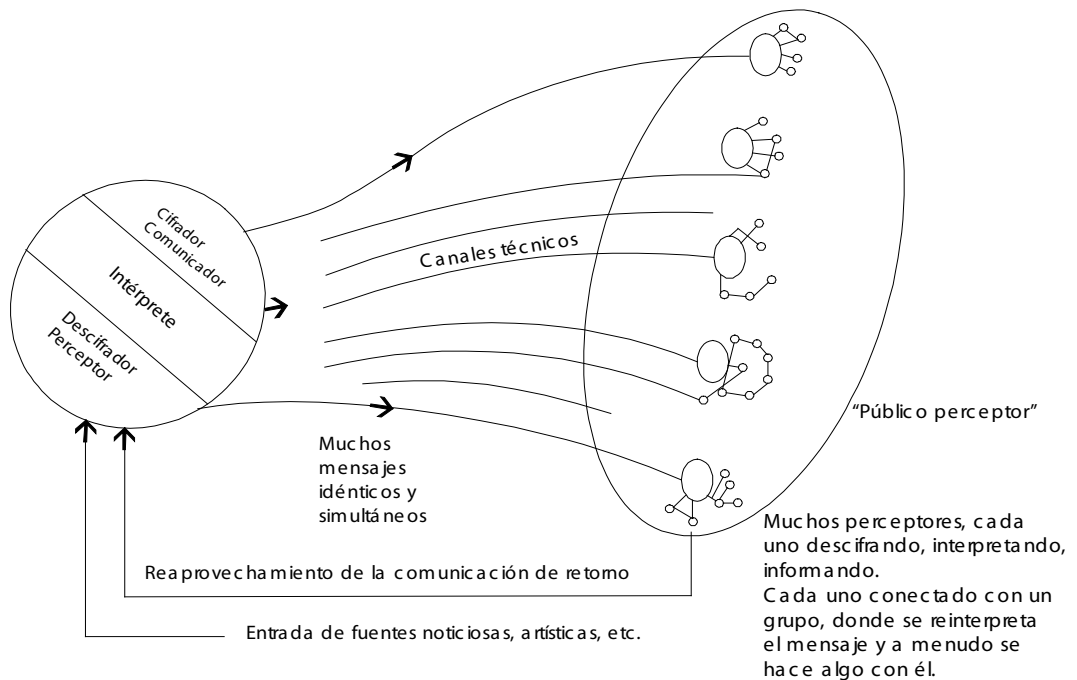


Figura 7. TUBA DE SCHRAMM: DIAGRAMA DE LA COMUNICACIÓN COLECTIVA

RUIDO O INTERFERENCIA

Como ya lo mencionamos y según se observa en el modelo de Shannon y Weaver, y los modelos de Schramm, el ruido es un factor que altera, interrumpe o distorsiona el proceso de la comunicación. Y la meta de quien tiene la responsabilidad de la comunicación en cualquiera de sus niveles es reducirlo al mínimo o, inclusive, eliminarlo.

1. El ruido también es conocido como interferencia y consiste en la pérdida de información durante la transmisión de un mensaje.
2. Dicha pérdida de información acarrea que el mensaje se reciba incompleto, pero también puede ser que esa pérdida altere el sentido del mismo. En la primera posibilidad, ante la invitación a una fiesta, uno diría “no supe dónde era la fiesta” y en la segunda, “dijo que lo alcanzara en la fiesta”.
3. El aspecto técnico que se le opone es la fidelidad. Esto es, a menor cantidad de ruido, mayor es la fidelidad en la transmisión de un mensaje.
4. Desde el punto de vista del origen del concepto, el ruido se localiza en el medio y produce interferencia física.
5. Así, aun cuando el ruido parece exclusivo de las expresiones o transmisiones audibles, el concepto también abarca cualquier distorsión en el mensaje, sea oral, escrito, audiovisual o pictográfico.
6. Podemos identificar varios tipos de ruido: **físico**, cuando interfiere algún acontecimiento del medio o de los organismos, **técnico**, cuando se presenta alguna falla del sistema de transmisión-recepción; **sintáctico**, cuando falla la codificación; **semántico**, se comete error en la interpretación del mensaje por pertenecer a marcos de referencia distintos; **psicológico**, ocurre cuando las personas interpretan anteponiendo su circunstancia emocional.
7. Sin embargo, como lo apunta Schramm, el ruido también puede ser semántico*. Son los llamados malos entendidos que se producen cuando una persona reacciona agresivamente ante una palabra o una frase que en su marco de referencias se entiende como una majadería, pero que el emisor pronunció con una idea diferente, incluso con intención halagadora.
8. A su vez, dado que la atribución de significados se encuentra también ligada con los aspectos más profundos del sujeto, el ruido también puede tener un origen psicológico o histórico, donde interviene la historia personal de los involucrados y la historia de la sociedad a la que pertenecen.

CONTEXTO

Otro de los elementos inherentes al proceso de la comunicación es el contexto en el que se realiza. Si bien ninguno de los modelos expuestos lo menciona como tal, de alguna manera aluden a él. Es el caso de Nixon, quien lo considera al agregar las intenciones y las circunstancias, así como el de Schramm, quien ensaya diferentes maneras de modelar el proceso de la comunicación humana, al incorporar los campos de experiencia y los diferentes flujos de la información. Sin embargo, al hacerlo desde su visión analítica y pragmática* sus modelos corren el riesgo de ser interpretada sólo en su aspecto de manipulación utilitaria, como desafortunadamente ocurre en su aplicación a la comunicación que se encuentra al servicio de la sociedad de consumo.

Sin embargo, efectivamente, las razones por las cuales una persona decide dirigirse a otra, se encuentran directamente determinadas por la circunstancia o el contexto de situación de cada uno. “¿Qué hace fulano en mi vida?”, “¿por qué en este momento me dirijo a él y no a otra persona?”; “Deseo, o no deseo, pero tengo que decirle...” son algunas de las cuestiones cuya respuesta hallamos en esa situación en la que se produce el acto comunicativo.

Tenemos, así, que los efectos de la comunicación humana ocurren de acuerdo con las circunstancias que rodean a los sujetos inmersos en el proceso, que no a los meros elementos funcionales. Éstas circunstancias van desde la historia personal de los involucrados directamente y lo que les ocurre en el momento de la comunicación, hasta la trascendencia de los asuntos tratados y la circunstancia socioeconómica en la que se encuentran, e, incluso, su condición sexual.

Estamos en el campo de lo meramente humano, al que se ha dedicado toda un área de reflexión teórica, en el que se encuentran la hermenéutica* y la fenomenología*, de aquellos que consideran que no es posible un análisis de los discursos, que es donde concentran la esencia de la comunicación, si no se parte del análisis de todos los factores que han influido para que se manifieste justo en la manera como lo hace y que, como podemos constatarlo sin mayor problema, son múltiples las formas y los contenidos que adquiere la comunicación humana.

Esto es así porque en las relaciones concretas entre personas, en un lugar y en un tiempo determinados, adquirimos los códigos mediante los que damos forma y expresamos nuestros pensamientos. En otras palabras, realizamos los procesos de significación que dan cuerpo a nuestra estructura mental o mentalidad, rectora del conjunto de nuestros conocimientos, de nuestras sensaciones y de nuestras acciones. De ahí la complejidad para el estudio de los significados, pues ellos sintetizan al ser de la expresión, al tiempo que delinean la individualidad del sujeto.

Así, el contexto de la comunicación se integra por:

1. La historia personal de los sujetos que en ella participan.
2. Sus valores, creencias, convicciones y costumbres.
3. Los valores, creencias, convicciones y costumbres de la comunidad o la sociedad a la que pertenecen. Esto es, la cultura.
4. El legado material de nuestros antepasados.
5. La historia de la sociedad a la que se pertenece.
6. El momento histórico y la condición sociopolítica.
7. El espacio geográfico que se ocupa.
8. El lugar que se ocupa en la escala social, en la comunidad o en el grupo político. El mismo hecho de ser hombre o mujer; joven, niño/a o adulto/a.
9. El estado psicológico de los sujetos.
10. Los ejes mediante los que se identifica al contexto son: el tiempo y el espacio.

Actividades

I. Ejercicio de aplicación 1. Modelo electrónico y Tuba de Schramm.

1. Elige un mensaje de alguno de los medios de comunicación masiva.
2. Analízalo separadamente conforme el modelo de Shannon y Weaver, y la Tuba de Schramm.
3. Observa las diferencias y comenta con tus compañeros de equipo cuál te resultó más útil y por qué.
4. Presenten sus conclusiones al grupo.

II. Ejercicio de aplicación 2. Modelo de los campos comunes de experiencia.

1. Elige una situación (real o ficticia, personal o pública) donde la diferencia en cuanto al lugar donde se desenvuelven los interlocutores originó un problema de falta de comunicación.
2. Sobre el ejemplo, aplica el modelo de Schramm para los campos comunes de experiencia.
3. Explica la importancia del contexto como fuente de riqueza y de variedad cultural.

III. Identificación de problemas y soluciones

Observa los ejemplos, señala qué tipo de ruido se produce en cada caso y sugiere alguna forma de superar el ruido.

