

28  
105

# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES



MATERIAL PARA EL ESTUDIO DE LA COMUNICACION  
EN EL NIVEL MEDIO SUPERIOR DEL COLEGIO DE CIENCIAS Y HUMANIDADES  
(DOS CUADERNOS DE TRABAJO PARA CIENCIA DE LA COMUNICACION "I")

**T E S I S**

que para obtener el título de:  
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION  
p r e s e n t a :

---

---

**JOSE DE LA MORA MEDINA**

---

---

1983



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

MATERIAL PARA EL ESTUDIO DE LA COMUNICACION EN EL NIVEL MEDIO SUPERIOR DEL COLE-  
GIO DE CIENCIAS Y HUMANIDADES, (DOS CUADERNOS DE TRABAJO PARA CIENCIA DE LA CO-  
MUNICACION "I").

	Página:
Prólogo.....	I
Introducción general.....	V
PRIMER CUADERNO DE TRABAJO.....	1.1
Introducción.....	1.3
Objetivo de la primera unidad teórica.....	1.10
I La comunicación como proceso social.....	1.11
1.1 Ubicación de la comunicación humana.....	1.11
1.2 Aplicación del concepto de comunicación.....	1.20
1.3 Explicación de la comunicación humana.....	1.31
1.4 Definición de comunicación.....	1.43
1.5 Origen del lenguaje.....	1.50
1.6 Evolución de la comunicación humana.....	1.68
Bibliografía del primer cuaderno.....	1.110
Índice del primer cuaderno.....	1.113
SEGUNDO CUADERNO DE TRABAJO.....	2.1
2. Introducción.....	2.3
Objetivos de la segunda unidad teórica.....	2.6
2. El proceso de comunicación humana. Principales elementos, modos o niveles, modelos, tipos y esquemas de la comunicación.	2.7
2.1 Explicación del proceso en la actividad científica.....	2.7
2.2 La comunicación como proceso de estudio.....	2.23
2.3 Principales elementos del proceso de la comunicación.....	2.42
2.4 Niveles o modos de comunicación humana.....	2.123
2.5 Modelos de estudio de la comunicación humana.....	2.153
2.6 Tipos de comunicación.....	2.198
Bibliografía del segundo cuaderno.....	2.215
Índice del segundo cuaderno.....	2.220
Conclusiones.....	XIX
Bibliografía complementaria.....	XXXV
Anexos.....	XXXVII

## PROLOGO

El trabajo docente que he realizado desde 1973 en el Colegio de -- Ciencias y Humanidades impartiendo la materia Ciencia de la Comuni-- cación, ha servido para concebir un material de apoyo académico - que sea útil a los alumnos que cursan dicha materia en el Plantel Vallejo.

Son múltiples las inquietudes surgidas en mi trabajo docente para tratar de ser eficaz en la enseñanza. Para ello siempre he -- contado con el apoyo del amigo de trabajo Roberto Sánchez Rivera, con quien he elaborado programas de la materia de Comunicación, -- cuadernos de lecturas, antologías, guías de estudio y trabajos au-- diovisuales. Las sugerencias del profesor Guillermo Tenorio Herre-- ra, compañero docente del Colegio y de la Facultad de Ciencias Po-- líticas y Sociales, me han orientado hacia caminos de solución en el aprendizaje de la comunicación. Gracias a Guillermo, quien me - impulsó a realizar este trabajo, lo concluí.

Denominado Material para el estudio de la comunicación en el nivel medio superior del Colegio de Ciencias y Humanidades (Dos -- cuadernos de trabajo para Ciencia de la Comunicación I), este tra-- bajo trata de cubrir, como ya lo indiqué, uno de los múltiples hue-- cos que hay en la enseñanza teórica de la comunicación en el bachi-- llerato del CCH. En esta primera aproximación que realicé, abarco ideas y explicaciones de lo que significa la comunicación huma-- na. Además, como último trabajo escolar y primero profesional, - servirá para cubrir el requisito académico de la licenciatura de -



Ciencias de la Comunicación y será de utilidad para los alumnos -- que cursan Ciencia de la Comunicación en el plantel Vallejo del -- CCH.

Como material de apoyo en el proceso de enseñanza-aprendizaje, representa un paso más en las posibilidades de incrementar las experiencias de alumnos y profesores. El trabajo contiene un conjunto de reflexiones de lo que significa la comunicación como campo de estudio; trata de cubrir la escasez de material impreso para esta disciplina en el nivel medio superior.

Con este trabajo no pretendo entrar en el terreno de la simplificación de la materia, menos de crear fórmulas acabadas de lo que es la teoría de la comunicación; sencillamente intento adecuarme a las modalidades de la labor académica en el Colegio de Ciencias y Humanidades, donde la materia de Ciencia de la Comunicación se inscribe, en el sistema educativo de autoalimentación en la --- innovación.

La conexión que hay entre ambos cuadernos determina el foliado de los mismos. Se agrega al principio el número uno o dos de -- acuerdo a los contenidos que se presentan, puesto que se trata de seguir el orden del programa de la materia.

He de agradecer y dedicar este trabajo a todos mis alumnos, -- de quienes aprendí, entre otras cosas, a entenderlos y aceptarlos tal como son y no como yo quisiera que fueran. Al profesor Guillermo Tenorio Herrera mi reconocimiento por su afán de ayudar al desarrollo de esta tesis. Gracias a mi compañera y esposa, Nieves Pliego Mendoza, de quien he recibido siempre apoyo moral y material. A

Flora Huerta Gómez y a Roberto Sánchez Rivera les agradezco las observaciones y correcciones de este y otros trabajos. Y a todos los que hicieron posible realizar esta tesis muchas gracias.

José de la Mora Medina.

## INTRODUCCION GENERAL

Ciencia de la Comunicación es una materia optativa del quinto y -- sexto semestres del bachillerato. En el Colegio de Ciencias y Humanidades (CCH), se imparte desde el año de 1973. En ese año, la --- planta de profesores que se encargaron de impartir esta asignatura, estuvo integrada por estudiantes y egresados de las carreras de Periodismo y Comunicación Colectiva de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, de Ciencias y Técnicas de la Información de la - Universidad Iberoamericana y por profesores en servicio del propio Colegio que estaban relacionados con la especialidad de comunica-- ción.

En un principio se carecía de un programa formal, sólo se proporcionaron algunos objetivos generales del curso, de los que so-- bresalía el propósito de hacer análisis de los medios colectivos, principalmente de la prensa y de técnicas y métodos como la propa-- ganda y la publicidad. (\*)

La efervescencia por el trabajo académico de parte de todos - los profesores del CCH, nos llevó a los aspirantes aceptados en -- Ciencia de la Comunicación -concretamente en el plantel Vallejo-, a elaborar un amplio y ambicioso programa de estudio, pues pensába mos que iban a salir alumnos especializados en comunicación. Sólo, a través del trabajo realizado con los alumnos en 1973, fue como -

---

(\*) El Consejo Universitario en su sesión de enero de 1971, con respecto a Cien-- cia de la Comunicación bosquejaba su contenido así: "Principios de Semiología. Mensaje, Emisor, Signo, Medio y Receptor, importancia de los signos y el medio empleado en los procesos de comunicación. Problemas aplicativos. Los medios ma-- sivos de comunicación. Problemas de recepción e interpretación. Aplicaciones -- concretas: periodismo, radio, cine y televisión". Vid. Documenta, No. 1, Secre-- taría de Divulgación del CCH, junio de 1979, p. 29.

nos dimos cuenta que los objetivos del Colegio no estaban considerados. La primera planeación del curso ponía énfasis en la información más que en la formación y en las habilidades comunicativas; se perdió de vista el interés de los alumnos por la materia, no se conocían a fondo las características del estudiantado, y se practicó muy poco el método del Colegio: aprender a aprender. Se pensaba más en la enseñanza que en el aprendizaje.

Los resultados del curso de 1973 permitieron evaluar y modificar el programa. Se reformularon contenidos y se elaboraron nuevos objetivos de aprendizaje. Estos cambios también fueron, en parte, producto de cursos de didáctica y de sistematización de la enseñanza que recibimos algunos profesores en el Centro de Didáctica de la UNAM.

Se procedió a cambiar el programa, a elaborar unidades temáticas tales como: Introducción al estudio de la comunicación humana; definición de la comunicación; modelos del proceso de la comunicación; el lenguaje, principal medio de comunicación; introducción al estudio de la comunicación colectiva; publicidad, propaganda y rumor; efectos de la comunicación colectiva. Todos estos contenidos divididos en dos semestres.

La participación de los alumnos en la reformulación del programa consistió en esta primera ocasión, en una encuesta mediante la cual se descubrió que ellos, los alumnos, se inscribían al curso porque: a) les era útil para su carrera profesional, b) les ayudaba a comunicarse mejor, c) les proporcionaba los elementos para seleccionar su carrera profesional.

El curso de 1974 adoleció también de una mayor formación de habilidades comunicativas, pues seguía estando encaminado a la obtención de información. Por eso, en el año de 1975 se continuó con la misma estructura teórica, sólo se agregó la actividad práctica: los alumnos elaboraron trabajos impresos, publicaron periódicos de mano y murales e historietas. Comenzaron a investigar problemas de comunicación y a publicar sus resultados internamente en el plantel. Esto dio un giro al desarrollo del programa del curso, pues al año siguiente, en 1976, aparte de las modificaciones que se hicieron a los contenidos del segundo semestre, se amplió el trabajo práctico en talleres de audiovisuales, películas y elaboración de programas cortos de televisión. (\*)

En síntesis, de un extenso y confuso programa pasamos a la selección de temas específicos. De un trabajo eminentemente teórico pasamos a uno teórico-práctico. Antes el alumno era atiborrado de lecturas, en la actualidad puede llegar a conocer los principales conceptos de la comunicación, como proceso social básico, y también a elaborar sus propios medios de comunicación de la materia que le sirven para relacionarse con sus compañeros y personas que le rodean. (ver programa actual en el Anexo II).

Aún así, las características del programa de esta materia son parte de las condiciones generales del propio Colegio de Ciencias y Humanidades. Por un lado, Ciencia de la Comunicación sólo tiene dos horas de clase a la semana por grupo, es decir, ocho al mes --

---

(\*) cfr. Sánchez Rivera, Roberto. Una proposición teórica en la enseñanza de la comunicación, Tesis profesional, México, F.C.P. y S. UNAM, 1980.

(en meses de cuatro semanas regularmente), que da un promedio de 26 a 32 clases cada semestre y por el otro, los grupos varían de treinta alumnos mínimo hasta sesenta como máximo. (\*)

Si año con año se le plantean al profesor los problemas de qué enseñar, de qué es necesario que aprendan los alumnos en su conformación académica, también le es difícil discriminar los principales contenidos de un campo de conocimientos tan vasto como lo es la comunicación, y llegar a distinguir lo necesario de lo accesorio, lo ejemplar de lo negativo, lo ideal de lo superficial.

El marco institucional en que se ha desarrollado Ciencia de la Comunicación en el bachillerato ha sido el propio Colegio de Ciencias y Humanidades, que le da significación a todo el ciclo de enseñanza media superior en la Universidad Nacional Autónoma de México. (\*\*)

La institución: El Colegio de Ciencias y Humanidades.

El Colegio de Ciencias y Humanidades nació en 1971 como respuesta a la creciente demanda nacional de educación media superior. En ese año hubo más de 30 mil aspirantes y sólo existían 13 mil plazas de nuevo ingreso. Se hizo a un lado la opción de continuar con el sistema de la Escuela Nacional Preparatoria, para tomar en cuenta una vieja aspiración de constituir un sistema de enseñanza

---

(\*) Estos son datos propios, obtenidos durante los nueve últimos años de impartir clases. Además, el profesor está contratado por horas-clase. Lo que significa que para tener treinta horas de enseñanza oral se necesitan 15 grupos con un promedio de 500 y 750 alumnos por semestre y año. En el CCH Vallejo, en esta materia, ningún profesor tiene treinta horas a la semana.

(\*\*) No descartamos a la Escuela Nacional Preparatoria de dicha significación, pero al estar enmarcando nuestro trabajo en el ciclo CCH es por lo que le damos ese realce.

documentales; tener el gusto e interés por la lectura de las obras clásicas. En sí, a través del laboratorio, del taller de lectura y de redacción y en las aulas, el alumno se posibilita nuevos métodos y experiencias de análisis de la realidad. (\*)

El plan de estudios del bachillerato del CCH, posee cuatro columnas o áreas de conocimiento: matemáticas, método científico-experimental, método histórico social y talleres de lectura y redacción -independientemente del área de opciones técnicas-. Con estas cuatro áreas se pretende eliminar el cúmulo de información mediante el acto de aprender; de formar conocimientos básicos que le permitan al alumno buscar por sí mismo, encontrar por sí mismo y vivir y experimentar por sí mismo las experiencias de la investigación científica y social.

Además, el plan de estudios (Ver Anexo 1) pretende que el alumno, al estudiar las disciplinas acordadas, construya y desarrolle los conocimientos de otras materias. Con ello se pretende no atiborrar de datos y hechos a los jóvenes estudiantes y sí, en cambio, proporcionarles las bases para que lean, escriban y hagan los trabajos por su cuenta. (\*\*)

---

(\*) Los conocimientos que se imparten en el bachillerato del CCH son medios en la medida que no son repetición de datos elementales o básicos que se dan en la educación primaria y secundaria, pero que tampoco pretenden terminar en especificaciones o explicaciones de alto relieve cultural y científico. Son conocimientos que le han de servir al educando para recoger, transmitir, criticar y -- acumular mayor número de elementos conceptuales y valorativos del medio social en que se desenvuelve el educando. Cfr. Palencia Gómez, Javier, et. al., Simpósium Internacional sobre el bachillerato. Documento de Trabajo, México, CCH., 1982, pp. 8 a 11.

(\*\*) "Hoy la cultura básica universitaria, incluso en un planteamiento curricular, tiene que implicar necesariamente una visión humanística de las ciencias y particularmente de la ciencia de la naturaleza y una visión científica de los problemas del hombre y de la sociedad". Palencia Gómez, Javier, et. al., op. cit. p. 13.

En los programas del Colegio se busca la interdisciplinari--  
dad para dotar a los alumnos de las herramientas, de los conceptos  
básicos, de nuevas posibilidades de percepción, actitudes y de com--  
prensión que les permitan manejar adecuadamente el cúmulo de cono--  
cimientos, así como actualizar los que ya poseen. (\*)

Desde luego, se sugiere -en la Guía del Profesor- que los pro--  
gramas deben ser una guía de trabajo, una orientación y una ayuda  
para los profesores; que consideren en forma integral sus objeti--  
vos, contenidos, actividades, sugerencias metodológicas, correccio--  
nes y material didáctico, como un medio de la materia que se impar--  
te y no como un fin.

En una breve retrospectiva del desarrollo del Colegio, pode--  
mos encontrar que en los primeros años los profesores se caracteri--  
zaron por trabajar intensamente en la elaboración de programas, re--  
visión de exámenes, intercambio, de experiencias académicas con --  
sus alumnos y otros profesores. Se llegó a realizar un trabajo de  
conjunto en el que no se compararon las horas utilizadas con la re--  
muneración económica, sólo se tomaron en cuenta las satisfacciones  
que dejó el trabajo colectivo. (\*\*)

---

(\*) El CCH ha contado con una serie de experiencias de los profesores en inte--  
grarse al trabajo interdisciplinario. En sus cinco planteles se poseen trabajos  
que acreditan distintos estudios y realizaciones de experiencias donde han in--  
tervenido más de dos áreas de conocimiento, Trabajos que se han convertido en --  
tesis profesionales.

(\*\*) "...en el CCH se realizan con especial intensidad, por ejemplo, múlti--  
ples actividades culturales que complementa la formación de los estudiantes... Ejem--  
plos de las actividades académicas realizadas con estas condiciones son muchos  
programas de estudio, material didáctico, exámenes y cursos para la selecció--  
n de maestros, etcétera. En el campo de las actividades culturales, por ejemplo,  
en el presente año, maestros y estudiantes han realizado varias exposiciones --  
científicas, seminarios, concursos literarios, un festival de poesía, exposicio--  
nes artísticas, etcétera". Pérez Rocha, Manuel, "Nueva Agrasión al CCH. Legiti--  
mos Derechos en juego". Excélsior, 20 de Diciembre de 1974, p. 7.



Las distintas materias que integran al plan de estudios del Colegio tienen como objetivos primordiales recaudar informaciones trascendentes, pensar, resolver problemas; además de describir los resultados que se desean alcanzar como consecuencia del acto educativo, y que el alumno deba ejecutar los actos necesarios para demostrar que los objetivos se lograron.

La planta docente en los inicios del Colegio estuvo integrada por profesores de la Escuela Nacional Preparatoria, de escuelas y facultades que dieron forma al CCH, otros muchos eran recién egresados de las distintas carreras de la UNAM, del Instituto Politécnico Nacional y de la Normal Superior, lo mismo que estudiantes de distintas carreras que contaban con un poco más del 75% de créditos cubiertos. (\*)

Durante los años en que ha realizado sus actividades educativas el Colegio de Ciencias y Humanidades, se van a encontrar experiencias en el trabajo que se repiten: materiales didácticos enriquecidos, renovación de los programas, mayor preparación del profesor y exalumnos -- que hoy son sus nuevos profesores.

---

(\*) En cierta etapa del proceso de selección de profesores para la unidad Académica del Bachillerato del Colegio de Ciencias y Humanidades (quizá la experiencia más valiosa que en este sentido se ha realizado en el país) se produjo una acalorada discusión acerca del valor que en concurso de selección deberían darse a los diplomas, certificados, títulos y "constancias" de los candidatos. Unos argumentaban que éstos deberían tener un alto valor pues con ellos se demostraban las experiencias y el conocimiento de los candidatos. Otros respondían que, frente a exámenes y pruebas *ad hoc*, esos papeles --los calificaban de "posters" deberían tener una puntuación mínima. "...En términos generales el concurso demostró que quienes más empeño pusieron en hacer valer sus certificados y diplomas no tenían los conocimientos, las habilidades y las actitudes que exigen del profesor los objetivos y métodos del bachillerato del CCH... Había pues en el fondo, también una lucha política; se trataba, en cierta medida, de evitar la entrada de los jóvenes inquietos no comprometidos con los grupos de poder tradicionales, muchos de los cuales en vez de "posters", demostraban conocimientos, habilidades y deseo de renovar la enseñanza". Pérez Rocha, Manuel. "Selección de maestros. Competencia no títulos". Excelsior, 24 de mayo de 1974, p. 7 y 8.

Del programa de Ciencia de la Comunicación. (\*)

En la actualidad los contenidos, objetivos y actividades del programa de Ciencia de la Comunicación están emparentados y son - una continuación de las materias que se imparten en el Área de Talleres durante los cuatro primeros semestres del bachillerato del CCH (lectura de clásicos, redacciones e investigación documental). Así, en la medida que el alumno va explicando el significado de - las relaciones de persona a persona y el tipo de lenguaje que se utiliza, va conformando y diseñando sus propios medios y lenguajes expresivos que lo relacionan con los demás. (Ver anexo III. Objetivos Generales del Área de Talleres).

Sabemos que el estudio de la comunicación es un asunto de especialistas que estudian la comunicación humana por su origen, su desarrollo a través de la historia, el diagnóstico de la realidad comunicativa, los efectos de los distintos medios utilizados por los individuos, y otros más, pero nuestro curso en el plantel Vallejo, sólo es un programa teórico-práctico de nivel introductorio, que no pretende abordar los grandes problemas de las políticas nacionales de comunicación o análisis clínicos de grupos o individuos. Sólo y exclusivamente, es un somero entorno a las explicaciones y distinciones de la comunicación humana.

Así, el propósito en aprendizaje teórico de la materia es el de proporcionar algunos caminos lógicos que consideramos adecuados en el estudio de la comunicación, con una coherencia y argumentación introductoria. Para ello, tenemos confeccionado el programa

---

(\*) Ciencia de la Comunicación, como materia optativa, pertenece al Área de Talleres, y compite en la quinta selección de materias con disciplinas como Ciencias de la Salud, Cibernética y Computación, Diseño Ambiental y Taller de Expresión Gráfica. (Ver anexo I).

bajo tres grandes áreas de interés: La comunicación como proceso, como cuerpo de conocimiento y como campo de estudio. (\*)

Como proceso encontramos a la comunicación en la diacronicidad y la sincronicidad, para comprender su evolución a través del tiempo y de su estado actual, respectivamente. Como cuerpo de conocimiento nos permite ir conformando una explicación objetiva y racional y así llegar a comprender los conceptos que se utilizan bajo una metodología y un diagnóstico de la realidad cotidiana. Y como campo de estudio, se aborda la Ciencia de la Comunicación ligada a otras disciplinas sociales, que sirven para identificar -- sus espacios explicativos, para definirla y para poder explicarla como proceso junto a sus principales elementos. (\*\*)

Con las modificaciones que se le han hecho al programa, hoy el curso está planteado para estudiarse en forma teórico-práctica durante dos semestres. Así, en el primero, en su parte teórica, - propone en tres unidades los siguientes contenidos: La comunicación como fenómeno social. Aplicación social e individual de la comunicación. Definición de comunicación. Desarrollo de la comunicación humana. Principales elementos del proceso de la comunicación. Niveles, formas o modos de la comunicación. Modelos de la - Comunicación, Clases o tipos de comunicación. El lenguaje principal medio de comunicación. Signo, símbolo y significado.

Por lo que respecta a la práctica, los alumnos de cada grupo, analizan y elaboran, en conjunto, materiales impresos (periodísticos, revistas, carteles, periódicos murales e historietas) y/o pro

---

(\*) Cfr. Sánchez Rivera, Roberto, Op. cit., pp. 3-5

(\*\*) Sólo nos estamos refiriendo al primer semestre de la materia, puesto que los cuadernos de trabajo que presentamos como tesis profesional abordan las - primeras dos unidades teóricas. Los contenidos del segundo semestre apenas es tán en proyectos a realizarse para otros fines.

gramas audiovisuales (grabaciones radiofónicas, filmaciones, transparencias y programas de televisión). (\*)

Durante el segundo semestre, en la teoría se propone estudiar los siguientes contenidos: Principales conceptos de la comunicación colectiva. Desarrollo de los medios de comunicación colectiva. Naturaleza de la experiencia de la comunicación colectiva. Confrontación de medios de comunicación en México y América Latina. Críticas a la investigación de la comunicación funcionalista. Otro enfoque: el estructuralismo. La dinámica social de la comunicación colectiva. Y el papel de las clases sociales en la comunicación colectiva.

En la parte práctica se continúa con los trabajos del primer semestre y se agregan opciones como elaboración de teatro guiñol, pantomima, historietas, y trabajos de investigación documental relacionados con problemas de comunicación social.

#### Del problema y los objetivos.

En la actividad docente que venimos desarrollando, cada día se hace más indispensable contar con trabajos que sistematicen el estudio de la comunicación humana. En particular demostrar que en el nivel medio superior de nuestro sistema de enseñanza, es posible ordenar, programar y explicar sus contenidos en forma sencilla.

---

(\*) Cuando se les sugiere a los alumnos los temas que pueden desarrollar en sus impresos o audiovisuales, se toma en cuenta, en primer lugar, las necesidades - como jóvenes inquietos, de conocer y dar respuestas a los problemas que les interesen desarrollar.

Ya no nos basta con utilizar trabajos antropológicos como material de apoyo en el aprendizaje de Ciencia de la Comunicación, si no que es necesario sistematizar los temas de nuestra asignatura. Elaborar textos de fácil acceso a los alumnos para llegar a responder preguntas como las siguientes: ¿cuál es el objeto de estudio de la comunicación humana?, Explicar la vinculación de la ciencia con el estudio de la comunicación humana, ¿para qué es útil un modelo científico en el estudio de la comunicación?, ¿En qué campos de la investigación social es aplicable el estudio de la comunicación?, mostrar el porqué es imposible no comunicarse. Desglosar una clasificación del estudio de la comunicación a través de sus formas, modos, niveles, tipos o clases y principales elementos del proceso de la comunicación humana. Explicar un modelo básico de comunicación. Y aplicar a la realidad los distintos modelos de estudio de la comunicación: físico-matemáticos, psicológicos, sociológicos, antropológicos, psico-sociológicos y semiológicos.

Es así que nos propusimos y logramos elaborar dos textos de enseñanza-aprendizaje de la comunicación (cuadernos de trabajo), que permitirán, en gran medida, sustituir lecturas que resultan inoperantes en las dos primeras unidades de programa en este nivel educativo. Además, logramos cubrir los siguientes propósitos:

1. sistematizar el estudio de la comunicación humana para la enseñanza de la ciencia de la comunicación en el bachillerato del CCH.
2. Explicar el desarrollo de la comunicación a través del tiempo.
3. diferenciar a la comunicación humana de otro tipos de co-

municación.

4. clasificar los conceptos de la comunicación por sus modelos, elementos, niveles, clases y tipos.
5. elaborar dos cuadernos donde se explique lo que significa el estudio del proceso de la comunicación humana (como -- cuerpo teórico). Y proponer experiencias de aprendizaje, como prácticas y ejercicios, a los alumnos que cursan -- Ciencia de la Comunicación I, en el Plantel Vallejo del -- Colegio de Ciencias y Humanidades.

Cabe aclarar que no son trabajos que vienen a simplificar el campo de estudio de la comunicación, sino que siguen los lineamientos del curso: proporcionan una cultura media y constituyen troncos de contenidos que sirven para que los propios alumnos les den las ramificaciones que consideren convenientes. Los dos cuadernos traspasan el simple proyecto de objetivos de un programa de la materia para convertirse en el desarrollo de una serie de temas.

En los cuadernos se le pide al alumno que investigue en distintas fuentes de información sobre definiciones, ejemplos y condiciones en que se presentan determinadas áreas de estudio de la comunicación. Con ello se está partiendo del precepto del CCH, -- "aprender a aprender". No es una actividad mecánica, sino un acto que representa una serie de vivencias que no se logran en el salón de clases.

En la introducción de cada cuaderno se dan las razones de ser de sus contenidos y algunos argumentos del porqué se procedió a elaborarlos así y no de otro modo.

PRIMER CUADERNO DE TRABAJO

DE

CIENCIA DE LA COMUNICACION I

Cuando tratamos de explicar lo que significa la comunicación, casi siempre partimos del hecho de que es un concepto que por sí solo se define y resulta ser algo muy familiar. No es así del todo, puesto que cada quien trata de explicársela de distinta manera.

Hay individuos que piensan que comunicación es la relación de dos o más personas. Otros parten de que la comunicación se da gracias a los medios técnicos o electrónicos; algunos más hablan -juicio falso- de que la interrupción de contacto de una persona con otra provoca incomunicación.

Lo que en realidad pasa es que cada uno de nosotros -- parcializa la comunicación o la enfoca con elementos muy -- particulares, sin tomar en cuenta el ser de la comunicación, sus relaciones con la vida social o cotidiana y el contexto.

Es más, cuando en nuestra materia -Ciencia de la Comunicación- pretendemos delimitar el campo de estudio de la comunicación nos enfrentamos con una terminología contradictoria y confusa, escrita por distintos autores en tiempos -- muy diversos; encontramos conceptos de varias corrientes de estudio que tratamos de aplicar a condiciones sociales muy diferentes, y en otros casos, explicaciones teóricas que -- queremos relacionar con nuestra realidad y no se ajustan.

En fin, podríamos seguir con los esquematismos en los -- que fácilmente caemos profesores y alumnos al estudiar la comunicación, pero lo que nos interesa es, paralelamente al



de otras, ubicar el estudio de esta disciplina. Con un marco teórico que denominaremos multidimensional, y que tome en consideración que hasta hoy no existe teoría única que explique la comunicación; trataremos de eliminar la pretensión de encajonar todas las complejas conductas del individuo en un esquema general, y ubicar los procesos y las interacciones sociales, así como a los elementos que la integran, en una explicación de la comunicación como una generalidad teórica.

#### ¿Qué implica la comunicación?

Cuando nos preguntamos ¿qué implica la comunicación? - no podemos contestar de manera categórica, sino que debemos conciliar las apreciaciones que manejan otros autores cercanos a nuestra realidad. Es decir, que no podemos partir del hecho de que si no podemos definir ni delimitar la comunicación entonces nos vamos a olvidar de ella, sino que debemos ir evaluando las concepciones que nos parecen más acertadas.

Como diría David Mortensen: "La comunicación puede resultar tanto lo que esperamos que suceda en una situación social como lo que encontramos". Por ello lo que nosotros pretendemos encontrar es la explicación científica y racional de lo que es la comunicación humana.

Nuestro trabajo parte entonces de lo que significa la comunicación, como proceso de estudio diacrónico y sincrónico, es decir, entender su evolución y estado actual, respec

tivamente. De tal manera que se pueda comprender el campo - de estudio de la comunicación humana como desarrollo histórico relativamente nuevo y apasionante y no como un conjunto de prejuicios teóricos elaborados.

También tomamos en consideración para nuestro trabajo\_ que la comunicación es un objeto de estudio científico muy\_ amplio y al limitarlo no podemos considerar que estamos reduciendo su interés e importancia, menos hacerlo trivial e ilógico. Basta señalar que pretender definir la comunica--- ción ha provocado conflictos en las ideas que se emplean..

La comunicación no se puede considerar como un proceso en el que los individuos reaccionan de modo aislado a los - mensajes, puesto que en todo acto comunicativo se está in-- teractuando con las conductas circundantes que llegan a imponer significados a nuevas conductas. Por ello la comunica\_ ción está ligada siempre a la evolución personal, a los sen\_ timientos o actitudes de los individuos, a la relación o -- conducta de las demás personas en determinadas condiciones\_ socioculturales.

Es necesario también considerar a la comunicación a ni\_ vel de la sociedad global, puesto que la sociedad influye - sobre la comunicación. Tomar en cuenta los periodos históri\_ cos que correspondan al desarrollo de la comunicación, que\_ van, por decir algo, del telégrafo hasta el satélite artifi\_ cial.

Comunicación y educación.

La interdependencia del conocimiento científico ha permitido que la comunicación sea identificada como otra disciplina, puesto que se le considera como un cuerpo de estudio sistemático que adquiere alta relevancia al estudiar la conducta de los individuos.

Las ciencias sociales -la sociología, la psicología, - la pedagogía, antropología y lingüística, entre otras- se encargan de ligar las conductas, actitudes, comportamientos y significados de la comunicación. Así, los antropólogos -- ven a la cultura como comunicación, los psicólogos sociales explican la interacción entre los individuos como comunicación; los lingüistas identifican su trabajo sobre el lenguaje como énfasis de comunicación, y en fin, podemos encontrar a filósofos y retóricos que proponen una gama muy rica de explicaciones en torno a las relaciones sociales.

Lo mismo las ciencias naturales -como la física, la -- química, las matemáticas, etc.- han contribuido al estudio de la comunicación. Podemos identificar a la cibernética, - que va a la cabeza de la teoría de la información o de los sistemas generales de la organización y es una actividad -- tan amplia que abarca todo el conocimiento del control social. Podríamos hablar de la ingeniería y de las artes, pero eso lo haremos en su contexto particular, y a través de distintos trabajos.

El Colegio de Ciencias y Humanidades tiene dentro de sus objetivos establecer mecanismos permanentes de innovación; preparar estudiantes en campos de conocimiento que vinculan a las ciencias y a las humanidades de nuestro siglo y hacer flexibles los sistemas de enseñanza para formar individuos conscientes de su realidad.

Con base en lo anterior, nos arriesgamos a elaborar estos cuadernos de trabajo, principalmente para poder explicar en orden cronológico y de manera conceptual los distintos niveles y funciones de la comunicación como ciencia de estudio a nivel bachillerato.

El que los alumnos del CCH no tengan como objetivo obtener los conocimientos terminales de una carrera, no excluye que tengan un panorama preciso y correcto de lo que se estudia en la comunicación. A eso se debe que nuestro interés se prolongue en la elaboración de este trabajo.

Es necesario anotar que cuando comenzamos a leer sobre la forma de elaborar reactivos, nos encontramos un mar de proposiciones que no nos sacaban de dudas en cuanto si lo que en realidad deberíamos evaluar eran los conocimientos, las actitudes, o las habilidades. Pero sí obtuvimos una gran lección al saber que la evaluación es un medio y no un fin, que la evaluación carece de técnicas y procedimientos infalibles.

Junto con ello aprendimos que no hay un método o ins--

trumento que diga cuál es el camino más adecuado para mejorar el aprovechamiento de los alumnos. Pero sí que los educandos tendrían con este cuaderno otra oportunidad para --- aprender y ejercitarse en la materia. Así pues, al darle -- forma a nuestro trabajo, consideramos pertinente integrar - plenamente al programa de la materia sus contenidos, ejerci - cios y prácticas.

Estamos conscientes de que al compilar, integrar, adap - tar y reenfocar los diversos contenidos investigados, ha ha - bido un avance en el conocimiento, puesto que el interés ge - neral de nuestro trabajo es que los alumnos comprendan qué es lo fundamental en todo acto comunicativo. Esto se logra - rá en gran medida si son tomadas en cuenta las lecturas, -- ejercicios y prácticas y se recurre también a las fuentes - de información recomendadas como correctivos al final del - cuaderno.

Habremos de advertir que la forma de desarrollar este trabajo ha tenido varias corrientes conductoras, que parten de la formación en materia de comunicación, por un lado, y de los cursos y trabajos didácticos realizados, por otra. Con su elaboración el camino no ha terminado, seguiremos -- abriendo brecha para descubrir nuevas experiencias que ha - brán de ser transmitidas a los alumnos.

#### De nuestro primer cuaderno.

En este primer cuaderno de trabajo el alumno encontra-

rá algunos principios básicos de la teoría de la comunicación.

De acuerdo con la estructura del curso, el cuaderno representa la parte informativa de la Primera Unidad: Intro-ducción al estudio de la comunicación, con temas como "La comunicación como proceso social", "Explicación y aplica---ción de la comunicación", "Definiciones de la comunicación", "Origen del Lenguaje" y "La evolución de la comunicación humana".

Se busca que el alumno integre el concepto de comunicación como parte de su formación socio-cultural. Que defina la importancia del estudio de la comunicación en relación -con la influencia social.