EJEMPLO	TIPO DE RUIDO	SOLUCIÓN
Una señora dice a su hijo que vaya a comprar las tortillas. El hijo se molesta y no va.		
Una señal de tránsito que apunta hacia el lado contrario y provoca el choque de un auto.		
Desde su auto, una mujer grita a su amiga, que ya se casó. La amiga le contesta: “yo también”. Ante el siga, la mujer agrega: “¡Lláma-me!”, y la amiga responde: “Yo también”.		
Estás leyendo un interesante libro y de repente tienes que detener la lectura porque le faltan varias páginas.		
Quieres leer lo que nuestros antepasados mexicanos escribieron en sus códices y sólo logras aproximarte, sin una certeza real.		

IV. Investigación de conceptos

Para complementar tu conocimiento sobre la importancia y la trascendencia del contexto, investiga y responde las siguientes preguntas.

1. ¿Qué es la cultura?
2. ¿Qué es el tiempo?
3. ¿Cuáles son los espacios donde se desenvuelve el ser humano?
4. ¿Qué otros factores influyen en el comportamiento humano?
5. ¿Cuáles son las buenas costumbres en nuestra sociedad?

6. El código

Otras formas de acercarse al estudio de la comunicación

El código ha sido de importancia fundamental para el estudio de la comunicación como proceso psicológico y social. Así, los investigadores también han elaborado algunos modelos en donde lo ponen de manifiesto. Uno de ellos fue David K. Berlo, quien sintetiza su interpretación del proceso de la comunicación en el siguiente modelo psicológico, donde observamos que, tanto de parte de la fuente (emisor), como del receptor, operan las mismas funciones internas e intervienen los mismos factores externos de influencia.

Esto se debe a que ambos elementos (emisor y receptor) son funciones que realizan todos los sujetos, pertenecientes al mismo género humano, por lo que poseen cualidades semejantes y llevan a cabo procesos equivalentes. “Cuando nos desempeñamos como fuente de comunicación, cuando observamos a otras personas haciendo de fuente-encodificadores, necesitamos tomar en cuenta cada uno de estos cuatro factores para poder comprender por qué una fuente de comunicación actúa en la forma como lo hace y por qué es efectiva o no al comunicar sus propósitos a los demás”.⁸

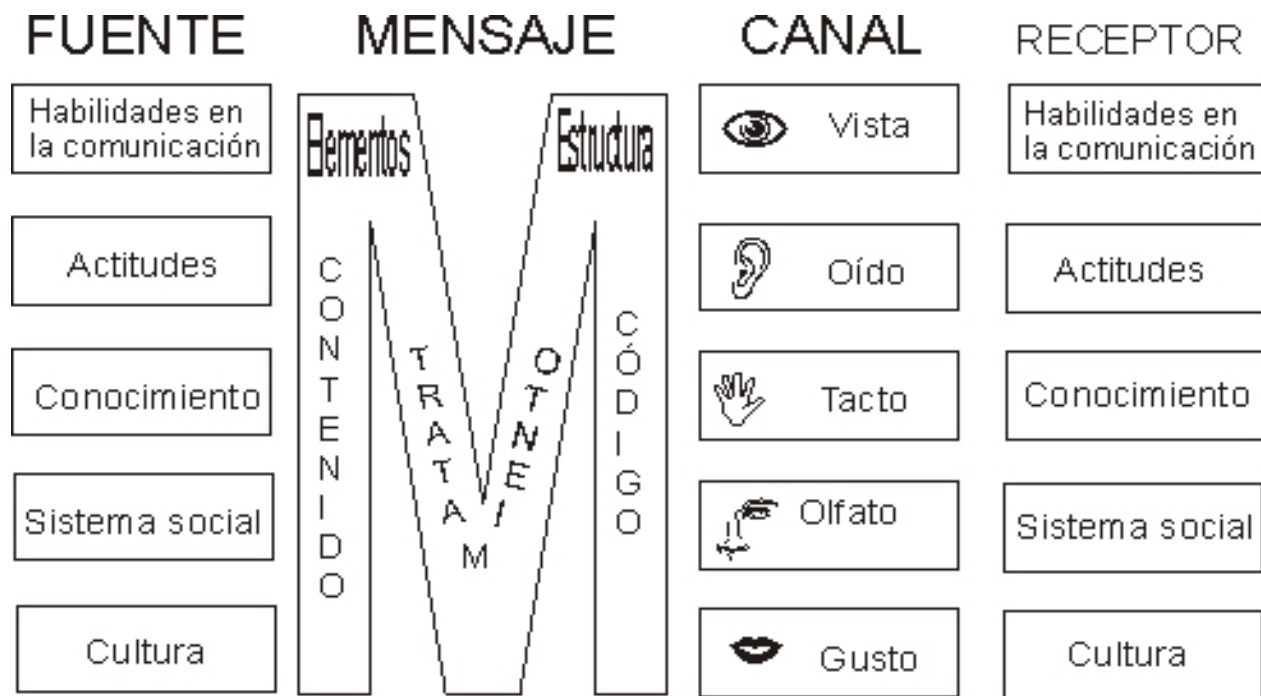


Figura 8. MODELO DE LOS COMPONENTES DE LA COMUNICACIÓN DE DAVID K. BERLO

8. David K. Berlo. *op. cit.* p. 40. Henry Lefebvre. *La vida cotidiana en el mundo moderno.* p. 53.

A pesar de la importancia de las observaciones de Berlo y el conjunto de los autores de la escuela empírico-analítica, su compromiso de explicar el proceso no va más allá de la descripción y la corrección de las conductas. Esto es, se ubica en el nivel de la formalidad, que no necesariamente implica la corrección de los problemas de fondo, que suelen presentarse en toda relación y que se encuentran detrás de todo acto de comunicación.

En ese sentido, resulta de gran valor el trabajo de quienes también encuentran a la comunicación como un fenómeno de relevancia primordial, ya no para observar las conductas de emisores y receptores, sino para acercarse al conocimiento del ser humano como un ser integral, influido por diversos y múltiples factores, al conocimiento de la naturaleza humana y explorar caminos para mejorar desde la condición interna de las personas que somos y, en consecuencia, de la humanidad.

Aquí, entonces, quedan de manifiesto dos caminos para mejorar nuestras habilidades comunicativas. Podemos optar por aquella que se dirige básicamente a los aspectos formales y convertirnos en sujetos funcionales dentro de la estructura social a la que pertenecemos. O aprovechamos la oportunidad que se nos presenta con la comunicación, de explorar en nuestra interioridad, además de encontrar la forma de conocer realmente a nuestros interlocutores para elevar de manera conjunta nuestra calidad humana.

En esta última línea, encontramos a parte importante de los teóricos interesados en estudiar el signo: su naturaleza y sus formas de organización, pues éste constituye la unidad de todo **código**. Hablamos de las llamadas ciencias lingüísticas, hermenéuticas y fenomenológicas, originalmente identificadas como parte de la escuela de pensamiento estructuralista, y que corresponden propiamente al terreno de la humanística. Entre ellas tenemos a la lógica, hoy semiótica; la gramática, hoy lingüística, la retórica y la filosofía. Si bien no en todas ellas se manifiesta explícitamente un interés por el código, sí podemos agruparlas en torno a él, dado que los problemas que son objeto de su estudio, giran en torno de los signos y los procesos de significación.

Como muestra del tipo de análisis que se realiza desde una de las facetas de este campo, me referiré al trabajo de Salvador Mendiola, profesor e investigador de la Escuela Nacional de Estudios Profesionales Aragón, de la UNAM. Mendiola se ha dedicado al estudio y la aplicación de la hermenéutica como herramienta para el análisis-interpretación de los hechos de comunicación, desde la década de los ochenta, dado que con este método es posible acercarse al origen de las formas de significación y, por lo tanto, al significado o contenido auténticamente humano de los mensajes. Como puede observarse, recurre a las aportaciones del psicoanálisis en la interpretación del sujeto