Cada cuaderno contiene los objetivos de unidad, que --plantean el grado de dificultad del tema y las lecturas; --los ejercicios y prácticas sobre el tema, con los que se --pretende lograr que el alumno haga el mínimo esfuerzo por aplicar lo aprendido. Casi al final de cada cuaderno vienen las posibles respuestas a la serie de ejercicios, pero, si -queda alguna duda se puede recurrir al profesor del grupo.

Por último, cada cuaderno tiene sus propias indicacio-nes.

OBJETIVOS DE LA PRIMERA UNIDAD TEORICA

General: El alumno....

- Identificará el campo de estudio de la comunicación humana.

Específicos:

- Reconocerá las características de la comunicación como proceso social.
- Será capaz de definir a la comunicación.
- Diferenciará las distintas formas de comunicación.
- Explicará la comunicación empática, recíproca, y la interacción.
- Será capaz de explicar el origen del lenguaje.
- Distinguirá los medios de comunicación que se utilizan en los cuatro episodios.
- Ubicará el concepto de Emirec.
- Conocerá la clasificación del lenguaje y de los medios.
- Diferenciará los cuatro episodios de la evolución de la comunicación humana.

## 1. LA COMUNICACION COMO PROCESO SOCIAL.

### 1.1. Ubicación de la comunicación humana.

Siempre que nos referimos a la comunicación estamos pensando en la relación de dos o más individuos, en la solución de -- los problemas personales o mundiales, o sencillamente en la respuesta que esperamos de alguien a quien nos hemos dirigido. También la relacionamos con las complejas estructuras de los medios de comunicación masiva o colectiva.

Ahora bien, al ir la estudiando, nos damos cuenta que como todo proceso resulta ser algo que no tiene principio ni fin, puesto que es una serie de acciones en cadena, que -- como dicen algunos estudiosos-- la comunicación es el "proceso social fundamental", mediante el cual un individuo influye -- sobre los demás y es a su vez influido por los otros y por -- él mismo; que por ella los humanos nos hemos conservado como seres sociales, porque sin la comunicación no sería posible unirnos, crear obras o sencillamente ponernos de acuerdo.

Hay estudiosos de la comunicación que dicen que ésta -- significa "poner en común" las ideas, sentimientos y todo lo que rodea al hombre. Por ello también manifiestan que resulta ser el proceso de socialización al permitir que los individuos se relacionen y compartan experiencias comunes. Pero ello no implica que toda comunicación sea aceptación, tam---



bién puede ser discrepancia o sencillamente la espera de una respuesta. Con la comunicación se evita la soledad o el permanecer aislado de los demás. Así, cuando alguien carece de las posibilidades de tener acceso a los medios más usuales, tratará de crear uno propio. Es el caso de Helen Keler, una niña estadounidense que desde muy chica quedó impedida de comunicarse al perder los sentidos de la vista, el habla y el oído; pero aprendió formas de comunicarse a través del tacto.

Helen Keler tuvo que pasar por una serie de experiencias de aprendizaje. En un principio al sentir que no se le comprendía, se frustraba y sentía cierta impotencia; pero cuando era comprendida por quienes le rodeaban, había en ella euforia y nuevos deseos de hacerse comprender más y salir de su oscuridad.

Por otra parte, hay que considerar siempre que el hombre es básicamente un animal social, que busca compañía. Es incapaz de vivir en completo aislamiento. Es más, el encontrarse solo provoca en él conductas inconsecuentes. Siempre, todos nosotros, necesitamos a alguien a quien transmitirle nuestras emociones, angustias y experiencias.

La sensación de ser incapaz de comunicar es más estremecedora que cualquier otra. Cuando hemos tenido esa experiencia o sensación nos sentimos en la peor de las condiciones a

las que puede estar sometido el ser humano.

De lo anterior resulta que la comunicación es el instrumento más importante para la adaptación del individuo al medio ambiente donde, gracias a ella, llega a encontrar la manera de satisfacer sus necesidades básicas. Para los esposos Hartley (1) todo individuo se vale de la comunicación para moldear el medio que le rodea, definir su posición en relación con los demás y adaptarse con "éxito" a su medio ambiente.

El hombre desde que nace tiene contacto con la realidad, se la va explicando y manifiesta a los demás sus puntos de vista. Es así, con las conversaciones entre los individuos, como se van gestando los lenguajes, de tal modo que la arbitrariedad para designar a los objetos con nombres distintos, va conformando una lengua, un orden y un conjunto de códigos estructurados.

El principal medio de comunicación que usamos los seres humanos, es el lenguaje. Contiene los elementos para acercarnos los unos a los otros y al medio que nos rodea. Al lenguaje se le considera como el producto de las experiencias simbolizadas de los individuos. Se crean palabras que representan las inquietudes y formas de pensar de los grupos humanos.

No es privativo del hombre poder comunicarse con sus semejantes. Existen otros grupos de seres animados que han con formado lenguajes, formas de entendimiento, pero el hombre - los deja atrás en virtud de que tiene la capacidad de pen--- sar, de planear sus acciones, de ordenar sus ideas. A dife--- rencia del hombre, los otros animales sólo ejercen su lengua je gracias a la herencia biológica, usan un lenguaje filoge- nético. Tal es el caso de las hormigas y las abejas; en las gallinas y otras aves se presenta el orden de los picotazos; o en animales marinos como los delfines y ballenas lenguajes complejos.

La comunicación en el hombre es un acto social y no natural. La experiencia del hombre se va dando a través de su existencia y por tanto no es producto de la herencia biológi ca. Los actos de los individuos son experiencias acumulati-- vas que se van transformando de generación en generación has ta lograr todo un acervo de conocimientos. Al tener algunas dudas el hombre llega a resolverlas si tiene las condiciones histórico-sociales necesarias, si ha hecho cultura, si ha -- aprendido.

Todo lo que el hombre piensa es incorporado al mundo de las palabras. Todo es comunicación. El hombre conoce lo que piensan sus congéneres al intercambiar en forma sencilla sus ideas, descubrimientos, informaciones y de ahí nacen nuevas experiencias. También las experiencias de los hombres vienen

de otros grupos sociales que utilizan a la comunicación como principal instrumento de desarrollo.

A través del tiempo el hombre ha ido modificando sus formas de comunicación. Primero fue la comunicación táctil, mediante la cual se transmitía la ira, la piedad o el amor. El cuerpo, por tanto, ha sido la principal fuente de información y también de percepción. Por medio de él el hombre se exterioriza y envía sus mensajes a los demás. Sus sensaciones y percepciones son canalizadas a través de sus manos y de su piel, por lo que resultan ser instrumentos de comunicación complejos y con un amplio repertorio de respuestas.

Después de la comunicación táctil da paso a los gestos y gruñidos que poco a poco se van transformando en objetos visuales donde el hombre llega a plasmar sus percepciones de la realidad, con ellos crea los pictogramas en las paredes de las cavernas. Dichos pictogramas se van sintetizando hasta crear ideogramas y más adelante códigos que constituyen un alfabeto. Así hasta llegar a la imprenta y los actuales medios electrónicos que expanden las ideas de todos los hombres en el tiempo y el espacio.

Indicación: De las siguientes afirmaciones, subraya la opción más correcta.

1.1. No es comunicación:

- a) La relación
- b) La interacción
- c) La piedra
- d) La respuesta

1.2. Cuando se priva al individuo de la posibilidad de tener acceso a un medio existente de comunicación, éste:

- a) Se aísla
- b) Crea uno propio
- c) Se frustra
- d) Se siente feliz

1.3. Comunicación significa:

- a) Comisión
- b) Confesión
- c) Confirmación
- d) Comuni3n

1.4. No es una función fundamental de la comunicación del individuo con los demás:

- a) Interiorizarse en sí mismo
- b) Modelar el mundo que le rodea
- c) Adaptarse a su medio ambiente
- d) Asumir una posición con respecto a los demás.

1.5. El principal medio de comunicación que usamos los humanos es:

- a) Matemático
- b) El televisor
- c) El lenguaje
- d) El impreso

1.6. El hombre, a diferencia de otros animales, al percibir y enviar sus mensajes tiene la ventaja de:

- a) Percibirlos fácilmente
  - b) Pensarlos y planearlos
  - c) Escucharlos con rapidez
  - d) Responder instintivamente
- 1.7. Los animales sólo ejercen su lenguaje, principalmente gracias a:
- a) La herencia social
  - b) La imitación
  - c) La herencia biológica
  - d) El aprendizaje
- 1.8. La primera forma con que los hombres se comienzan a - comunicar fue con:
- a) La mímica
  - b) La palabra escrita
  - c) El gruñido
  - d) El tacto
- 1.9. La comunicación en el hombre es un acto:
- a) Instintivo
  - b) Social
  - c) Natural
  - d) Reflejo
- 1.10. Las experiencias de comunicación se van acumulando en los individuos para formar:
- a) La cultura
  - b) La palabra
  - c) Las herramientas
  - d) El mundo

(Respuestas al final del Cuaderno.)

Indicación: En hojas distintas de este cuaderno, escribe y realiza lo que se te pide.

1. Consulta los diccionarios de la Real Academia de la Lengua, de ciencias sociales y de comunicación para que obtengas y puedas manejar, los conceptos de comunicación, proceso, interacción, tautología. Pero también contráctalos entre sí.
2. Reflexiona y escribe tus propósitos al comunicarte con los demás.
3. Cuando logras comunicarte con facilidad con los demás, ¿qué sensaciones experimentas?
4. Comunícate con distintas personas a través de las siguientes formas: táctil, mímica, oral, pictográfica y escrita. Escribe ¿Cuál fue la más eficaz?
5. Escribe cinco diferencias entre lenguaje humano y lenguaje de otros animales.
6. Jerarquiza las necesidades del hombre y explica qué posición ocupa en ellas la comunicación.
7. Explica, con varios ejemplos, lo que sucedería si el envío de mensajes no le funciona adecuadamente a una persona.
8. Encuentra las disciplinas científicas donde no es necesario estudiar el proceso de la comunicación.
9. Escribe otras formas de comunicación distintas a las que ya te presentamos.

10. ¿Cuál es el ingrediente más importante de la comunicación humana, que da la sensación de contacto con la realidad y con los demás seres sociales?



## 1.2. Aplicación del concepto de comunicación.

El concepto de comunicación está ubicado dentro del estudio de la ciencia en varios niveles. De la palabra comunicación relacionada con la interacción humana, que se realiza mediante el intercambio de signos organizados en códigos, -- hasta la comunicación aplicada a tecnología, es decir, aplicada a los recursos mecánicos, a los electrónicos y físicos, entre otros y que utilizan todo un complejo proceso de codificación.

La comunicación también invade el campo de las relaciones de animales menores en la escala genética al hombre. Lo mismo se emplea en la transportación cuando se habla del correo, telégrafo, carreteras y teléfonos, entre otros.

Bordenave nos presenta tres niveles de especificidad del concepto comunicación en la dimensión semántica. Dice:

"...la comunicación como ingrediente importante de todo sistema social (empresa, gobierno, comunidad, etc.).

La facilitación de la comunicación como finalidad de cierto tipo de sistemas sociales (correo y telégrafos, agencias de noticias, mercado de productos o de valores, etc.).

La producción de comunicaciones como finalidad esencial de

determinados sistemas sociales (empresas periodísticas, radio emisores y televisoras, estudio de cine, etc.)" (2)

Otros autores como Wulf Hund (3) le dan distinto significado al concepto de comunicación cuando afirman que puede aplicarse en la física (vasos comunicantes), en la religión (comunidad en comunicación), y en la teoría de la información (unidad comunicativa de emisor y receptor).

Pero lo que más nos interesa es comprender que el concepto de comunicación en las relaciones humanas es fundamental, puesto que integrado a la teoría y a la práctica cubre todos los campos del saber. Con la comunicación podemos desarrollar procesos mentales que nos permiten plasmar en estas hojas una serie de ideas en torno a lo que es la comunicación.

Por eso Colin Cherry dice que la "comunicación hace practicable la verdadera vida social, pues comunicación significa organización" y más adelante agrega que también "significa compartir elementos de conducta o formas de vida, junto a la existencia de conjuntos de normas". (4)

En suma, la actividad del hombre necesita continuamente de la organización y aplicación de los signos para emitir mensajes y relacionarnos con los demás, para ordenar los me-

canismos de la producción y así podemos cubrir parte de nuestras necesidades, para dar funcionamiento a nuestras condiciones psíquicas y fisiológicas, en fin, para incrementar -- nuestros conocimientos.

### 1.2.1. Comunicación no humana.

Una de las formas que podemos utilizar para comprender a la comunicación humana es la de recurrir al conocimiento - que se tiene en otros tipos de comunicación. Como por ejemplo la de las plantas, los insectos, animales y hasta la de los mecanismos cibernéticos que gobiernan a las máquinas y a las computadoras.

Esto desde luego implica reconocer que hay organismos - distintos al ser humano, que son capaces de comunicarse entre ellos. Pero limitada su comunicación a las características de su escala biogenética y por lo que sus formas de relacionarse no se rigen por los principios que hay en los hombres.

En las plantas, por ejemplo, se establecen intercambios de sustancias para desarrollarse o para su fertilidad; procesos de mimetismo que explica Hund como:

"...una forma de comunicación, que propiamente no está limitada al dominio animal o humano,

sino que abarca e incluye incluso un tipo de comunicación animal-vegetal. Desde un punto de vista formal nos enfrentamos -- con un sistema de comunicación en el que para una determinada señal hay solamente un receptor pero, al menos, dos emisores, - los cuales usan la misma señal con distinto significado.

"Así Wolfgang Wickler explica: 'Entre las orquídeas, por ejemplo, avispa y abejas acuden a las mismas, fecundándolas con el polen, por más que no -- tienen néctar. A ellas acuden - solamente insectos machos, y és - tos hacen intentos de apareamien- -- to sobre la flor, adheriéndoseles, de este modo, la bolsa de polen, que llevan consigo a otra flor, donde prosiguen sus vanos esfuerzos". (5)

Por su parte, los insectos, como las hormigas, las abejas, o las termitas, entre otras, viven en colonias donde se observa una compleja organización social y una amplia división de trabajo; se llegan a coordinar con gran eficacia y -- sus actividades cubren prácticamente todas sus necesidades en forma amplia y común. Los mecanismos con que se comunican son muy variados, llegan a recurrir a técnicas olfativas, gustativas, sonoras, táctiles o estímulo visuales, que no son fácilmente captables por el hombre.

Sin embargo, en este tipo de insectos se puede observar que reaccionan de igual modo ante las señales de comunicación que emplean sus semejantes.

"Para nuestros fines explicativos —dice Melvin L. de Fleur— la comunicación entre insectos interesa más por lo que no es que por lo que es. Es una forma heredada e instintiva de conducta, sin duda el producto final de milenios de evolución, por medio de la cual esas criaturas relativamente simples, preservan la organización social que es indispensable para la supervivencia. Esa comunicación no implica aprendizaje. Cada insecto es capaz de realizar los actos comunicativos aunque haya sido criado en aislamiento y restituido a la colonia en estado adulto... El hecho de que en la comunicación entre insectos no inter venga el aprendizaje, la conciencia ni los procesos naturales, demuestran que se trata de una forma elemental de comunicación, comparada con la que tiene lugar entre animales que ocupan más alto rango en la escala filogenética". (6)

De lo dicho por este autor tenemos entonces que el proceso de aprendizaje está reducido a su mínima expresión en el caso de los insectos y a medida que la escala biogenética aumenta encontraremos animales que aprenden. Pero hay que tomar muy en cuenta que no es la estructura biológica la que determina el aprendizaje, sino los hábitos que van adquiriendo los animales como producto de sus anteriores aprendizajes.

En otra área tenemos el caso de los peces y concretamente los mormilidas, animales acuáticos que emiten descargas -

eléctricas (el siluro eléctrico, la tremielga, el torpedo y otros) que son captadas por otros y se establece un contacto entre ellos mediante la sintonización de sus propias descargas en una determinada frecuencia.

Este tipo de conversaciones se puede captar con electrodos sumergibles y la utilización de un altavoz. Pero sucede aquí lo mismo que con los insectos, es decir, que sólo utilizan un lenguaje que es producto de la herencia genética y no hay gran aprendizaje.

En el caso de las gallinas las relaciones se llevan a cabo mediante el proceso o pautas de dominio o sometimiento que se realiza entre las integrantes de un grupo recientemente formado en un espacio fijo y en un tiempo determinado. -- Ahí se notará que en cada pareja de gallinas habrá una dominante que picoteará a otra sumisa. Así, a través del tiempo se creará una compleja organización donde la más alta jerarquía la ocupará una gallina que domina a las otras y la de menor, la ocupará otra que resulta la más sumisa del grupo.

Al contrario de los insectos, aquí se notará que la jerarquización del "orden de los picotazos", es producto del aprendizaje; las gallinas no heredan biológicamente el puesto en la escala de mando, sino que lo mantienen a través del aprendizaje pero pueden influir, en esta determinación, factores biológicos como las hormonas.

Del último detalle destacado, tenemos que observar que el "orden de los picotazos", como dice de Fleur, tiene que ver con el sexo, puesto que los gallos no se enfrentarán a picotazos a las gallinas y viceversa, sino que cada quien establece su propio orden. Además, si se saca a alguno de estos animales del gallinero por espacio de tres o más semanas, al ser reintegrado tendrá que enfrentarse nuevamente con los demás componentes del grupo, puesto que no tiene memoria que le permita conservar las anteriores experiencias. Lo que nos viene a mostrar que el picotazo es utilizado como signo natural de lo acontecido entre ellos.

En conclusión tenemos lo que dice Melvin de Fleur:

"...las pautas de comunicación de las gallinas, lo mismo que las de los termites, interesan principalmente como sistema contrastante con el cual comparar la comunicación humana. La comunicación entre los termites y entre las gallinas nos muestra cómo criaturas muy distintas del hombre son capaces de influir unas sobre otras y de coordinar su comportamiento". (7)

Los animales utilizan para comunicarse sistemas innatos de señales naturales. Los hombres, en cambio, utilizan signos convencionales; su sistema de comunicación se define sobre todo por el hecho de que hay una intencionalidad y una respuesta que no tiene que ser por fuerza la esperada.

Además, el hombre nace en el centro de una cultura compleja y bajo procesos sociales que le permiten aprender la convencionalidad del signo y relacionarlo con problemas específicos. Llega a utilizar lenguajes que enriquecen y aun particularizan sus formas de comunicación.



Indicación: Completa, sobre las líneas punteadas, las siguientes afirmaciones.

- 2.1. El concepto de comunicación tiene aplicaciones en el terreno tecnológico y de él se derivan los procesos -  
 -----'  
 ----- y -----, entre otros.
- 2.2. También se aplica a terrenos de la transportación como por ejemplo ----- y  
 -----.
- 2.3. El proceso de mimetismo, como acto de comunicación, -  
 se lleva a cabo entre una ----- y dos -----  
 -----.
- 2.4. Si los insectos son capaces de realizar sus actos comunicativos, aun criados aisladamente, esto implica -  
 que su comunicación no es -----  
 -----.
- 2.5. La forma de comunicación entre las gallinas se rige a través de una compleja organización que se denomina -  
 el -----.
- 2.6. Cuando dos gallinas se enfrentan, siempre habrá una -  
 dominante y otra sometida y esa situación la respetan,  
 por lo tanto hay entre ellas un -----  
 -----.
- 2.7. Pero también hay que tener en cuenta que en el "orden de los picotazos" siempre se utilizan signos -----  
 ----- y no convencionales.

- 2.8. En comparación con los otros animales, el hombre utiliza signos -----.
- 2.9. Asimismo en los seres humanos se establece una relación entre quienes emiten las señales y entre quienes -----.
- 2.10. Por ello, los procesos sociales hacen que el ----- del hombre se enriquezca y acumulen nuevos conocimientos.

Indicación: Escribe en hojas aparte lo que se te pide.

1. Investiga las distintas acepciones que tiene el término de comunicación y en qué campos se aplica.
2. Consulta textos sobre los procesos de comunicación que hay entre las abejas, hormigas y delfines, entre otros. Escribe los contrastes más significativos.
3. Investiga más profundamente ¿en qué consiste el proceso de aprendizaje?
4. Escribe dos columnas donde se expliquen las características de la comunicación humana y sus diferencias con la comunicación animal.
5. Investiga ¿cuántos tipos de signos existen en el lenguaje humano y cuántos en el lenguaje animal?

### 1.3. Explicación de la comunicación humana.

Después de haber señalado las características del acto comunicativo entre los animales que logran su aprendizaje con los signos naturales que manejan, hace falta destacar la esencia de la comunicación humana y los mecanismos que la conforman.

En la relación del hombre con el hombre tenemos que la comunicación tiene lugar cuando ambos se sintonizan al enviar y recibir un determinado mensaje. Las formas en que se relacionan son numerosas, de ellas podemos anotar un leve parpadeo, un movimiento con la cabeza, un golpe sobre un tronco hueco, una señal de humo, todos los movimientos del cuerpo. En fin, los hombres llegan a entenderse de distintas formas: hablando, escuchando, palpando, oliendo, de todas las maneras que el hombre puede desarrollar.

El hombre también se sirve de la técnica para hacer que sus mensajes se conserven a través del tiempo o es capaz de enviarlos hasta los lugares más apartados del planeta.

El estudio de la comunicación humana distingue mínimo tres componentes: el emisor, el mensaje y el receptor.

Un emisor puede ser una persona, una organización, una fuente transmisora que se encargará de hablar, escribir, publicar, etc.

El mensaje puede ser conformado por las ondas sonoras de la voz o las electromagnéticas de una planta transmisora, por la tinta en el papel que conforma esquemas o palabras, por el movimiento del cuerpo o cualquier signo que sea percibido.

El receptor puede ser otra persona o la misma, que escucha, lee, percibe; un amplio o reducido público; en fin, todo aquél que recibe una señal.

Wulf Hund nos explica que:

"...en el hombre, recepción y - emisión de señales son funcio-- nes de los sentidos. Por lo tan-- to se puede distinguir de modo-- plenamente significativo un sen-- tido visual, auditivo, olfati-- vo, gustativo, táctil, térmico, etc., donde, a su vez, cada uno de estos sentidos pueden ser -- portadores de señales. Así --- pues, las condiciones fisiológi-- cas de la sensibilidad se po--- drían designar eventualmente co-- mo un tipo de código innato mí-- nimo de condiciones formales pa-- ra la comunicación humana". (8)

Hay necesidad de establecer el presupuesto de que donde existan emisor y receptor debe de existir una relación entre ellos. Esto desde luego ocurrirá cuando ambos elementos están en condiciones de enviar y recibir un mensaje, lo mismo que - de entenderse entre sí. Para ello deben de contar con un mis-- mo tipo de repertorio de señales, o como dice Wilbur ----

Schramm, con un mismo marco de referencia o campo de experiencia.

Este repertorio es la esencia de la interacción social, imprescindible del ser humano, que varía de acuerdo a las condiciones históricas y al contexto social en que se presentan los individuos.

### 1.3.1. ¿Comunicación consigo mismo o sólo con otro o más individuos?

Existe una controversia entre los estudiosos de la comunicación. Algunos afirman que la comunicación se da también dentro del propio individuo al reflexionar, como producto de los procesos internos en donde se emiten y se reciben a la vez una serie de estímulos. Otros dicen que la comunicación sólo es posible cuando se relacionan dos o más individuos. De estos últimos Hund argumenta que "...una relación comunicativa presupone como mínimo dos interlocutores, de los cuales, al menos, uno dispone de las instalaciones de emisión, y el otro, de las instalaciones para la recepción, respectivamente". (9)

Tratar de tomar partido —en este momento— por alguna de las dos posiciones, sólo nos conducirá a parcializar nuestro trabajo, por ello sólo ponemos a la consideración de nuestros lectores que ni una ni otra argumentación son determinantes —

puesto que si por ejemplo la reflexión es producto de una acción anterior, donde tuvo que ver otro elemento externo al primero, de ahí que la determinación si sólo hay comunicación intrapersonal o interpersonal está dado en la interpretación.

Ahora bien, si establecemos que la relación comunicativa necesita necesariamente de dos o más integrantes, vemos que siempre ambos representan los dos papeles, tanto al emitir como al recibir un mensaje, puesto que en un momento dado serán emisor y a la vez receptor.

Por ello, el problema en la comunicación de tratar de delimitar las funciones de los intercomunicadores, radica en el enfoque de estudio (físico-matemático o psicológico y social).

### 1.3.2. Papel del mensaje.

En el acto comunicativo realmente no hay una esencia o un espíritu que traslade —a través del sistema central de la persona— el mensaje de quien lo envía a quien lo recibe. Los mensajes son únicamente señales o signos que juegan un papel primordial dentro de la comunicación humana.

En otros términos, estamos hablando del lenguaje —el principal medio de comunicación— que comprende los signos

que el hombre posee en forma de significados. Por ejemplo, el puño cerrado anuncia el comienzo de la lucha; el ademán de -- golpear algo con el puño puede significar violencia.

Sin embargo, algunos signos llegan a resultar difíciles de interpretar; otros serán más precisos o inequívocos y -- otros serán sumamente arbitrarios y oscuros.

Por ello la dimensión del lenguaje aparece como un sistema de signos cuyo significado es necesario interpretar, por-- que el significado está en el que lo envía y en el que lo re-- cibe. En el primero en cuanto sea capaz de cifrarlo, ordenar-- lo verbalmente o por escrito y en el receptor en cuanto sea - capaz de captar y entender lo que el primero quiso decir.

Las condiciones que deben considerarse para que se cum-- pla eficazmente el envío y recepción de un mensaje son sinte-- tizados por Wilbur Schramm en los siguientes términos:

- "a) El mensaje debe formularse y entregarse de modo que -- obtenga la atención del destino.
- "b) El mensaje debe emplear signos que se refieran a la experiencia común de la fuente y del destino, a fin de transmitir el significado.
- "c) El mensaje debe despertar - necesidades de la personalidad en el destino y sugerir



algunas maneras de satisfacer esas necesidades, y

"d) El mensaje debe sugerir, para satisfacer esas necesidades, una manera que sea adecuada a la situación de grupo en la que se encuentra el destino en el momento en que es impulsado a dar la respuesta deseada". (10)

Al transmitir un información necesitamos que alguien la considere útil. Por lo tanto, a la necesaria comprensión del mensaje la llamaremos innovación y a la información que se envía adicionalmente para estabilizar a la innovación la llamaremos redundancia.

"La forma más sencilla de redundancia, -dice Hund- se puede producir repitiendo noticias varias veces. Así muchos animales, a determinadas distancias, repiten muchas veces señales importantes. Esto sucede por la misma razón por la que en los telegramas se anotan por duplicado los datos numéricos. Con ello -deben evitarse la información defectuosa y el error". (11)

Pero para poder comprender estos últimos conceptos es necesario ampliar más la importancia de la redundancia, como una forma de ser más eficaz en la comunicación. Para ello Wilbur Schramm nos da una amplia explicación sobre los tipos de redundancias que hay, nos dice, que hay redundancia en el

idioma y redundancia en el comunicador. Veámos:

"El inglés, como todos los -- otros idiomas, tienen sus series de palabras y de sonidos regidos por ciertas probabilidades, si estuviese organizado de modo que no hubiera un juego de probabilidades que rigieran la posibilidad de que ciertas palabras sigan a otras. En realidad, de verdad podemos -- calcular la proporción relativa de libertad que disponemos al escribir en cualquier idioma. En el inglés, la libertad es de un cincuenta por ciento. Digamos de paso que ésta es la cantidad de libertad que necesitamos para poder formular -- problemas interesantes de palabras cruzadas. Shannon ha calculado que si tuviéramos un se -- tenta por ciento de libertad, podríamos hacer crucigramas -- tridimensionales. Si tuviéramos sólo un veinte por ciento, no valdría la pena diseñar -- crucigramas". (12)

Y con respecto a la redundancia del comunicador nos dice:

"...éste es un aspecto importante en la formulación de un mensaje. Porque si creemos que nuestro público puede tener -- dificultades en comprender un mensaje, podemos introducir -- deliberadamente más redundancia; podemos repetir (precisamente como el operador de radio de un buque puede enviar un 'SOS' una y otra vez para -- asegurarse que lo escuchan o -- lo descifren), o podemos dar -- ejemplos y analogías. Dicho de otro modo, siempre tenemos que

escoger entre transmitir más información en un tiempo dado, y transmitir menos y repetir más con la esperanza de ser mejor comprendidos". (13)

La redundancia perfecta equivale a la repetición total de los mensajes y sólo se concibe en las máquinas, puesto que en los seres humanos el acto de repetir cambia a cada instante, aún de modo minúsculo, pero el significado del mensaje no se mantiene igual. Por todo ello, en la comunicación humana no hay un equilibrio entre lo que se envía y lo que se recibe para lograr la mayor comprensión.

Y cuando llega haber éxito se presenta lo que Daniel -- Prieto llama un mensaje autoritario y existe exceso de redundancia en los signos, dice:

"El factor redundancia es capital en todo proceso de comunicación autoritaria, ya que su ausencia puede hacer que el receptor malinterprete o lo haga de una manera no prevista por el emisor.

"Las formas de redundancia son verbales: palabras que refuerzan a otras; icónicas: imágenes que repiten lo ya explícito en otras imágenes; y mixtas: palabras que refuerzan a imágenes y viceversa...

"La redundancia consiste en una acentuación de lo ya evidente para no dejar escapatoria al receptor y darle sólo una oportunidad de interpretación". (14)

De todas maneras, si el individuo se encuentra relacionado con todo su ambiente social, a diario recibe y envía - infinidad de mensajes, tomo entonces una actitud con respecto a los otros y con respecto a sí mismo; entiende e interpreta los signos que le son enviados, respondiendo o no, de todas formas se está comunicando. Por ello es imposible estar incomunicado. Y más si se acepta que toda conducta es - una situación de intercambio de mensajes y por ello, sin importar lo que se diga o haga, uno no puede dejar de comunicarse. El silencio y la inactividad son formas de comunicación.

Mientras existan personas a quienes enviarles y de quienes recibir una señal, un estímulo, un afecto, habrá comunicación.

Indicación: Escribe sobre las líneas punteadas, si las siguientes afirmaciones son ciertas o falsas.

- 3.1. La comunicación tiene lugar cuando se sintonizan emisor y receptor al enviar o recibir un mensaje. - - - - -
- 3.2. El estudio de la comunicación sólo distingue a dos componentes: emisor y receptor. - - - - -
- 3.3. El mensaje solamente se representa con las ondas sonoras de la voz. - - - - -
- 3.4. Sólo cuando hay una relación entre emisor y receptor hay comunicación. - - - - -
- 3.5. Para que exista una efectiva comunicación los individuos deben de contar con un mínimo repertorio de señales o con idéntico marco de referencia. - - - - -
- 3.6. Todos los estudiosos de la comunicación sostienen que sólo hay comunicación cuando existen dos o más individuos. - - - - -
- 3.7. El principal medio de comunicación, el lenguaje, comprende los signos que todo hombre posee en forma de significados. - - - - -
- 3.8. El mensaje debe formularse y entregarse de modo que obtenga la atención del destinatario, es una formulación hecha por Wulf Hund. - - - - -

3.9. A la necesaria comprensión del mensaje la llamamos re  
dundancia. - - - - -

3.10. Según Wilbur Schramm hay dos tipos de redundancias, -  
la del idioma y la del comunicador. - - - - -

(Respuestas al final del Cuaderno)

1. Elabora una lista de sinónimos de emisor y receptor.
2. Escribe algunos ejemplos donde la comunicación haya fallado porque los individuos no tienen el mismo marco de referencia.
3. Escribe una serie de argumentos en torno a tu posición de si la comunicación se da solamente entre dos o más personas o de que puede haber comunicación con uno mismo.
4. Describe las distintas formas o maneras como se presenta el mensaje. Mínimo diez.
5. Escribe dos ejemplos de redundancia, tanto del idioma, como del comunicador, y desde luego a la que tú te has enfrentado.

#### 1.4. Definición de Comunicación.

La comunicación ha sido definida en innumerables ocasiones por personas que provienen de diversos campos científicos, pero que no poseen una terminada comprensión del amplio campo de estudio de esta disciplina. Lo que provoca -- que consideren a la comunicación como un hecho que se interrumpe y vuelve a empezar alternativamente y no como una -- función continua de los seres humanos.

La comunicación no es un concepto que las personas -- puedan manejar con facilidad y en forma arbitraria máximo -- cuando no la consideran como una actividad en la que los se -- res vivos no pueden dejar de comunicarse, de la misma mane -- ra que no pueden dejar de respirar y seguir viviendo. Por -- ello la comunicación no es una faceta ocasional o fortuita de la conducta humana, por la que una persona siente de vez en cuando la necesidad de comunicarse, exteriorizarse o re -- lacionarse con los demás, sino una acción permanente.

También se llega a incurrir en errores cuando limita -- mos nuestra comprensión del proceso de la comunicación a -- aquellos supuestos de intercambiar ideas, datos o informa -- ción en forma conciente o racional sin destacar que una per -- sona puede comunicarse con otra por razones que no sean las de intercambiar ideas o información, sino que también pue -- den ser sentimientos.



Hay otras definiciones que nos limitan a los elementos que integran al proceso de la comunicación, o a que el propósito de la comunicación es lograr un conocimiento, o a -- que se produzca un intercambio de ideas que sea satisfactorio, es decir, dan de manera implícita la necesidad de que haya intención y racionalidad al enviar y recibir un mensaje.

Casi ningún autor, al parecer, se preocupa por el intercambio de sentimientos --como ya lo mencionamos--, lo que constituye un error puesto que es inevitable nuestra emotividad al tratar con las demás personas.

Por todo lo anterior, es necesario aclarar que no es la falta de conocimientos sobre la comunicación lo que limita la posibilidad de que sea adecuadamente definida, sino la falta de comprensión en la naturaleza, el alcance y las funciones que debe cumplir toda definición. Tampoco se requiere utilizar una definición completa para lograr una amplia significación, sino definir a la comunicación por su carácter práctico. (15)

Debemos tener en cuenta que la comunicación es tan basta y diversificada, tan compleja y amplia que resulta imposible llegar a una conclusión general, así como que cualquier definición de palabras tiene que ver con otras palabras empleadas para su explicación, y que estas últimas --

tienen que ser usadas en un contexto adecuado.

John Newman dice que "...Una definición satisfactoria no necesita sin embargo ser final, universal y eternamente 'completa'. Por más que una definición pragmática debe -- ser un cálculo derivado válidamente, puede, y quizá debe, permanecer 'en proceso'". (16)

La definición pragmática debe ser algo más que una simple explicación de diccionario y circunscribirse en un concepto para que signifique y designe algo. Pero no como designación tautológica, es decir, que se describa con las mismas palabras el concepto. Por ejemplo llamar al pan, -- pan y al vino, vino.

En conclusión, una definición de comunicación debe -- ser pragmática en el sentido de ser adecuada, pero no necesariamente determinante para todos y menos unánime. De ahí que decir que sea completa o incompleta, no determina su validación. Tampoco se trata de evitar la definición, ni -- de caer en generalidades, menos en querer aplicarla sólo a los seres humanos, aunque este último es nuestro propósito de trabajo.

Hay una amplia gama de definiciones de la comunica--- ción, aquí sólo nos proponemos presentar algunas que nos --

parecen las más representativas:

"Por comunicación o relación comunicacional entendemos aquélla que produce (y al mismo tiempo supone) una interacción biunívoca del tipo del consaber, el -- cual solamente es posible cuando entre los dos polos de la estructura relacional (transmisor-receptor) funciona una ley de bivalencia: todo transmisor puede ser receptor; todo receptor puede ser transmisor". (17)

"Entendemos por comunicación toda transmisión de información que se lleva a cabo mediante a) la emisión, b) la -- conducción y c) la recepción -- de d) un mensaje". (18)

"Comunicación significa, -- en primer lugar y en sentido amplio, todo intercambio de noticias entre dos o más interlocutores". (19)

"Se puede definir la comunicación como el encuentro de -- un organismo viviente con su medio o entorno, cuando se entiende por dicho encuentro la recepción de informes sobre el mundo circundante y una reacción a la información recibida". (20)

"Bajo comunicación se entiende aquí el mecanismo por medio del cual existen y se desarrollan relaciones humanas, es decir, todos los símbolos de la mente junto con los medios para transmitirlos a través del espacio y preservarlos en el tiempo". (21)

"...la comunicación...(es) el proceso por medio del cual -- el individuo (comunicador) ---

transmite estímulos (generalmente símbolos verbales) para modificar el comportamiento de otros individuos (perceptores)". (22)

"Un acto de comunicación entre dos personas es completo, cuando éstas entienden el mismo signo del mismo modo". (23)

"Existe comunicación cuando una fuente de mensaje transmite señales por medio de un canal al perceptor en su destino". (24)

"Tenemos comunicación siempre que un sistema, una fuente, influye los estados o acciones de otro sistema, el destinatario o perceptor, seleccionando entre las diversas alternativas aquellas señales que pueden ser transmitidas por el canal que los conecta. Al tratar de sistemas de comunicación humana, generalmente nos referimos a grupos de señales en forma de mensajes, y estos son en la mayor parte de los casos, aunque no necesariamente, lingüísticos". (25)

"El concepto de comunicación incluiría todos aquellos procesos por los cuales las gentes se influyen unas a otras". (26)

"Comunicación es el proceso vital mediante el cual un organismo establece una relación consigo y con el medio". (27)

"Comunicación es el proceso de transmitir expresiones significativas entre los hombres". (28)

"Comunicación es la transmisión de significados entre seres vivientes". (29)

1. Emisor  
2. Mensaje  
3. Canal  
4. Receptor  
Una Percepción

adro donde las re  
tas criterios:

"Es lo que mantiene unido a cualquier organismo". (30)

Hay quienes definen también a la comunicación como expresión que incluye todos los procedimientos por medio de los cuales una mente puede afectar a otra, o sencillamente que la interacción social lleva implícito un significado a través de los símbolos o señales que se emiten y reciben. Otros dicen que la comunicación conlleva una interacción social por la que los individuos se influyen recíprocamente.

Las definiciones anotadas no son las únicas ni todas, puesto que el propio F. Dance, (31) por ejemplo, aisló 15 criterios que permitían agrupar 95 definiciones de comunicación, pero sin ningún marco coherente de análisis. La alternativa más fructífera para una definición exhaustiva y excluyente es una que especifica las condiciones que se consideran necesarias y que toma en consideración cómo se produce un acto de comunicación. Pero más que todo, es por los atributos fundamentales que llegan a manejar, sintetizados en la idea de que la comunicación se produce toda vez que las personas atribuyen significación a la conducta relacionada con un mensaje.

Hay que considerar, dentro de las mismas circunstancias, que toda comunicación efectiva tiene en común cuatro elementos base: Primero, el comunicador, que es la persona que retoma el proceso; segundo, el comunicante, que está dado en el re

ciente de la comunicación; tercero, el contenido, que conocemos también como comunicado o conjunto de signos; y en -- cuarto lugar el efecto que se logra en la propia comunicación. Y desde luego, que en toda comunicación están implícitos los conceptos de interacción y efectos.

### 1.5. Origen del lenguaje.

"Las palabras son al pensamiento lo que los utensilios a la actividad natural de la obra".

Mauricio Swadesh.

La palabra es el principal elemento que relaciona a los individuos. Permite comunicarnos a todos. Gracias a un repertorio de signos o palabras que nos son comunes podemos ir conformando nuestro lenguaje.

La relación comunicación-lenguaje da forma al desarrollo socio-cultural de los humanos. Por ello debemos saber -- cuál fue el origen de esa relación. Lo que sólo es posible -- si revisamos los distintos estudios que se han hecho en torno al origen y evolución del lenguaje en el ser humano.

Al estudiar el lenguaje debemos tener en cuenta que una serie de especialistas en la materia pregonan su convicción de que es imposible conocer el origen del lenguaje humano y que se recurre entonces a procedimientos especulativos. Algo así como lo que describe Mauricio Swadesh:

"Segun se pensaba, los que trataban de entender los hechos lingüísticos de un tiempo tan remoto eran como los siete ciegos que, en la fábula, fueron a conocer el elefante. Los dos

más altos tocaron, uno la frente y el otro la oreja y concluyeron que ese animal era como una piedra y como una hoja de palma. Los más bajos palparon una pierna y la panza, por lo que equipararon al elefante con un tronco y una pared. Los medianos toparon con la cola, los colmillos y la trompa, y declararon que se trataba de una reata, una lanza y una gran culebra, respectivamente. Hubo toda una discusión entre los siete, pero esto no fue nada en comparación con el gran revuelo que sobrevino cuando regresaron al palacio de los ciegos sabios, en donde tuvieron que escuchar grandes críticas y demandas. Unos dijeron que eran charlatanes, otros que eran unos tontos. Poco tiempo después se publicaron en letra Braille varios ensayos y obras mayores que llevaban títulos como "Las siete doctrinas falsas de la elefantología", "el Mítico elefante" y "La imposibilidad de conocer al elefante". Con razón nadie se atrevió a volver a disertar sobre este animal durante medio siglo". (32)

Además, tenemos que considerar que las respuestas en torno al origen y evolución del lenguaje son presupuestos teóricos o conocimientos que se han adecuados a la explicación de la ciencia en algunos terrenos de la actividad humana. Así, obedecen a varios principios y tesis que asocian el lenguaje al pensamiento, lo que conforma una unidad indisoluble.

El estudio del problema del origen del lenguaje debe



pues contener respuestas que expliquen las condiciones que dieron nacimiento a la necesidad de la comunicación, así como las relaciones con los medios que fueron utilizados para satisfacer dichas necesidades. En este sentido A. G. Spirkin plantea que:

"Es necesario ver, ante todo, cuál fue la prehistoria natural de la formación social del lenguaje, es decir, hay que dilucidar el problema concerniente a las premisas biológicas del lenguaje. Es necesario aclarar, luego, qué condiciones objetivas de la vida del hombre en formación podrían dar origen —y realmente lo dieron— a la necesidad de comunicarse entre sí. Luego es indispensable poner en claro cuál pudo ser el material inicial que sirvió de base para la formación del lenguaje capaz de satisfacer la necesidad de comunicación sentida. Resolver el problema del origen del lenguaje presupone, asimismo, aclarar cuál fue el procedimiento o mecanismo en virtud del cual se establecieron los enlaces entre los sonidos y las imágenes de los objetos y fenómenos del mundo real". (53)

Las respuestas más adecuadas, dadas en los planteamientos sobre el origen del lenguaje son:

### 1.5.1. El trabajo como origen del lenguaje.

Dice Federico Engels en su ensayo "El papel del trabajo en

la transformación del mono en hombre" que el trabajo es muchísimo más que eso. Es la condición básica y fundamental de toda la vida humana. Y lo es en tal grado que, hasta -- cierto punto, debemos decir que el trabajo ha creado al propio hombre. (34)

Amplia su explicación cuando dice:

"Primero el trabajo, luego y con él, la palabra articulada, fueron los dos estímulos principales bajo cuya influencia el cerebro del mono se fue -- transformando gradualmente en cerebro humano, que, a pesar de toda su similitud, lo supera considerablemente en tamaño y en perfección. Y a medida -- que se desarrollaba el cerebro, desarrollábanse también sus instrumentos más inmediatos: los órganos de los sentidos. De la misma manera que el desarrollo gradual del lenguaje va necesariamente acompañado del correspondiente perfeccionamiento del órgano del -- oído, así también el desarrollo general del cerebro va ligado al perfeccionamiento de todos los órganos de los sentidos. La vista del águila tiene mucho más alcance que la del hombre, pero el ojo humano percibe en las cosas más detalles que el ojo del águila. El perro tiene un olfato mucho más fino que el hombre, pero no -- puede captar ni la centésima parte de los olores que sirven a éste de signos para diferenciar cosas distintas. Y el sentido del tacto, que el mono -- posee a duras penas en la forma más tosca y primitiva, se --

ha ido desarrollando únicamente con el desarrollo de la propia mano del hombre a través del -- trabajo". (35)

Fischer y Spirkin, entre otros autores, amplían esta explicación argumentando que las capacidades adquiridas por el hombre no son producto de la herencia biológica, sino que se forman durante la vida del individuo mediante el proceso de apropiación de la cultura y que ésta se va heredando socialmente de generación en generación. Es decir, que los hombres no sólo se han adaptado a la naturaleza, sino que la han cambiado en la medida que van cubriendo sus necesidades. Producen objetos o instrumentos que día a día los van complicando para simplificar las acciones de cubrir sus necesidades.

En determinadas circunstancias de la vida social del hombre primitivo, se puede observar que ciertos movimientos en el trabajo, llegaron a desempeñar el doble papel de cubrir - necesidades, por un lado, y por el otro comunicarse. Dice -- Leontiev:

"...en un principio, la interco municación de las personas por medio del habla y su intercomu nicación por medio del quehacer práctico no se hallaban diferen ciadas entre sí, de suerte que los movimientos ejecutados al trabajar, al repercutir en el objeto, influían también, con ello, sobre otras personas que intervenían en la producción colectiva". (36)

Los instrumentos y el proceso colectivo del trabajo, de acuerdo con esta teoría, hacen evolucionar a los individuos, puesto que el hombre fue el primero que se enfrentó a la naturaleza como sujeto activo. Se establece entonces una relación hombre-naturaleza sólo a través del trabajo. Hay que -- considerar que las capacidades, conocimientos y habilidades adquiridas por el hombre son producto de la actividad manual conjugada con las ideas de la mente.

En este sentido resulta imposible distinguir a los cientos de instrumentos que ocasionalmente utilizaba el hombre - en contraste con aquellos que eran imitados repetitivamente por los demás y que son conformados en un sólo hombre. Así, por ejemplo, hay muchas hachas de mano, pero es sólo una la que prevalece en la mente del hombre. Puesto que siempre se piensa en función de su utilidad principal.

En la argumentación de este principio teórico que explica el origen del lenguaje a partir del trabajo, tenemos también que la mano jugó un papel importante puesto que cooperó en el desarrollo de los órganos del lenguaje y del cerebro.

"Vemos pues --dice Engels--, que la mano no es sólo el órgano -- del trabajo: es también producto de él. Únicamente por el -- trabajo, por la adaptación a -- nuevas y, nuevas operaciones, -- por la transmisión hereditaria del perfeccionamiento especial

así adquirido por los músculos, los ligamentos y, en un período más largo, también por los huesos, y por la aplicación siempre renovada de estas habilidades heredadas a operaciones nuevas y cada vez más complejas, ha sido como la mano del hombre ha alcanzado ese grado de perfeccionamiento que la ha hecho capaz de dar vida, como por arte de magia a los cuadros de Rafael; a las estatuas de Thorvaldsen y a la música de Paganini". (37)

El pensamiento también se hace permanente cuando el individuo cambia en signos gráficos los sucesos visuales y sonoros. Es cuando la mano del hombre llega a estampar en los muros de las cavernas tantas figuras rupestres que le sirven como instrumentos de su memoria puesto que representan, gracias a la imaginación y a la mano, los signos de trabajo empleados por los hombres de ese momento y, desde luego, la primera con formación o cifra del pensamiento.

En resumen, como dice Federico Engels, los hombres para llegar al desarrollo actual, siempre han tenido necesidad de decirse algo entre sí. Y aunque el desarrollo fue lento y paulatino todos los órganos y el medio le han permitido al hombre salir adelante. Es más, sin el trabajo el hombre nunca podría haber desarrollado su lenguaje y por ello relacionarse con los demás.

### 1.5.2. El condicionamiento y las onomatopeyas.

En el desarrollo del lenguaje las relaciones reflejo-condicionantes jugaron, de acuerdo con algunos estudiosos como ---- Pavlov, una posición esencial. Estas relaciones las podemos - traducir en las capacidades que desarrollan los individuos al percibir determinadas emociones, imágenes de objetos o de acciones y donde tienen un papel importante la mímica y los ademanes de todo tipo. Es así como un sonido se llega a transformar en un signo que significa algo. Es más, resulta difícil - suponer otra condición para que se den esos vínculos. Basta mirar algunos animales como los monos que a la vez que emiten sonidos los acompañan con gestos o mímica.

Desde luego que esta posición registra, dentro de la -- ciencia, grandes controversias, lo mismo que la denominación del origen del lenguaje a través de las onomatopeyas, es de-- cir, que los vocablos se van formando gracias a las imitaciones de los sonidos de los objetos que rodean al hombre. En -- otras palabras, --según el a teoría-- la imitación de los sonidos de las cosas desempeñó un papel importante dentro del proceso de formación del lenguaje.

Para el ser humano --dice ---- Pavlov-- la palabra como tal es, por supuesto, un reflejo condicionado tan real como todos los otros estímulos condicionados - que el hombre comparte con el - mundo animal, pero la palabra,

sobre todo, es más significativa y comprensiva que cualquier otro estímulo. Por cierto, no existe ningún estímulo en el mundo animal que pueda ni remotamente compararse con la palabra humana, ya sea cuantitativa o cualitativamente." (38)

De acuerdo con este autor, el lenguaje surgió de los 'sonidos-reflejos', pero se valió también de las imitaciones que constituyen un elemento esencial del lenguaje. El lenguaje no sólo imita sonidos-reflejos humanos (por ejemplo la alegría, sorpresa, pena, etc.) sino sonidos naturales.

Los planteamientos de los "reflejos condicionados" están estrechamente ligados con los de las onomatopeyas, es decir, a la imitación de los sonidos de la naturaleza que el hombre imita para darle un contenido y sentido al lenguaje que utiliza. Así tenemos que en cualquier lengua moderna existe un número bastante amplio de palabras cuya pronunciación nos permite distinguir distintos elementos del medio ambiente de los individuos, por ejemplo, palabras y concretamente verbos como: arañar, tronar, susurrar, bisbisar, jadear, zumbar, hacer glú-glú, ronronear, piar, maullar, croar, etc., etc.

De lo anterior tenemos que el lenguaje no es tanto un medio de expresión, como de comunicación. El hombre se familiariza poco a poco con los objetos que le rodean y les asigna un nombre, pero tomado de la propia naturaleza al imitar los sonidos de ésta. De ahí que se le considera como producto de

unidades de palabras creadas por la entonación musical, los gestos imitativos y por ende por las onomatopeyas.

Tenemos una gran cantidad de palabras con carácter onomatopéyico en la lengua, palabras usuales y muy extendidas que expresan las condiciones de la vida del hombre y que forman parte del desarrollo de la humanidad desde los tiempos más remotos. La onomatopeya genera en su acción un nombre para los objetos y procesos que sólo se diferencian por las propiedades que sugieren al oído del hombre primitivo, por decir algo.

Spirkin, al estudiar el origen del lenguaje afirma:

"Dos son las teorías fundamentales que registra la historia de la ciencia acerca del origen del lenguaje, a saber: la teoría onomatopéyica y la teoría de las interjecciones. Según la primera, las palabras surgieron al imitar el hombre los ruidos del mundo circundante. Según la teoría de las interjecciones, el lenguaje nació de los sonidos emitidos espontáneamente por el hombre al expresar sus emociones. Ambas teorías atañen al mecanismo de la formación del lenguaje y no a las condiciones de su aparición". (39)

Los niños incluso nos muestran prácticas onomatopéyicas al ir conformando sus formas de expresión hacia los demás, paralelamente a los instrumentos idiomáticos de los



otros individuos, al decir, en lugar de perro, gua-guá, por ejemplo.

Y podemos concluir esta explicación con los pronunciamientos que ha desarrollado Mauricio Swadesh cuando comentó:

"La imitación, casual en un principio, fue más tarde un juego que a veces se habrá introducido en el parloteo. Al desarrollar mayor inteligencia, el prehombré habrá llegado a bromear, asustando a sus compañeros con ciertos sonidos. Además aprendió a utilizarlos en la cacería como artificio para atraer otros animales o para asustarlos y confundirlos. Llegó el momento en que los gritos imitativos, rebajados en tono, se combinaron con los demostrativos ya mencionados". (40)

### 1.5.3. El lenguaje como don innato del hombre.

Los planteamientos lógicos que se presentan en seguida los encabeza Lewis Munford. El hombre —dice— puede comprender y desarrollar su lenguaje gracias a que antes de crearlo ya era hombre en virtud de que ya tenía la mente que le sirvió para comprender lo que le expresaban los demás. El hombre es hombre solamente por el lenguaje, pero para crear el lenguaje tuvo que haber sido ya hombre.

Munford realiza una explicación mayor y afirma:

"La destreza manual ejerció -- función importantísima en dicho desarrollo, pero fueron mucho mayores las ejercidas por la destreza mental, la capacidad de recordar, de aprender y de prever. Y esta parte de los logros humanos que cristalizó en símbolos cuenta mucho más - que la mera hechura de herramientas". (41)

Desde luego que al poderse resolver el origen del lenguaje como problema de conocimiento, no se puede eludir lo - concierne a la manera en que se pudieron relacionar el so nido y la imagen del objeto, de acuerdo con las experiencias que iban adquiriendo los hombres, y que Lewis Munford explica de la siguiente manera:

"Si las palabras se hubiesen - petrificado a medida que fueron dichas y se hubiesen acumu lado en depósitos, como las -- conchillas o las vasijas primi tivas, los palentólogos habrían prestado mucho menos atención a aquel antiquísimo hacer herramientas de los primeros - hombres, pues los frágiles depósitos de palabras, en todas sus etapas de formación, ha-- brían absorbido la atención de dichos especialistas, por más abrumadores que hubiesen sido los estratos y amontonamientos de tales palabras fósiles; y - los habrían desconcentrado --- cuando intentaran interpretar la estructura viviente de cada significado, como todavía hoy

se desconciertan los lingüistas ante las inscripciones estruscas". (42)

La explicación en torno a este planteamiento se extiende cuando se afirma que el hombre al superar las señales animales y los actos reiterativos y rituales, consigue dar un paso hacia su humanización. Y que gracias a la expresión vocal se extiende hasta la utilización de un lenguaje inteligible para llegar a crear un mundo de símbolos, muchos de ellos independientes de la experiencia cotidiana del individuo, pero que conforman todo un universo de significaciones.

Resultó trascendente aquí que los hombres inventaran la escritura, puesto que gracias a ella se dieron otros avances de la humanidad, aún al crear sus herramientas de trabajo dependieron del lenguaje como eje central. Por ello reitera Munford que el querer considerar que el "hacer herramientas" resulta fundamental en el origen del lenguaje, es un descuido increíble que ha llevado a muchos investigadores a equivocar el camino del conocimiento del hombre y del lenguaje.

También manifiesta que las experiencias dadas en torno al origen del lenguaje a través de la actividad práctica ha resultado ser opuesta a los principios de que el hombre crea el lenguaje cuando emerge de la animalidad y se transforma a sí mismo y por ello los principales instrumentos que le hicieron ser consciente fueron sus propios gestos y sonidos, reflejos o imitados de sus semejantes. Agrega:

"El hombre primitivo, en contraste con sus sucesores actuales, no podía alardear de 'saber' como hacer las cosas, -- pues estaba mucho más preocupado en conocer 'el por qué' de ellas; y si sus precipitadas -- respuestas le hicieron caer -- demasiado a menudo en meros -- juegos de palabras mágicas, el hecho de que produjera tales -- palabras convirtió en significativas hasta a sus actividades más triviales". (43)

Esta teoría se opone por lo tanto a la afirmación de -- que con el trabajo el hombre se transforma, transforma el -- mundo y deriva sus instrumentos de los objetos de la naturaleza y más adelante estos en signos, nombres y conceptos.

#### 1.5.4. El lenguaje, un producto social.

En conclusión el carácter social del lenguaje es lo determinante en la evolución del hombre y de su principal medio de comunicación. El lenguaje no ha surgido de la nada, dado que algunos lo consideran producto de la práctica, otros de la mente y algunos más de la imitación. Pero de lo que no debe haber duda es de que el hombre inventa el lenguaje por la necesidad que tenía de decir algo a los demás.

El lenguaje es producto del hombre y el hombre es producto del lenguaje, por ello el lenguaje es producto social

de la actividad manual y mental del propio hombre. Esta es una frase que considero debe resumir esta parte de nuestro trabajo dadas las posiciones tan opuestas que manejan los distintos autores y que sólo podrían desconcertar al lector.

A pesar de todo, he querido parafrasear una tesis de Marx y Engels, quienes dicen que el lenguaje hace al hombre en la medida que el hombre hace el lenguaje.

Indicación: De las siguientes afirmaciones, responde en --  
forma escrita y de la manera más correcta so--  
bre las líneas punteadas.

- 5.1. A la totalidad de signos o palabras que forman el ---  
principal medio de comunicación humano lo llamamos:  
-----.
- 5.2. El principal elemento, dentro de la comunicación, que  
relaciona a los individuos es -----  
-----.
- 5.3. El presupuesto teórico que destaca el desempeño de --  
las herramientas y la mano del hombre está referido -  
al -----.
- 5.4. La proposición teórica que aborda los mecanismo fisio  
lógicos y psicológicos es la que nos habla de los ---  
-----.
- 5.5. Cuando hablamos de que los sonidos de la naturaleza -  
sirven de materia para la formación del lenguaje huma  
no nos estamos refiriendo a las -----  
-----.
- 5.6. Cuando se habla de la capacidad y destreza que desa--  
rolla el hombre, dentro de sí, y donde, antes que el  
trabajo la mente juega un papel importante, nos esta--  
mos refiriendo a la proposición teórica que desarro--  
lla el autor llamado -----  
-----.
- 5.7. Al argumentarse que las capacidades adquiridas por el  
hombre no son producto de la herencia biológica, sino

del proceso de apropiación de la cultura nos estamos refiriendo a la proposición del origen del lenguaje a través del \_\_\_\_\_.

- 5.8. En esta proposición teórica se observa que la mano jugó un papel importante puesto que cooperó en el desarrollo de otros órganos del lenguaje y del cerebro, y queda ubicada dentro del \_\_\_\_\_.
- 5.9. Al planteamiento teórico relacionado con las capacidades de los individuos, puesto que al percibir determinadas emociones, imágenes de objetos o de acciones -- los individuos reaccionarán de una manera determinada, se le denomina \_\_\_\_\_.
- 5.10. La capacidad de aprender y de prever en el hombre se cristaliza en la mente, lo que resulta ser más importante que las herramientas e instrumentos realizados por el propio ser humano. Este es un planteamiento -- que se defiende cuando se dice que el lenguaje es producto \_\_\_\_\_.

- 1.- De los planteamientos teóricos sobre el origen del lenguaje que ya te presentamos, escribe tus argumentos -- del que te parece o de los que te parecen más adecuados.
- 2.- Describe, con tus propias palabras, cada una de las -- proposiciones que se hacen sobre el origen del lenguaje que ya leíste.
- 3.- Si tú tienes ideas de la existencia de alguna otra proposición teórica que no se mencionó aquí, plantea y cita las fuentes.
- 4.- Investiga en libros, diccionarios y enciclopedias cuantos significados tienen palabra y lenguaje.



## 1.6. Evolución de la comunicación humana.

El hombre, a diferencia de los demás mamíferos que viven en sociedad, se ha desarrollado gracias a la utilización de métodos y técnicas investigadoras. Esta evolución ha estado ligada a la comunicación y a su desarrollo. Por todo ello el hombre ha sido capaz de transformar a la naturaleza conscientemente para aprovecharla mejor. (44)

Cuando el hombre comienza a modificar su medio con nuevas invenciones, crea y adecua sus instrumentos y los hereda a sus descendientes, lo mismo que las ideas, ya fueran sensatas o necias. Estas experiencias son transmitidas a través de gestos o expresiones de las manos o los ojos y por ello esos conocimientos se han conservado de una generación a la siguiente.

Es muy difícil confirmar que la inteligencia nació de la mano, como afirma Anaxágoras, puesto que consideramos que la mano fue el instrumento y que la inteligencia es parte del hombre y su origen debe ser buscado en la fuerza de la tierra.

El origen y transformación del hombre está en la comunicación. Al profundizar en la evolución de los primates al hombre, encontramos que la causa y el efecto están en la propia comunicación. Así vemos que la primera forma que utilizó el

hombre para comunicarse con los demás fue el tácto, a través del cual transmitía la ira, la piedad o el amor. La mano del hombre le servía de aparato emisor y su piel de aparato receptor, instrumentos altamente complejos y con infinidad de formas de lenguajes.

Pero también el hombre gritó y sus gritos tuvieron significados, fue cuando el hombre comenzó a crear un nuevo lenguaje, le surgieron los signos y los ordenó. Creó el lenguaje fonético y lo plasmó a través de la escritura. De aquí -- que se considere al lenguaje como la primera invención del hombre en sociedad.

Como ya habíamos visto el origen del lenguaje ha sido explicado de distintas maneras. Algunos mantienen la idea -- que se originó en el propio hombre, como don innato. Otros -- que los gritos y las onomatopeyas o imitaciones de los sonidos de la naturaleza, los ha tomado el individuo de su medio y los ha reproducido con sus órganos fisiológicos. Hay --- otros que hablan de los actos reflejos o estímulos condicionados y del trabajo. Pero de lo que no nos debe caber la menor duda es que el hombre inventó el lenguaje por la necesidad que tenía de comunicarse con los demás seres.

#### 1.6.1. Clasificación de lenguajes y medios de comunicación.

A través del tiempo, afirma Jean Cloutier, el hombre ha sin-

tetizado sus lenguajes en audio, en escrito y en visual. Tres lenguajes base cuyo método de clasificación distingue dos fundamentales: el audio y el visual y uno híbrido: el escrito.

A su vez dichos lenguajes se funden y forman dos sintéticos: el audiovisual y el escritovisual y se combinan para formar un sistema polisintético de comunicación: el audioescritovisual.

Para poder ser transmitidos estos lenguajes necesitan de medio de comunicación, los que transportan los signos del hombre a través del tiempo y el espacio y sirven para registrar, reproducir, conservar o amplificar los mensajes. Cloutier -- clasifica también los medios en mass-media (medios de comunicación masiva), centrados en la difusión de mensajes hacia -- una colectividad y que por ello resultan productos culturales de la sociedad.

Los otros son los self-media (medios de comunicación individual), que sirven para registrar los mensajes en forma -- personal o en grupo. Y los tele-media (medios de comunica--- ción a distancia), que resultan ser medios o sistemas de comu nicación neutros para transmitir y amplificar los mensajes - utilizados por el hombre colectiva, grupal o individualmente.

### 1.6.2 El ser de la comunicación: Emirec.

Todo lo que el hombre siente y piensa es incorporado al mundo de las palabras, todo es comunicación. Los individuos intercambian fácilmente ideas, descubrimientos, informaciones y de ese intercambio nacen nuevos conocimientos.

Pero para poder comprender este significativo proceso - hay que profundizar en la historia de la comunicación y de Emirec, como ha llamado al hombre Cloutier. Emirec, el hombre, es el resultado de la conjugación de las palabras emisor y receptor, puesto que en cuanto el hombre envía un mensaje está recibiendo otro de atención o de respuesta.

La historia de la comunicación y de Emirec se inicia -- cuando el hombre utiliza su cuerpo como principal medio de comunicación. Es el primer episodio que tiene como su principal modo de comunicación la exteriorización, puesto que --- Emirec se expresa únicamente con gestos y palabras. Aquí se da la comunicación interpersonal, como forma que relaciona a unos con otros y que sirve a Emirec para intercambiar mensajes cara a cara.

En el segundo episodio el modo de comunicación es la -- transposición. El hombre plasma ya sus mensajes en objetos - distintos a su cuerpo. Llega a representar sus lenguajes en forma de dibujos o esquemas. Utiliza la música y el ritmo, -

lo mismo que la escritura fonética. Además, el hombre trasciende el espacio a través de los sonidos de los tambores; vence el tiempo al poder mantener en los muros de las cavernas las figuras con que fija su percepción del ambiente que le rodea. Se crea una nueva forma de comunicación de individuos privilegiados o elitista, porque sólo una minoría tiene acceso a este modo de comunicación.

En el tercer episodio el hombre perfecciona sus instrumentos de comunicación y amplifica sus mensajes. Utiliza la imprenta en un principio y los satélites en la actualidad. Crea medios colectivos que permiten llevar mensajes a un mayor número de individuos. Se crea la forma de comunicación de masas, masiva o colectiva, y su modo es de amplificación o reproducción.

Y en el cuarto episodio el hombre es capaz de registrar los sonidos y las imágenes con instrumentos que le son muy accesibles o fáciles de manejar. La grabadora, la cámara fotográfica y otros medios, le permiten a Emirec utilizar nuevos lenguajes. Este es un episodio que estamos viviendo intensamente puesto que nos permite registrar, reproducir, manipular y conservar todos los lenguajes y cuya forma de comunicación es la individual.

Ahora bien, al hablar de la evolución de la comunicación a través de cuatro episodios no implica que la forma y

medios de comunicación que caracterizan a cada episodio tengan que desaparecer para dar cauce a los siguientes, sino -- que se sobreponen y complementan en la práctica cotidiana de la comunicación. En seguida ampliamos la explicación de los cuatro episodios.

### 1.6.3. La exteriorización, primer episodio de la comunicación.

Hubo un tiempo en que para comunicarse los hombres sólo utilizaban la palabra. Confiaban en el signo sonoro y en su memoria. Comunicaban sus conocimientos, sus leyendas, sus historias; dando forma también a sus temores. Crean toda una mística en busca de justificar su presencia en la Tierra, alejándose del origen evolutivo para acercarse a lo mágico.

El hombre se exterioriza a sí mismo. Utiliza un sistema de signos a partir de su propio cuerpo. Gestos que adquieren un sentido cada vez más preciso. Sonidos que poco a poco se convierten en códigos significativos. El canto expresa los sentimientos, la danza da salida a las alegrías, penas, o plegarias a lo desconocido.

Durante este primer episodio la transmisión oral es exclusiva. Los ancianos tienen una posición privilegiada puesto que son los que almacenan en su memoria la experiencia y sabiduría del grupo. La comunicación de emirec se limita al

instante fugitivo de la emisión y recepción. Pueden repetirse los mensajes, pero si no hay alguien a quien se le confíen para que los transmita, se pierden.

Es aquí donde existen verdaderos hombres medios que al cumplir el papel de enciclopedias o archivos permiten que conozcamos conocimientos de la antigüedad. Entre estos narradores encontramos a los aédas en el mundo griego, quienes conservaron los relatos de La Ilíada y La Odisea; los bardos vinieron de las tribus celtas en Europa, lo mismo que los trovadores o juglares. Todos ellos perpetuaron la cultura al transmitir verdaderas obras literarias como los libros Vedas.

Los medios soportes o bases materiales son los intermediarios físicos que permiten la comunicación a distancia, en el espacio o en el tiempo. El hombre fue el primer medio soporte que permitió que la comunicación se diera, al utilizar lenguajes audiovisuales, al gesticular y emitir sonidos.

El lenguaje audiovisual, utilizado en el primer episodio, está vinculado a los sentidos de la vista y el oído, donde el gesto y la palabra son los principales modos de la comunicación. La vista y el oído permiten al hombre armonizar sus percepciones en su dimensión de espacio y tiempo.

Todo lo visible es percibido en el espacio, todo lo au-

dible es percibido en el tiempo. Por ello, la exteriorización mediante gestos y palabras requieren de la presencia de todos los interlocutores en un mismo lugar, en el mismo momento. Para poder comunicarse en el espacio, por ejemplo, el primitivo hombre tenía que desplazarse de un lugar a otro.

Además, la forma de comunicación interpersonal, utilizada en el primer episodio, sigue siendo la base de las relaciones humanas. Ninguna de las demás, establecidas después, ha podido reemplazarla, pues se correría el riesgo de deshumanizar al hombre, dado que está centrada en el intercambio recíproco de persona a persona, frente a frente. Por ello la comunicación interpersonal se caracteriza por ser sintética, porque utiliza un lenguaje audiovisual; integral, porque los individuos deben estar situados en un momento y lugar determinados, y es subjetiva, porque la comunicación está marcada por la personalidad de las personas o interlocutores y por las relaciones que logran establecer.

#### 1.6.4. La transposición, segundo episodio de la comunicación.

Una vez superada la comunicación gestual o mímica, se presenta un trayecto cronológico que se inicia con el lenguaje articulado para, más adelante, conseguir la expresión plástica mediante la pintura rupestre, la escultura, o la escritura pictográfica que lleva al hombre a la escritura fonética. Es lo que permite al hombre liberarse de sí mismo y de su medio,



mediante la transposición de sus pensamientos y de los objetos que le rodean. Ello eleva su capacidad intelectual de -- crear obras u objetos que comuniquen aun sin su presencia.