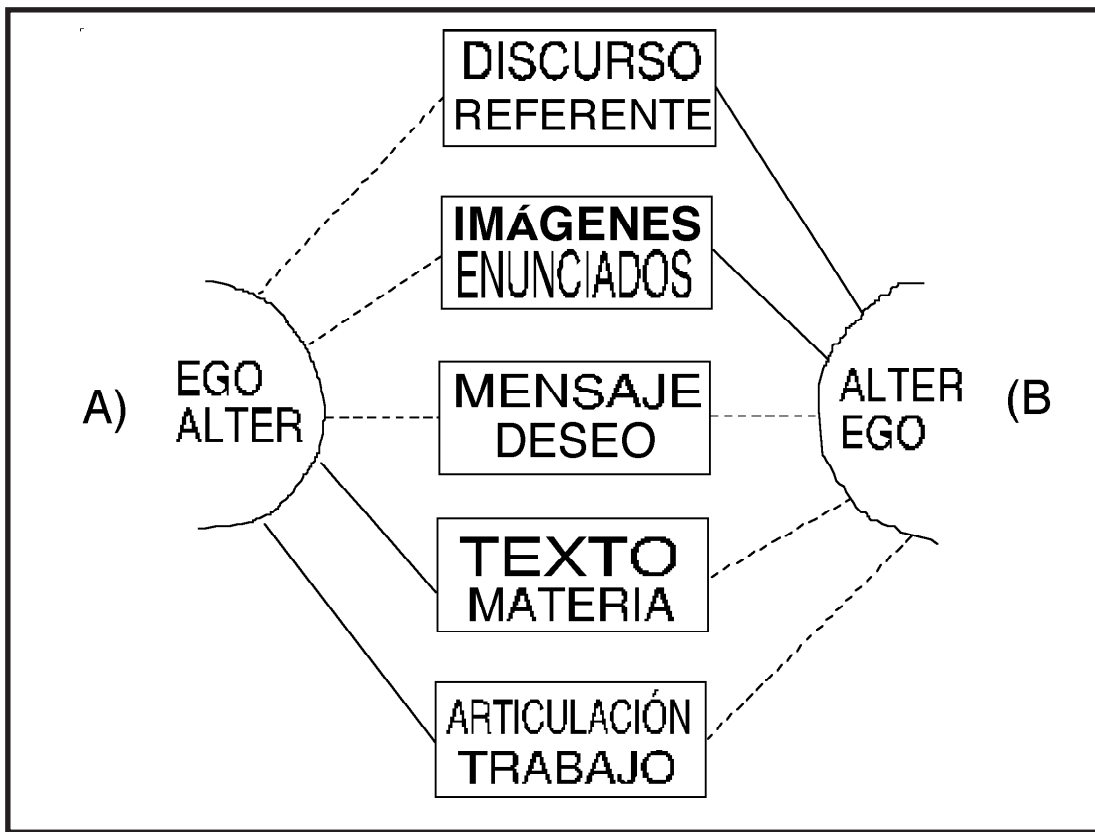


Figura 9. MODELO HERMENÉUTICO DE SALVADOR MENDIOLA

como ego que expresa alguno de sus deseos no siempre explícitos pero siempre potencialmente identificables en los mensajes manifiestos que transmite.

Así, aunque antaño la hermenéutica fue un instrumento para interpretar textos en lenguas muertas, en la actualidad sus aplicaciones han alcanzado una dimensión mayor, al grado de que empieza a reconocerse su utilidad en áreas más prácticas del conocimiento, como es, por ejemplo, la pedagogía y aquellas otras disciplinas relacionadas con el conocimiento de la condición humana.

La ventaja de entresacar de las diferentes circunstancias que han influido en la conformación de un mensaje, es la posibilidad de incursionar en los niveles más profundos del ser humano, de los seres humanos concretos que producen y reciben los mensajes, con quienes guardamos identidad y a través de quienes adquirimos el conocimiento del mundo-humano e incrementamos el conocimiento de nosotros mismos, al modo como lo proponía Sócrates con su método de la mayéutica.

Es mediante la consideración de todos los aspectos ligados al mensaje como puede realizarse una auténtica interpretación del discurso de alguien o de un determinado grupo o sociedad. Por ello, la aplicación de esta metodología implica el reconocimiento del contexto en todas sus posibilidades, del cual emergen los códigos mediante los que nos relacionamos.

Esto es, el código es la expresión de la historia, las emociones, las experiencias, la geografía, la cultura, el sexo... de quienes hacemos la comunicación. Por ello, ningún código de significación puede desligarse de las prácticas sociales de sus usuarios. El código, como lo vimos en la primera unidad, es la materialización de la facultad del lenguaje humano, y las reflexiones acerca de la naturaleza comunicativa del lenguaje nos permiten distinguir diferentes tipos de códigos.

De acuerdo con John Fiske, los rasgos comunes de los diferentes códigos son:

1. Tienen una o varias unidades, de las que el usuario hace una selección y las combina de acuerdo con reglas o convenciones.
2. Expresan significados, objetos diferentes de los signos con los que se conforman.
3. Dependen de los acuerdos o convenciones de los usuarios, así como de las experiencias y cultura compartidas. Cultura y código forman una unidad en el terreno de la comunicación.
4. Cumplen una función social o comunicativa identificable.
5. Se transmiten a través de medios o canales.

Así, toda vez que los códigos, o sistemas de significaciones, cumplen una función social identificable y que dependen de los antecedentes culturales que comparten los usuarios, pueden clasificarse de la siguiente manera:

Analógicos: Tienen una escala continua. La música, como secuencia de sonidos, es un código analógico, aunque las notas y escalas sean digitales. La naturaleza es analógica, pero el ser humano le impone diferencias digitales.

Digitales: Las unidades de que se componen (signos) se encuentran claramente separadas; son fáciles de leer; a ellos corresponden los códigos arbitrarios.

Presenciales: Son indicios, no pueden representar algo diferente de ellos mismos; indican aspectos del comunicador y de su situación social presente.

Representativos: Representan algo diferente de sí mismos y de su codificador; se usan para producir *textos*, mensajes con existencia independiente; emplean signos icónicos y simbólicos.

Elaborados: Su vocabulario es amplio y su sintaxis compleja; puede ser hablado o escrito y funciona mejor para mensajes representativos simbólicos; es más entrópico y difícil de predecir las opciones abiertas al hablante; se dirige

al individuo como persona, más que a un estatus dentro del grupo; facilita la expresión de su individualidad; hacen poco caso de la comunicación no verbal; expresan abstracciones, generalizaciones, lo ausente; dependen de la educación formal y del entrenamiento.

Restringidos: Son más simples, tienen un vocabulario menor y una sintaxis más sencilla; tiende a ser oral y se acerca más a los códigos presenciales indicativos; tiende a ser redundante y sus mensajes son altamente predecibles; está orientado a las relaciones sociales y es indicativo del estatus del hablante dentro del grupo, restringiendo el señalamiento de diferencias individuales; depende de antecedentes y presupuestos comunes, así como de una identidad cultural local; dependen de la interacción con códigos no verbales; expresan lo concreto, lo específico, *añ aquí y ahora*; dependen de la experiencia cultural.

De banda ancha: lo comparten los integrantes de una audiencia masiva; tienen que enfrentarse a la heterogeneidad, por lo que guardan semejanza con los códigos *restringidos*; recurren a lo que la gente tiene en común;

De banda estrecha: Está destinado a una audiencia específica que a menudo se define por los códigos que utiliza: guarda semejanza con los códigos elaborados.

No obstante la importancia del código, el estudio de la comunicación considerando al lenguaje como el eje paradigmático exclusivo también tiene sus riesgos. Si bien resulta una herramienta de indudable valor para analizar hechos concretos de comunicación, de individuos, de grupos o de sociedades enteras, no es suficiente para tener la visión de conjunto. El lenguaje o la facultad de construir códigos es la realización de procesos de representación. La representación es representación de algo y ese algo, la realidad, es el objetivo último de la comunicación, las consecuencias concretas que nuestra comunicación tiene en el mundo de las relaciones humanas.



RECUERDA

Con el desarrollo de la tecnología, en el siglo XX cobra especial importancia el canal y los efectos, como parte del proceso de la comunicación.

Harold Lasswell sugiere el empleo de un método específico para el análisis del quién (de control), del dice qué (de contenido), del canal (de medios), del a quién (de audiencias) y de los efectos.

Marshall Mc Luhan destaca la influencia del medio para la selección de los mensajes y sus posibles efectos.

Algunos tipos de efectos que se producen durante la comunicación son: de *boomerang*, de inmunización y de demostración.

Una modalidad de los efectos es como respuesta, la cual indica cómo fue interpretado nuestro mensaje. En la comunicación electrónica es conocida como *feedback*.

El ruido como fuente de interferencias en la comunicación es una aportación de los investigadores de los procesos informáticos Shannon y Weaver.

En la comunicación humana los ruidos pueden ser de tipo físico, técnico, sintáctico, semántico e, incluso, psicológico.

El contexto influye directamente en la comunicación porque a partir de él damos contenido a los signos que empleamos, ya como significados establecidos, ya como acotaciones complementarias.

Algunos aspectos que conforman el contexto son: la historia personal, la cultura, los valores y las costumbres, el momento histórico y la condición sociopolítica, la circunstancia económica, el estado psicológico, el género, la edad, la posición en las microestructuras sociales.

Los ejes para la identificación-ubicación del contexto son el tiempo y el espacio.

El código es el elemento de la comunicación que sintetiza el conjunto de los conocimientos, valores, creencias de la sociedad a la que pertenecemos y la forma como lo empleamos define aspectos importantes de nuestra persona.

Las ciencias hermenéuticas, fenomenológicas y, por supuesto, del lenguaje toman al código como elemento central de la comunicación, encaminadas al estudio de la condición humana.

Actividades

Ejercicio de aplicación: modelo hermenéutico

1. Lee el siguiente texto de Ana Frank.

Lunes 24 de enero de 1944.

Querida Kitty

Me ha ocurrido una cosa muy extraña, en mi opinión. Nada en especial, sólo que me parece fuera de lo ordinario.

Tanto en nuestra casa como en la escuela, cuando se hablaba de sexo siempre era con misterio o con vergüenza. El tema se trataba cuchicheando, y si alguien demostraba su ignorancia, era objeto de burlas. A mí me parecía eso bastante estúpido, y pensaba: “¿Por qué tanto misterio para hablar de esas cosas? Es absurdo”. Pero como no tenía remedio, cerraba el pico o pedía información a mis amigas.