Cuando Emirec disocia el mundo sintético de sus lenguajes audiovisuales, separa el ojo de la oreja para crear el mundo de los sonidos, la acúsfera; o el mundo de las imágenes, la eidósfera.

En la acúsfera Emirec comunica con el ritmo y perfecciona sus instrumentos de música, los convierte en prolongaciones de su voz. Con ellos expresa sus emociones y transpone sus sensaciones. Poco a poco la música se separa de la danza, tal como la palabra se disocia del gesto. El hombre --- transforma el sonido del tambor, el tam tam, otorgándole un código sonoro preciso, aunque resulta más limitado que el -- lenguaje verbal. Por ello los mensajes transmitidos resultan ser unidimensionales, es decir, únicamente acústicos y se dirigen sólo al oído.

De la misma manera el hombre se comunica a distancias -- en su eidósfera. Las señales de humo producidas por las fogatas de colina a colina se convierten en códigos visuales comparables a los del tambor, y crean otra capa del lenguaje humano.

Los muros de las cavernas sirvieron de medios soportes

para dibujos y pictogramas que evolucionan para formar los ideogramas y con ellos la escritura fonética, que rompe con la evolución visual pues sintetiza las imágenes del hombre. La escritura fonética es entonces, tributaria no de la idea, sino de la palabra. La escritura fonética, además, resulta ser un lenguaje híbrido, puesto que con él se transcribe visualmente el lenguaje sonoro, en otras palabras el habla. -- Con la escritura fonética el hombre ha penetrado en un mundo nuevo, la escritósfera.

Los medios soporte utilizados en el segundo episodio, van desde el documento plasmado en la tableta de arcilla hasta el libro; desde la misiva al manuscrito. Para transportar los de un lugar a otro, necesitan que los hombres los trasladen en el espacio. En el tiempo los medios soportes llegan a ser documentos que han perpetuado las ideas de los hombres. Por ejemplo se han encontrado tabletas de arcilla escritas mil años antes de nuestra era, y que le ha permitido a Emirec conocer los más antiguos mensajes de las cavernas, acerca del hombre de ese entonces. Por ello las cavernas resultan ser los primeros museos y bibliotecas de la humanidad que, como los monumentos y las esculturas, testimonian el pasado.

El tambor por su parte, resulta ser el primer medio a distancia o de telecomunicación, puesto que envía los mensa-

jes a grandes distancias y el hombre los puede retomar para enviarlos más lejos.

En la transposición o segundo episodio de la comunicación, se da el elitismo, donde sólo unas cuantas personas sabían leer y escribir; expresarse a través de la música o del dibujo; se les da la categoría de privilegiados a los artistas y se implanta una nueva forma de comunicación centrada en la desigualdad de aquellos que saben, una minoría, contra aquellos que todo lo ignoran, una mayoría.

Es por ello que la enseñanza resulta ser un asunto de especialistas, aunque el intercambio de la información de padres a hijos o de viejos a jóvenes se ha transformado, los actuales cursos educativos son un ejemplo de comunicación elitista o de privilegiados.

#### 1.6.5. La amplificación, tercer episodio de la comunicación.

Con la invención de la imprenta, aparecida en Europa en 1439, el hombre pudo publicar y reproducir medios gráficos al alcance de todos. La imprenta es utilizada para fijar las ideas de los filósofos, científicos, poetas, crónistas, políticos, entre otros. Con los tipos móviles fue posible que el hombre hablara a otros muchos, y que un lector leyera a varios autores en pocos años.

El auge de la imprenta también se debió a que el dibujo grabado y la palabra tipográfica encontraron un soporte material: el papel, que llegó a Europa mil años después de que Tsai Tuen lo había fabricado en la China.

Con la amplificación, que se desarrolla en el tercer episodio, Emirec no sólo triunfó definitivamente sobre la distancia espacial y temporal, sino que también rompió con la originalidad de su obra. De ahí que las copias multipliquen sus mensajes al infinito. La difusión expande los mensajes a todos los sitios en forma simultánea y a innumerables interlocutores a través de la radio y televisión.

Este tercer episodio responde también al deseo del hombre de multiplicar sus mensajes. Esto es posible gracias a los medios de comunicación masiva, los mass media, o medios de amplificación. Los cuales dividen a Emirec en emisor y en receptor, es decir, en productores y consumidores.

Los productores o mediadores son los periodistas, autores, actores, cineastas, editores, patronos, gobernantes, en fin, hombres privilegiados de nuestra época. Y los consumidores son el público, auditorio o masa, y grupos de receptores. Aunque sin embargo la relación de Emirec continúa, porque los consumidores pueden ser productores y viceversa.

El primero de los medios de comunicación colectiva que

se apoyó en la imprenta fue el libro. Este sucede al manuscrito al reproducir los caracteres y la paginación. Los libros del siglo quince son los incunables, por la tipografía de los textos, la integración y las ilustraciones, pero se dieron antes de la invención de Juan Gutemberg y constituyen verdaderas síntesis escritovisuales.

El periódico se convierte progresivamente en algo distinto del libro. La prensa escrita es un medio muy diferente de la edición; le presta más importancia a la amplificación que a la difusión. La base de este medio de comunicación radica en la rapidez de distribución. El periódico, al contrario del libro, está destinado, como la carta, a vencer el espacio.

El cine, asociado a la fotografía, es el medio de comunicación cuyo procedimiento permite registrar una imagen mediante la acción de la luz sobre una superficie sensible. Gracias al proceso fisiológico de la retención retiniana que se lleva a cabo en los organismos animales superiores, es posible crear la ilusión del movimiento. Esto es a través de una rápida sucesión de imágenes fijas, donde cada una de ellas registra un momento ligeramente distinto del precedente en la descomposición de un movimiento.

La radio por su lado no es un medio de comunicación centrado en la amplificación o multiplicación de copias, sino en la difusión a distancia, con mensajes captables de manera ins

tantánea por millones de emireacs provistos de aparatos receptores. Constituye, además, el primer sistema de telecomunicación que tiene como antecedentes al tambor y al telégrafo. - Es un medio que consagra la disociación de los mensajes sonoros, con los visuales, de tal modo que el espacio es derrotado con las ondas sonoras que cubren poco a poco la superficie terrestre; la radio posee el don de la ubicuidad, o sea, la posibilidad de estar en varios sitios a la vez.

Y con la televisión parece haber concluido el ciclo del tercer episodio, porque si sólo el primer medio de Emirec - fue de expresión audiovisual, ahora la televisión le permite utilizar el lenguaje en directo y a distancia. La televisión, como la radio, es un continente que sirve para teledifundir otros medios-espectáculos. Por ejemplo, el filme de imagen reducida y con interrupciones publicitarias. El teatro televisado que ya no es teatro, sino teleteatro; el deporte televisado, como el futbol, con sus primeros planos, sus repeticiones o regresos, sus imágenes lentas o fijas, se convierte en todo un espectáculo en sentido superior al de un mero partido.

Los medios de comunicación colectiva de este tercer episodio se distinguen en medios centrados en la difusión, principalmente la radio y la televisión, puesto que llegan en forma rápida. Pero la prensa escrita y el cine necesitan de

la transportación física del documento. Todos ellos son accesibles a Emirec en el momento de su aparición o difusión, por lo tanto, son artículos perecederos y pierden su valor de actualidad.

Los otros medios de este tercer episodio, son los centrados en la edición, como el disco, el libro, el documento audiovisual (videodisco, videocassette y filmes en cartucho). En este caso Emirec si tiene acceso a los mensajes en el momento en que lo desea. El documento del editor no resulta ser un artículo perecedero, sino un bien de consumo.

#### 1.6.6. El registro, cuarto episodio de la comunicación

Gracias al desarrollo de los medios de comunicación colectiva, de la tecnología y de todas las formas de producción, el hombre se proporciona medios de comunicación individual que Jean Cloutier denomina self media o medios individuales y que están centrados en el registro. A estos medios se les designa con la palabra gráfico y según su utilidad con la palabra grafía.

Los medios individuales, de los que la fotografía es cronológicamente el primero, permiten al hombre registrar, manipular, conservar, reconstruir y reproducir todos sus lenguajes.

Originalmente Emirec elaboró lenguajes que eran modos de expresión individual y los utilizó durante siglos antes de -- aprender a amplificarlos. Por ello, el dibujo existió antes -- que el grabado; la escritura existió sin la tipografía ni la imprenta; el dibujo y la pintura eran medios de registro de -- la realidad antes que existiera la cámara fotográfica; el fonógrafo tuvo su consecuencia y razón de ser en la fabricación de discos; el magnetófono o grabadora nació después de la radio.

El magnetófono, que da sentido a la audiografía, y las -- cámaras de 8, super 8 y 16 milímetros, auténticos audiovideógrafos, son relativamente recientes.

La fotografía es el primero de los self media que penetró en el domicilio y costumbres de las personas en la mayor parte del mundo. Ahora, por ejemplo, los abuelos que viven en otro lugar o continentes conocen a través de la fotografía a sus nietos, sin necesidad de estar éstos presentes.

Otro medio de comunicación nuevo es la audiografía, que ha heredado del fonógrafo la capacidad de registro y de la radio la posibilidad de reconstruir una realidad sonora, con -- ello se logra integrar ruidos, música y palabras provenientes de múltiples y diversas fuentes. Con la grabadora o magnetófono es posible concebir un lenguaje acústico. Sirve para comunicaciones personales como el dictáfono, el envío de cassettes --



por correspondencia, o para comunicaciones de grupo.

Con la audiovideografía se trata de evitar el malentendido que crea la utilización de términos como cine y televisión y describir entonces al conjunto de posibilidades que ofrecen los procedimientos sencillos de registro de sonidos e imágenes en documentos destinados a uso individual o grupal, principalmente con fines educativos.

Por ello Cloutier propone que los términos cine y televisión se reserven a los medios de comunicación de masas, puesto que eso son fundamentalmente, y se utilice la palabra audiovideografía para explicar todos los sistemas de registro audiovisual.

Al conjunto de procedimientos de reproducción gráfica se le conoce como reprografía. Con ello se libera al hombre de la industria de la impresión, puesto que con la escritura de la máquina de escribir, con la tipografía móvil de letrasett (o logotipo), letras autoadheribles, con la tijera y el pegamento se logra la composición de páginas. Y el hombre puede concebir y realizar sus propios mensajes escrito-visuales y reproducirlos en numerosos ejemplares, como por ejemplo los periódicos escolares, la prensa marginal o el periodismo revolucionario.

También encontramos en este cuarto episodio el aparato

fotocopiador, llamado comercialmente Xerox, que permite a -- Emirec reproducir instantáneamente sus mensajes gráficos, ya sea que se trate de manuscritos o de documentos compuestos. Con este sistema el hombre puede volver a registrar los textos y las ilustraciones como han sido publicadas, con un alto índice de fidelidad y semejanza. A todo este proceso se le ha denominado xerografía.

Al procedimiento que permite reproducir imágenes de diapositivas o transparencias por medio de un retroproyector, - principalmente entre pequeños grupos de personas, se le ha - denominado diagráfia.

Por todo lo anterior, si comparamos a los medios de comunicación masiva (mass media) con los medios de transporte colectivo, que sujetan al pasajero a una ruta precisa y a un horario inmodificable; los medios individuales (self media) se asemeja a los medios de transporte individual, como el automóvil, que permiten al hombre, solo o en un grupo reducido, ir a donde quiera en el momento que mejor le convenga.

Indicación: Previa lectura del texto, completa las afirmaciones o preguntas que se te presentan. Escribe tus respuestas sobre las líneas punteadas. Utiliza una tarjeta u hoja para cubrir la respuesta correcta que viene abajo de cada cuadro. Escribe tus respuestas con lápiz para que al - cotejarlas tengas oportunidad de corregirlas y puedas continuar adelante. Toma tu tiempo y -- lee con atención.

1. El hombre, a diferencia de los demás animales mamíferos, ha evolucionado gracias a la \_\_\_\_\_

comunicación

2. La mano es el instrumento que le ha servido al hombre - para desarrollar su \_\_\_\_\_

inteligencia

3. Primero fue la comunicación táctil por lo que la mano - le sirvió al hombre, de aparato emisor y su piel de apa - rato \_\_\_\_\_

receptor

4. El origen del lenguaje humano, según algunos autores, - se dio en la imitación de los sonidos de la naturaleza - u \_\_\_\_\_

onomatopeyas

5. Otros autores afirman que el lenguaje es producto de --  
los actos reflejos o estímulos -----  
-----.

condicionados

6. Los lenguajes de la comunicación, según Jean Cloutier --  
son el audio, el ----- y el -----  
-----.

escrito y visual

7. Dos se clasifican en fundamentales, el -----  
y el -----.

audio y visual

8. Otro híbrido, el -----.

escrito

9. A su vez se funden en sintéticos: el audiovisual y el --  
-----.

escritovisual

10. También se funden en lenguajes polisintéticos y forman --  
el -----.

audioescritovisual

11. Estos lenguajes necesitan de medios de comunicación pa-

ra ser transportados en el tiempo y en el espacio y son:

-----' ----- Y -----  
-----.

mass-media, self-media y tele-media

12. De estos medios, el que está centrado en la difusión de mensajes culturales y que es producto cultural de una colectividad se le denomina: -----  
-----.

mass-media

13. Al que sirve para registrar los mensajes en forma individual o grupal se le llama: -----.

self-media

14. Y al sistema de comunicación neutro, que transmite o amplifica los mensajes de los otros dos lo conocemos como -----.

tele-media

15. La historia de la comunicación, según Jean Cloutier, se divide en ----- episodios.

cuatro

16. Emirec es la conjugación de las palabras emisor y receptor y representa al -----.

hombre

17. En el primer episodio, el de la exteriorización, la forma de comunicación que utiliza el hombre es la: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.

interpersonal

18. La forma de comunicación en el segundo episodio o de la transposición, es de: \_\_\_\_\_.

élite

19. Por lo que corresponde a la amplificación o tercer episodio, los hombres usan la forma de comunicación: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.

de masas

20. En el cuarto episodio o de registro la forma de comunicación es: \_\_\_\_\_.

individual

21. Los cuatro episodios de emirec se superponen, puesto -- que en la medida que se utiliza el tercero por ejemplo, también se usa: \_\_\_\_\_.

cualquiera de los otros tres

22. En la exteriorización Emirec utiliza un sistema de signos a partir de su \_\_\_\_\_.

cuerpo

23. Durante el primer episodio hay hombres que jugaron y --  
juegan una posición privilegiada al almacenar los cono-  
cimientos y experiencias de los grupos y que conocemos\_  
como -----.

ancianos

24. También hay hombres-medio que permiten que conozcamos -  
hoy conocimientos de la antigüedad. La Ilíada y La Odi-  
sea son obras que se conservan gracias a los -----.

Aédas

25. El primer medio soporte que existió fue el propio -----  
-----.

hombre

26. Durante la exteriorización los hombres no podían desli-  
gar la vista del -----.

oído

27. Al gesticular y emitir sonidos el antiguo Emirec utili-  
zaba un lenguaje -----.

audiovisual

28. Para poder comunicarse durante el primer episodio, los\_  
hombres tenían que permanecer en un mismo -----  
y -----.

tiempo y lugar

29. La comunicación interpersonal se centra en el intercambio recíproco de \_\_\_\_\_.

persona a persona

30. Además, esta comunicación se caracteriza por ser: \_\_\_\_\_.

sintética, integral y subjetiva

31. Al utilizar, en la comunicación interpersonal, un lenguaje audiovisual, el hombre la caracterizará como \_\_\_\_\_.

sintética

32. Pero cuando se le sitúa a los individuos en un tiempo y lugar dados, se caracteriza como \_\_\_\_\_.

integral

33. Y al estar marcada la comunicación interpersonal por la personalidad de los interlocutores se le denominará \_\_\_\_\_.

subjetiva

34. En la transportación Emirec se libera de su \_\_\_\_\_ como principal medio de comunicación.

cuerpo

35. También separa el ojo del oído en la medida que desinte



tiza el lenguaje \_\_\_\_\_.

audiovisual

36. Cuando Emirec comunica con el ritmo del tambor y con --  
ello prolonga su voz, ha entrado al mundo de los soni--  
dos o \_\_\_\_\_.

acúsfera

37. Las señales de humo se convierten en códigos visuales y  
se entra al mundo de las imágenes o \_\_\_\_\_.

eidósfera

38. Con la escritura fonética el hombre sintetiza las imáge  
nes y entra al mundo de la escritura o \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.

escritósfera

39. En el segundo episodio las tabletas de arcilla o los ma  
nuscritos juegan el papel de medios \_\_\_\_\_.

soportes

40. El primer medio a distancia o telemedia que creó el hom  
bre durante el segundo episodio fue el \_\_\_\_\_.

tambor

41. Al haber en la transposición sólo algunos cuantos que -  
conocían los nuevos lenguajes, se crea la forma de comu

nicación \_\_\_\_\_.

elitista

42. La imprenta se desarrolló gracias a que el dibujo grabado y la palabra tipográfica encontraron un soporte material llamado \_\_\_\_\_.

papel

43. En la amplificación el hombre triunfa totalmente sobre la distancia espacial y temporal, al multiplicar sus mensajes con infinidad de \_\_\_\_\_.

copias

44. Los medios de comunicación masiva o medios de amplificación disocian a Emirec en \_\_\_\_\_ y \_\_\_\_\_.

productores y consumidores

45. El primer medio de comunicación masiva nacido de la imprenta, que reproduce el estilo de caracteres tipográficos y de la paginación es \_\_\_\_\_.

el libro

46. El otro medio nacido de la imprenta que le presta más importancia a la difusión que a la amplificación es \_\_\_\_\_.

el periódico

47. Cuando decimos que la fotografía le sirve de antecedente y que sus procesos se dan mediante una rápida sucesión de imágenes fijas que muestran un momento ligeramente distinto del precedente, nos estamos refiriendo a la \_\_\_\_\_.

cinematografía

48. El primer medio de comunicación colectiva que separa -- los mensajes sonoros de los visuales, y posee el don de la ubicuidad, se denomina \_\_\_\_\_.

radio

49. El medio que difunde mensajes audiovisuales y es además todo un continente que sirve para difundir grandes espectáculos, recibe el nombre de \_\_\_\_\_.

la televisión

50. Los medios de comunicación colectiva, centrados en la difusión son: \_\_\_\_\_.

prensa escrita, cine, radio y televisión

51. Los medios centrados en la edición son, entre otros, \_\_\_\_\_.

libros, discos, documentos audiovisuales

52. Los medios del cuarto episodio de la comunicación presentan como característica principal estar centrados en

-----  
el registro

53. Además, se identifica a sus medios por su designación - con la palabra -----.

grafo

54. Y para mostrar su utilidad con la palabra -----.

grafía

55. El primer medio de registro individual que se dió crono lógicamente en el cuatro episodio fue -----  
 -----.

la fotografía

56. El medio individual que ha heredado del fonógrafo la ca pacidad de registro y de la radio la posibilidad de re- construir una realidad sonora se le denomina -----  
 -----.

Audiografía

57. Al grafo sonoro que permite registrar un lenguaje acús- tico se le llama -----.

magnetófono o grabadora

58. Con el término audiovideografía se intenta evitar el -- malentendido que crea la utilización de las palabras --

----- y -----.

cine y televisión

- 59. La reprografía es un término que describe al conjunto - de procedimientos simples de reproducción -----.

gráfica

- 60. Con el sistema que permite reproducir instantáneamente\_ los mensajes gráficos el hombre a entrado al mundo de - la -----.

xerografía

- 61. Los medios de comunicación masivos utilizados en el ter - cer episodio son al transporte colectivo, lo que los -- self-media son a -----  
-----.

los medios de transporte individual

Indicación: Después de leer el texto de Jean Cloutier, "La comunicación audio-escrita-visual, la hora de los self media o la era de Emirec", que viene en la Antología de Comunicación I, responde a todas las preguntas que se te presentan, y en hojas aparte escribe tus respuestas para ser entregadas al profesor del grupo.

1. ¿Por qué se dice que la comunicación es una actividad evolutiva?
2. ¿Qué características le atribuyes al homo sapiens?
3. ¿En qué consiste la exteriorización?
4. ¿Cuál es la diferencia entre el sistema de comunicación del hombre y el de los animales?
5. ¿Cuál es el único modo de comunicación en el primer episodio?
6. ¿Qué papel cumplen los sentidos?
7. ¿Por qué se dice que todo lo visible es percibido en el espacio?
8. ¿Por qué se dice que todo lo audible es percibido en el tiempo?
9. ¿Por qué se dice que comunicar no es una función instintiva sino cultural?
10. ¿Qué es una comunicación integrada?
11. ¿Por qué se dice que el hombre fue el primer medio de comunicación?

12. ¿Cuáles son las limitaciones del hombre-medio?
13. ¿Qué es el narrador y qué es el transportador?
14. ¿Qué es la comunicación interpersonal?
15. ¿Por qué se dice que la comunicación interpersonal es -  
sintética, integral y subjetiva?
16. ¿Por qué la comunicación interpersonal es la base de --  
las relaciones humanas?
17. ¿Qué es la transposición en Emirec?
18. ¿Cuándo se inicia la disociación de los lenguajes?
19. ¿Qué es la acúsfera y qué la eidósfera?
20. ¿Cuál es la diferencia entre el pictograma y el ideogra  
ma?
21. ¿Qué es la escritura fonográfica?
22. ¿Qué es la escritósfera?
23. ¿Por qué se dice que el escrito-visual no es un lengua-  
je lineal?
24. ¿Cuáles son los principales medios de comunicación en -  
la transposición?
25. ¿Existen posibilidades de traspasar el espacio y el ---  
tiempo con los medios de comunicación?  
¿Cómo?, explica.

26. ¿Qué es la comunicación de élite?
27. ¿Qué dió origen a la comunicación de élite?
28. ¿Qué es la amplificación?
29. ¿Qué importancia tienen los mass media en la amplificación?
30. ¿Quiénes son los mediadores?
31. ¿Por qué se dice que los medios de amplificación dejan de ser medios técnicos de reproducción para transformarse en industrias?
32. ¿Quiénes son los Emirec consumidores?
33. ¿Cuáles son las principales características de la impresión?
34. ¿Cuál es la diferencia entre el periódico y el libro?
35. ¿Cuáles son las características del cine?
36. ¿Dónde surge el cine?
37. ¿Cuál es la función del cine en la época actual?
38. ¿Cuáles son las principales características de la radiodifusión?
39. ¿Cuáles son las características del Disco?
40. ¿Qué distingue a la televisión de otros medios?



41. ¿Por qué se dice que la televisión es un instrumento de participación?
42. ¿Qué son el videodisco y el videocassette?
43. ¿Cuáles son los mass media centrados en la difusión?
44. ¿Cuáles son los mass media centrados en la edición?
45. ¿Qué son los self media?
46. ¿Qué es un grafo?
47. ¿Qué es la grafía?
48. ¿Qué función cumplen los medios individuales?
49. ¿Por qué se dice que la fotografía fue el primero de -- los self-media?
50. ¿Qué es la audiografía?
51. ¿Qué es el magnetófono?
52. ¿Qué es la audiovideografía?
53. ¿Qué es la reprografía?
54. ¿Qué es la xerografía?
55. ¿Qué es la diaggrafía?

NOTAS

- (1). Hartley, Eugene y Hartley, Ruth. "Naturaleza e importancia de la comunicación", del libro de Charles Steinberg, Los medios de comunicación social. México, ed. Roble, pág. 12.
- (2). Bordenave, Juan Díaz y Carvalho, Horacio Martínez de. - Planificación y comunicación, Quito, ed. Don Bosco Ciespal, 1978. p. 52.
- (3) Hund, Wulf D., Comunicación y Sociedad, Madrid, Alberto Corazón, editor, 1972, p. 29.
- (4) Colin Cherry, On Human Communication, Massachusett, - The m. i. t. Press, 1968, p. 4.
- (5) Hund, W. D. op. cit. p. 31.
- (6) Fleur, Melvin L. de. Teorías de la comunicación masiva, Buenos Aires, ed. Paidós. 1976, p. 124.
- (7) Ibidem. p. 129
- (8) Hund, W. D. op. cit. p. 38-39
- (9) Ibidem, p. 34.

- (10). Schramm, Wilbur. "Mecanismos de la comunicación", del libro Procesos y efectos de la comunicación colectiva. Quito, ed. Ciespal, 1969, p. 11
- (11). Hund, W. D. op. cit. p. 37
- (12). Schramm, W., op. cit. p. 4 y 5.
- (13). Ibidem. p. 5
- (14). Prieto Castillo, Daniel, Discurso Autoritario y Comunicación Alternativa, México, Edicol, 1980, p. 120.
- (15). Newman, John B. "Por qué es necesario definir la comunicación", del libro de Alfred Smith, Comunicación y Cultura. Vol. 1, Buenos Aires, ed. Nueva Visión. -- p. 93
- (16). Ibidem.
- (17). Pascuali, Antonio. Comunicación y Cultura de masas. - Caracas, Venezuela, p. 43.
- (18). Aranguren, José Luis. Comunicación humana. España, -- ed. Guadarrama, 1967. p. 11
- (19). Hund. W. D. op. cit. p. 30
- (20). Rivadeneira P., Raúl. Periodismo, teoría general de los sistemas de comunicación. México, ed. Trillas, -- p. 38.

- (21). Cooley, C. H., "Social Organization", p. 61 citada por G. Maletzke, Sicología de la Comunicación Colectiva, - Quito, ed. Ciespal, p. 17.
- (22). Hovland, C. I. "Social Communication", p. 181, citado Ibidem, p. 17
- (23). Lasswell, H., "Describing the conten of communication", p. 83, citado ibidem. p. 18.
- (24). Miller, G. A. "Psycholinguistics", p. 701, citado. - Ibidem, p. 18.
- (25). Osgood, C. E. et. al., "The measurement of meaning". p. 272, citado Ibidem, p. 18.
- (26). Ruesch, J. y Bateson, G., "Communication, the social - matrix of psychiatry", citado ibidem. p. 18.
- (27). Menéndez, Antonio, Comunicación social y desarrollo, - México, ed. UNAM, p. 9.
- (28). Wright, Charles R., Comunicación de masas. Buenos Ai-- res, ed. Paidós, p. 9.
- (29). Maletzke, G. op. cit. p. 18
- (30). Colín, Cherry, "La comunicación de la información". - del libro de Alfred Smith, op. cit. p. 63.
- (31). Dance, F. "The concept of communication", citado por - Santoro, Eduardo, La televisión venezolana y la forma-- ción de estereotipos en el niño. Caracas, Universidad Central de Venezuela, 1976, p. 15.

- (32). Swadesh, Mauricio, El lenguaje y la vida humana. México, f.c.e., p. 9 y 10.
- (33). Spirkin, A. G. "Origen del lenguaje y su papel en la formación del pensamiento", del libro de D.P. Gorski, et. al., Pensamiento y Lenguaje, México, ed. Grijalbo, p. 9.
- (34). Engels, Federico, "El papel del trabajo en la transformación del mono en hombre", del libro de Marx y -- Engels, Obras escogidas, Moscú, ed. Progreso, p. 378
- (35). Ibidem, p. 381 y 382
- (36). Leontiev, A. N., "Ensayo acerca del desarrollo de la mente", 1949, p. 95, citado por A. G. Spirkin, op. cit., p. 40.
- (37). Engels, F., op. cit., p. 379 y 380.
- (38). Fischer, Ernest, "El lenguaje", en el libro de Jaime Goded, Antología sobre la comunicación humana, México, ed. UNAM, p. 16.
- (39). Spirkin. A. G., op. cit. p. 52 y 53.
- (40). Swadesh, M. op. cit., p. 52-53
- (41). Munford, Lewis, "De las señales animales a los símbolos humanos", en Jaime Goded, op. cit. p. 52-53.
- (42). Ibidem. p. 37.

(43). Ibidem., p. 36.

(44). El tema y los subtemas 1.6., son síntesis de los textos de José Acosta Montoro, "En un principio la comunicación", del libro del mismo autor titulado: Periodismos y Literatura. Vol. 1, Madrid, ed. Omega y de Jean Cloutier: La comunicación audio-escrita-visual, la hora de los self media o la era de Emirec. Texto adaptado por Jaime Goded, apuntes mimeografiados. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM.

RESPUESTAS A LOS EJERCICIOS

## EJERCICIO I

- 1.1. c) La piedra
- 1.2. b) Crea uno propio
- 1.3. d) Comunión
- 1.4. a) Interiorizarse en sí mismo
- 1.5. c) El lenguaje
- 1.6. b) Pensarlos y planearlos
- 1.7. c) La herencia social
- 1.8. d) El tacto
- 1.9. b) Social
- 1.10. a) La cultura

## Correctivo

Si no acertaste en todas tus respuestas te pedimos consultes el texto de Eugene Hartley y Ruth Hartley. "Naturaleza e importancia de la comunicación". Primera lectura de la Antología de Ciencia de la Comunicación I.

- 2.1. mecánicos, electrónicos y físicos.
- 2.2. correo, telégrafo, carreteras y teléfonos.
- 2.3. una flor y dos insectos o animales.
- 2.4. aprendizaje.
- 2.5. el orden de los picotazos.
- 2.6. aprendizaje.
- 2.7. naturales.
- 2.8. convencionales.
- 2.9. la reciben.
- 2.10. marco de referencia, campo de experiencia o cerebro - del hombre.

#### Correctivo

Si no acertaste en todas tus respuestas te pedimos consultes los textos de Melvin L. de Fleur: "El acto comunicativo", y Wilbur Schramm: "Mecanismos de la comunicación".  
Lecturas de la Antología de Ciencia de la Comunicación I.



- 3.1. Cierta.
- 3.2. Falsa.
- 3.3. Falsa (también puede ser el papel, el movimiento del cuerpo, cualquier señal que sea percibida por el hombre).
- 3.4. Cierta (aunque emisor y receptor pueden ser la misma persona).
- 3.5. Cierta.
- 3.6. Falsa (Wilbur Schramm sostiene que puede haber comunicación con uno mismo).
- 3.7. Cierta.
- 3.8. Falsa (es de Wilbur Schramm y al respecto señala ---- otras tres características).
- 3.9. Falsa (puesto que es la innovación, y la redundancia - es el envío adicional para estabilizar la información).
- 3.10. Cierta.

#### Correctivo

Si no acertaste en todas tus respuestas te pedimos consultes los textos de Wilbur Schramm, ya citado y Wulf Hund: "Lenguaje-información-comunicación", que también vienen en la Antología ya citada.

- 5.1. Lenguaje
- 5.2. La palabra
- 5.3. Trabajo
- 5.4. Reflejos condicionados
- 5.5. Onomatopeyas
- 5.6. Lewin Munford
- 5.7. Trabajo
- 5.8. Trabajo
- 5.9. Condicionamiento
- 5.10. Del hombre

#### Correctivo

Si no acertaste en todas tus respuestas o no te fue muy clara la lectura, consulta de Jaime Goded, Antología sobre la comunicación humana. México, ed. UNAM, 1975, la primera parte.

## BIBLIOGRAFIA CONSULTADA DEL PRIMER CUADERNO

- Acosta Montoro, José. Periodismo y literatura. Vol 1, Madrid, ed. Omega. 1973. 317 pp.
- Aranguren, José Luis. La comunicación humana. España, ed. Mc Graw-Hill, 1967, 247 pp.
- Borden, George A. Introducción a la teoría de la comunicación humana, Madrid, editora Nacional, 1974, 117 pp.
- Bordenave, Juan Díaz y de Carvalho, Horacio Martins, Planificación y comunicación, Ecuador, Quito, ed. Ciespal, col. Intiyan, 1978, 307 pp.
- Cloutier, Jean. Le communication audio-scripto --- visuelle et l'heure des self media, ou l'ère de emerec. Les Presse de - L'Université de Montréal, 1973. Traducción y adaptación de Jaime Goded, hojas mimeografiadas. México, F.C.P. y S. UNAM.
- Cherry, Colin. On human communication. 2a. ed. Massachusetts, The M.I.T. Press, 1968 337 pp.
- García, Fernando. Autoenseñanza de evaluación del --- aprovechamiento escolar, México, -- UNAM-CISE, 1978, 210 pp.
- Goded, Jaime. Antología sobre la comunicación humana. México, ed. UNAM, col. Lecturas Universitarias. No. 25, 1976, - 275 pp.
- Goski, D.P. et. al. Pensamiento y lenguaje. México, ed. Grijalbo, 3a. ed. 1966, - 365 pp.
- Hund, Wulf. Comunicación y sociedad. Madrid, Alberto Corazón editor, 1970, 150 pp.

- Lafourcade, Pedro D. Evaluación de los aprendizajes, Buenos Aires, ed. Kapelusz, 335 pp.
- Leontiev, A.N. El hombre y la cultura. México, ed. Grijalbo, 1967, 160 pp.
- Maletzke, Gerhard. Sicología de la comunicación Colectiva. Ecuador, ed. Ciespal. 2a. ed. 1970, 306 pp.
- Marx, Carlos y Engels, Federico. Obras escogidas. Moscú, ed. Progreso, s/f
- Mayers Markle, Susan. Instrucción programada. Análisis de cuadros buenos y malos. México, ed. Limusa, 1973, 374 pp.
- Menéndez, Antonio. Comunicación social y desarrollo. - México, ed. UNAM, FCPyS. 1972, 210 pp.
- Mora Medina, José de la y Sánchez Rivera, Roberto. Antología de Ciencia de la Comunicación I. México, edición interna del C.C.H. plantel Vallejo. 1979. 341 - pp.
- Mortensen, David. La comunicación: el sistema intrapersonal. Buenos Aires, ed. Tres -- Tiempos, 1978, 247 pp.
- Paşcuali, Antonio. Comunicación y Cultura de masas. Caracas, Venezuela, ed. Monte-Avila - editores. 1972, 551 pp.
- Prieto Castillo, Daniel. Discurso autoritario y comunicación alternativa. México, edicol, 1980, 120 pp.
- Rivadeneira Prada, Raúl. Periodismo, teoría general de los - sistemas de comunicación. México, - ed. Trillas, 1978.

- Santoro, Eduardo. La televisión venezolana y la formación de estereotipos en el niño. Caracas, Universidad Central de Venezuela. 1976.
- Smith, Alfred. (com.). Comunicación y cultura I, Buenos Aires, ed. Nueva Visión, 1972. 250 pp.
- Steinber, Charles. (comp.). Los medios de comunicación social. México, ed. Roble, 1966, 583 pp.
- Swadesh, Mauricio. El lenguaje y la vida humana. México, F.C.E., 1973.
- Varios Autores. Sistematización de la enseñanza Nos. 2 y 3. (Especificación de objetivos y Evaluación del aprendizaje). México, UNAM-CISE 1975. (XVII-188 y 294, respectivamente).

## INDICE

	Página
Introducción.....	1.3
Objetivos de la Primera Unidad Teórica.....	1.10
1. La comunicación como proceso social.....	1.11
1.1. Ubicación de la comunicación humana.....	1.11
Ejercicio I.....	1.16
Práctica.....	1.18
1.2. Aplicación del concepto de comunicación.....	1.20
1.2.1. Comunicación no humana.....	1.22
Ejercicio II.....	1.28
Práctica.....	1.30
1.3 Explicación de la comunicación humana.....	1.31
1.3.1. ¿Comunicación consigo mismo o sólo con otro o más individuos?.....	1.33
1.3.2. Papel del mensaje.....	1.34
Ejercicio III.....	1.40
Práctica.....	1.42
1.4. Definiciones de comunicación.....	1.43
1.5. Origen del lenguaje.....	1.50
1.5.1. El trabajo como origen del lenguaje.....	1.52
1.5.2. El condicionamiento y las onomatopeyas.....	1.57
1.5.3. El lenguaje como don innato del hombre.....	1.60
1.5.4. El lenguaje, un producto social.....	1.63
Ejercicio IV.....	1.65
Práctica.....	1.67
1.6 Evolución de la comunicación humana.....	1.68
1.6.1. Clasificación de la comunicación humana.....	1.69
1.6.2. El ser de la comunicación: emirec.....	1.71

1.6.3. La exteriorización, primer episodio de la comunicación...	1.73
1.6.4. La transposición, segundo episodio de la comunicación....	1.75
1.6.5. La amplificación, tercer episodio de la comunicación.....	1.78
1.6.6. El registro, cuarto episodio de la comunicación.....	1.82
Ejercicio IV.....	1.86
Práctica.....	1.97
Notas de referencia.....	1.101
Respuestas a los ejercicios y correctivos.....	1.106
Bibliografía consultada.....	1.110
Índice.....	1.113

SEGUNDO CUADERNO DE TRABAJO

DE

CIENCIA DE LA COMUNICACION I



En las últimas décadas, la comunicación como campo de estudio ha ocupado la atención de distintos estudiosos de las ciencias sociales. Y aunque cada investigador abarca sólo algunos aspectos de la comunicación, logra enriquecer esta materia. La interdependencia de las ciencias hace que en la comunicación se utilicen conceptos de otras disciplinas como la sociología, psicología, antropología, pedagogía y cibernética, entre otras, condición que amplía el panorama explicativo.

La interdisciplina del conocimiento científico, posibilita graduar las áreas de interés en el estudio de la comunicación. Y aunque en ocasiones se dificulta su explicación, en el estudio de la comunicación logramos comprender los niveles, los grupos humanos, la tecnología y su organización conceptual, entre otros aspectos.

Las relaciones humanas necesitan de una serie de instrumentos materiales e intelectuales que simplifican las explicaciones de la realidad y contribuyen al desarrollo del conocimiento científico. Instrumentos que también le son útiles al campo de la comunicación, puesto que con ellos logramos establecer mejores vínculos de comunicación y mayores explicaciones de cómo se presentan las interacciones sociales.

Por otro lado, el conocimiento en materia de comunicación adquiere un carácter divergente de acuerdo a quien lo estudia. A eso se debe que, a través del presente trabajo, pretendamos seguir una línea pragmática que nos haga compre

sible su campo de entendimiento. Ya hablamos en el primer -- cuaderno, de las diferentes comunicaciones que hay entre el hombre y los animales, entre los hombres y las máquinas de comunicación, del desarrollo de las relaciones que establecen los hombres a través de la historia. Hoy centramos nuestra atención en otras cualidades científicas de nuestra materia. Desglosamos las condiciones del conocimiento científico en relación con la comunicación.

Otra de las partes, que hoy tomamos en consideración, es la explicación de un modelo de estudio del proceso de la comunicación, pues hasta el momento sólo hablábamos del proceso y no se tocaba la representación del fenómeno comunicacional, el diagrama de las relaciones humanas.

Diferenciar el carácter mecanicista o sintáctico de la comunicación en la relación humana, es otro de los aspectos que desarrollamos para aquellos que se interesan por estudiar seriamente esta disciplina.

En ocasiones se ha mencionado que pretender clasificar las formas, condiciones o motivos de la comunicación, encierra un alto grado de arbitrariedad que sólo parcializa la explicación de esta área de interés, sin embargo, nos arriesgamos a presentar los distintos niveles, clases, tipos y formas en que se da la comunicación entre los hombres.

Además, si las distintas ciencias estudian desde su particular punto de vista a la comunicación, entonces nos vemos en la necesidad de mostrar y contrastar con la realidad los distintos modelos de estudio de la comunicación humana y ob-

tener juicios que nos posibiliten evaluar objetivamente cuáles resultan más provechosos y cuáles parcializan nuestro panorama de estudio.

OBJETIVOS DE LA SEGUNDA UNIDAD TEORICA

General: El alumno....

- Identificará el campo de estudio de la comunicación humana.

Específicos:

- Explicará el proceso de la comunicación en la actividad científica.
- Comprenderá el papel que juega un modelo básico de la comunicación humana.
- Distinguirá los elementos que componen el proceso de la comunicación humana.
- Conocerá el papel que juega el emisor, el mensaje y el receptor en el proceso de la comunicación humana.
- Diferenciará los niveles, modos o formas de la comunicación humana.
- Reconocerá los modelos del proceso de la comunicación: físicos, psicológicos, sociológicos, antropológicos y semiológicos.
- Describirá la tipología de la comunicación.
- Distinguirá los esquemas explicativos del proceso de la comunicación.

2. EL PROCESO DE LA COMUNICACION HUMANA.  
PRINCIPALES ELEMENTOS. MODOS O NIVE--  
LES, MODELOS, TIPOS Y ESQUEMAS DE LA  
COMUNICACION.

2.1. Explicación del proceso en la actividad científfi  
ca.

Lo que distingue al hombre de los animales es su capacidad de razonar, percibir, abstraer y formar ideas o conceptos de la realidad. Estas actividades dan forma al conoci---miento científico, el cual surge de la actividad continua y permanente que realiza el hombre al experimentar, observar, medir y explicar, entre otros quehaceres, el cómo y el por---qué de las cosas que lo rodean. Los científicos, quienes inventan las técnicas y métodos de su trabajo, obtienen res---puestas de los procesos de la naturaleza, del medio social, y por medio del razonamiento hacen conjeturas, refutan, confirman y distinguen lo verdadero de lo falso, lo científico de lo popular o empírico.

La actividad científica no siempre ha tenido el mismo -auge que en nuestro tiempo. Pero así como el hombre se ha desarrollado para cubrir gran parte de sus necesidades, tam---bién ha impulsado los procesos de conocimiento para satisfi---cer su necesidad de saber más. El pensamiento humano estuvo primero lleno de mitos y leyendas, de misterios y de temores ante lo desconocido. Todo giraba en torno de la existencia -de Dios, de seres sobrenaturales. Las respuestas se encontra---ban en la magia, en los milagros, o sencillamente en el an---ciano que por sus años de experiencia sabía responder sabi---a

mente. Luego el proverbio o máxima tuvo un alto valor de conocimiento. Hubo pues largos siglos, si no de ignorancia, -- sí de lentísimo avance, de inquisiciones y de explicaciones que hoy resultan absurdas o inverosímiles.

Hoy la actividad científica se halla en continuo enriquecimiento para responder objetiva y racionalmente a las -- dudas existentes acerca del universo. Aunque se incrementan los marcos de conocimiento, surgen nuevos problemas a resolver. Dichos problemas se clasifican por especialidad, se explican en lo general y en lo particular, a esa explicación\_ objetiva y racional del universo la denominamos ciencia. -- Con ella describimos las distintas formas en que se dan los procesos. La ciencia también es un conjunto de conocimien-- tos, conceptos concatenados, relaciones de experiencias en continuo desarrollo. Con el conocimiento los hombres se explian los procesos y las leyes del universo para interve-- nir en ellos, para modificarlos, intensificarlos y demos--- trarlos en el tiempo y en el espacio. También, al descubrir los modos en que se presentan los procesos, los individuos\_ saben diferenciar sus pasos, saben distinguir los lazos in-- ternos y externos al mismo tiempo, así como a otros proce-- sos que están ligados. (1).

La explicación científica es objetiva desde el momento en que muestra las formas en que se dan los procesos, desde el instante en que al experimentar se comprueban sus funciones. Es racional la ciencia porque con ella se elaboran imágenes racionales o de pensamiento de cada uno de sus proce--

sos. Al elaborar imágenes mentales los hombres estamos proyectando la esencia del proceso. No es que lo detengamos, -- sino que lo razonamos, lo idealizamos.

En la actividad científica es esencial saber qué es lo que se investiga y cómo se obtiene el conocimiento. La respuesta a lo que se investiga es lo que da ser a la naturaleza del objeto en la ciencia. La ciencia al ser considerada -- como un sistema de conocimientos en desarrollo, enriquece -- continuamente su existencia. Al utilizar métodos de conocimiento que se almacenan en la experiencia humana, estos conocimientos se verifican en la práctica social.

Considerada como un sistema de conceptos acerca de los procesos y leyes del mundo externo y de la actividad mental de los individuos, la ciencia también permite pronosticar y transformar la realidad. La ciencia, como palabra, es aplicable tanto para denominar el proceso de elaborar conocimientos, como para la práctica que conforma la esfera del conocimiento científico de las diferentes ciencias.

Los procesos que se estudian en la actividad científica no dependen de la voluntad, interés, sensación, imaginación o conocimiento de unos cuantos, sino que son producto de la práctica social, de la experiencia histórica, de la misma manera que los procesos están sujetos a leyes generales. Los procesos permiten explicarse al hombre todo lo que le rodea a partir de que los puede analizar con objetividad. También se posibilita su verificación y confirmación en cualquier momento.

El objeto de la ciencia lo constituye toda la realidad,

es decir las diferentes formas y aspectos de la materia en movimiento, así como las formas de reflexión en la conciencia del hombre. Martín Aguado afirma al respecto:

"Toda la realidad es objeto de conocimiento y, por tanto, de ciencia, y, aunque no todos los objetos de la realidad pueden ser conocidos de la misma manera y con el mismo grado de certeza, la ciencia aspira a obtener un conocimiento de las cosas cuya amplitud corresponden exactamente a la misma realidad. Existen, pues, dos clases de conocimientos: uno, el vulgar, que adquirimos por el funcionamiento directo de nuestros sentidos, de forma mecánica, y otro, el científico, obtenido mediante el ejercicio del razonamiento" (2).

La ciencia tiene toda una serie de explicaciones de los procesos en particular y en general, puesto que si los fenómenos no se hallan aislados, la ciencia en todas sus ramas particulares tampoco está desconectada. Esto implica, que cuando el conocimiento científico se encuentra más particularizado, es más productivo en algunos casos. Cuanto más profundamente penetra la ciencia en detalles, se aprecian mejor los nexos entre las distintas esferas de la realidad.

Con la ayuda de la ciencia, el hombre ejerce su dominio sobre las fuerzas de la naturaleza, desarrolla la producción de los bienes materiales y transforma las relaciones sociales. El saber es contrario a la ignorancia, es decir, a la falta de una información comprobada acerca de algo. Con la ciencia llegamos a comprender que el universo es un complejo proceso, de donde se derivan infinidad de procesos. Que cada proceso tiene cambios internos y externos, que influyen en otros y forman nuevos componentes. Se llega a entender que -



nada está aislado, puesto que ciertos componentes de un proceso afectan el desarrollo de otros procesos.

Los estudiosos de la ciencia también la consideran desde dos aspectos: haciéndose y ya construida. En el primer caso su explicación parte de lo particular a lo universal, de la experiencia dirigida por la razón hasta llegar a la formación de conceptos y juicios universales, en base de los cuales se irán formando las distintas ciencias. En el segundo aspecto el proceso será inverso, no se procede de las partes al todo, sino del todo a las partes.

La ciencia también es acumulación de experiencias, pues desde que el hombre experimenta sensaciones de vida, hasta cuando es capaz de conceptualizar esa experiencia y explicársela científicamente; desde que conoce el fuego hasta cuando es capaz de controlarlo, todo eso y más es experiencia acumulada. La ciencia cubre parte de su ser con las hipótesis reconstruidas de los hechos, cuando no queda ningún otro método disponible para considerar los principios básicos o más generales de que dispone el avance de la ciencia y por lo tanto de la evolución científica del hombre.

En el caso de la ciencia de la comunicación, la pretensión es explicar a la comunicación como objeto de estudio y a su concepción como proceso, con el fin de esclarecer sus vinculaciones con otras disciplinas. Por eso, en primer lugar entendemos como proceso, objetivo principal de estudio de la ciencia, cualquier fenómeno que presenta una continua modificación a través del tiempo y el espacio; como la serie

de fases o la evolución de los acontecimientos, pensamientos y todo hecho que se presenta en el universo y en el hombre. Por ejemplo, el proceso aplicado al saber científico permite al individuo delimitar sus campos de estudio y desarrollar - nuevas experiencias que tendrán una explicación mayor.

El concepto de proceso, como experiencia social ha sido explicado por los hombres desde la antigüedad, con distintas palabras, pero siempre con la misma intención. Por ejemplo, Heráclito de Efeso, filósofo de la antigua Grecia, en su famosa frase: "nadie se baña dos veces el mismo río", sostenía que todo lo existente se encuentra en devenir y está sujeto a cambios, movimientos y transformaciones incesantes, los -- cuales se producen por la lucha entre contrarios.

También en la antigua China existían filósofos que señalaban que el mundo que nos rodea está en eterno movimiento y modificaciones, que esa dinámica se fundamenta en una ley interna que ellos denominaron "dao". En el libro Tao Te King - (El clásico de la vía y de su virtud) de Lao Tse, se afirma: "unas substancias van, otras se siguen; unas se crean, otras se destruyen" (3).

En la India se hablaba del proceso ligado a la materia del mundo: no sólo se le reconocía como el carácter eterno del mundo, sino que prestaban gran atención a sus transformaciones, le atribuían a sus componentes una acción mutua y -- contradictoria. En el caso del América precolombina el pensamiento náhuatl denominaba "ollin" a las cosas que están en constante movimiento, se habla también del "ipalnemohuani!" --

(el Dios del cerca y del junto, el que está haciéndose a sí mismo constantemente); Nezahualcōyotl afirmaba por su parte: "Lo que fue ayer ya no es hoy y lo que es hoy no tendrá tiempo de llegar a ser mañana" (4).

Vemos entonces que el hombre, a través del pensamiento, sintetiza todos los hechos que suceden a su alrededor para darle la denominación de proceso. A esos acontecimientos que no tienen principio ni fin se les delimita mentalmente sus acciones y efectos, y se les da cierto carácter cíclico, de unidad. Por eso cuando se estudian algunos procesos, se logran comprender algunos de sus aspectos, se les da relevancia en muchas ocasiones a unas características y se relega otras a segundo término.

Para conocer los procesos necesitamos ir explicando sus componentes a través de la realidad. La mente nos sirve para idealizarlos o elaborar modelos de ellos, de tal manera que nos facilite el modo de comprenderlos, ordenarlos y clasificarlos mejor. Puesto que si por ejemplo el proceso que pretendemos estudiar se halla al lado de otros procesos ya explicados, podemos sustituir parte o componentes de estos procesos para comprenderlo mejor.

Diariamente somos testigos del desarrollo que tiene la explicación que le damos al concepto de proceso, el cual aplicamos a las distintas disciplinas del saber científico. Como en el caso del conocimiento, que resulta ser otro proceso complejo que parte, supuestamente, de la percepción sensorial, de la observación de la realidad y de la reflexión mental, en otros términos, de la teoría y de la práctica. Por -

eso cuando explicamos al proceso como acción continua de todo acontecimiento del universo, el ir y venir de las cosas, la diversidad y la unidad de los acontecimientos, o sencillamente aquello que no tiene principio ni fin, que sólo se --- transforma, estamos pensando en la posibilidad de aplicarlo a cualquier campo y encontrar que en todas las áreas del saber se conforma la continuidad, la transformación, la transitoriedad, la contradicción y el cambio, entre otras características.

Toda actividad humana es un fenómeno social que debe -- ser estudiado continuamente. La observación nos proporciona el material de estudio indispensable para explicarnos los -- fenómenos, conocer las causas y los efectos. La percepción -- adecuada nos permite llegar a conocimientos científicos. Entonces, la actividad humana permite elaborar conocimientos y dar paso a procesos más amplios de conocimientos, que en muchas ocasiones se complican o desvían en sus resultados hacia la fantasía o la especulación. Pues como dicen Rosental y Straks:

"...En la imagen sensible de los objetos se hallan indisolublemente unidas lo esencial y lo inesencial, lo necesario y lo casual, lo general y lo singular. Ahora bien, la tarea del conocimiento científico consiste precisamente en conocer los fenómenos de la naturaleza y de la sociedad como fenómenos necesarios y sujetos a leyes; sin ello no sería posible actuar prácticamente con éxito sobre las fuerzas de la naturaleza.

"Por consiguiente, el conocimiento sensible, la percepción viva y la observación por medio de los órganos sensoriales representan sólo el primer grado del com--

plejo proceso cognoscitivo" (5).

La observación, como técnica de investigación, ofrece -  
 infinidad de rasgos que se encadenan para obtener nuevos -  
 conocimientos. La experimentación y la actividad práctica --  
 también proporcionan nuevos materiales que cada día cambian\_  
 los distintos aspectos de la ciencia y desarrollan nuevas in\_  
 terpretaciones en los procesos internos y externos de su ser  
 y de su hacer. Así, el trabajo humano tiene razón de ser ---  
 cuando hemos comprendido el proceso y, por lo tanto, se mejo\_  
 ra a los hombres y a sus comunidades. Aunque esa mejoría se  
 presenta en varios planos —unos físicos, otros naturales y  
 unos más humanos— no alcanza a cubrir las necesidades de to\_  
 dos.

#### 2.1.1. El pensamiento, reflejo de la realidad.

El pensamiento del hombre ha tenido grandes transforma-  
 ciones a través del tiempo. En un principio el hombre primi-  
 tivo daba respuestas mágicas a los procesos de la naturaleza.  
 Más adelante consideraba producto de los dioses a los proces-  
 os del universo. Durante siglos los hombres vieron al Sol -  
 como un objeto que era impulsado a través del espacio por un  
 carro tirado por caballos. Es en la Edad Moderna cuando mu-  
 chos mitos desaparecen y se explican más racionalmente los -  
 procesos de los movimientos de las estrellas y de los plane-  
 tas. Ahora los procesos del universo son estudiados desde --  
 distintas áreas de conocimiento. Se avanza para tratar de te\_  
 ner una respuesta a la infinidad de procesos físicos, menta-

les y sociales que se presentan.

Esta transformación del pensamiento no fue obra ni bondad de algún individuo en particular, obedeció a las necesidades que a diario tuvo y tiene que cubrir todo individuo. - Es la condición social que impulsa a hombres y mujeres a conocer al mundo en la medida que lo transforman y se transforman a la vez ellos mismos. Resume Makarov:

"El mundo que rodea al hombre es la diversidad infinita de fenómenos y procesos recíprocamente vinculados e interdependientes. El mundo es material por su naturaleza. Todos los fenómenos del mundo, en su diversidad cualitativa, no son más que aspectos diferentes de la materia en perpetuo movimiento y cambio conforme a sus leyes. El mundo en todas sus manifestaciones existe fuera de ella. Es la realidad objetiva. En ello precisamente consiste su materialidad" (6).

Al transformarse como parte integrante del universo, el hombre también es objeto de estudio y de él se adquieren nuevos conocimientos que son base para el estudio de las ciencias sociales, como es el caso de la comunicación humana. El pensamiento, como proceso cognoscitivo, necesita de símbolos mentales o imágenes que el hombre crea y siempre lleva consigo. Códigos que le permiten distinguir los acontecimientos - del mundo físico y mental. Con los procesos mentales, al asociarlos con la realidad, el hombre elabora unidades de pensamiento que en la realidad tratan de ser representaciones fieles de todo lo que es observado y comprendido; pequeñas réplicas de la realidad que se convierten en explicaciones, -- las que a su vez se convierten en modelos de los procesos -- que representan. Esto acontece en todas las ciencias y por -

lo tanto en la comunicación, como disciplina de estudio. Es en la actividad científica donde se conjuga el conocimiento con la práctica. Las experiencias del hombre, en materia de comunicación, adquiere un carácter científico y práctico.

En infinidad de textos se repite que la realidad objetiva existe sin la conciencia, pero que no existe la conciencia si no hay realidad objetiva. En otros términos, que la acción da origen al pensamiento y por eso el reflejo de la realidad en el hombre es cambiante por su esencia de proceso. Hay que advertir, al mismo tiempo, que ese reflejo de la realidad traducido en conocimientos resulta ser fragmentario, no es una explicación acabada, puesto que no hay un círculo de conocimientos terminado. Esta situación también es aplicable al ámbito de la comunicación.

En el estudio de la comunicación hay infinidad de interpretaciones y aplicaciones por parte de otras disciplinas, pero con ellas no estamos determinando la explicación más científica del proceso de la comunicación, sino sólo los resultados de un enfoque y una aplicación muy particular de dicho proceso. Al pretender explicar lo que significa la comunicación no la podemos considerar como un proceso aparte, ya que obedece también a las leyes de los procesos sociales, a los comportamientos humanos y a las continuas manifestaciones de los procesos de la naturaleza y de la sociedad.

Además, el proceso del conocimiento, como el de la comunicación, no pueden ser productos acabados si sabemos que día con día se dan nuevas experiencias. En el caso de la co-

municación, se extiende su estudio y explicación a nuevos re cursos y medios que relacionan a los individuos en particu-- lar y además con distintos enfoques y visión en la actividad científica.



## EJERCICIO I

Indicación: De las siguientes afirmaciones, subraya la opción más correcta.

1. Lo que distingue al hombre de los animales es su capacidad de:
  - a) alimentarse
  - b) salvar peligros
  - c) razonar
  - d) construir su techo
  
2. El conocimiento científico se desarrolla gracias a:
  - a) la nada
  - b) la observación
  - c) la gracia de Dios
  - d) la herencia biológica
  
3. A la explicación objetiva y racional del universo se le denomina:
  - a) ciencia
  - b) mito
  - c) realidad
  - d) experiencia
  
4. Todos los procesos cercanos al hombre son explicados gracias a:
  - a) la bondad del sistema capitalista
  - b) la actividad científica del hombre
  - c) la brujería y la magia
  - d) los instintos salvajes del hombre
  
5. La ciencia es la explicación objetiva porque:
  - a) oculta la realidad

- b) describe los procesos
  - c) da respuesta al instinto humano
  - d) enreda el ser de los procesos
6. A cualquier fenómeno que presenta una continua modificación a través del tiempo se le denomina:
- a) hombre
  - b) ciencia
  - c) proceso
  - d) objeto
7. "Nadie se baña dos veces en las aguas de un mismo río", - es una frase que elaboró:
- a) Sócrates
  - b) Heráclito de Efeso
  - c) Platón
  - d) Aristóteles
8. En los antiguos grupos náhuatl el proceso o movimiento recibió el nombre de:
- a) Acatl
  - b) olin
  - c) xicotl
  - d) pintoncle
9. Cuando contrastamos el conocimiento con la realidad, decimos que estamos:
- a) verificando
  - b) rechazando
  - c) modificando
  - d) componiendo
10. Los procesos que se estudian en la actividad científica - no dependen de la voluntad de alguien, porque:

- a) Son productos de un sólo grupo
- b) son hechos sobrenaturales
- c) son producto de la práctica social
- d) son particularidades de una ciencia

PRACTICA 2-1

Indicación: En hojas distintas de este cuaderno, escribe y realiza lo que se te pide.

1. Consulta dos textos, como mínimo, de Filosofía, e investiga ¿Cuál es el papel de la ciencia, de la investigación científica y del conocimiento científico?
2. Investiga ¿cuáles son las herramientas o instrumentos que se utilizan en el pensamiento del hombre, para llegar a nuevos conocimientos?
3. Reflexiona y escribe la respuesta de ¿qué pasaría si los hombres no acumularan experiencias o conocimientos?
4. Consulta varios libros donde se hable de la división de la ciencia y dí ¿cuál de las clasificaciones te parece -- más adecuada?
5. Investiga en qué otros grupos culturales o países se le asigna distinta o similar acepción al concepto de proceso. Diferentes a las expresadas aquí.
6. ¿Cuál es el papel del pensamiento en la realidad?

## 2.2. La comunicación como proceso de estudio.

Cada ciencia centra su objeto de estudio en un número - determinado de procesos o, sencillamente, en parte de uno de ellos. Esto no obedece a la arbitrariedad, sino al carácter científico del conocimiento, a la vinculación de los procesos de la naturaleza y a la actividad humana que permite obtener experiencias que satisfacen las necesidades del propio hombre. En ese mismo sentido crea las disciplinas y el cuerpo de conocimientos que le son necesarias para explicarse la realidad.

En física, por ejemplo, se manejan los conceptos masa, cuerpo, luz, energía, átomo; en economía los de costos, producción, valor, acumulación, capital, etc. Con estos conceptos podemos dar cuerpo al área científica de nuestro interés, puesto que son conceptos fundamentales que sirven para designar los acontecimientos, ideas, relaciones o sentimientos -- que todo hombre es capaz de sentir, evaluar, discriminar; -- así cada concepto tiene sus propias dimensiones para ser evaluado y comprendido. La experiencia de la actividad científica del hombre también da forma al marco conceptual que día a día se enriquece al ser considerado como condición análoga a la realidad. En el caso de la comunicación se ha elaborado todo un grupo de conceptos y categorías que la explican como campo específico de estudio.

Curiosamente lo que ocurre en el estudio de la ciencia es que hay conceptos que se emplean en disciplinas muy dis-

tintas, cuyo significado y aplicación son hasta opuestos; esto sucede en el estudio de la comunicación, en la que se aplican conceptos de la ingeniería, de las matemáticas, de la --biología, etcétera. Esos conceptos no nacieron en el estudio de la comunicación, sino que esta disciplina los ha adoptado de las otras, con ello se demuestra que no hay conceptos puros, sino que la interrelación científica es tan basta que sólo a través de determinar el ser del concepto, en nuestro caso en la comunicación, es como hay posibilidades de comprenderlos. Aunque la comunicación es explicada por los distintos marcos de estudio —psicológicos, sociológicos, antropológicos, matemáticos, etc.— a nosotros nos interesa definirla y delimitarla como proceso y como producto social bajo el marco de la ciencia de la comunicación.

Al pretender explicar el proceso de la comunicación partimos de las manifestaciones teóricas de los estudios que visualizan a esta relación con otros procesos sociales y naturales. Además, con el conocimiento obtenido, percibido y asimilado de la realidad, no pretendemos ponernos al servicio de los intereses de grupos que manipulan y mediatizan el conocimiento de la comunicación, sino de que conozcamos al proceso para obtener otras alternativas de cómo podemos transformar la realidad en un sentido más equitativo, más equilibrado y, por lo tanto, transformarnos como seres sociales.

En la misma circunstancia, ningún aspecto de la comunicación humana es realmente comprensible si se le aísla de todas sus partes, de la interacción humana. Los objetos o ele-

mentos sólo tienen sentido en relación con las otras cosas. El objeto aislado o solitario, absolutamente solo, es incomprendido, no hay un sentido, de la misma manera que una pluralidad de acontecimientos no tienen razón de ser. Debemos ir encontrándole sentido a ese supuesto caos, pues todos los datos o elementos de la comunicación humana los podemos organizar a través de la relación aleatoria. Por ejemplo, al observar el cielo vemos infinidad de estrellas, pero si las vamos relacionando, encontramos en ellas un orden, un sentido. Así pasa en la comunicación.

El proceso de la comunicación es la acción vital de los individuos; las personas se relacionan entre sí a través de él. La comunicación es afectación e influencia, pues une a unos con otros. El proceso es crucial, pues permite y determina las condiciones y las interrelaciones de los seres vivos. Todos comunicamos y recibimos mensajes. Cuando hablamos del proceso de la comunicación nos referimos a la secuencia, a la irreversibilidad, al cambio dinámico. Bastará con afirmar que no hay interrupción de la comunicación entre las personas, que aunque dejaran de hablar y escuchar, prolongarían bajo otras formas la comunicación y la manera como se comunican consigo mismas y con los demás. Secuencia es pues la forma en que se revela cómo un organismo recuerda los acontecimientos acabados de suceder. El no aislamiento es secuencia, pues una persona siempre deseará influir en otra persona o sencillamente sobre el medio que le rodea, en su

propio desarrollo y en la conducta de los demás.

La irreversibilidad del proceso tiene su antecedente en lo afirmado en el punto 2.1., donde decíamos que el hombre - no se puede bañar dos veces en el mismo río, porque ya no es el mismo río, ni el mismo hombre; ha cambiado el cauce, las aguas, el tiempo y la composición del hombre. Aun el pasado influye sobre el presente y anticipa el futuro, pero no se puede reconstruir ese pasado o reutilizarlo. También supone que las personas que se comunican sólo pueden avanzar de un momento al siguiente, es decir, tomar parte de la información y del conocimiento recibido. Aunque el proceso de la comunicación en la idea no muestra límite, si hay tal limitación, por ejemplo, en esta explicación le damos relevancia a unos elementos y a otros no. Además nuestro proceso explicativo o de comunicación está determinado por el entorno social donde se da, por la persona que lo capta y por quien lo envía. Hay límite en cuanto idea y no en cuanto realidad.

Las relaciones del proceso comunicacional no son estáticas, cambian con el tiempo, cambian con las conductas y las aspiraciones de los individuos; su cambio dinámico implica transformación. El acto comunicativo tiene nuevas constantes, nuevas formas que buscan el equilibrio, pero que cambian durante el curso del proceso.

Es engañoso pensar que el proceso de la comunicación comienza en algún lado y termina en otro. Lo percibido por una persona no es lo mismo que emite la otra. Uno mismo continuamente está pensando y modificando su formato o el conjunto -



de ideas. Así cuando se escribía este texto salían ideas que posiblemente no saldrán en otro momento. Debemos tomar en cuenta el hecho de que nunca podremos diagramar totalmente en forma lineal o algebraica el proceso de la comunicación. Esta última afirmación nos revela de manera irrefutable que la comunicación no es algo que uno hace al otro, sino que es un proceso que continuamente cambia en cada uno de nosotros.

Tampoco se puede hablar de uniformidad en el proceso ni de una interacción pura entre dos o más individuos. La comunicación no es un proceso en el que algo cambia cuando así se quiere o se transforma sólo en ese momento, sino que la comunicación es un suceso que es variable y cambiante en sí y por sí. La propia sociedad es un proceso de comunicación, proceso que incluye las distintas formas de cómo se envían los mensajes y de cómo los percibimos; las distintas circunstancias, los indicadores y el contexto social en que se producen. Con la comunicación nos referimos al proceso natural, universal, de interrelación, de influencia entre las partes del todo y de quienes influyen sobre el medio ambiente.

La comunicación puede ser observada como uno de los dos procesos básicos de todo sistema viviente. Uno de los procesos es la transformación de lo que ingerimos, que se convierte en energía, calor, movimiento, y el otro es el intercambio de información de los hechos. Por ello se puede considerar a la comunicación como un proceso dinámico y fundamental para la existencia, crecimiento, cambio y conducta de todos los -

individuos. No debe pensarse que la acción y la reacción son determinantes en el proceso de la comunicación y se separan en forma tajante, este proceso presupone una interdependencia de los hechos y el conjunto de secuencias dinámicas.

### 2.2.1. Un modelo básico del proceso de la comunicación humana.

La comunicación humana es una experiencia universal en la que el hombre organiza y convierte todas las señales sensoriales en datos consumibles o en unidades de información funcionalmente aceptables o susceptibles de ser reelaboradas. El proceso de la comunicación está cambiando continuamente. La comunicación interpersonal no es un acto mecánico sino -- una acción social que genera nuevas formas de conducta y posibilidades para el desarrollo de los individuos participantes. Pero todo ello depende de los canales, respuestas y niveles de conocimiento que se utilicen y que, desde luego, se comprenda el momento en que se lleve a cabo dicha comunicación. Dice David Mortensen:

"La comunicación no tiene lugar en el vacío: no es un proceso "puro", carece de extracción o de referencia a situaciones; exige siempre por lo menos una sensibilidad mínima al ámbito físico inmediato, una toma de conciencia de ambiente o lugar, que influya a su vez sobre el flujo y reflujo de lo que se considera personalmente significativo. Por cierto que el contexto de la comunicación comprende características físicas —disposición de los asientos, color y luz, espacio físico, y cosas por el estilo— pero es mucho más que el sentido de estas cosas físicas. Incluye la materia menos tangible de atmósfera y ambiente, de medio socio-cultural" (7).

La comunicación no se puede considerar como un proceso en el que los individuos reaccionan de modo aislado a los mensajes, puesto que en todo acto comunicativo se está interactuando con las conductas circundantes que llegan a imponer significados a nuevas conductas. Por ello la comunicación está ligada siempre a la evolución personal, a los sentimientos o actitudes de los individuos, a la relación o conducta de las demás personas en determinadas condiciones socioculturales.

Un estudio de la comunicación debe eliminar los problemas del cómo, el porqué y el para qué nos comunicamos y debe ahondar en la conjugación de todos los elementos que componen el proceso de la comunicación, pero de tal manera que nos permita separar cada uno de ellos y seguir comprendiendo la realidad en que se instala. Y no considerar a la comunicación como un concepto comodín que tiene que adecuarse a toda condición de un individuo en particular.