Al corriente de muchas cosas y después de hablar con mis padres, mamá me dijo un día: “Ana, te doy un buen consejo, no discutas estos asuntos con los muchachos. Si alguno toca el tema, no respondas.” Todavía recuerdo mi respuesta: “¡Claro que no lo haré!” ¡Qué ideas!” Así quedaron las cosas.

Cuando recién llegamos aquí, papá frecuentemente me hablaba sobre cosas que yo hubiera preferido conocer por mamá, y aumenté mis conocimientos gracias a los libros y a los fragmentos de conversaciones a mi alrededor. Peter Van Daan, a diferencia de algunos de mis compañeros, nunca ha tratado de insistir en el tema.

Su madre nos confesó un día que ni ella ni su marido habían tratado la materia con Peter. Aparentemente no sabía hasta qué punto estaba informado.

Ayer, mientras Margot, Peter y yo pelábamos las papas, la conversación giró sobre Boche, y yo comenté.

—Seguimos sin saber si Boche es gato o gata, ¿verdad?

—Es gato —repuso Peter.

Yo me eché a reír, diciéndole:

—¡Sí, un gato que espera gatitos!

Peter y Margot también se rieron. No era para menos. Hacía dos meses Peter había dicho que Boche tendría gatitos, pues su vientre aumentaba ostensiblemente. El grosor, sin embargo, se debía a sus grandes banquetes, pues los gatitos no parecían crecer y mucho menos nacer.

Peter se defendió:

—Puedes comprobarlo tú misma. El otro día, mientras jugaba con él, me di cuenta que es un gato.

Sin poder controlar mi curiosidad, lo acompañé al almacén, pero Boche no aparecía por ningún lado. Aguardamos un momento, pero como hacía frío, volvimos arriba. Más tarde oí que Peter bajaba de nuevo. Haciendo de tripas corazón atravesé sola la casa vacía, para llegar al almacén. Peter jugaba con Boche sobre una caja vacía. Lo pesaba en una balanza.

—Hola, ¿quieres verlo?

Sin más movimientos puso al animal patas arriba, sujetándolo hábilmente.

—Aquí tienes el sexo masculino. Eso, algunos pelos y éste es su trasero.

El gato dio una volteretea, para caer nuevamente sobre sus lindos zapatos blancos.

Si otro muchacho me hubiera mostrado “el sexo masculino” nunca más le hubiera dirigido la palabra. Pero Peter continuó con tanta naturalidad sobre el escabroso tema, que acabé por sentirme a mis anchas. Jugamos con Boche, charlamos y nos maarchamos despreocupadamente a través del enorme almacén.

—Si quiero saber algo, siempre le pregunto a mi padre. Él sabe mucho, más que yo y, además, tiene experiencia.

Estábamos al pie de la escalera y yo guardé silencio. “Las cosas pueden cambiar”, como diría el Hermano Rabito. Jamás hubiera pensado hablar tan llanamente, ni siquiera con una muchacha. Estoy segura de que mamá no se refería a esto cuando me advirtió que no hablase con muchachos. De cualquier modo me sentí diferente durante todo el día y recuerdo sin querer la escena. Por lo menos he aprendido que hasta con muchachos se puede hablar con aspavientos y falsa vergüenza.

Me pregunto si en realidad Peter habla tanto de este tema con sus padres y si actuaría con ellos como lo hizo ayer conmigo... Después de todo ¡A mí qué me importa!

Tuya, Ana

2. Anota lo que hayas entendido acerca de Ana y de los hechos que relata.

3. Investiga los siguientes datos

A) ALTER EGO

¿Quién fue Ana Frank?

¿Dónde y en qué época vivió?

¿Cómo vivía?

¿Con quiénes vivía? ¿Cómo era su relación con esas personas?

¿Qué edad tenía cuando escribió el texto?

¿Qué sucedía en su país y en el mundo entonces?

DISCURSO

¿Qué temas trata el texto?

¿Qué relación tienen entre sí?

¿Qué relación existe entre los temas que trata y las circunstancias que rodean a la autora?

ENUNCIADOS/IMAGENES

¿Cuál es la composición del mensaje?

¿Qué enunciados te parecen especialmente significativos en relación con la personalidad de la autora/personaje?

¿Qué clase de enunciados son?

MENSAJE/DESEO

¿Qué piensas que quiso transmitir la autora?

¿Qué emociones/mensajes percibiste tú?

TEXTO/MATERIA

¿Qué clase de texto es?

¿Cuáles son sus características formales?

¿A qué obra pertenece?

ARTICULACIÓN/TRABAJO

¿De qué manera se redactó el texto?

¿Qué pudo haber requerido la autora para darle forma?

¿Quiénes más y con qué clase de colaboración intervinieron en su articulación?

Leticia Santa María Gallegos

B) ALTER EGO

Describe tu circunstancia como intérprete del texto.

Lugar y época

¿Cuál es tu distancia cultural y espacio-temporal respecto de la autora?

4. Lee nuevamente el texto, interprétalo y anota todo lo que ves en él después de haber realizado tu investigación.

III. NIVELES DE COMUNICACIÓN Y PRÁCTICAS COMUNICATIVAS

El tema de los Niveles y Tipos de Comunicación en la Vida Cotidiana trata de la definición del concepto mismo de comunicación en sus diferentes contextos de realización, sus características y su naturaleza social y simbólica, además del papel que juega y la importancia que tiene el lenguaje en este proceso. Con el desarrollo de este tema, se pretende mostrarte un panorama de los diferentes modos en que se realiza la comunicación, pues, si bien la practicas cotidianamente, es importante que te detengas a reflexionar acerca de cuáles son los factores contextuales que le dan forma y cómo puedes aprovechar ese conocimiento en beneficio propio y de tu comunidad.

La presente exposición se desarrolla desde un enfoque crítico, que considero el más adecuado para tratar la situación de contexto que es muy importante recuperar en esta etapa del curso. Asimismo, he incluido algunos conceptos de utilidad para hacer algunas especificaciones técnicas que te permitan avanzar en la aplicación de los conocimientos y comprender o mejorar la comunicación en situaciones concretas.

El objetivo a cumplir en esta última etapa del curso es que adquieras una noción general de las características de la comunicación en cada una de las situaciones de tu vida y que se manifiestan en la concatenación social estructural, de tal manera que puedas identificar tus propias conductas de manera autocrítica y mejorar tu competencia comunicativa en diferentes contextos. A su vez, realizaremos una introducción a algunos de los conceptos más relevantes del Taller de Comunicación Masiva.

1. Comunicación y vida cotidiana

La comunicación es un fenómeno de nuestros tiempos, y no porque antes no se llevara a cabo dicho proceso, sino porque, como sabemos, los adelantos en el terreno de la ciencia y la tecnología, que tienen lugar desde fines del siglo XIX y durante el que acaba de terminar, provocan cambios que modifican sustancialmente las formas de relación entre las personas y los modos de organización de la sociedad en sus diferentes ámbitos, mismos que son descritos con audaz agueza por Marshall McLuhan en los años sesenta. Esto es, el desarrollo de los recursos que empleamos actualmente para interactuar con el medio y con las demás personas han sido el motivo de las reflexiones sobre la comunicación en su concepción moderna y, por lo tanto, de **su construcción como objeto de estudio**.

Por otra parte, y como consecuencia de lo anterior, **la vida cotidiana también es un fenómeno de la sociedad contemporánea**, y tampoco quiero decir con ello que antes no existieran *las costumbres*, sino que, siguiendo al teórico francés Henry Lefebvre, hasta el siglo XIX, con el auge del capitalismo y el desarrollo del “mundo de la mercancía”, no existía el fenómeno de la cotidianidad.⁹ Esto es, el desarrollo tecnológico y su respaldo en una superestructura que se consolidaba en favor del capitalismo son los factores que producen los cambios, no sólo en las costumbres y la manera de organizar la economía en nuestras sociedades, sino en la propia forma en que los hombres perciben la realidad, el mundo, a los otros, a sí mismos, hechos que tienen su manifestación objetiva en la comunicación.

Por ello, me parece necesaria la ubicación de **los dos fenómenos —comunicación y vida cotidiana— como parte de una misma circunstancia histórica**, cuyas notas características son la producción industrial y la comercialización, la democracia, las prácticas del individualismo, la proliferación de los estereotipos, la explotación de la imagen. Esta perspectiva nos alerta respecto de la tendencia del pensamiento contemporáneo a naturalizar lo que nos fue legado del pasado inmediato.

Es importante saber que estamos hablando de nuestra época, con la conciencia de que en épocas anteriores fueron otras las reglas de organización, incluso del pensamiento acerca de las cosas, de nosotros mismos y, por lo tanto, de la comunicación. Con ello, deseo insistir en que ésta, la nuestra, es la era de la comunicación, en la que, de repente, parece obligado tener que explicarse todo sólo desde un enfoque comunicativo, entendido éste como pragmatismo lingüístico.

9. Henry Lefebvre. *La vida cotidiana en el mundo moderno*. p. 53.

Justo en los siglos que nos ha tocado vivir, los hechos que antes fueron reconocidos por una serie de características que los hacían distintos al resto de los fenómenos del mundo, ahora se explican porque responden a un modelo de intercambio de información, a un modelo de comunicación. De ahí que por momentos parezca que nuestro objeto de estudio se desvanece, pues no siempre se comporta como objeto, sino que, sobre todo hoy y en ciertas áreas del conocimiento, pasa a convertirse en herramienta para el estudio de otros fenómenos cuya naturaleza es muy diversa. Asimismo, en cada intento de explicación de este fenómeno y sin remitirse necesariamente a una taxonomía deliberadamente pre-establecida, los teóricos acotan sus características desde alguno de sus niveles de realización.¹⁰

Para el tema del presente capítulo, lo anterior sólo vale como antecedente para justificar la afirmación que tomo como premisa: que la comunicación no constituye en sí misma un fenómeno, al menos no un fenómeno que pueda extrapolarse sin el riesgo de perder la sustancia. Tal como expuse en el primer capítulo, **la comunicación es la manifestación objetiva de otro fenómeno, ya sea de naturaleza física, orgánica, social y hasta cognoscitiva**, o cognitiva, como está de moda llamarle.

De esta manera, y como también vimos en el primer capítulo, **la comunicación humana es un fenómeno que pone de manifiesto otros fenómenos de relación en la naturaleza humana**. Por lo tanto, los actos de comunicación difieren como consecuencia del tipo de relación de los actores, del número de personas que participan en el proceso, de los objetivos que se persiguen, y de los medios que utilizan.



RECUERDA

Además del estudio de la comunicación como proceso, las diferentes formas de realización de los actos comunicativos nos conducen a tratarla por los niveles y tipos en que se manifiesta.

La comunicación es un fenómeno que surge como tal en el siglo XX, con el desarrollo de la tecnología y la modificación de las conductas en la sociedad de consumo.

Lo que se entiende como vida cotidiana en la sociedad contemporánea es, asimismo, consecuencia de los cambios mencionados.

10. P. Watzlawick, J. Beavin Bavelas y D. D. Jackson. *Teoría de la comunicación humana. Interacciones, patologías, paradojas*. pp. 12-13.

2. Comunicación intrapersonal

Con base en la premisa de que **el fenómeno de la comunicación es un proceso que pone de manifiesto la relación entre los individuos de una sociedad**, es decir, como el proceso que pone al *yo* en interacción con *el otro*, también es necesario reconocer que a ese hecho le preceden **mecanismos de relación del yo con el propio yo**, a través del contacto con *lo otro*. Se trata de una forma de comunicación más básica, la más básica por ser la fuente donde se genera la información, y que se lleva a cabo en el nivel de la acción consciente.

En este caso, cuando el intercambio de mensajes ocurre entre dos o entre el conjunto de las conciencias en las que es capaz de desdoblarse la de un mismo individuo, estamos ante lo que la teoría de la comunicación ha identificado como el nivel intrapersonal. Y su valor fundamental estriba en observar que tiempo dedicamos para poner en orden nuestros pensamientos y nuestras emociones para estar en armonía con los demás.

Este nivel de comunicación se explica por el proceso de significación que desarrolla cada individuo en el plano cognitivo. Es la experiencia que resulta del contacto con el medio, o con el propio cuerpo, y mediante la cual nuestra conciencia construye el conocimiento y lo convierte en principios para la acción. Gracias a la comunicación intrapersonal damos un sentido propio a las cosas, atribuimos significados a las palabras y otros signos que aprehendemos individualmente por el mero hecho de *estar*, solos y aun en contextos compartidos.

Y, por supuesto que ése es sólo el principio, pues una vez adquirido el conocimiento y el lenguaje, en la medida que avanza ese conocimiento, **los diálogos interiores** son cada vez más elaborados y sus resultados más complejos. Esta situación puede observarse tanto en el proceso de la historia personal de cada uno, como de la historia de la humanidad en general.

De esta manera, tenemos **la reflexión**, que es un ejercicio en la vida cotidiana de todos los seres humanos para mejorar o corregir errores, así como las **deliberaciones de la observación experimental** que resultan tan útiles y productivas cuando dan lugar al desarrollo del conocimiento científico, y **los ejercicios que dan lugar a la creación de obras de arte**. O, en el otro extremo, los resultados se llegan a manifestar hasta destructivos, como ocurre con algunos diálogos interiores de personalidades esquizofrénicas o maniaco-depresivas.

3. Comunicación interpersonal

La comunicación interpersonal es aquella mediante la cual entran en interacción dos sujetos o más. Es el nivel más básico de las relaciones humanas. Sólo hace falta que dos personas se pongan en contacto para que se comuniquen, para que cada una *exprese* su ser al *otro*, en una acción tan irresistible como inconsciente, pues se trata de la reacción de los individuos ante el fenómeno de la expresividad, del acto primario de la manifestación del ser, el acto comunicativo.

Esta manifestación del ser ha sido objeto de interés desde el momento en que los filósofos reconocen al hombre como el ser del *logos*, es decir, dotado de la palabra, de expresión, con todo y que esta cualidad había sido dejada de lado por estos pensadores para dar paso a la explicación de la racionalidad. Sin embargo, en nuestra época la comunicación se aborda como un hecho en sí mismo y el lenguaje el paradigma de la explicación del conocimiento.

Además de que la comunicación interpersonal **es el nivel donde se encuentra la célula de la socialización**, ahí mismo se ubica el acto de la conversación, donde los interlocutores actúan unos sobre los otros, muy cerca, por el timbre de voz, la mirada, la fisonomía, los pases magnéticos, los gestos, y no sólo por las palabras que se articulan. En este sentido, es imposible ser sin tomar en cuenta a los demás.

Otra de las notas que caracterizan esta forma de comunicación es la **posibilidad de colocarse en un plano de igualdad con el otro**, consecuencia que se encuentra acotada, por supuesto, por el propósito de la comunicación y por la condición económica, política y social de los interlocutores, pues no siempre que se habla cara a cara se puede decir que se lleva a cabo un diálogo. De hecho, las diferencias sociales parecen determinar que dos personas nunca puedan establecer un contacto interpersonal o que otras lleguen a relacionarse por una vía o por otra. Incluso, sólo por cuestiones de interés práctico llegan a establecerse dichas relaciones.

Esto es importante tomarlo en cuenta puesto que, finalmente, las condiciones de contexto son las determinantes de los límites de nuestra comunicación con los demás. Y una forma de evitar el conflicto es aprendiendo a manejar esos límites: tomando decisiones acerca de si vale la pena ampliar los, hasta dónde podemos ir avanzando, cuánto está dispuesto el otro a caminar con uno, en qué momento debemos frenar...

La comunicación interpersonal ofrece la posibilidad de lograr los grados más altos de interacción, por el hecho de que los mecanismos internos que operan en el individuo que se comunica se producen en dos niveles: el de la información sobre los objetos, *referencial*, y el de la información acerca de esa información, o *conativo*. El primero de ellos nos acerca a las cosas y el segundo nos permite interpretar nuestras relaciones con los otros y con el entorno en general.

Es decir, cuando dos o más personas se comunican, además de intercambiar el *contenido explícito* de lo dicho, también hacen una lectura de las condiciones en las que se produce la comunicación, de cómo se hace llegar el mensaje y quiénes son los interlocutores. De ahí las famosas expresiones como: «No es lo que me dijo, sino cómo lo dijo»; «¿Por qué no me lo dijo?»; «¿Qué me quiso decir con eso?» y muchas más que, sin exagerar, bien vale tener presentes para buscar signos o mensajes que complementen los que se nos dice e interpretar con mayor precisión. O, al revés, aprender a manejar nuestras actitudes para evitar malos entendidos.

Estos aspectos que no sólo expresan el tipo de relación que existe entre ellos, sino que hasta la determinan. Es la llamada metacomunicación que se produce cuando interpretamos las intenciones de lo dicho, por el tono de voz, por los datos omitidos o por la imagen de quien emite la información, entre otros detalles también llamados *comunicación no verbal*.



RECUERDA

La comunicación intrapersonal son las deliberaciones internas que hacemos ante los estímulos del medio externo, ante los mensajes que otros nos envía o antes de tomar una decisión.

Es importante recurrir a la comunicación intrapersonal antes de enfrentar una situación complicada y estar preparados para mejorarla o evitar que se agrave.

La comunicación interpersonal es la base de la socialización y donde es posible alcanzar los niveles más profundos de interacción.

En la comunicación interpersonal, también conocida como sintética, se emplean los diferentes recursos de la expresión corporal y se cuenta con más elementos para la interpretación de los mensajes que recibimos.

Actividades

Reelaboración de conceptos

1. Explica en qué consiste la comunicación intrapersonal.

2. Explica en qué consiste la comunicación interpersonal.

4. Comunicación intragrupal

La comunicación intragrupal es el nivel de interacción al interior de los llamados grupos primarios, “es decir, grupos que consisten de personas en relación de presencia, cara a cara”¹¹, como son la familia, los círculos de amistades en la escuela, en los centros religiosos, en las organizaciones de participación política o vecinal. Este nivel se funde con el de la comunicación interpersonal y se nutre de él. Es decir, si la comunicación interpersonal es posible, se debe a la existencia de los grupos que hacen coincidir a las personas, en torno a objetivos o necesidades comunes.