En forma preeliminar podemos afirmar que toda comunicación humana tiene un emisor, es decir, la persona o grupo de personas que tienen algo que decir, que están interesados en relacionarse con otros o sencillamente en comunicarse. Un mensaje que es la acción del emisor para conectarse con los demás, mensaje que puede ser considerado como una conducta, una idea, un código o un conjunto de señales. Y un receptor, el tercer componente, quien se encarga de atrapar, obtener, aclarar los objetivos que el emisor tiene al enviar el mensaje.

Daniel Prieto propone ocho elementos básicos de todo --

proceso de la comunicación; emisor, código, mensaje, perceptor, medios-recursos, referente, marco de referencia y formación social. Aclara que marco de referencia no es lo mismo que la formación social. La distinción radica en que no es lo mismo la comprensión de la realidad que la realidad misma. El marco de referencia es lo que alcanza a percibir y a concebir un grupo social, pero resulta un concepto parcial desde el momento en que sólo se analiza una relación concreta.

Ya lo habíamos dicho y lo reiteramos, aisladamente no podemos analizar los distintos elementos del proceso de la comunicación, debemos considerarlos dentro de su marco de referencia, es decir, con base en un modelo conceptual que nos permita delimitar su comprensión, alcance y perspectivas científicas. Así pues, tenemos que partir de un modelo básico de la comunicación.

#### 2.2.1.1 El modelo como explicación del proceso.

¿Cuántas ocasiones hemos conversado con los demás sobre alguna persona, comparándola con otra, o sencillamente externando una determinada imagen de ella y resulta que en realidad no es como habíamos pensado que era? ¿En cuántas ocasiones también hemos pensado qué seremos cuando terminemos nuestra carrera profesional?. Inmediatamente nos viene a la mente una manera concreta de cómo nos imaginamos después de cierto tiempo. Es así como los hombres tendemos a crear imágenes de nuestras experiencias y expectativas y llegamos a definir las, delimitarlas. Las imágenes son las formas idealizadas y abs-

tractas del pensamiento. El proceso de formar imágenes requiere de un modo de representación que sea claro, explícito, amplio y que abarque todo lo deseado; esto lo podemos realizar a través de cuadros, diagramas, ecuaciones matemáticas, sistemas simples o complicados de clasificación, analogías, etc.

Por eso, al elaborar imágenes en cuadros o analogías de las experiencias, del conocimiento, formamos "modelos", es decir, representaciones ideales o abstractas de un objeto, de un proceso dado. Al ser el modelo un acto idealizado y por lo tanto arbitrario respecto a la naturaleza del propio hecho, resulta ser una interpretación.

Por ende, el modelo tiene que ser una representación análoga al sistema o proceso original que se investiga. Ahora bien, esto de que sea análogo tiene una determinación muy precisa. La analogía es sinónimo, parecido, semejante o similar.

Si tenemos, por ejemplo, un proceso de la comunicación con sus elementos, ahí podemos llegar a determinar propiedades y a relacionar estas propiedades entre sí y con otros procesos de comunicación, en donde podemos establecer una correspondencia biunívoca entre los elementos y relaciones de propiedades del primer proceso o conjunto con el segundo proceso o conjunto. Así los dos conjuntos son análogos o se puede decir que hay analogía entre ellos. Esto es más preciso que semejanza.

Esta situación implica, además, que los conjuntos o pro

cesos pueden ser totalmente diferentes, los elementos no se parecen en nada; las propiedades pueden ser completamente -- distintas, pero sin embargo, lo único que tienen que cumplir es que se correspondan biunívocamente. O sea, que a una relación de propiedades del primer conjunto le corresponda una -- relación de propiedades del segundo conjunto. (Como es el caso de la silla en relación a la mesa. Los dos se corresponden para un fin). Si se cumple esta situación, entonces si -- hay analogía, de otro modo no existe.

El modelo tiene que ser análogo al original. Pues aunque el modelo no se parezca al original prácticamente en ningún otro aspecto, mientras el sistema original puede ser un proceso real, objetivo, el modelo puede ser una ecuación, un pequeño artefacto que incluso se parezca a escala al proceso o que no se parezca, pero lo único que debe tener es que sea análogo. Ahora bien si se logra esta analogía, entonces se -- notará que el funcionamiento del modelo es equivalente al -- funcionamiento del original.

En muchas ocasiones sucede que es más complicado estudiar el original del proceso y recurrimos entonces al estudio del modelo y los resultados que obtenemos sobre el funcionamiento del modelo se los atribuimos por analogía al original; naturalmente que es una atribución hipotética, pues -- eso es lo que dan los modelos, en este caso tenemos que comprobarlo si efectivamente las conclusiones que nos da el modelo se cumplen.

El modelo puede ser cualquier cosa, hay modelos físicos, mecánicos, modelos ya existentes o que se pueden construir o

proyectar; sistemas de ecuaciones. Lo que se hace con los modelos es un trabajo de predicción, pues se predice por analogía lo que sucede en el proceso original, después de observar lo que ocurre en el modelo. El problema es que siempre se deberá comprobar en el original las condiciones hipotéticas dadas en el modelo.

La utilización de modelos permite el estudio de muchos procesos, no nada más en comunicación, sino en cualquier disciplina, pues al utilizar un modelo que representa análogamente al original, obtenemos una serie de resultados, de interpretaciones que continuamente buscamos y sus propiedades correspondientes con el original.

Desde los tiempos más remotos los hombres han tendido a ordenar sus pensamientos mediante modelos gráficos, productos de la experiencia inmediata y que responden análogamente a las soluciones correctas. Los modelos, en conclusión, han servido para conocer más rápidamente los procesos que hay en el universo, pues sucede que el hombre llega a pensar a través de modelos. Un conjunto de símbolos calculados adecuadamente pueden dar forma a un modelo. Resulta claro, entonces, que todos utilizamos modelos en nuestro pensamiento y en nuestra mente un modelo abstracto que nos permite establecer paralelos con la realidad.

Cuando hablamos de modelos también nos referimos a explícaciones, lo que opera con recursos que permiten ser comprendidos en poco tiempo como es el caso de la comunicación, la cual es continuamente explicada a través de modelos. Así,

cuando deseamos diseñar un modelo para el proceso de la comunicación, pretendemos abarcar el mayor número de actos en -- los que nos vemos implicados y que dichos actos sean funda-- mentalmente en la comunicación. Los modelos, además, pueden\_ adquirir en la comunicación infinidad de formas, sea que se\_ apliquen a una sola persona--nivel intrapersonal-- a dos o a un grupo de individuos --nivel interpersonal--, o sencilla-- mente a la mayoría de miembros de una sociedad --nivel socio\_ cultural--. Todo esto lo podemos visualizar en modelos para\_ generalizarlos, o sencillamente para aplicarlos a todo acto\_ de comunicación como es nuestro caso de estudio.

La persona que se encargue de elaborar modelos tiene an\_ te sí la tarea de sustentar a la comunicación en todas sus - derivaciones y alcances. Puede a la vez relacionar ese mode\_ lo con aspectos de interés múltiple en las disciplinas, equi\_ parar a la comunicación con toda conducta humana tanto en -- sus formas, modos o niveles.

A pesar de lo ya dicho, habrá que reiterar que la nece\_ sidad de representar un proceso de comunicación no implica - que se dé en sí el proceso, sino que sólo es una descripción\_ objetiva de ese acto, de esa realidad. Un modelo puede combi\_ nar tantos elementos del proceso de la comunicación, como -- símbolos en la mente de los individuos, que plasman ideas y conceptos para representar la unidad de la conducta que se - pretende estudiar.

David Mortensen nos dice al respecto:

"Una de las funciones principales de un\_



modelo es la de proporcionar un marco de referenica coherente para la indagación científica. Los modelos son para el científico lo que las indicaciones camineras y las cercas de seguridad para el automovilista" (8).

Cuando queremos crear un modelo del proceso de la comunicación, debemos ser capaces de observar que no es simple - diagramar totalmente todo lo que incluye el proceso, máxime - cuando lo fragmentamos en una explicación cotidiana o simple. Pero hay que advertir que los modelos sí aclaran la estructura de los acontecimientos complejos, puesto que reducen la - complejidad a términos sencillos. Esto sucede cuando existe - una cantidad enorme, aparentemente incontable, de influen--- cias e interacciones. Los modelos pueden revelar lo que se - busca, cómo determinar niveles de análisis o cómo separar lo que caracteriza a cada hombre. Así, cuando se elabora un modelo no se debe ignorar la complejidad o eliminar lo explica - ble, sino dar orden y coherencia a lo explicable del proceso.

. El modelo deja atrás la era de la simple representación, puesto que su meta consiste en comprender la interacción de las diversas y principales funciones o componentes. Es una - "prueba en ecuación", y la comunicación debería ponerse a -- funcionar tal como lo describe el modelo (9).

Desde luego, tampoco podemos dejar de lado lo limitante o criticable de los modelos del proceso de la comunicación, - pues con gran frecuencia están exageradamente simplificados. Aunque su tendencia tampoco es contener la representación de la totalidad de acontecimientos.

### 2.2.1.2. Modelo básico de la comunicación humana.

Para poder estudiar el proceso de la comunicación necesitamos partir de la imagen que tenemos de ella, por lo cual en páginas anteriores dimos primordial atención a la comprensión de lo que es un modelo de estudio de la ciencia. Ahora tomamos el modelo básico de la comunicación propuesto por -- Lee Thayer, quien escribe.

"Las concepciones tradicionales sobre la comunicación humana son usualmente variantes de un modelo básico.

$$A \longrightarrow B = X$$

Esta fórmula, que se halla explícita en la mayoría de nuestras teorías, en el análisis de este proceso efectuado por aficionados y "profesionales" puede leerse así: "A comunica algo a B con el efecto o resultado X" (la "comunica algo a" lógicamente engloba un cierto número de subcategorías, tales como "¿cuándo?", "¿en qué medio?" y "¿en qué circunstancias?").

"... Así, si deseamos lograr un resultado X con una persona o grupo B, ¿cuál debe ser el contexto, la manera, la expresión, el medio, etc., de ('comunica algo a')? O, si se dan la X y A, ¿cuáles deben ser las características y/o las condiciones de la audiencia B para poder completar la fórmula? - etc. Algunos autores añaden "el ruido en los canales ( ), otros incluyen la necesidad de que A encode y B de decode, etc., pero básicamente son simples variaciones del modelo fundamental. "Desde una perspectiva práctica, este planteamiento del concepto o modelo del proceso de comunicación no es erróneo. Efectivamente, en la realidad la relación de dichos elementos se produce así: Yo deseo convencer a B sobre X, ¿qué debo decirle, cómo y cuándo? Un director (A) tiene que informar a sus subordinados (B) sobre un cambio en deter-

minada política de personal; en función del tema y presumible (X) de estos subordinados" (10).

Aunque esta explicación resulta para algunos simple y - para otros exagerada, no podemos dejar de reconocer que abarca todos los elementos que necesitamos para nuestra exposición acerca de los elementos que intervienen en todo proceso de comunicación. Un modelo del proceso de comunicación -como de cualquier otra disciplina- está siempre sujeto a modificaciones o a que se deje de usar, esto sucede cuando incurre en la simplificación exagerada, cuando se confunde la imagen con la propia realidad. Es más, los modelos no son puros en su explicación científica, pues en muchas ocasiones su interpretación da resultados mecánicos.

Cuando nos planteamos un modelo de comunicación siempre debemos tener en mente su condición a partir de la influencia que ejerzan. Sólo mediante modelos nuevos se pueden lograr nuevos conceptos, pero bajo una base que los sustente y esa base son los otros modelos, los anteriores.

Sólo nos falta señalar que es necesario tomarse libertades con el concepto de modelo en la comunicación para ubicarlo en un marco o sistema social determinado. Ahí se debe procurar entender que el hombre no está dado en una teoría, ni en un modelo, sino que está integrado en un lugar, en un producto o en un conglomerado de sistemas sociales y no está -- aislado, así es el modelo y así es el proceso de la comunicación.

Pero, después de todo, no nos conviene abandonar el ob-

jetivo de mejorar la concepción que tenemos del modelo de comunicación humana. Entendemos en forma adecuada que  $A \longrightarrow B = X$ , no es útil en la práctica cotidiana de la comunica---ción. Pero no es tan simple comprender y mejorar la idea de este modelo básico. Sin embargo, cuando analizamos la situa---ción práctica de la comunicación estamos manejando el modelo " $A \longrightarrow B = X$ ", y no podemos descartar la esencia de los -mensajes cuando son recibidos o son emitidos. Puesto que to---do concepto de modelo de comunicación que no se basa en la -comprensión del proceso, es finalmente inadecuado, erróneo.

Considerar que la comunicación es un proceso que conti---nuamente actúa en cada uno de nosotros, nos permite compren---der que hay intencionalidad, hay condiciones, actitudes, hay mensajes verbales o no verbales, conciencia. Es decir, los -seres humanos no son elementos mecánicos que obedecen a los estímulos de una máquina o aparato de comunicación como la -radio o la televisión, por decir algo, sino que hay humani---dad.

Debemos tomar en cuenta, también, que todo acto comuni---cativo se considera como una transmisión de información, que consiste en estímulos (según los psicólogos) discriminantes, y que van de un emisor a un receptor. Para nuestros fines ac---tuales, suponemos que los estímulos discriminantes tienen como referente un objeto discriminable. Es decir, que en el acto comunicativo más simple, una persona (A) transmite a otra persona (B) información sobre algo (X) (11).

Indicación: Escribe sobre las líneas punteadas, si las siguientes afirmaciones son ciertas o falsas.

1. La ciencia centra su interés de estudio en un número reducido de procesos. -----
2. Los conceptos de equilibrio, masa, entropía e información son exclusivos de la física. -----
3. El proceso de la comunicación es la acción vital de los individuos. -----
4. En la comunicación, como proceso de estudio, se toma en cuenta la irreversibilidad, la ininterrupción y el cambio de estudio entre otras características. -----
5. El proceso de la comunicación comienza en un lado y termina en otro. -----
6. La comunicación tiene lugar en el vacío, como proceso "puro" e insensible. -----
7. El modelo es una imagen, una forma idealizada que parte de la realidad. -----
8. La relación biunívoca entre el modelo y el proceso, da validez al primero. -----
9. El modelo tiene que ser más simple que el proceso original que se está estudiando. -----
10. Cuando se diseña un modelo, se pretende abarcar el mayor número de características de sus procesos. -----
11. Una función principal de un modelo es la de proporcionar un marco de referencia coherente para la investigación científica. -----

12. Todo modelo del proceso de la comunicación abarca la totalidad de elementos y características que hay en la realidad. - - - - -

13. El modelo básico de comunicación que propone Lee Thayer, dice que "A comunica algo a B con el efecto o resultado X" - - - - -

PRACTICA 2-2

Indicación: En hojas aparte, escribe y realiza lo que se te pide.

1. Elabora una lista de conceptos (mínimo veinte), que se utilicen tanto en la física, la psicología, las matemáticas, la economía como en la comunicación. Al mismo tiempo, explica en qué forma se utilizan y cómo se definen dichos conceptos en las disciplinas ya mencionadas.
2. Consulta algunas obras de filosofía, psicología y sociología, donde se hable del concepto modelo y escribe las explicaciones que dan de éste.
3. Escribe algunas razones de por qué se considera que el modelo es necesario o indispensable para explicar la realidad.
4. ¿El proceso de la comunicación es un acto mecánico? Explica por qué sí o por qué no.
5. Sustituye, de acuerdo con tu experiencia, la siguiente fórmula: "A ----> B = X", con los elementos que deben ir en todo proceso de comunicación.

### 2.3. Principales elementos del proceso de la comunicación humana.

Al conocer el modelo básico de la comunicación humana, \_propuesto por Lee Thayer, podemos adaptar los elementos principales de la siguiente manera:

$$"A \longrightarrow B = X"$$

"A" representa al comunicador, emisor o interlocutor -- que es la persona o el conjunto de individuos --llamado también sistema-- que se ocupa de seleccionar y transmitir los mensajes en forma intencional o involuntaria. Es quien toma la iniciativa de comunicar algo.

"B" es al que habitualmente denominamos receptor, perceptor, destinatario o consumidor; es la persona, institución, o conjunto de individuos que forman un auditorio, público, que cumple el papel de recibir y responder al producto de la transmisión o mensaje.

Aunque emisor y receptor son términos utilizados como si cada uno de ellos jugara papeles distintos y especializados durante el acto comunicativo, de antemano sabemos que durante una larga conversación los roles se intercambian, pasan del uno al otro. En esa misma circunstancia, cuando se utiliza un medio de comunicación indirecto, como el caso del periódico, el radio o la televisión, el individuo que recibe los mensajes no asume una actitud pasiva, sino que simple y sencillamente tiende a exteriorizar sus respuestas a un tercero, y por lo tanto se convierte en emisor. (La respuesta no



tiene que ser necesariamente dirigida a quien inició el mensaje para que sea comunicación). Por ello los roles pasan, frecuentemente, de uno a otro.

"——→" representa tanto al mensaje; al medio por el cual se transmite, denominado también canal; al ruido, elemento que interfiere en una eficaz transmisión, las barreras o interferencias semánticas; lo mismo engloba al contexto social o cultural y al tiempo histórico. Viene, por lo tanto, a responder preguntas como ¿cuándo?, ¿cómo?, ¿en qué medio?, ¿en qué circunstancias?, ¿dónde?, etcétera.

Entendemos por mensaje lo comunicado, el contenido, la información, las señales, signos, códigos o símbolos a ser interpretados; son objetos y sucesos que al ser abstraídos en la mente de los individuos, sirven de unión entre los polos emisores y receptores.

El canal o medio es el instrumento por medio del cual se conducen, transitan o se transportan los mensajes de un polo al otro. Los canales incluyen, en muchas ocasiones, a las "barreras" u obstáculos que modifican el ser primario del mensaje, es decir, crean ruido o distorsión del contenido.

El contexto social o cultural representa a la situación, condiciones, ambiente, campo o zona de referencia en que se presenta el envío y recepción del mensaje. Aquí se incluye el carácter temporal o tiempo histórico en que se dan los procesos de comunicación.

"X" representa a las respuestas, influencias o los efec

tos que causa el mensaje y quien lo envía; es la acción de responder, replicar, reaccionar o el resultado de la acción de exponerse a los mensajes o situaciones de un proceso comunicacional.

Aunque hay más denominaciones para todos estos términos, hemos querido apartarlos del carácter físico o de ingeniería, del sentido psicológico, del lingüístico en sentido particular, para acercarnos a los sociológico lo más posible, aunque en ocasiones conciente e inconscientemente caemos en aspectos mecánicos. En seguida desglosamos cada uno de ellos, lo que permitirá una mayor comprensión del proceso básico de interacción humana: la comunicación.

### 2.3.1. Emisor.

El emisor es un ser influyente —al igual que el receptor— que tiene como propósito afectar a los demás y a sí mismo. Mediante el envío de mensajes intencionales o no intencionales trata continuamente de estar en contacto con los demás. El emisor puede ser una persona, un grupo de individuos o toda una organización que elabora mensajes con el fin de llamar la atención de los demás.

El papel central de quien envía los mensajes radica en su deseo de dar a conocer, estimular, caracterizar, en fin, crear mensajes que contengan sentimientos, ideas o conformación de un hecho o noticia. El emisor es una persona o conjunto de personas que originan un mensaje; por ejemplo, en una clase escolar, cualquiera puede ser quien desee comuni--

carse, organizar los contenidos que se van a exponer o mostrar interés.

Wilbur Schram toma nociones de Shannon y Weaver para definir al emisor, dice que es el elemento en el sistema que produce cambios de energía y que implica información. Es el encargado de producir mensajes. Por su parte Abraham Moles —en su enfoque de comunicación electrónica— afirma del emisor:

"Sistema que transforma una información o elemento de información en un mensaje físico destinado a su transmisión por un canal. El emisor es el punto de partida del mensaje observable en la cadena de comunicación; los emisores serán clasificados según la teoría general de las telecomunicaciones, por un lado, teniendo en cuenta la naturaleza de la codificación física que efectúan (emisor sonoro, emisor luminoso, emisor de señales eléctricas) y, por otro, la direccionalidad del mensaje, según que éste sea enviado a un solo receptor o difundido a todo un conjunto de receptores dispersos por un campo geográfico concreto" (12).

. En muchas ocasiones se confunden los conceptos de emisor y de fuente, y es que no hay elementos amplios para diferenciarlos. Lo esencial es que la fuente de información es un término usado sobre todo en los modelos matemáticos o de ingeniería de sistemas de comunicación electrónica; en cambio todo emisor lleva implícito un mensaje que puede ser un discurso, un cuadro, una escultura, una simple conversación. Una fuente de información también puede estar referida a la intención de un medio impreso, un medio electrónico (periódico o televisión) que conforman mensajes o códigos varios. --

Términos como transmisor están también ligados a la electrónica, puesto que en el concepto de emisor (también en el de receptor —como veremos más adelante—) lleva implícita la intencionalidad que en este caso recibe el nombre de propósito, algo que quiere conseguir quien envía un mensaje a otro, mediante un contenido, y que desea que el receptor asimile o haga suyo. Además, el emisor intenta representar algo con un conjunto de signos, que son convencionales a los demás, para que haya efectivamente coincidencia.

#### 2.3.1.1. Experiencias o Marco de Referencia del emisor.

La capacidad del emisor para entenderse con los demás comienza en la interdependencia que hay entre él, el mensaje, las condiciones sociales y el receptor. Sea cual sea el lugar en el que nos comunicamos con los demás, inevitablemente generamos y distribuimos datos sobre nosotros y sobre aquello de lo cual hablamos o escribimos. Así, el comunicador de un mensaje es siempre una parte de nuestra comprensión. Ahora bien, podemos comunicarnos con otros en la medida en que se tiene la capacidad de tomar en consideración lo que decimos, su relevancia, su utilidad para quien lo emite y quien lo recibe.

Sólo podemos comunicarnos y estructurar mensajes en función de nuestras experiencias, de la imagen que tenemos del mundo, de las relaciones sociales, de los valores que manejamos, de las opiniones, orientaciones y demás condiciones sociales. Esto es, como emisores y como receptores nos resulta

rá más fácil comunicarnos con los demás si entendemos y comprendemos su actuación. Y nos resultará difícil establecer una relación con otra persona que no le interese ser influida o afectar en forma similar al otro.

Para que exista la comunicación, dice Wulf Hund, —seguidor de Shannon— emisor y receptor deben disponer del mismo repertorio de señales. Esto es, que cada uno de nosotros debe poseer un marco de referencia o campo de experiencia, un repertorio de valores y conocimientos, de intenciones y de hábitos de comunicación común, que nos sean afines. Dice Wilbur Schramm al respecto:

"Piénsese (...) en la experiencia acumulada de las dos personas que tratan de comunicarse. La fuente puede cifrar, y el destino puede descifrar la comunicación solamente en función de la experiencia que cada uno ha tenido. Si nunca hemos aprendido ruso, no podemos emitir ni recibir en ese idioma. Si un miembro de una tribu africana no ha visto nunca un avión no ha oído hablar de él, sólo puede descifrar el espectáculo de un avión en función de la experiencia, cualquiera que ésta sea. El avión podrá parecerle un pájaro, y el aviador un dios transportado por alas" (13).

En el interior y exterior de nosotros existe un mundo de complejas experiencias, de acontecimientos que, al estar a nuestro alcance, sirven o son empleados para comprender -- otra serie de situaciones similares y que, por lo tanto, nos dan un equilibrio de nuestras experiencias. Este campo de conocimiento nos permite elaborar nuestro lenguaje a través de imágenes, sonidos, gesto, que al ser intercambiados por dos

personas o más, nos dan instrumentos de comunicación. El emisor, como fuente de información, es libre de elegir sus mensajes entre varias experiencias adquiridas anteriormente, -- efectúa la selección entre un conjunto de símbolos, de modo que al formar un mensaje puede elegir un grupo de palabras, una después de la otra, para formar un mensaje dado.

Continuamente reaccionamos a lo que nos rodea y al hacerlo vamos a actuar sobre el medio social: elaboramos mensajes, asignamos significados, descartamos signos, distorsionamos otros, agregamos o quitamos, ordenamos en una forma y seguimos las reglas de nuestro diario aprendizaje. Así es como todo emisor realiza la función de transmitir una serie de señales, y a través de pensar la forma de elaborar su mensaje, lo envía seleccionando un medio, hasta que llega a un receptor o un conjunto de receptores.

Aunque los individuos utilizan en su comunicación símbolos semejantes, no tienen para ellos un significado idéntico, una concepción que sea exactamente igual, puesto que la evolución de su inteligencia, continuamente se va desarrollando y mediante sus experiencias van interpretando todo lo que -- les rodea, y es así como envían nuevos mensajes y reciben -- otros en igual o distintas condiciones. Por medio de la interacción social, una persona aprende a pensar y a llevar a cabo sus funciones sociales al mismo tiempo que define la posición de los demás. El hombre al asumir determinada posición, puede salir de ella fácilmente y en lugar de informar, se convierte en informado. Ello sólo es posible cuando hay

comunicación social, cuando el hombre tiene un marco de referencia o un conjunto de experiencias que al actuar lo pueden hacer asumir una actitud con respecto a los otros y con respecto a sí mismo.

### 2.3.1.2. Actitudes e intenciones del emisor.

Como emisores, debemos saber a quiénes van dirigidos -- nuestros mensajes, así como la actitud que vamos a tomar hacia ellos. Si tenemos una imagen de alguien sabremos cómo -- comportarnos. Desde luego que es raro que exista una perfecta conjugación entre la necesidad y anhelo de la persona que recibe el mensaje y las intenciones del emisor, pero siempre se busca que haya cierto grado de reciprocidad o de complementariedad entre las necesidades y los anhelos de uno y las intenciones u objetivos del otro, si ambos buscan una eficaz comunicación. Pero, ya dijimos, no hay una completa reciprocidad e intencionalidad entre quien envía y quien recibe un mensaje. Bordenave al hablar de las imágenes que nos formamos de los demás al comunicarnos, dice:

"Al entablar relaciones con una persona desconocida, naturalmente deseamos "catalogarla" para tener una guía en la elaboración de nuestra aproximación a ella, -- en la producción de nuestros primeros -- mensajes. Esta catalogación la hacemos -- apelando a grandes estereotipos culturales (rico, pobre, empleado, profesional, liberal, negro, judío, campesino, etc.). De modo que, por lo menos inicialmente, el diálogo entre las personas se efectúa, no entre lo que ellas son, sino entre -- las imágenes que cada uno se forma del -- otro" (14).

En cambio, cuando se logra una real identificación entre quien envía y quien recibe un mensaje es posible hablar de una plena libertad y mutua comprensión. Cuando las transacciones comunicacionales se hacen entre personas conocidas, personas con antecedentes similares; en los casos donde los temas de conversación versen sobre amor, negocios o ciencia, es importante para los interlocutores conocer al otro lo bastante bien como para darse cuenta de lo que cada uno está teniendo o no en cuenta. Esto es de importancia crucial.

¿Cuántas ocasiones hemos pensado que estamos dando una buena impresión de nuestra persona, para más tarde enterarnos de que no es así? Habitualmente un profesor se equivoca al no buscar la imagen propia del alumno e irse por el de la disciplina; en cambio el alumno presta más atención al profesor y no a la disciplina. Hay tanto factores que influyen en la imagen del otro que si reflexionamos un poco, vamos a encontrar que el estilo de la ropa, las posturas del cuerpo, el tono de voz, la dicción, el pelo, la distancia social, la mirada, etc., son factores asociados a la imagen de los interlocutores. Afirman Hybels y Weaver II:

"Los receptores tienden a emitir juicios sobre la personalidad del comunicador basándose en su voz, especialmente en la ausencia de otras sugerencias no verbales. Estos juicios pueden resultar erróneos. En las conversaciones telefónicas con extraños, por ejemplo, nuestros juicios con respecto a dicha persona tienden a reflejar estereotipos sexuales. La voz suave, acariciante de una mujer es interpretada como erótica, mientras que un hombre que hable con un tono de voz -



agudo es considerado como un afeminado. ¿Qué sorpresa nos llevamos cuando ella - carece de atractivos y él es un tipo musculoso y varonil. Es muy arriesgado juzgar la personalidad de otra persona teniendo en cuenta tan sólo las características de su voz" (15).

La identidad que se va teniendo de quienes nos rodean - tiene mucho significado. Desde nuestra propia similitud, hasta la identidad con instituciones, centros escolares y personas allegadas o alejadas a nosotros. Los estudiantes, por -- ejemplo, transfieren inconscientemente en sus profesores los sentimientos que tienen hacia sus padres y los llegan a considerar como sus padres. Por eso las actitudes que desarrollamos como emisores tienen una importancia muy señalada en la naturaleza del proceso de la comunicación. Pues cuando -- mostramos estabilidad emocional, o una autoestimación elevada, tendemos a mostrar menos ansiedad y hostilidad, y por lo tanto más tolerancia, además se da una mayor espontaneidad y somos capaces de expresar sentimientos de simpatía, preocupación y afecto. Y por el contrario, cuando carecemos de interés hacia los demás y hacia nosotros mismos, tendemos a comunicarnos de manera desorganizada, ineficaz e incongruentemente.

Desde luego que la identidad o actitud positiva va ligada a las posibilidades de incrementar los lazos de comprensión, de anhelo de quien recibe o las intenciones de quien - envía un mensaje. El carácter intencional o instrumental del emisor, al enviar sus mensajes, produce consecuencias en las

personas que intervienen en el proceso, y la efectividad se da en cuanto el emisor toma en cuenta el conocimiento del receptor, así como por las actitudes y orientaciones que se emplean y por el uso de las técnicas adecuadas.

Cuando una persona intenta utilizar el poder de la palabra hablada o escrita para influir o afectar a otro, está jugando el papel de emisor intencional. Pues quien transmite un mensaje lo hace para preguntar, responder, informar, pedir información, enseñar, alabar, quejarse, demostrar algo, divertir, despertar o satisfacer curiosidad, llamar o distraer la atención, aceptar, negar, predecir, preocupar, en fin, una serie larga de propósitos. Si la aspiración principal es influir sobre el otro, habrá que tomar en consideración las apreciaciones de Lee Thayer cuando afirma:

"...el propósito de influir en el sistema de comprensión de otra persona, es, en cierta medida, alterar sus opiniones, interpretaciones, valores, orientaciones, etc., en determinada forma (es decir en la dirección del estado de cosas pretendido por el emisor). En cuanto a la conducta subsiguiente del receptor, la influencia sobre su sistema de comprensión es, por lo tanto, relativamente ambiguo. El efecto final será la modificación o explotación de la capacidad de valores del receptor, o sus prioridades en la percepción y adaptación de sus problemas" (16).

En la medida que se tiene más poder sobre quien se desea infuir o ejercer la acción de autoridad, mayor es la influencia o el impacto de afecto que ejerce una persona sobre otra. Puede entenderse a la autoridad no como elemento impo-

sitivo, sino como elemento de influencia natural, de credibilidad, de prestigio social o sencillamente de carisma o imán. Desde luego que la meta de todo emisor es influir o ser influido por el entorno social, de tal forma que las relaciones con los demás y consigo mismo tengan objetivos concretos en la relación humana. Dice Schachter que la "comunicación es el mecanismo a través del cual se ejerce el poder" (17), y tiene razón, puesto que al querer uno influir sobre el otro está uno tomando una posición dentro del sistema de papeles que se viven en la sociedad. Y más específicamente el poder es una propiedad del proceso situacional y de relaciones particulares.

Todo lo que comunicamos lleva una intención pues lo que carece de intencionalidad no es mensaje, así el emisor no está pensando en que determinados mensajes sean consumidos por los receptores a los que se dirige. El emisor llega a pensar de una manera determinada al enviar su información y quien la recibe le da otra interpretación. Habría que clasificar también las intenciones por la situación en que se encuentre el emisor, pues no es lo mismo una comunicación interpersonal, cara a cara, que cuando se utiliza el sistema televisivo. En el primer caso la influencia es más directa que en el segundo. En cambio Juan Díaz Bordenave analiza la influencia o intención de otra manera:

"Las posibles intenciones de una persona al entrar al acto de comunicar pueden -- ser analizadas desde dos puntos de vista:  
1. en términos de los efectos especffi--

cos deseados sobre el comportamiento del interlocutor y 2. en términos del relacionamiento existente o a existir, entre los dos interlocutores" (18).

### 2.3.1.3. Influencia del emisor.

A la influencia que ejerce uno sobre otra persona también se le conoce como persuasión, pues es una forma de transmitir información con la que se pretende producir cambios en las actitudes o en las conductas del otro. La persuasión es un acto común de todas las situaciones de comunicación interpersonal, de grupo o a través de medios de comunicación social. En todas estas situaciones, o niveles, existe la necesidad de modificar o influir en el pensamiento, actitud o conducta de los demás. Aristóteles, tres siglos antes de la era moderna, ya aplicaba el término de persuasión en su famosa obra La retórica, para explicar las funciones que cumplía un líder político o religioso y consideraba tres condiciones o factores:

1. La personalidad o el ser del orador.
2. Transmisión de determinados estados de ánimo.
3. La demostración clara de la autenticidad de lo que se dice.

La persuasión no se da únicamente en el emisor, como lo consideró Aristóteles, sino también en el receptor. La capacidad de ser persuadido redundará en provecho del comunicador al lograr mayores fines en los objetivos que se trazó; - el influir o persuadir a través de la práctica. Para no caer en confusiones, habrá, desde este momento, que diferenciar -

el carácter de influir sobre el de persuadir. Lee Thayer sintetiza adecuadamente la respuesta a esta duda, veamos:

"Popularmente hablando, suele considerarse la 'persuasión' como el proceso de -- afectar el pensamiento o la conducta (actitud) del receptor, de un modo que se supone redundará en beneficio del emisor y, al mismo tiempo, probablemente, en -- perjuicio del receptor. La 'influencia', en cambio, suele definirse como un intento de mayor alcance para afectar al receptor o receptores de un modo supuestamente más favorable a sus intereses (o, cuando menos, no contrario a ellos). También parece entenderse la persuasión como algo más abierto, más manifiesto o intencional (caso de la propaganda), mientras que se suele pensar que la influencia es algo oculto, en ocasiones no intencional y, característicamente, más indirecto. Por ejemplo, diremos de un individuo que está influido (pero no persuadido) por el clima cultural en que se crió. Se considera que la persuasión tiene unos objetivos psicológicos o de conducta bastante concretos, en tanto que se asocia la influencia con unos fines más amplios, más generales o menos concretos. Por último, suele considerarse la influencia como interpersonal, pero, tratándose de masas, es más corriente -- utilizar el término 'persuasión' (19).