Como lo vimos en el apartado anterior, **las circunstancias** en y por las que llegan a coincidir las personas en los diferentes grupos son los factores que **van a definir el tipo de relación** que se establezca entre sus integrantes, misma que se ve reflejada en las formas de comunicación que se llevan a cabo. Esto es, antes de la comunicación está el encuentro. Y, para el encuentro, el tiempo juega un papel fundamental, pues los grupos se constituyen en un momento histórico determinado, con objetivos específicos de las personas concretas que los integran.

De esta dinámica relacional se desprenden las formas concretas como se vinculan los integrantes de los grupos. Esto es, qué función o qué rol ha de cumplir cada uno y en qué grado se producen las relaciones de dependencia. Por ejemplo, las relaciones entre madre e hijo son necesariamente complementarias, sobre todo en la primera etapa de la vida del niño. Pero, conforme el tiempo avanza esa relación va dejando de ser dependiente para constiuirse en relación de igualdad. Y si no ocurre así estamos ante una relación patológica. No obstante, es importante tener presente que las relaciones tienen como origen un factor de complementación, que constituye el lazo de la unión y que no puede romperse de manera absoluta.

De esta suerte, vamos a encontrar que en el interior de los grupos alguien toma la iniciativa o se erige en cabeza del grupo. Es **el líder de opinión** el que va a orientar el proceder del conjunto. Se caracteriza por tener más información y relaciones con otros grupos. Además, el líder es hábil para el manejo de la palabra, capaz de escuchar a sus compañeros y canalizar las potencialidades o motivaciones de cada uno en beneficio del grupo.

11. W. J. H. Spratt. *Grupos humanos*. p. 7.

El líder de un grupo posee, en síntesis, mayor habilidad para la interacción. A su vez, esta función requiere la contraparte, es decir, a los integrantes dispuestos a seguir al líder, a dejarse conducir por él, pues su personalidad es más sumisa o sus objetivos personales menos asociados al protagonismo. Los líderes pueden ser naturales o designados de acuerdo con la estructura interna del grupo, y es obligado identificarlos cuando se quiere negociar, resolver alguna necesidad o integrarse a un grupo.

Por otra parte, en la interacción grupal suelen producirse tantas situaciones como son capaces de propiciar las personas. Una de ellas es **la competencia**, que viene al caso mencionar por las implicaciones que tiene en las prácticas comunicativas y por ser **elemento constitutivo de la sociedad moderna**. Las relaciones de competencia se generan a partir de que dos o el conjunto de los integrantes de un grupo atribuyen el mismo valor a un objeto, valor que, por cierto, no corresponde con el objeto mismo, de tal manera que el valor de la persona se traslada a los objetos en un proceso de fetichización que le crea la falsa conciencia de que se es único, por efecto de un elemento artificial y que, además, se es más que el otro, quien se ha quedado sin el objeto al cual también aspiraba. “Mientras que el primero, pues, es ya sujeto poseedor, el segundo pasa a ser sujeto frustrado... Hay, de hecho, —señala Castilla del Pino— una incomunicación real.”¹²

A su vez, en las relaciones cotidianas, donde lo característico en la repetición de la escenas y la ausencia del factor sorpresa, además de la motivación que de cualquier manera existe y el simple hábito que sirven para perpetuar una relación, hay que agregar **la influencia y la delimitación del contexto**. Así, en cada secuencia de intercambio de mensajes al interior de los grupos se va delimitando la evolución de la relación de los integrantes y la propia vida del grupo en cuestión.

Es en este tipo de relaciones donde el individuo construye su propia concepción de la realidad y se compromete con ella. De hecho, “... toda comunicación [inclusive la no comunicación] implica un compromiso y, por ende, define la relación. Esta es otra manera de decir que la comunicación no sólo transmite información, sino que, al mismo tiempo, impone conductas.”¹³ De ahí que la comunicación intragrupal sea también **reforzadora de las normas y valores que las personas adquieren** en los grupos primarios de los que forman parte y que, por esa razón, se erigen como grupos de referencia. En el terreno de las normas morales, este proceso, refuerza la afirmación de que las reglas se aceptan y se ejercen en la práctica de una relación, que se expresa, a su vez, en una forma de comunicación específica.

12. Carlos Castillo del Pino. *La incomunicación*. pp. 41-42.

13. P. Watzlawick, *et. al. ob. cit.* p. 52.

Asimismo, en la comunicación intragrupal, dado que las personas son conectoras de sentimientos, acuerdos y expectativas compartidas, es de vital importancia dar prioridad a los objetivos del conjunto sobre los intereses individuales, en el modo de ponerse en el lugar del otro, a fin de prolongar la existencia del grupo e, incluso, de constituirse como tal.

Actividades

Análisis de la comunicación intragrupal en un grupo de autoayuda

1. En equipo, elegirán un grupo de autoayuda para realizar una entrevista.
2. Con ayuda del profesor, redactarán un cuestionario que contenga preguntas acerca de la manera como emplean la comunicación en el grupo, de acuerdo con lo expuesto en el presente apartado.
3. Al mismo tiempo, contactarán con el grupo de autoayuda para entrevistar al coordinador del grupo.
4. Elaborarán un informe escrito con sus resultados y conclusiones.

Grupo de autoayuda elegido: _____

Domicilio: _____

Nombre y función de la persona a la que entrevistarán: _____

Fecha y hora de la entrevista: _____

Objetivo de la entrevista: _____

Cuestionario:

5. Comunicación intergrupala

Para explicar la comunicación intergrupala es necesario partir de **la estructura social**, que también es un tipo de grupo, pero ampliado a tal grado que **su funcionamiento depende de la interacción entre los grupos primarios de los que se compone**. Y, justo desde la estructura global o grupo secundario, se explica la lógica de interacción entre los primarios. De hecho, la organización política y económica de la sociedad, así como su legado histórico y cultural determina la existencia y las reglas de funcionamiento de los grupos primarios.

Esto es, la existencia de grupos como son los partidos políticos en nuestra sociedad se explica por el tipo de organización que nos rige, la democracia de partidos. A su vez, estos grupos, los partidos políticos se conforman de subgrupos, llamados fracciones y éstas tienen entre sus integrantes a representantes de otros grupos, como son las organizaciones sociales. En ellas se establece el contacto con las personas que se desenvuelven en terrenos que no son propiamente los políticos, sino más comunes.

La comunicación hacia el exterior de los grupos se lleva a cabo en virtud de las diferentes necesidades que se ven precisadas a cubrir cada uno de los integrantes de una sociedad y que son asistidas desde diferentes puntos de la estructura. En el ejemplo anotado las necesidades son básicamente de representación en la estructura de poder a fin de ver atendidas las necesidades más básicas. En cambio, si estos grupos no están concebidas como parte de la estructura, por ejemplo los grupos guerrilleros, los efectos resultan disfuncionales para el orden establecido, o lo que es igual, provocan formas de inestabilidad que repercuten en la sociedad en su conjunto, independientemente de que surjan como manifestación de la lucha de contrarios que genera la distribución inequitativa de los bienes en las sociedades capitalistas.

Una alteración en el orden social, lo mismo que una desatención constante de las necesidades sociales y las decisiones equivocadas repercute directa y nocivamente en las personas, por quienes nuestra sociedad debe empezar a recobrar el respeto.

Perteneceamos a grupos inmediatos de referencia que, a su vez, **se encuentran interconectados con otros. La comunicación entre grupos no sólo es una condición de toda sociedad o grupo secundario, sino**

que es necesaria para la propia integración de la sociedad, así como para la satisfacción de las necesidades y el desarrollo de los grupos primarios.

Una condición importante en la práctica de la comunicación intergrupaleson **las redes de comunicación o de intercambio**. Pueden erigirse como parte constitutiva de la organización interna, y ya sea que se designan elementos para cumplir con esta función de enlace, ya sea que los intercambios se produzcan por el efecto de la natural movilidad de cada integrante del grupo, y en este caso la misma práctica de la comunicación interpersonal retroalimenta a los grupos, o ya sea que se produzca una combinación de ambas posibilidades.

Esta cualidad se manifiesta en la función que cumplen las redes de comunicación. En ellas participan los diferentes integrantes de los grupos, de tal manera que la información es capaz de viajar a grandes distancias y por ámbitos muy distintos, tan sólo mediante la transmisión directa. Al respecto, los estudios acerca de las líneas que pueden establecerse para difundir un mensaje de boca en boca¹⁴ resultan de gran importancia para controlar la difusión o aprovechar al máximo los recursos con que se cuenta.

En ese sentido, **en el nivel intergrupales observamos que la comunicación suele practicarse de forma equitativa**, dado que se trata de la interacción entre agrupaciones con una base de organización, de la que parten para el acercamiento a otros grupos y en la busca de algún tipo de intercambio. En las relaciones intergrupales, por ejemplo, encontramos que si un grupo se dirige a otro con una actitud de jactancia y este último responde, a su vez, con jactancia, se producen cambios progresivos **que refuerzan las relaciones de tipo competitivo o simétrico**, que se pueden ubicar como formas de comunicación recíproca, aunque en riesgo de rompimiento o de mantenerse en un límite de relación que no permite la interacción auténtica ni el empate de expectativas.