Los comunicadores procuran influir siempre sobre las actitudes, los sentimientos y los actos de los demás. Influir es también el impacto o efecto que ejerce un emisor sobre un receptor, en consideración al poder o la autoridad que pueda ejercer el primero sobre el segundo. En las mismas condiciones que el poder y la autoridad ejercen una influencia determinada sobre algunas personas, así el grado de credibilidad se extiende en función de la imagen que refleja el comunicador, sea una persona, una institución o un medio de comunica

ción colectiva; las impresiones pueden ser desde buenas, moderadas o de muy escasa credibilidad.

En otras ocasiones la capacidad de un interlocutor emisor llega incluso a comprender la posición que juega el interlocutor receptor —a nivel de imaginación—, se identifica con su carácter, lo que lleva a crear un alto grado de empatía, que contribuye a facilitar el significado e igualarlo —de tal manera que se crea el mecanismo psicológico denominado isomorfismo (igual forma del significado entre el emisor y receptor). La satisfacción que adquiere el comunicador, al hacerse entender adecuadamente con las otras personas, nos permite observar, en la mayoría de las ocasiones, un equilibrio emocional, de identificación, de canalizar adecuadamente las actitudes de sí mismo y de los demás. Dice Melvin de Fleur:

"...un sistema teórico apto para lograr el isomorfismo de significados entre individuos que participan en el acto comunicativo, es decir, para 'coordinar significados' entre el 'comunicado' y la audiencia. El primer componente general del sistema es una fente. La función de la fuente es dar al 'significado' forma de 'mensaje'. Es decir, seleccionar los símbolos significativos apropiados (mensajes) que expresen las respuestas internas (significados) que el 'comunicador' desea presentar a su auditorio. La transformación del significado en mensaje toma al primero externamente disponible en forma de símbolos significativos" (20).

Para comprender realmente un comportamiento concreto o significado de los componentes del proceso, se debe conocer toda la historia de los individuos. Pero es imposible compren

der completamente a otro ser humano y ningún individuo se -- comprenderá nunca a sí mismo. No obstante, la comprensión de uno mismo y la comprensión de los demás, son procesos estrechamente emparentados. Para realizar uno de ellos, hay que comenzar por el otro, y viceversa.

En resumen, cuando uno se posesiona del papel de emisor debe tomar en cuenta las siguientes condiciones:

1. Tener una experiencia previa (información), pues nadie puede hablar de lo que no sabe, de algo que no conoce o para lo que no tiene capacidad (marco de referencia o experiencia acumulada).

2. Saber a quiénes van dirigidos los mensajes y, por lo tanto, tomar una actitud determinada cuando conocemos la dirección de nuestras intenciones. Cuando tenemos una imagen del otro y tomamos una posición a partir del poder o imagen que proyectamos.

3. Tener una intención o un propósito al enviar los mensajes, es decir, que influyan, persuadan o afecten a los demás. En esa misma circunstancia, que haya una satisfacción para quien envía la información.

4. Tener libertad de elegir los mensajes para ser más eficaz. Saber interpretar adecuadamente lo que se pretende enviar; seleccionar lo enviado y lo recibido para incrementar la credibilidad de los demás y ver si hay aceptación o rechazo. Hay mayor efectividad cuando se logra una empatía, una reciprocidad o interacción. Eliminar las barreras u obs-

táculos que limiten la capacidad de comunicación a fin de -- que sean mejor interpretados. Esto le dará al receptor una -- mayor gratificación y al emisor una gran satisfacción.

5. Por lo regular siempre buscamos un control de comuni-- cación que nos permita tener mayor efectividad en la rela-- ción que establecemos con los demás y no tomamos en cuenta:

- a) Que no existe una comunicación perfecta.
- b) Que nuestras intenciones comunicativas respecto a -- los demás nunca se logran por completo.
- c) Por consiguiente, nuestros encuentros comunicativos -- nunca deben medirse por el grado de perfección, sino por el de errores mínimos o por los menores grados -- de dificultad al comunicarnos con los demás.
- d) La efectividad de nuestras comunicaciones la conse-- guimos mediante la práctica y no a través del estu-- dio y la acumulación de "recetas" para el éxito, y
- e) La "práctica" de la comunicación sólo persigue el in-- crementar nuestra efectividad como emisores y ésto -- será posible en la medida en que intentemos comuni-- carnos con los demás o recibir las respuestas en re-- lación con un fin concreto.

### 2.3.2. Receptor.

El receptor es la persona, personas o auditorio que to-- ma los signos o información que le transmite el emisor. Es -- el ser que al recibir un mensaje busca estar informado, re-- chaza o toma parcialmente su contenido, interpreta, -- lo descifra, en fin, lo comprende, pero no de manera pasiva\_



e incondicional. El receptor no es un depósito de información pues siempre se relaciona con su práctica social; es un ser que evalúa los datos, códigos, selecciona y discrimina. Es aquel polo del proceso de la comunicación que lleva hacia sí todos aquellos códigos que le interesan. La capacidad para ser receptor es igualmente relevante a nivel de competencia personal o profesional como lo es la de comunicarse con otros, posiblemente, aún más.

El receptor busca información y lo que capta no siempre es un mensaje elaborado para él por un emisor. De ahí que el receptor no es un ser pasivo que acate todo lo que se le ocurre enviar al emisor. La función del receptor es la de recibir la información o signos del mensaje que le son enviados y al comprenderlos los estará descifrando. Los entiende en forma simple o compleja; puede y debe interrelacionar esta información con otras experiencias que ya ha adquirido. Además, puede dar una respuesta inmediata o demorada, todo depende de las distinciones que haga al procesar la información.

En el caso de la comunicación masiva o colectiva, el auditorio puede ser el conjunto de lectores de un periódico. Es un público que ha seleccionado determinado canal de comunicación, el cual le va a permitir estar al tanto de algunas noticias que suceden a su alrededor. En este caso, la actitud e identificación de los individuos que actúan como público lectores tendrán un sentido contrario al que se puede dar

en una comunicación interpersonal, cara a cara.

Como ya se planteó cuando abordamos las características del modelo básico, no hay punto terminal dentro del proceso, ni la intención al recibir un mensaje será la misma en todo momento, sino que conforme transcurre el tiempo, y se adquieren nuevas experiencias, en esa medida van cambiando los propósitos de quien recibe el mensaje e indudablemente de quien lo ha enviado. Por ejemplo, en el momento de iniciar la elaboración de estos cuadernos, mi propósito era reproducir tal cual los distintos textos contenidos ya en la Antología que se utiliza en el Colegio de Ciencias y Humanidades, pero ahora estas inquietudes se han modificado y presento algo distinto, algo que viene a resumir, a sintetizar y, principalmente, a aclarar los conceptos de lo que es la comunicación y cómo se puede estudiar a nivel de enseñanza media superior. Esta experiencia como receptor ha permitido aclarar el objetivo de mi trabajo y ha enriquecido mis planteamientos como emisor.

#### 2.3.2.1. Experiencias o marco de referencia del receptor.

Al igual que el emisor, el receptor también necesita de una experiencia previa para entender lo que se le envía; su campo de experiencia le va a permitir comprender mejor en la medida que este repertorio de información sea similar al del otro polo de la comunicación. No podemos comunicarnos con la persona cuya capacidad de comprender está fuera de nuestra realidad. Aunque hay casos en los cuales una comunicación se

comprende pero no se actúa; no se inicia la conducta propuesta por quien emite los mensajes. Afirma Lee Thayer al respecto:

"...Un receptor podrá entender la intención del emisor, pero si prevé una inutilidad o consecuencias negativas (para sí), caso de comportarse como si hubiera entendido, quizá reaccione "desentendiendo" (o con cualquier otro mecanismo inconsciente que le permita "salir del paso"). Es decir, cuando un receptor estima sus expectativas en cuanto a las consecuencias (para él) de reaccionar ante el mensaje del emisor, tal como éste pretende, el resultado es que sus expectativas se convierten en un factor clave de la efectividad del esfuerzo realizado para influirle" (21).

Toda experiencia que adquiere el receptor en relación con el emisor, le permite clasificar y caracterizar la personalidad del comunicador, puesto que cada ser humano tiene formas típicas de pensar y hábitos, comportamientos y creencias que le dan una imagen y, en ocasiones, una identidad clara. Cada persona organiza su pensamiento con base en determinados estereotipos que le sirven para comprender al mundo de una forma simple y formar sus procesos de percepción de una serie de juicios y observaciones.

La función del receptor es, en gran medida, la de recibir la información y seleccionarla de acuerdo a su marco de referencia. El receptor en muchas ocasiones reduce su ingreso de información a un mínimo, dependiendo de la carga de datos recibidos, del grado de diversidad en la información o de la oportunidad con que se registre en los órganos de los sentidos. Existe por ello un sistema de procesamiento de in-

formación en los individuos que van a recibir o percibir --- aquello que otra persona ha seleccionado previamente.

La capacidad del receptor para comprender satisfactoriamente un mensaje del emisor, y su capacidad o voluntad para realizar lo que el emisor quiere obtener, tiene su diferencia en el valor del significado. Un receptor puede leer y entender por completo una carta donde le piden que haga algo - en concreto, pero sucede con frecuencia que no lo puede hacer en el momento oportuno por razones que no se relacionancon los argumentos de la carta o con quien envió el comunicado. Los resultados no se pueden evaluar a la ligera, puestoque el intento del emisor se consiguió parcialmente, pero no necesariamente se le puede considerar a este acto un fracaso en la comunicación. Y esto sucede continuamente, cuando se pierde de vista los campos de experiencia, las intenciones y actitudes de ambos elementos de la comunicación emisor y receptor.

Cuando el marco de referencia es amplio, cuando está em papado de conocimientos y experiencias en una área determinada, el papel del receptor resultará desde indiferente, hasta insatisfactorio y redundante y por lo tanto, las actitudes e intenciones del emisor se verán frustradas. Por eso es conve niente saber cuáles son los conocimientos del emisor o del receptor.

#### 2.3.2.2. Actitudes e intenciones del receptor.

Siempre hay necesidad de valorar las actitudes que toma

un receptor para saber si un acto comunicacional es efectivo o es frustrado. La comunicación tendrá un resultado adecuado para quien recibe la información a partir de que conozca las intenciones del comunicador, tal como lo plantea Thayer:

"...Deseo (o necesito) incidir en X de - forma tal (o, por contra, deseo -o necesito- ser influido por X de manera tal). En cambio las expectativas comunicativas son así: "Dadas las intenciones del otro, si hago esto o aquello (o me comporto comunicativamente de tal forma) las consecuencias para mí (para él o para nosotros) serán Z". O visto desde la perspectiva del receptor: "Dadas las intenciones del otro, si le comprendo o reacciono de tal o cual forma, las consecuencias para mí (o para él, o para nosotros), probablemente sean Z".

"De forma característica, las personas - toman en consideración tanto lo que perciben que son las intenciones del emisor (del receptor) respecto al encuentro, como sus propias concepciones y las suyas en cuanto a las expectativas del otro en relación con las consecuencias, si se -- produce una u otra de dichas alternativas. En otras palabras, asumimos las intenciones y las expectativas del otro -- (al igual que las percibimos), y tomamos en consideración las consecuencias anticipadas para cada uno de nosotros que dependen de la acción que podemos ejercer o de la reacción que podemos tener" (22).

Se notará que el receptor siempre tiene en cuenta las intenciones del emisor. Pero al mismo tiempo, hay una conjugación entre los anhelos comunicativos del receptor y las intenciones del emisor. Hay personas receptores con actitudes negativas respecto a ellas mismas y tienden a elaborar activamente un significado negativo de las acciones de sí mismos y de los demás.

Hay infinidad de formas de analizar las intenciones del

emisor, lo que dice y cómo lo dice, pero la conducta del receptor debe basarse en cómo interpreta lo que dicen, y no en cómo el emisor o cualquier individuo juzga dicha manifestación o evento. Los receptores llegan a formular interpretaciones del silencio del otro, de los comentarios o de las acciones no intencionales del comunicador y aun de aquellas condiciones que se le atribuyen ilógicamente al comportamiento del otro (e incluso a la falta de comportamiento). En otros términos, un emisor que formula directamente -con una intención dada, a un receptor previsto- una serie de manifestaciones, no realiza necesariamente un hecho de comunicación; pero, cuando un receptor percibe que algo está sucediendo en su interior o en su exterior y elabora un mensaje comunicativo, es suficiente para decir que se trata de un hecho comunicativo (nivel intrapersonal). En el caso que este hecho incluya un emisor que intenta influir en el receptor, comunicativamente podemos decir que existe un emisor, pero si no es así, lo que acontece es que un receptor recibe mensajes de algo que él toma en consideración. O sea, un emisor, como tal, puede o no ser elemento de un hecho comunicativo, cuando el mensaje es producto de la reflexión y de lo que haya provocado esa reflexión, aun que no sea necesariamente otro individuo.

En la medida que el hombre produce información y la registra en libros, transparencias, cintas magnetofónicas e in finidad de medios soportes, extiende su grado de almacena---

miento de información como receptor y, de acuerdo con sus necesidades y grado de percepción, incrementa su campo de experiencia. Hund dice, además:

"El hombre puede inferir nuevas informaciones a partir de otras que ya posee. - En el manejo de las informaciones el hombre tiene un número relativamente elevado de grados de libertad. Puede cifrar - informaciones, ocultarlas, denegarlas, - falsearlas, etc. Su comportamiento respecto a la información no es en manera alguna una simple relación estímulo respuesta..." (23).

Como receptores, todo lo que percibimos y comprendemos está en nosotros puesto que no podemos explicarnos toda la realidad, menos simplificarla en fórmulas o modelos, así un simple mensaje es la síntesis de nosotros, es la significación que somos capaces de dar.

#### 2.3.2.3. Factor de selectividad del receptor.

La percepción de lo que nos rodea requiere de un largo proceso de aprendizaje, es producto de nuestra experiencia cotidiana. La función del receptor es la de interpretar el significado del mensaje. No es verdad que sólo vemos lo que deseamos ver u oír como receptores, sino que vemos y oímos únicamente una parte de lo que hemos aprendido y casi nada de aquello de lo cual no poseemos la capacidad necesaria o apropiada. No comprendemos nada del mundo que no sea una parte de nosotros mismos. A este proceso le podemos denominar selectividad a partir de nuestras experiencias. David Mortensen nos da un ejemplo:

"Muéstrese en un filme acerca de cinturones de seguridad los detalles macabros de tres accidentes automovilísticos y -- ¡listo!- ya tenemos un mensaje que despierta un grado elevado de miedo: no se muestren detalles y un solo accidente, y no resulta más que un tibio temor" (24).

Al seleccionar mensajes de acuerdo a las experiencias de los receptores, o de toda persona que se expone a los mensajes, habrá una gratificación. Así como en el emisor hubo una satisfacción de necesidades al ser comprendido, así, a partir de las ofertas que se le muestran a quien recibe los mensajes, habrá una gratificación.

El receptor en muchas ocasiones reduce su ingreso de información a un mínimo; ello depende de la carga de datos recibida, del grado de diversidad de información o de la oportunidad con que se registre la información en los órganos de los sentidos. Existe por ello un sistema de procesamiento de información en los individuos que van a recibir o percibir aquello que otra persona ha seleccionado previamente y se le denomina factor de selectividad. Por ejemplo, los estudiantes escuchan más o menos atentamente las clases que resultan en ocasiones aburridas, pero siempre con la esperanza de que las siguientes clases sean mejores, que el profesor las explique con mayor grado de comprensión. Situaciones como ésta las podemos simplificar de la siguiente manera:

$$\text{Probabilidad de atención} = \frac{\text{Expectativa de recompensa}}{\text{Esfuerzo necesario o anticipado}}$$

De lo anterior tenemos que si la atención es consciente, podríamos suponer que hay un alto grado de probabilidad de -



atención, pero que dicha atención siempre requiere de una recompensa que reditúe un beneficio para atender y comprender el mensaje. El receptor prestará atención a aquellos hechos internos o externos que sirvan a sus necesidades. Las personas prestan atención a todo aquello que les simpatice o les sea afín y pondrán menor atención a lo que no responda a sus intereses inmediatos. O sencillamente, prestan atención a --aquello que les inquieta o que conociéndolo desean profundizar en ello.

Ya hemos considerado que la percepción es una actividad selectiva, pero que no se puede resumir en un concepto toda la experiencia que adquiere quien recibe información, menos reducir al hombre a un nivel de mera pasividad o acto de obediencia, sino que hay una actividad recíproca de los procedimientos que dan razón al hecho y que critican ese hacer a --través del procesamiento humano de información, dependiendo de los niveles de pensamiento.

El procesamiento de la información involucra una serie de funciones físicas y psicológicas que resulta complejo interrelacionar, que caen dentro de diversas fases de la actividad conocida como descodificadora y codificadora. Estas incluyen todas las actividades sensoriales del organismo humano y permiten transformar dicha información. Codificar y descodificar son procesos interdependientes más que independientes, puesto que al darse la continuidad la secuencia del proceso de comunicación hace ver que no donde comienza una acti

vidad termina la otra, sino que es difícil especificar cuándo se genera cada uno de estos procesos.

Las reglas del pensamiento cambian en el acto mismo al aplicar la acción de un mensaje; el hombre no sólo reacciona a su medio, sino también sobre él mismo o, más específicamente, interacciona con el medio de manera particular o singular. Los mensajes son captados de distinta manera, independientemente del nivel intrapersonal o grupal en que son captados. Dice Mortensen al referirse a un ejemplo de comunicación masiva:

"Lo mismo es aplicable a los anuncios comerciales de la televisión. La tendencia hacia anuncios más cortos originan en -- parte la capacidad de los televidentes -- para "captar el mensaje" en lapsos más -- breves. Muchos televidentes incluso llegan ya a mostrar interés por aquellos -- anuncios en que las escenas transcurren -- con intervalos de menos de un segundo" -- (25).

Todo mensaje posee un contenido únicamente en la medida en que estamos de acuerdo con él; lo que para unos puede tener un significado, para otros puede no tenerlo. Nunca sucede que dos personas interpreten exactamente de la misma manera un mismo acontecimiento o declaración. El hecho de que -- nos comuniquemos satisfactoriamente se funda en nuestra voluntad para descartar las diferencias existentes entre lo -- que para que el emisor significa su expresión y lo que quiere decir para el receptor. Esta condición también tiene que ver con el grado de selectividad y atención que le pongamos a los mensajes.

Después de todo las actitudes o predisposiciones para responder de manera específica y consciente a las sugerencias de los mensajes, la capacidad de captar un juicio de manera positiva o negativa, permiten a cada receptor responder a las características del medio utilizado por el emisor y a la importancia que demuestra.

En la medida que un receptor anhela comprender lo que le será enviado por cualquier emisor a su alcance, facilita la comunicación adecuada. Cuando el receptor toma en consideración al otro (y siente ese anhelo) se produce la intercomunicación propuesta, pero, por el contrario, cuando no hay condiciones para comunicarse, se presentan las barreras y obstáculos que provocan frustraciones e impotencia en el receptor y en quien envía los mensajes.

En síntesis, cuando uno se posesiona del papel de receptor debe tomar en cuenta las siguientes condiciones:

1. Tener una experiencia previa que permita entender lo que recibimos de los demás e incrementar nuestro saber (marco de referencia o campo de experiencia).

2. Identificar a quien envía mensajes para así tomar una actitud, sea de aceptación o de rechazo. Aquí la imagen del otro y de nosotros como receptores juega un papel importante dentro del proceso.

3. La capacidad para encuadrar una determinada imagen visual o sonora nos permite seleccionar continuamente nuestros mensajes, ponerle mayor atención a unos detalles, o dis

criminar consciente o inconscientemente algunos rasgos.

4. La interpretación del mensaje a partir del significado que le damos como receptores, hará efectiva o no la comunicación. Pero siempre debemos tener en cuenta que en el receptor está la interpretación, la intención y el significado del mensaje.

5. Gracias a la identificación con el emisor, con las actitudes que tengamos y con la selección del mensaje, podemos lograr una gratificación para nuestros propósitos comunicacionales como receptores.

6. En la medida que seamos capaces de aceptar o rechazar las barreras físicas (principalmente ruidos) y psicológicas (falsas imágenes, abstraernos en otros asuntos) que interfieren en nuestras relaciones comunicacionales, lograremos una mayor fidelidad, una mejor eficacia en nuestro papel como receptores.

7. Así como el emisor busca regular sus controles comunicacionales, el receptor también debe tomar en cuenta que:

a) Las exigencias comunicativas del receptor complementan las intenciones del emisor (y viceversa), o sea, la aptitud de ambos es requerida mínimamente para aportarles satisfacciones.

b) Las necesidades del receptor son incompatibles con las intenciones del emisor, en un grado y forma tal que el éxito es imposible. En otros términos, las aptitudes comunicativas de ambos, óptimamente aplicadas, no llegan a ser las

deseadas o requeridas. Y

c) Para que la comunicación requerida y/o propuesta ocurra, depende esencialmente de uno o de ambos interlocutores.

### 2.3.3. Mensaje.

El mensaje, tercer elemento básico del proceso de la comunicación humana, está integrado por una serie de sistemas de signos o códigos denominada lenguajes. Definimos el mensaje como la unidad básica de la comunicación que desglosa el contenido de la información mediante datos, signos o estímulos, según sea comprendido. Todo lo que rodea al individuo es mensaje en la medida que él, como emisor o receptor, lo considere así.

Para que las personas se comuniquen entre sí, deben contar con un conjunto común de signos y con un amplio campo de relaciones de esos signos. Un signo es una señal que representa algo en la experiencia de los individuos. Gracias a los mensajes recibidos, cada individuo vive la experiencia de otros.

El significado del mensaje o signo está en quien envía y en quien recibe la información. El mensaje no tiene otra función que la de significar algo para alguien. Todo mensaje está, por ello, constituido por una estructura o cadena de elementos que sigue una serie de reglas o códigos en su elaboración para ser interpretada.

El mensaje también ha sido definido, por Jaime Goded, como "la unidad que sirve para conservar en el tiempo y ----

transportar (sic) en el espacio una comunicación. El mensaje es tanto la idea transmitida como el medio visual o sonoro que sirve de soporte a la idea" (26).

"Es el producto físico verdadero del emisor-encodificador" (27).

"Es una selección ordenada de símbolos que persiguen comunicar información" (28).

"Es la unidad que desglosa el contenido de una información o de un espectáculo" (29).

"El que une al emisor y al receptor, suponiendo que uno y otro poseen el código que permite, respectivamente, codificar y descodificar" (30).

"Es el soporte físico o psicológico de la transmisión, como una secuencia de elementos tomados de un repertorio de signos por el emisor, quien los reúne conforme a ciertas leyes inherentes al mensaje que debe transmitirse al receptor" (31).

"Es la información que es percibida y a la que los receptores le dan un significado (pero podría ser también la fuente)" (32).

"Es el impulso amorfo del emisor al estructurarse mediante un código o lenguaje común" (33).

"Es simplemente una señal que contiene un significado para el transmisor y que contiene para el receptor cualquier significado que él puede leer en la señal" (34).

"La originalidad de los mensajes estriba en que no tienen - aparentemente otras funciones que el significar alguna cosa" (35).

"Es el estímulo que la fuente transmite al receptor. Es precisamente aquéllo de lo que se trata el acto de comunicac--- ción, es la idea que se comunica" (36).

Como observamos, las distintas definiciones de lo que es un mensaje parcializan una experiencia del proceso de la comunicación, por lo que es necesario anotar algunas otras características del mensaje, que nos llevarán a comprenderlo mejor.

La organización de los mensajes está determinada por - la práctica de quien la elabora y de los rasgos sintácticos de cada letra, de las palabras y de las oraciones utilizadas como unidades amplias del pensamiento. Considérese, por ejemplo, el caso de las presentes líneas donde las letras y los grupos de palabras están concentradas en secuencia, que se leen de izquierda a derecha, de arriba hacia abajo, y -- que presentan una serie de reglas que rigen la separación - de las cláusulas, en oraciones y en párrafos. Este orden -- también se sigue en el lenguaje hablado, en el que, para po der entendernos, no podemos ni debemos acumular las pala--- bras en un sólo momento, sino seguir un orden gramatical. - En el caso del lenguaje no verbal, al comunicarnos con los demás podemos exteriorizar gestos que no tengan que ver con lo que deseamos expresar, con lo que queremos dar a enten--

der.

Una de las principales preocupaciones del hombre consiste en aumentar el impacto, la diversidad y la inteligibilidad de sus mensajes, a la vez que mejorar su capacidad de interpretarlos y descifrarlos correctamente. En estas circunstancias, siempre se desea que los mensajes sean comprensibles para el receptor, aunque no podamos (o pensemos que no debemos) expresarle nuestros significados en forma totalmente "clara". Pero desde luego que siempre se buscará la manera de llegar a los demás sea utilizando signos verbales o no verbales, códigos sonoros o visuales, o ambos a la vez.

A niveles de comunicación colectiva, tenemos que las noticias comprendidas como malas noticias, no son sinónimos de la información, sino que son apenas una parte de ella. - "El que transmite noticias examina los acontecimientos y trabaja con los aspectos más adecuados a su función; selecciona, discrimina y elige aquellos hechos que a su juicio corresponden más al concepto de noticia. El resto de la realidad, la que se supone conocida o carece de espectacularidad, sirve en el mejor de los casos como contexto, y en ocasiones simplemente no es tomado en cuenta: como si no existiera; como si lo único real fuese lo adverso" (37).

En todo mensaje debemos considerar el contenido, que se refiere a lo que se quiere decir sobre un hecho y también a la relación de quien envía y quien recibe dicho mensaje, así como su interrelación. Además, el mensaje es la -



unidad que fundamenta toda respuesta, reacción, conducta o efecto que se perciba en la comunicación.

La convención y la organización de las experiencias -- sentidas física o psicológicamente por nuestro organismo, -- las convertimos en mensajes, los cuales van a llenar parte de nuestras inquietudes como comunicadores o receptores. -- Por así decirlo, los mensajes son la secuencia, la conexión o la vinculación entre dos puntos en el espacio y en el --- tiempo cuando se comunican más de dos interlocutores. Y para que la comunicación se dé, hay que tomar el hecho en el lugar y en el momento que suceda.

La efectividad del mensaje no radica siempre en los -- efectos posteriores. Pueden darse muchos factores que estén fuera del control del emisor y del receptor y que hagan del significado algo distinto a lo que ellos esperaban. En muchas ocasiones sucede que la no adecuada interpretación del significado de los mensajes trae problemas diplomáticos de nivel mundial y que llegan a suscitar resultados como los -- que describe Jagjit Singh:

"Un ejemplo clásico de esta falta de en tendimiento provocadora de desastres lo vemos en el libro Power of words (El poder de las palabras), de Stuart Chase. Debido a la confusión en la traducción de una sola palabra (mokusatsu que significa ignorar, por una parte y 'reservarse el comentario') en la contestación de los japoneses al ultimátum de Postdam de los aliados en julio de 1945 se entendió que el gobierno japonés había ignorado el ultimátum, cuando la intención real era decir que se reserva--

ban el comentario sobre él. Todos sabemos las horribles consecuencias, tales como las catástrofes de Hiroshima y Nagasaki que derivaban de ello. De igual forma, algunos de los malentendidos actuales con los chinos pueden deberse, al menos en parte, a las diferencias entre los idiomas occidentales y chino" (38).

### 2.3.3.1. Clasificación de los mensajes.

Las muecas, gestos, gritos, la danza, el canto, las primeras formas de escribir, las pinturas rupestres y actuales (entre otros), son mensajes que Jean Cloutier, por ejemplo, tiende a sintetizar en audios, en escritos y en visuales; o bien pueden ser táctiles y de equilibrio.

Abraham Moles clasifica desde un enfoque lingüístico - estructural, los mensajes visuales en signos escritos (de acuerdo al orden del alfabeto) y en signos isomorfos o icónicos, o sea, todas las imágenes fijas o animadas que percibe el ojo humano. Esto no significa que debe ser descalificada la clasificación, sino que es una herramienta del pensamiento que ayuda aclarar más la realidad que percibe el ser pensante.

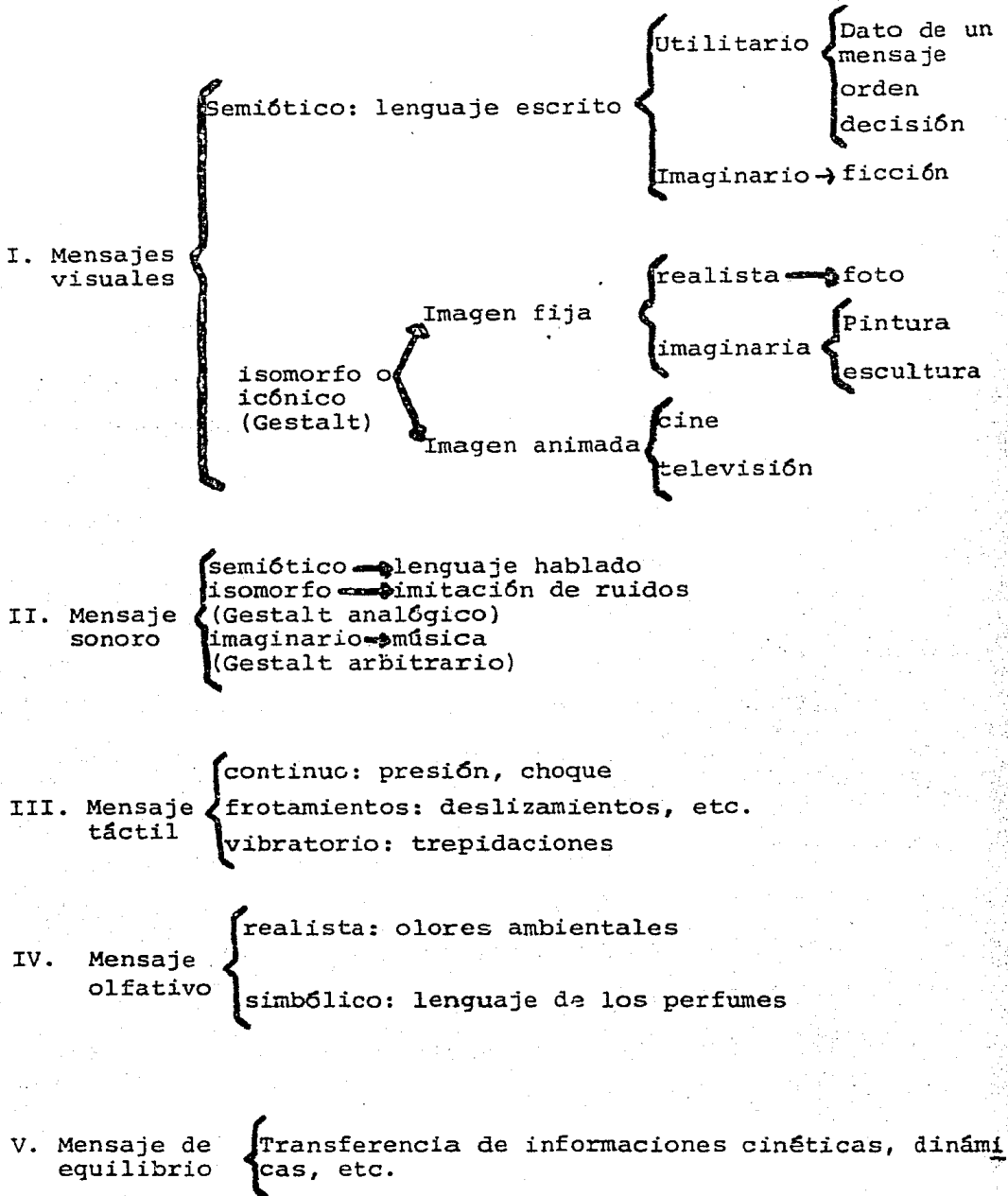
A partir de que comprendamos que la semiología o semiótica es la ciencia que estudia los sistemas de signos en el seno de la vida social, veremos que los mensajes, conjunto o sistema de signos, representan imágenes significativas o lenguajes relacionados con la práctica y la inteligencia -- que poseemos y sentimos. Y no nada más lo visto, sino también lo oído representan imágenes sonoras. También el con--

tacto con otras personas, u objetos, representan mensajes - táctiles. El gusto y el olfato, también perciben infinidad de signos significativos y los movimientos corporales (cinésica o kinésica), denominados lenguajes no verbales, incrementan aún más el acervo de mensajes posibles para los individuos que se comunican.

Los mensajes visuales, agrupados en signos lineales, - unos tras otros, siguen un sentido; como el caso de la lectura de textos que siguen las líneas marcadas. Pero esa linealidad se pierde en el sistema isomórfico, pues ahí las imágenes se presentan en forma global, de manera instantánea.

Por lo que corresponde a los mensajes sonoros, éstos - siguen el orden del discurso hablado; ahí los símbolos acústicos se perciben como objetos sonoros de la fonética y representan sonoramente un acontecimiento. Esto es en cuanto a la formación de oraciones, pero en el caso de sonidos que sólo son imitaciones de los ruidos de la naturaleza (onomatopeyas) su condición resulta ser más arbitrarias, no se diga en el caso de la música ejecutada, la que adquiere un carácter no figurativo.

Abraham Moles, le da la siguiente distribución a los mensajes (39):



Para Watzlawick en todo proceso de comunicación existen -con respecto al mensaje- dos elementos básicos: uno de contenido, que se refiere a lo que queremos decir sobre algún objeto, y un elemento de relacionamiento que se refiere a la relación existente entre los interlocutores (40). Estas condiciones nos permiten advertir que todo mensaje produce un carácter activo; organizativo y de canalización en los individuos, pues si no fuera así, nos resultaría imposible lograr conservar el nivel necesario de comunicación o de equilibrio en relación con los hechos, con los demás individuos y hasta con el entorno natural y social en que nos desenvolvemos.

#### 2.3.3.2. Papel del signo en el mensaje.

Hay una estrecha relación entre el mensaje y el signo, pues un mensaje puede ser (y casi siempre es) la organización compleja de muchos signos. El signo se utiliza para -- transmitir una información, para decir, o para indicar a al quien algo que otro conoce y quiere hacer participe de ello a los demás. El signo entra en el proceso de la comunica--- ción, pues es una entidad que forma parte del proceso de -- significación (41).