Por otra parte, en el nivel de comunicación intergrupales **las relaciones interpersonales** no son ya las únicas vías de intercambio. De hecho, aunque su efectividad es insustituible, **se alterna con el uso de los medios técnicos**. Sobre todo en los últimos años, hemos visto la velocidad con la que parecen reproducirse estos medios de comunicación y como, a través de las leyes del mercado, se van acercando a nuestras manos, para que simplemente sean tomados y empleados.

Al respecto, resulta muy interesante el fenómeno del internet, que desde el surgimiento del movimiento zapatista dio muestras de una potencialidad especial para fortalecer los movimientos organizados de los pueblos, pues fue

14. W. J. H. Sprott. *op. cit.* p. 142.

capaz de aglutinar una gran cantidad de grupos, incluso a nivel internacional, trabajando por un solo objetivo a través de *la red*. Aunque, vale la pena aclarar que el factor de *éxito*, por llamarle de alguna manera, estriba en la propia legitimidad del movimiento, que no en la herramienta cibernética como tal.



RECUERDA

Los grupos son la base de la organización, de ahí que los objetivos de la comunicación en su interior, intragrupal, se realice prioritariamente en favor de tales objetivos.

También en los grupos se cultivan las relaciones más profundas entre pares, de ahí que la comunicación interpersonal juegue un papel fundamental en la comunicación intragrupal.

Quien participa de la comunicación intragrupal debe atenerse a las reglas del grupo, y los anhelos personales que realiza en el grupo sólo tienen posibilidades de éxito en el respeto a tales reglas.

Las relaciones personales a interior de los grupos suelen ser intensas, tanto en sentido positivo como en negativo, de ahí que deba cuidarse el no rebasar ciertos límites.

Los líderes juegan un papel clave en la estabilidad y el éxito en el cumplimiento de los objetivos del grupo.

En cuanto se establecen redes de comunicación intergrupales con intereses colectivos, los actores ya no son producto del azar sino de sus cualidades como líder.

El papel de líder lo juega quien está mejor preparado o informado y manifiesta habilidades para resolver problemas. Quien egresa de la universidad es, por ello, un líder potencial.

Los medios que se emplean en la comunicación intragrupal son diversos. Se emplea la comunicación directa y los medios técnicos, con destino a una gran variedad de receptores.

La sociedad capitalista nos ha acostumbrado a la competencia como forma de vida, por ello una misión importante de la comunicación es sustituir las relaciones competitivas por relaciones de colaboración.

6. Comunicación masiva

Más allá del entorno más cercano, la comunicación de largo e inmediato alcance que manipulan los grandes medios se gesta para ponerlo todo a nuestra disposición, de tal manera que prácticamente ninguna de las personas que habitamos el planeta dejó de ver el impacto de terrorista sobre las torres gemelas de Nueva York, incluso en el momento en que esto ocurría. Todo sin salir de casa, o de la cama.

Y es que, dentro del conjunto de las redes de intercambio de mensajes, una de ellas predomina como el sistema nervioso central que se bifurca en todos sentidos para aterrizar en cada uno de los puntos donde se encuentre un posible receptor. La comunicación por vía de los medios electrónicos se ha convertido en el instrumento que arrastra la gran corriente informativa, a donde todas las demás afluyen¹⁵, transformando cada uno de los medios de expresión que le anteceden (novela, teatro, discurso político), e incorporándose directamente en la vida cotidiana de las personas.

Por ello, a pesar de que el tema de la comunicación masiva corresponde otro curso, considero necesario abordarlo en este momento como el nivel que completa la secuencia, al encontrarse en el plano que engloba a los anteriores, que hoy por hoy los alimenta y se alimenta de ellos. Es, además, **manifestación objetiva y tangible del antecedente directo de los cambios en las costumbres y los modos de pensar en la vida cotidiana**. En cambio, para el estudio de la comunicación masiva como objeto per se, se abordará desde un enfoque más centrado en el análisis de sus implicaciones sociales, políticas, económicas, así como en los aspectos correspondientes a su estructura discursiva y el manejo de los medios técnicos como recurso de apoyo en los ámbitos académico, laboral, político o cualquier otro en el que el futuro estudiante de bachillerato llegue a desenvolverse.

Es la comunicación masiva la que irrumpe en la vida de los individuos para tornarla cotidiana. La dinámica del mundo (post) moderno, intensa por cuanto a la velocidad de los cambios en las formas del ser de la expresión, por otro lado se torna silenciador de la conciencia del deber ser. Y es que,

15. Véase la Tuba de Schramm en el capítulo II.

con los *mass media* que definen a la nuestra como una sociedad mediatizada, todo comienza con la sorpresa, pero en un instante pasa a convertirse en la costumbre. Del tal manera que hoy no podemos concebirnos sin el televisor, sin el teléfono, sin el internet.

No obstante, cabe la pregunta. ¿Cuál es el problema de los medios?, cuando resuelven necesidades auténticas de comunicación: acercan a las personas desde puntos antes inimaginables, nos ponen al tanto de lo que ocurre en los lugares más distantes. Además, hacen lo propio en una sociedad de mercado: alcanzar y mantener la aceptación del público, cual producto de consumo. Pero resulta que la transmisión de mensajes culturales y educativos no es precisamente lo que permite a los medios tener la aceptación de los públicos mayoritarios, circunstancia que lleva de suyo los alcances y las limitaciones de los medios.

Es por ello que hace falta evaluar la trascendencia de los medios electrónicos, sobre todo cuando somos testigos de que la vida de un buen número de **personas se ha visto marginado de servicios sociales** tan elementales como el educativo y que **su acceso a los medios de comunicación de masas es la única forma que tienen de acceder a la cultura nacional**. Es necesario tomar una posición al respecto, tanto en nuestra vida personal como en lo que nos toca por formar parte de la sociedad.

Esto es, con todo y el poder de penetración (en cuanto a su capacidad de llegar a todos los rincones del orbe) de los medios, **poseen reglas internas que no es sencillo romper, pues son reglas que nos incluyen como auditorio, no como individuos, no como personas**. A lo más, nos permite ser el individuo que un día sale del anonimato gracias a que un locutor de radio nos anima a declarar nuestro amor por medio de la radio y “para que todo México se entere”, o cuando nos entrevistan por haber sido parte de una nota del día, pero sin que en realidad un *alguien* llegue a enterarse de un *algo* concretamente. **Tal es la esencia de la vida cotidiana a través de los medios: la anécdota, la ilusión** de que participamos en la elección de nuestros gobernantes, **el fin de la trascendencia**, para dar paso a la mera **producción y reproducción de la cultura, llegando al llamado espectáculo de realidad**.

Los contenidos de nuestras charlas de la vida cotidiana están plagados de la **información emitida por los media**, que no por nuestros sentires más esenciales. Y nuestras pautas de conducta, a pesar de que son producto de nuestras relaciones en los llamados grupos de referencia, los *media* participan en buena medida al promover estilos de vida y moda para que las personas los incorporen a la cotidianidad, a lo permisible.

Estamos en **el círculo de la cotidianidad**. Cada uno luchando por lo **suyo**, mientras trata de ocultar su *ser* en el acto comunicativo que lo descubre

todo, pero que por pudor, por comodidad o por impotencia, los interlocutores pretendemos infructuosamente no revelar, pues como individuos nuestros límites frente a los medios masivos parecen ser infinitos e infranqueables.

Es claro, ya lo vimos, que en todo esto hay una **lógica de circulación de mensajes**. Si los medios logran la aceptación de los públicos es porque son capaces de reciclar las inquietudes de los auditorios, a través de formas de retroalimentación constantes, como los sondeos tan comunes el día de hoy y el *rating*. A ello se le suma una estructura discursiva sencilla y un contenido muy ligero, que **ofrecen al auditorio una comodidad que complementa perfectamente con la casa y subsana la carencia de recursos para acceder a otro tipo de cultura**. Satisfacen deseos, abonan a nuestro *estar bien*, a gusto, sin culpas. Al fin y al cabo, los de la responsabilidad son los que gobiernan.

El problema, entonces, para volver a nuestra pregunta, es que las herramientas culturales con las que cuenta el individuo común, la comunidad, la sociedad en países como el nuestro son tan pobres que no alcanzan para contrarrestar a la cultura de masas. **Lo que se necesita es educación y cultura**, pues tener una licenciatura y hasta un posgrado no es suficiente para afinar nuestra apreciación estética ni para cultivar los valores que nos pueden hacer grandes como personas y como género, para un día prescindir de la cultura de masas, pasar por encima de ella.



RECUERDA

- La comunicación masiva cumple con la función social de servir como sistema nervioso central entre los diversos flujos de información de sociedades como la nuestra.
- Los medios electrónicos cumplen un papel fundamental en el conjunto de los medios masivos, puesto que nos acompañan en las diferentes actividades que realizamos cada día.
- El advenimiento de los medios de comunicación masiva son la manifestación objetiva y antecedente de los cambios en las costumbres y los modos de pensar del siglo XX.
- Los principios que rigen a los medios en una sociedad de libre mercado son de oferta y demanda. Dado que el público consume mensajes ligeros, los medios ofrecen en serie este tipo de *mercancías*.
- La educación y la cultura son bienes que necesitamos para crecer en valores, cosa que no necesariamente ocurre con la cultura de masas de nuestra sociedad (post)moderna.

Actividades

I. Identificación de conceptos

1. Lectura individual del capítulo.
2. En equipos, completan el cuadro de la página siguiente, anotando las características de cada uno de los niveles de comunicación, con sus respectivos ejemplos.
3. En plenaria, exposición, análisis de los trabajos y conclusiones.

NIVELES	CARACTERÍSTICAS	EJEMPLOS
INTRAPERSONAL		
INTERPERSONAL		
INTRAGRUPAL		
INTERGRUPAL		
MASIVA		

II. Análisis de ejemplos

1. Proyección de la película *Belleza americana* u otra en la que se observe el modo de vida de las sociedades actuales y la manera como se traduce en problemas para la convivencia.
2. En equipos anotan dos ejemplos de problemas de comunicación y los problemas de relación que se manifiestan, en cada uno de los niveles expuestos.

NIVELES	PROBLEMAS DE COMUNICACIÓN	PROBLEMAS DE RELACIÓN
INTRAPERSONAL	1.	
	2.	
INTERPERSONAL	1.	
	2.	
INTRAGRUPAL	1.	
	2.	
INTERGRUPAL	1.	
	2.	
MASIVA	1.	
	2.	

3. En plenaria, presentan los ejemplos y se analizan los problemas de relación que se manifiestan a través de las prácticas comunicativas de los personajes y sus implicaciones en la vida cotidiana.

EPÍLOGO

Con este ejercicio sobre los problemas de relación que se manifiestan en la sociedad contemporánea (post-moderna*), cerramos el curso sobre la comunicación humana. Como te habrás percatado, el presente libro es una propuesta para que aprendas a emplear los recursos que te proporciona esa herramienta innata que es la comunicación, a fin de que alcances tus metas de relación. Obtuviste, así, información acerca de los elementos que constituyen el proceso de comunicación tanto en el nivel personal, como en tus relaciones en los grupos donde te desempeñes, pues tales son nuestros campos inmediatos de acción, mismos que repercuten, como se señala en el capítulo III, en la composición social estructural.

Pero, además de proporcionarte las herramientas instrumentales para la identificación y el empleo dirigido de los recursos con que cuentas para la manifestación de tus ideas, he querido dejar clara la relación que existe entre la manera como ejerces la comunicación y el tipo de valores por los cuales nos regimos. Esto, dijimos, significa que mejorar la comunicación no sólo debe verse como la posibilidad de ganar espacios, sino de que esa ganancia se convierta en un modo de enriquecernos mutuamente, superando temores personales y promoviendo relaciones equitativas basadas en el respeto.

Es cierto que los medios técnicos de comunicación en la actualidad no favorecen que el estado de la sociedad mejore. Sin embargo, en el nivel personal sí existen posibilidades de dirigir nuestros intercambios simbólicos hacia fines éticos, intercambios que han de trascender a espacios más amplios en la medida en que intentemos romper las inercias nocivas, sin olvidar el respeto a la alteridad y el derecho de cada uno.

Hoy eres estudiante y estás aprendiendo a desenvolverte en diferentes ámbitos sociales, tendrás todavía que romper barreras para seguir adelante

con tu proyecto de vida. Tienes que luchar por hacer que tu voz se escuche, incluso en contra de ti mismo o de ti misma. Pero mañana serás profesional, maestro, empresario o padre/madre; en síntesis, el líder de un grupo. Tendrás, entonces, que expresar decisiones que trascidan a tu persona de manera inmediata.

Ahí será necesario haber madurado lo visto ahora y asumirse como el promotor de ejercicio humano de la comunicación.

Finalmente, llegó la hora de evaluar en qué medida has cumplido la meta que te propusiste al inicio del curso y qué te hace falta todavía para lograrla de manera óptima.

VOCABULARIO*

ENTIDAD. Me refiero al objeto, animal o persona específica, que tiene una existencia con características propias y es independiente de los demás objetos.

FENOMENOLOGÍA: Método filosófico postkantiano. Consiste en el estudio de los objetos como fenómenos, lo que implica la consideración de otros fenómenos con los que el primero tiene relación. Asume que el conocimiento es una construcción mental, por lo tanto directamente ligada a la condición humana toda, aunque esta última parte la ciencia no la asume como tal.

GRUPOS PRIMARIOS: Son llamados así a los grupos en los que se producen las relaciones más consistentes, tales como la familia, los amigos, el *club*. Son los grupos nucleares cuyos lazos dan cohesión a las sociedades. La comunicación cara a cara es fundamental para su funcionamiento.

GRUPOS SECUNDARIOS: Se integran por una cantidad mayor de personas, generalmente por objetivos institucionales, con los que el Estado tiene una injerencia más directa. La comunicación cara a cara se refuerza con el apoyo de medios técnicos de información.

HECHO DE COMUNICACIÓN. Situación concreta individual, grupal o colectiva en la que se pone de manifiesto en la comunicación.

HERMENÉUTICA: Ciencia de la interpretación. Originalmente se aplicaba sólo a los mensajes en forma textual ya en desuso. Hoy es una herramienta

de gran utilidad para la interpretación de las diferentes formas de expresión humana.

POSITIVISMO: Corriente de pensamiento en el siglo XIX, que defiende el carácter científico de las disciplinas sociales, a partir de hacerlas cumplir con el método científico, sobre todo en lo que concierne a la observación y la medición de tales observaciones, a fin de darles un sentido de utilidad. Es, también, el origen de la sociología.

POST-MODERNIDAD: Es la época en que las ideas heredadas de la Modernidad se manifiestan plenamente en la vida práctica, inmersas en nuestras formas más básicas de relación. Se le llama el fin de la historia. Se le identifica con el caos, la muerte de Dios, la racionalidad perdida en el yo y, por lo tanto, el culto a la individualidad y a la relatividad de las ideas.

PRAGMÁTICA: La contemplación o estudio del signo y/o el lenguaje dentro de su contexto de uso.

ROL. Papel que se juega en una organización, en una estructura de relaciones.

SEMÁNTICO: Todo lo relacionado con el significado de los signos.

SER. Concepto empleado en filosofía para referirse a la totalidad de lo existente o a la esencia de lo existente.

TIPO: Conjunto de los rasgos característicos de las personas.

BIBLIOGRAFÍA

- BERLO, David K. *El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y la práctica*. México, Ed. El Ateneo, 1985, 239 pp.
- BEUCHOT, Mauricio. *Elementos de semiótica*. 2a Ed., México, Universidad Veracruzana, 1993, 304 pp.
- *Tópicos de filosofía y lenguaje*. México, Instituto de Investigaciones Filosóficas/UNAM, 1991, 247 pp.
- CASTILLA del Pino, Carlos. *La incomunicación*. Barcelona, 1979, 158 pp.
- DAVIS, Flora. *La comunicación no verbal*. Madrid, Alianza Ed., 1986, 261 pp.
- DE LA MORA Medina, José. *Explicación y análisis. Taller de Comunicación I*. México, CCH/UNAM, 1998.
- ENGELS, Federico. *El papel del trabajo en la transformación del mono en hombre*. México, Ed. Quinto Sol, 2000.
- ESQUEMAS del proceso de la comunicación*. México, CIESPAL, 1968.
- ESTEINO Madrid, Javier (Cordinador). *Espacios de Comunicación*. Núm. 4, México, U. Iberoamericana, 2000.
- FISKE, John. *Introducción al estudio de la comunicación*. Colombia, Ed. Norma, 1984, 146 pp.
- KAPLUN, Mario. *El comunicador popular*. Argentina, Ed. Humanitas, 1987, 263 pp.
- KATTAN, Naim, et. al. *Análisis de Marshall Mc Luhan*. Argentina, Ed. Buenos Aires, 1982, 93 pp.
- LEFEBVRE, Henry. *La vida cotidiana en el mundo moderno*. Madrid, Alianza Editorial, 1980.

- LOMNITZ, Larissa A. de. *Cómo sobreviven los marginados*. México, S. XXI Ed., 1981, 229 pp.
- MC LUHAN, Marshall. *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*. México, Ed. Diana, 1993, 444 pp.
- MOSCOVICI, Serge. *La era de las multitudes. Un tratado histórico de la psicología de las masas*. México, Ed. F.C.E., 1985, 48 pp.
- MUÑIZ Rodríguez, Vicente. *Introducción a la filosofía del lenguaje*. Col. Autores, Textos y Temas, Filosofía Núm. 18, Barcelona, Ed. Anthropo, 1989, 237 pp.
- NICOL, Eduardo. *Metafísica de la expresión*. México, Ed. F. C. E., 1989, 285 pp.

La presente edición de *Taller de comunicación humana* se terminó de imprimir en el mes de agosto de 2010 en el taller del Departamento de Impresiones del Plantel Azcapotzalco del CCH (Av. Aquiles Serdán 2060, Col. Ex-hacienda El Rosario), bajo la supervisión de Juan Erasmo Hermosillo, Jefe del Departamento.