Umberto Eco, en El signo, manifiesta que el signo, como concepto, viene a ser -pese a su variedad de significa-- dos- ampliamente aceptado en el estudio de semiología o semiótica. Y para evitar parcialidades en su utilización y -- comprensión, nos presenta una variedad de acepciones de lo\_

que significa el signo:

"SIGNO (del latín signum, marca, talla), sustantivo masculino.

A.1. Síntoma, indicio, indicación palpable de la que se puede sacar deducciones y símiles en relación a algo latente. Elemento característico de una enfermedad, referido a un enfermo.

2. Imperfecciones físicas, sobre todo leves, tales como cicatrices, etcétera, por las que resulta más fácil el reconocimiento de una persona, y que se citan en los documentos de identidad..." "...4. Gesto, acto o cosa similar que pone de manifiesto una determinada manera de ser o de hacer, como puede ser, por ejemplo, un signo de alegría, etc.

B.5. Gesto con el que se quiere comunicar o expresar alguna cosa, tal como una orden, un deseo, o algo parecido.

6. Contraseña, elemento distintivo, impreso en alguien o en alguna cosa para poderlo reconocer. Marca.

7. Línea, figura o algo parecido -- que se traza para señalar el punto al que se ha llegado. Todos los signos de esta categoría pueden indicarse con un sinónimo aparente de signo, que es señal.

8. Cualquier expresión gráfica, punto, línea, recta, curva y otras similares adoptada convencionalmente para representar un objeto abstracto. Cualquier entidad gráfica, utilizada igualmente para representar un objeto abstracto, como un número, una fórmula química, expresiones algebraicas, operadores lógicos y similares. En determinados contextos se llama también símbolos, para que no se confunda con el homónimo de la acepción duodécima o décima tercera.

9. Cualquier procedimiento visual -- que produzca objetos concretos, tales como el dibujo de un animal, pa

ra comunicar el objeto o el concepto correspondiente.

10. (En lingüística). Proceso mediante el cual un concepto (o un objeto) se representa por medio de una imagen acústica (como las "palabras" y sim.). A veces, cualquier componente menor del proceso precedente.

11. Cada parte de un procedimiento visual que se refiere a una emisión fónica, a un concepto, a un objeto, a una palabra; tales como las letras del alfabeto (o grafemas), los símbolos gráficos subsidiarios (signos de la notación musical, del alfabeto Morse, Braille y otros).

12. Símbolos, entidad figurativa y objetual que representa por convención o a causa de sus características formales, un valor, un acontecimiento, una meta o cosas similares; así, la cruz, la hoz y el martillo, la calavera (a veces utilizada como símbolo de emblema, incluso heráldico)...

13. Símbolo, entidad figurativa y objetual que se refiere a un valor a un acontecimiento, a una meta, no definidas exactamente, de manera oscura y alusiva (a veces utilizando en el sentido la de "palabra poética")..."

"...17, Configuración astronómica. Signo del Zodiaco" (42).

Desde este amplio abanico, para determinar el papel -- que juega el signo dentro del mensaje, leemos que la unidad mínima de un signo bien puede ser la palabra o las letras -- del alfabeto que forman palabras; son signos tanto un punto, una raya, una coma, hasta un espacio blanco en un área determinada.

Charles Morris, de origen estadounidense, es quien más

seriamente ha propuesto estudiar al signo y distingue tres dimensiones que ayudan a su mejor comprensión:

Semántica: el signo considerado en relación con lo -- que significa.

Sintáctica: el signo considerado un elemento susceptible de ser insertado en una relación de otros signos, según reglas combinatorias o de sintaxis.

Y la pragmática: donde el signo se considera en relación con sus propios orígenes, los efectos sobre los receptores; la utilización que hacen de ellos. Por ejemplo, el hecho de que la palabra muerte evoque un sentimiento de temor, depende tanto del proceso pragmático como del significado de la palabra muerte.

En sí, todo rasgo susceptible de ser analizado, de -- ser percibido por un organismo, resulta ser un signo. Todo signo, según Ferdinand de Saussure, tiene dos caras, una -- que es el significante o imagen sonora o visual, y el signi-- ficado, o sea la imagen conceptual o la referencia que tiene uno de algo. Reiteremos: el signo tiene una parte perceptible, ausente, el significado. Por ello el signo puede ser cualquier otra cosa distinta de lo acústico (no debiendo -- ser confundido por el canal o conducto transmisor).

En el estudio de la comunicación hay una serie de definiciones y clasificaciones en torno al signo; pero aquí -- nos interesa ver su carácter verbal y no verbal, nada más.

En el caso del signo verbal, tenemos al sistema lí--



guístico de signos que se transmiten en forma oral o escrita (mensajes visuales y sonoros) cuya utilización puede ser ilimitada, pues las formas comunes de ligar las ideas giran alrededor de cuestiones sintácticas, organización, estilo, apelación, razonamiento, consideraciones semánticas y muchas más. El orden y organización de mensajes verbales permite estructurar el lenguaje más importante que utiliza el hombre en la actualidad y que plasma al utilizar el alfabeto, expresado por medio de palabras.

En cambio, los signos no verbales resultan más arbitrarios; los movimientos corporales (contacto visual, expresiones faciales, gesto, poses y movimientos), la voz y los objetos, son parte esencial de todos los mensajes que una persona envía. Comenta Thayer:

"... Mientras nuestros diccionarios de inglés pueden llegar a contener un máximo de seiscientas mil voces, se ha dicho que un "diccionario" comparable de gestos, expresiones faciales, etc., relacionaría más de setecientas mil unidades discernibles. El lenguaje del gesto, la expresión, la postura, etc., es, indudablemente, un "lenguaje" que intensifica y aumenta enormemente nuestra capacidad de recepción y emisión de comunicaciones" (43).

Dentro de los reguladores o signos no verbales más comunes tenemos los siguientes: asentir con la cabeza, los cambios de posición del cuerpo, los movimientos de las manos y movimientos de las cejas, el tono de voz. Se deben también tomar en cuenta los objetos que los individuos se

cuelgan en el cuerpo, pues todos significan algo, en términos de relaciones humanas, en términos de comunicación.

#### 2.3.3.2.1. Mensajes paralelos.

Cuando ya comprendimos el carácter de los signos verbales y los no verbales, podemos observar que cuando nos comunicamos con alguien, sea en forma directa o a través de un canal técnico de comunicación, siempre enviamos mensajes paralelos, pues en la medida que hablamos, remarcamos el habla con gestos, movimientos del cuerpo, entonaciones y --- otros. Así es como la voz humana tiene una función doble en cuanto a los efectos que se quieren lograr, pues tanto verbal como no verbalmente tiene un significado. Cuando al---- quien habla, las ondas sonoras de su voz son el mensaje --- principal y los tonos y gestos son los secundarios. En el caso de un periódico, cuenta tanto el tamaño de la cabeza de la noticia, la colocación, y las características tipográficas (letra negra o cursiva), todo ello, junto con la noticia nos viene a manifestar la importancia e interés que le tenemos que dar.

#### 2.3.3.3. La información en el mensaje.

La información es el contenido del mensaje, es la materia prima para pensar, decidir, resolver problemas, tomar actitudes, aprender y, en fin, para toda actividad humana. Por ejemplo, cuando recibimos una serie de mensajes de otra persona, lo que tomamos son datos de una serie de hechos --

que son de nuestro interés, y la selección hecha de esos elementos es lo que integra la información. Aquello que nos resulta inteligible y podemos consumir o elaborar, es la información. En otros términos, lo que está potencialmente a nuestro alcance son datos y lo que es inmediatamente consumible es información. Afirma Alfred Smith:

"El concepto de información no se aplica a mensajes individuales, a los que se -- aplica el concepto de significado, sino a la situación como un todo: así, la información unitaria indica que en esta situación se tiene una cantidad de liber-- dad de elección en la selección de mensajes que resulta conveniente tomar como unidad" (44).

La obtención o transmisión de informaciones es la base de todo encuentro de comunicación, sea directa o indirectamente. La información está constituida por cualquier señal, mensaje, aviso, orden. Se envía información con el propósito de producir cambios entre sistemas humanos y sistemas mecánicos.

Desde el punto de vista mecánico, la información puede ser definida como cualquier acontecimiento del mundo físico - que permite el desplazamiento a través del espacio. Los impul-- sos eléctricos que recorre un conductor, las radiaciones elec-- tromagnéticas que viajan por el aire, los estímulos visuales impresos sobre el papel y las vibraciones de las moléculas -- del aire son ejemplos de información (45). En este caso podemos afirmar que el hombre al registrar la información que le llega del exterior, no sólo va a utilizar su memoria, sino --

que recurre a otros sistemas para almacenar sus datos, nos - referimos a las máquinas computadoras, a la automatización\_ o informática. En este caso, se recurre a un nuevo lenguaje de comunicación, denominado digital, como veremos más ade-- lante.

En el caso de la comunicación colectiva, la informa- ción tiene un valor importante, más aún cuando la competen- cia de las noticias está al orden del día. Continuamente se está buscando la "primacía" de los acontecimientos. Una pri- macía contiene más información que una noticia ya publicada o un acontecimiento, que aunque importante, por lo reitera- tivo, pierde carácter informativo. Por ejemplo: El caso de\_ los desaparecidos políticos en América Latina, que son mu-- chos, pero como se difunde continuamente, pierde su interés y no somos capaces de medir el alto grado de importancia e indignación que debe alcanzar.

Cualquier tipo de mensaje contiene más o menos infor- mación, pero depende del conocimiento que posea el receptor del mensaje. Pues sucede que con las especialidades en las profesiones, los individuos pierden interés sobre la mayo-- ría de los tópicos que se vierten a diario en la sociedad y centran su interés en uno solo, el de su especialidad. El - informe McBride aclara:

"Así pues, la información o más especí- ficamente, la capacidad de transmitir, \_ almacenar y utilizar información - se - presenta como un recurso capital que es tá llamado a desempeñar un papel cry-- cial, comparable al de la energía de --

las materias primas. Sin embargo, en -- ciertas sociedades o en grupos limitados de casi todas ellas la comunicación tiene de a pervertirse y a deformarse: como obo serva un economista, los hombres sólo -- pueden comunicarse e intercambiar signos monetarios y objetos materiales" (46).

#### 2.3.3.3.1. La información y la comunicación.

Todo sistema de comunicación puede ser descrito como una red o sistema interconectado, donde lo que circula es información. La comunicación es el acto y la información es su producto, aunque ese acto puede ser a veces paradójico - en cuanto su éxito o fracaso, es igual de productivo en la información, dependiendo de quién lo evalúa. La comunica--- ción es el proceso y la información es parte de él.

Cuando se analice el modelo físico, propuesto por --- Shannon y Weaver, se observará que la información juega un papel primordial, que es medible en unidades binarias (bits) -que viene a ser la mínima cantidad de información que po--- see un mensaje. En este caso las formas del proceso inclu--- yen medios o canales que sirven de almacenadores o transpor tadores de información y todo representa comunicación.

#### 2.3.3.4. El código en el mensaje.

Un código es un repertorio de signos convencionales - que responden a las mismas condiciones de los signos, ya -- descritas anteriormente. Es decir: las reglas sociales de - elaborar y combinar signos producen códigos. Son también to da serie de grupos de símbolos que pueden ser estructurados de tal manera que tengan un significado para alguien.

El interés del hombre siempre ha sido elaborar lenguajes que le permitan plasmar sus experiencias; esto lo hace mediante códigos que puede cifrar y descifrar. Aunque hay que tomar muy en cuenta que un código puede funcionar independientemente de todo pensamiento, mientras que el lenguaje aparece como una modalidad del pensamiento. En teoría general de la información y la comunicación. Robert Escarpit, afirma:

"La implicación del código en el lenguaje es, pues, mucho más grande de lo que deja suponer la afirmación de Elie Roubine. El lenguaje se impone al código, lo que quiere decir que el texto domina al mensaje".

"Esto es tan cierto que el inventor del código Morse ha debido tener en cuenta el hecho de que una de las características del lenguaje es que los signos (y por tanto, los símbolos que los constituyen) no son nunca equiprobables" (47).

El código no es un producto de la naturaleza, responde a los intereses y necesidades de los individuos quienes conforman normas o reglas específicas como son el ordenamiento de las letras o de las palabras. Podemos entender que la construcción de códigos está dentro del proceso de producción de significaciones, pero obedece a los procedimientos particulares de un grupo de personas en sociedad.

Los códigos, de acuerdo con su utilidad en la comunicación, han sido definidos en digitales y analógicos. Son combinaciones de signos arbitrarios y convencionales que no guardan ninguna relación con lo que pretenden significar.

Es el caso del código Morse, bajo la combinación del punto y la raya (cinco puntos que combinados con espacios blancos representan las letras del alfabeto). Las computadoras, por su parte utilizan distintos lenguajes en donde prevalecen los códigos binarios, por ejemplo, las perforaciones en una tarjeta o impresiones magnéticas en cintas, registran una serie de signos o datos. Todo esto forma parte de una ciencia denominada informática o cibernética.

Como se podrá ver, los códigos digitales sirven principalmente a los individuos en el avance tecnológico, pues tienen su núcleo en las computadoras y automatización de los circuitos enteros al servicio de los hombres. En cambio, los códigos analógicos difieren de los digitales en que hay una similitud entre lo que se emite y lo que se entiende. Por ejemplo, aun sin usar el mismo idioma, si alguien mueve la cabeza, llegamos a comprender con facilidad si está negando o afirmando algo. Bordenave dice:

"Virtualmente, es comunicación analógica toda nuestra comunicación no verbal, incluyendo en este término tanto los movimientos del cuerpo (expresión corporal) - gesto, posturas, expresión facial, inflexión de la voz, secuencia, ritmo y cambios de las propias palabras - como también todas las indicaciones informativas que surgen del contexto en que se efectúa la interacción humana" (48).

Todo mensaje conforma una información al tener un texto que se estructura con frases o palabras de lenguaje. La palabra puede ser la unidad de significación de los hechos -

que se dan alrededor o en su contexto. Por ejemplo, al exponer un tema no podemos esperar que en treinta minutos sea posible convencer de que se cambie el sistema social, ni siquiera el sistema del Colegio. Posiblemente se logren cambiar varios puntos del tema para destacar algunos aspectos de mayor importancia, pero nada más. El mensaje no sólo lleva el propósito de transmitir información, sino también de imponer conductas o comportamientos a quien lo reciba, en la misma circunstancia de quien lo envía. Por ello cualquier actividad que comunique e informe algo, se puede considerar mensaje, sin importar su falsedad o validez.

#### 2.3.4. Canal o medio de comunicación.

El canal o medio de comunicación es el elemento que sirve para trasladar, conservar, amplificar, difundir, transportar o reproducir los mensajes elaborados por un emisor; es el instrumento que ayuda a recorrer las señales desde un emisor hasta un receptor.

En el proceso de la comunicación humana todo individuo utiliza sus sentidos fisiológicos para enviar o recibir mensajes que le signifiquen algo; también hace uso de instrumentos externos y -de carácter técnico- a su cuerpo para propagar, transmitir, captar y acondicionar la recepción de sus lenguajes. Entonces, tanto el propio cuerpo del hombre (medios fisiológicos), como los instrumentos manuales, físicos o mecánicos (medios técnicos), son canales que sirven a todo individuo para relacionarse consigo mismo y con los de



más. Así, los canales se constituyen en eslabones para formar un sistema material que permite el paso de los mensajes emitidos y las sensaciones percibidas por el receptor humano (49).

Los canales constituyen los medios soportes que el -- hombre utiliza a través del tiempo y del espacio: Primero - utiliza su propio cuerpo como canal de comunicación, des--- pués extiende las funciones de sus sentidos en instrumentos técnicos como el tambor, el papel, la imprenta, la radio, - la televisión, hasta llegar a las computadoras y satélites. Todos ellos son intermediarios de la comunicación, son canales, son medios.

#### 2.3.4.1. Tipos de canales: Fisiológicos y técnicos.

Los medios fisiológicos de todo organismo humano se - dividen en sistemas emisores: el motoro y el fónico, y en - sistemas o canales receptores: el táctil, el visual y el au ditivo. El táctil y el auditivo son canales multidirecciona les, pues expanden sus señales en distintos caminos. El ca- nal táctil en principio, es un sistema sensorial basado en el contacto con la piel y su entorno; permite al individuo situarse en un mundo geométrico y en un mundo calorífico, - donde el dolor tiene un significado preciso. Las sensacio-- nes del contacto ligadas a otros sistemas van del simple ro ce o sensación de contacto, hasta las excitaciones que se - provocan en todo cuerpo humano. Abraham Moles expresa:

"lo que caracteriza específicamente los

mensajes de la piel es su diferenciación local, periférica, que constituye la imagen del cuerpo; la noción de naturaleza dice referencia a la de su cuerpo sólido y por ello resiste a nuestro cuerpo y al contacto de nuestra piel. Hay aquí una "dominante del entendimiento" (Expresión utilizada por el filósofo Gastón Bachelard '1884-1962') " (50).

El canal auditivo, por su parte, es utilizado en la transmisión de mensajes sonoros. Su límite radica en su alta o baja audición, pues si se escucha en forma muy leve o muy estruendosa, se crea en los mensajes problemas de captación. El sentido auditivo del ser humano está determinado por el número de unidades sonoras o decibeles que es capaz de percibir o de la capacidad de discriminar de las ondas sonoras y sus combinaciones.

El canal visual permite conocer las imágenes del universo, pues cuando recibimos señales visuales las podemos descomponer en nuestra retina. Elaboramos elementos luminosos que están colocados en distintas posiciones, con variada intensidad y color. Tanto el canal motoro como el fónico están estrechamente ligados al táctil, visual y auditivo y forman parte del sistema fisiológico del hombre. Roberto Escarpit explica estos canales de la siguiente manera:

"En distancias cortas ha sido siempre posible comunicar por la voz y por el gesto. Lo que es transportado, entonces, es "energía" -es decir, un estado particular de la materia- que se manifiesta por ondas acústicas u ópticas perceptibles por el organismo humano. Esta energía es modulable de diversas formas -frecuencia o amplitud de las ondas-, y sus "modula-

ciones" son utilizadas para inscribir - los mensajes. Se convierten, pues, en - portadora de información de la misma ma - nera en que se transporta un objeto. Es esta propiedad la que utilizamos siem - pre que dirigimos la palabra a alguien - o que le hacemos gestos" (51).

Por su parte, los medios técnicos son extensiones de los sentidos del cuerpo humano. Con ellos el hombre siempre ha pretendido mejorar las funciones concretas de su organis - mo: la rueda permite que el hombre se desplace de un lugar - a otro y más aprisa; el telescopio o microscopio amplía lo que el ojo humano no capta a simple vista; el vestido es ex - tensión de la epidermis; el cuchillo sustituye las funcio - nes de los dientes. En fin, hay en la actualidad tantos ins - trumentos que son extensiones del hombre que sólo basta men - cionar los que se utilizan en la comunicación, como medios - y canales.

Los canales técnicos son utilizados por el hombre pa - ra enviar mensajes a través del tiempo y del espacio. Van - desde las ondas sonoras que se expanden a través de la at - mósfera y del espacio que hay entre dos personas que están - cara a cara, hasta aparatos más o menos complicados. En el campo táctil se llegan a utilizar transmisores, vibradores - y palpadores; en el auditivo tenemos al micrófono y altavoz; en el área visual, las cámaras y pantallas catódicas o ti - ras fotográficas. En el caso de la escritura, libros, perió - dicos y otros medios impresos.

El sistema de transmisión, o canal de telecomunica---

ción, utiliza para difundir sus mensajes un complejo conjunto de aparatos. En él intervienen varios canales o vías que transmiten los mensajes o señales a distintos puntos. Podemos hablar fundamentalmente de las ondas y de los cables como canales de comunicación. (En 1747, William Watson demostró que los hilos metálicos podrían conducir la electricidad, y a finales del siglo pasado el alemán Heinrich Hertz demostró que el aire podía ser conductor de mensajes). Otros aspectos de la invención de canales que ayudaron al envío de mensajes los describe Escarpit de la siguiente manera:

"El transporte de energía a grandes distancias sólo es posible gracias a la utilización de la "energía eléctrica" - que aparece rápidamente como un vector ideal para la información. El siglo después de su puesta en servicio, el telégrafo de Chappe era destronado en 1884 por el telégrafo eléctrico del americano Samuel Morse. No debe confundirse el telégrafo con el célebre "alfabeto" de puntos y rayas que, aunque tenga el nombre de Morse, es la genial invención de su asistente Alfred Vail. La ventaja del vector eléctrico es la facilidad de transformación de este tipo de energía. Los mensajes pueden ser traducidos a voluntad en señales ópticas, acústicas o mecánicas. Esta última propiedad implica la posibilidad de recibir los mensajes escritos. A partir de 1874 los perfeccionamientos aportados por Emil Vaudot al sistema patentado por David E. Hughes, en 1855, permiten intercambiar textos compuestos en el teclado con la ayuda del alfabeto normal, siendo el teletipo actual el último estadio de esta evolución. Dos años más tarde, 1876, el teléfono de Graham Bell permite el intercambio de conversaciones vocales. En fin, en 1907 Edouard Belin inventa el "bolígrafo que permite la transmisión telegráfica de imágenes complejas" (52).

Los hilos o cables que son utilizados en el envío de mensajes a baja frecuencia o las señales telefónicas a corta distancia, son poco resistentes en comparación con los cables coaxiales, que tienen mayor capacidad para enviar varios mensajes a la vez, como en el caso del circuito telefónico. Otro caso es el de la gufaonda, tubo metálico por el que viajan ondas electromagnéticas de muy alta frecuencia. En la actualidad se está experimentando y llega a tener hasta 230 mil líneas.

En el caso de las ondas hertzianas, el espacio resulta abierto, pues no tiene necesidad de cables. Las ondas electromagnéticas dependen fundamentalmente de las frecuencias utilizadas en su transmisión. La forma más simple para enviar mensajes, es mediante aparatos transmisores y receptores (como el teléfono portátil o inalámbrico), aunque no se logra una transmisión perfecta debido a las condiciones atmosféricas que prevalecen en la tierra. Las ondas hertzianas se propagan en forma directa, a través del reflejo en tierra o alrededor de la capa terrestre u onda de superficie y la onda ionosférica, que se expande a través de las capas ionizadas de la atmósfera. Martín Aguado lo explica de la siguiente manera:

"Las ondas se clasifican en onda larga, onda media, onda corta y microondas. -- Las primeras, en la banda VLF, tiene una cobertura mundial, y se utiliza para señales telegráficas y para ayudar a la navegación. La onda media, en la banda MF, se utiliza para la radiodifusión. La onda corta, HF, sirve para las comu-

nicación con barcos y aviones. Las microondas -VHF y UHF- se utilizan fundamentalmente para la difusión de radio (FM) y la televisión, así como para comunicaciones móviles a corta distancia: radio en taxis, policía, bomberos, etc." (53).

Para señales transmitidas por los sistemas radiofónicos, televisivos, telefónicos, entre otros, se utilizan códigos continuos en el tiempo -como la voz- y digitales -caracteres alfanuméricos, unos y ceros en el caso de los ordenadores o computadoras-. Así, una señal digital sólo tiene dos espacios posibles -como lo habíamos manifestado cuando mencionamos el Código Morse, con el punto y la raya-, secuencias de pulso que se denominan bits cuando son binarias. Cualquier tipo de información puede ser transmitida tanto en forma análoga como en forma digital. Cuando un emisor -- usa un lenguaje digital se habla de "codificación", y de -- "modulación" cuando se utiliza un lenguaje analógico.

#### 2.3.4.2. Propiedades de los canales: diacrónicos y sincrónicos.

En la medida que el hombre utiliza medios o canales de comunicación ajenos a su cuerpo, logra que sus mensajes se conserven en el tiempo y en el espacio o se pierdan después de ser emitidos.

El hombre deposita sus mensajes en medios materiales o canales soportes con lo que estos adquiere una condición -- permanente o documental. Es así como puede duplicar o utilizar en todo momento sus mensajes. A los canales que permi--

ten conservar los mensajes a través del tiempo y del espacio se les denomina diacrónicos o de diseminación.

El libro, disco, periódico, audiovisual, fotografía, -- filme, son medios de diseminación, puesto que permiten acceso a los mensajes en cualquier momento o su reutilización. La limitación de esta propiedad del canal radica en que se pierde la posibilidad de estar frente a frente y con ella la del contacto interpersonal.

En el caso de los canales de transmisión o sincronización, el envío de mensajes es instantáneo, puesto que el emisor se pone en contacto con el receptor de manera simultánea. Los mensajes son enviados tan rápidamente que sólo se tiene acceso a ellos en el momento de su emisión. Con estos canales se vence la barrera del espacio y los signos llegan simultáneamente a varios lugares y a distintos receptores. Los medios de transmisión requieren de un variado y complejo -- equipo para el envío de mensajes los más conocidos de ellos son la radio, la televisión, el teléfono, el télex y otros.

#### 2.3.4.2.1. Características de los canales.

##### Diseminación

1. La relación entre emisión y recepción está diferida (carácter -- diacrónico).
2. El mensaje tiene un - soporte materia.

##### Transmisión

1. La relación entre emisor y receptor es simultánea, instantánea. (carácter sincrónico).
2. El mensaje es instantáneo, sólo se tiene acceso a él en el momento de la emisión. No se recupera, a menos que se registre en un canal de diseminación.

- |   |  |
|---|--|
| 4. Es duplicable.   | 4. No puede multiplicarse.                                   |
| 5. Requiere de equipos para su reproducción o recuperación, especialmente cuando son mensajes sonoros y visuales. | 5. Requiere equipo para su -- emisión y recepción.           |
| 6. Ejemplos de canales: <u>ci</u> ne, discos, periódicos, videocassettes, etc.                                    | 6. Ejemplos de canales: teléfono, radio, televisión, - etc.. |

#### 2.3.4.3. Ruido o interferencias en el canal.

Ruido es cualquier alteración o interferencia ajena a la señal o al mensaje. En toda red de comunicación, este -- factor se localiza dentro del canal. El ruido limita la --- efectividad del proceso de la comunicación. Cualquier señal adicional que interfiera con la recepción de la información es ruido. En un sistema técnico, el ruido consiste en cualquier discrepancia entre el mensaje transmitido y el recibido. El ruido es el obstáculo decisivo de la comunicación.

En los aparatos eléctricos el ruido proviene únicamente de dentro del sistema, mientras que en la actividad humana puede producirse de manera ajena al proceso: como por -- ejemplo en el diálogo de dos individuos, el ruido de un --- avión o trailer, provoca distorsiones en los mensajes.

También podemos decir que el ruido no sólo crea distorsión en el mensaje, sino una pérdida de información, que en muchas ocasiones es vital. Infortunadamente, es característico del proceso de comunicación que se presenten elementos que alteren las intenciones de quien envía y quien recibe -



un mensaje, pues hay distorsión en el teléfono, distorsión en la forma o en lo sombreado de la imagen de televisión o cinematógrafo, o errores en la transmisión telegráfica en la escritura de una carta.

¿En cuántas ocasiones damos una adecuada información de lo que vemos y en cuántas otras distorsionamos el material original, puesto que sólo reconstruimos una situación de acuerdo a como la percibimos? También si asociamos el ruido a las actitudes psicológicas vamos a encontrar, por ejemplo, que para los adultos un concierto de rock resulta ensordecedor mientras que para los jóvenes será "apropiado". Sabemos que, con normas y estudios de laboratorio, un concierto de rock constituye un claro caso de sobrecarga de información y de ruido, pues tiene amplificadores poderosos que mantienen la música en un nivel de 80 a 85 decibeles. Agréguese a ese concierto los efectos secundarios como gritos, reflectores, luces de escenario y demás artefactos, y tendremos la locura o el alto "placer del ruido juvenil".

Cuando no existe ninguna distorsión en el mensaje, desde el momento en que se envía hasta que se recibe, se puede afirmar que hay una transacción de alta fidelidad. Aunque muchos estudiosos de la comunicación afirman que no es posible lograr una alta fidelidad en la comunicación, ya que ningún mensaje se recibe idénticamente a como lo concibe el emisor, independientemente de que tuviera con el receptor idéntico campo de referencia. Sin embargo, la fidelidad pue

de ser mayor en la medida que emisor y receptor conozcan -- las técnicas de comunicación y estén interesados en lograr la máxima fidelidad posible.

Podemos decir pues que la fidelidad es contraria al -- ruido y que en la medida que el canal está limpio de elementos distorsionadores hay mayor fidelidad en la comunicación.

#### 2.3.4.4. Canales paralelos.

En cualquier tipo de comunicación humana es difícil -- que se utilice un solo canal para el envío de mensajes; por ejemplo, cuando alguien habla, las ondas sonoras de su voz son el mensaje principal, pero los gestos, las expresiones del cuerpo, las entonaciones, representan otros mensajes -- que vienen a reforzar al primero. En el caso de un periódico, las noticias se colocan en un orden determinado, se les jerarquiza por su importancia, se les ponen títulos de distinto tamaño, se les agrega fotografías, se utilizan letras negras o cursivas, en fin, se usan tantos canales, como tiene el emisor al enviar su información.

Por lo tanto, así como hay mensajes paralelos, hay canales paralelos, puesto que se usa la vista, el oído, el -- tacto y el gusto para hacer más completo el envío de mensajes.

#### 2.3.4.5. Medio y canal.

Hasta el momento se han utilizado los conceptos de medio y canal como sinónimos. La razón es que se confunden fá

cilmente, conviene irlos diferenciando, Así, tenemos que el término medio hace referencia a los medios tecnológicos "sobre los cuales" o "a través de los cuales" se difunden mensajes; el teléfono, la televisión, el periódico, el altavoz, el sistema de señales de luz intermitente son algunos ejemplos. En el mismo sentido, Lee Thayer considera medio a la acción de hablar, escribir, leer y escuchar, dado que el mecanismo y la capacidad utilizada constituyen parte de la tecnología de la comunicación. El canal, en cambio, es considerado todo vínculo comunicativo, funcional y especializado y/o los lazos existentes entre las personas.

"Así pues, cuando hablamos de medios -- aludimos a los aspectos tecnológicos de la generación, difusión, adquisición y difusión de consumo de mensajes, mientras que con la expresión canales mencionamos los criterios, normas y/o prácticas de comunicación funcional que unen conjuntamente a las personas en los sistemas de comunicación" (54).

Más adelante agrega Lee Thayer en Comunicación y sistemas de comunicación:

"La aparición de nuevos medios y de nuevas combinaciones de medios crea posibilidades para el establecimiento de nuevos canales de comunicación. Pero los medios no son, por sí mismos, canales de comunicación. Son primordialmente vehículos para la transmisión de datos, así como para efectuar en ellos diversas transformaciones que redunden en una ampliación de la capacidad humana de adquisición y diseminación de datos consumibles." "...convendrá considerar los canales de comunicación como nexos funcionales entre dos o más perso--"

nas que éstas utilizan para comunicarse e intercomunicarse. En cambio, los medios de comunicación serán más bien el equipo o maquinaria. Por ejemplo la televisión es un medio, pero la televisión comercial y la TVC C, serán para una mayoría, canales de comunicación -- claramente diferenciados. Otro ejemplo: el sistema de alto parlantes de una oficina o factoría se consideran, probablemente, medios de comunicación. Pero si se utiliza en una ocasión para emitir música, y en otra para anunciar que tal día se concederá fiesta al personal, es tará claro que los diferentes usos del mismo medio establecen canales de comunicación funcionalmente diferentes, y que será lógico prever diversos grados de eficacia para los distintos canales de comunicación posibles a través del mismo medio. Tengamos presente esta distinción" (55).

### 2.3.5. Contexto social.

La comunicación, como proceso social, está determinada por el conjunto de particularidades de la relación emisor--mensaje-receptor. El acto de comunicación no exenta de antecedentes, de contexto histórico y social, a quienes intervienen en él. La comunicación tampoco se puede considerar como un proceso en el que los individuos reaccionan de manera aislada a los mensajes recibidos, sino que el medio circundante impone el significado para los individuos, adecua sus conductas.

Al proceso de significación del medio que le rodea a los individuos lo llamaremos cultura. Pero dicha cultura la podemos concebir como la realidad normativa (valores, normas, orientaciones, posiciones, etc. , que asumen los individuos para facilitar la comunicación entre ellos). Es de-

cir, la cultura es tanto un medio como un fin de la comunicación.

El contexto social determina las condiciones en que se dan las relaciones entre los individuos así como las características circundantes de la comunicación, mismas que resulta difícil determinar por lo cambiante de la situación en que se dan. Las relaciones interpersonales son tan cambiantes como la temperatura, el color, la hora, el día, el ruido, la armonía, la fidelidad, etc. Al respecto David Mortensen formula lo siguiente:

"El problema planteado por la singularidad y la naturaleza cambiante de cada ambiente de la comunicación no se puede reducir a proporciones manejables más que considerando en forma un tanto idealizada y abstracta la dinámica de las situaciones. Como en el caso de los métodos de la geografía, por los que el medio físico se estudia generalizando a partir de características físicas comunes a tipos particulares de masas terrestres, los científicos de la comunicación pueden hacer uso ventajoso, en escala limitada, de una forma idealizada que se puede denominar geografía de la situación de la comunicación. Toda ambientación, por singular o cambiante que fuere, se puede analizar desde una matriz geográfica consistente en dimensiones de espacio, tiempo y medio físico, cuando se la considera desde un punto de vista geográfico" (56).

Si bien Mortensen nos muestra una forma de dividir y comprender el contexto social a través del espacio, tiempo y medio físico, con vertientes físicas y psicológicas, no cubre -ni lo pretende- todos los rasgos significativos del

contexto social; su importancia es reconocida ampliamente - en el campo de estudio de la comunicación. Es extremadamente difícil comprender toda la cultura de un grupo de individuos que se comunican. No se puede confiar en la lógica formal para explicar el concepto de cultura o el de contexto social.

El contexto social en que se lleva a cabo la comunicación entre individuos de distinto lugar, con experiencias históricas diferentes, con variados grados de conocimiento, nos lleva a concluir que el proceso de la comunicación rara vez se describe de manera adecuada. Así, los códigos lingüísticos que se usan resultan incompletos si sólo se abarca parte del mensaje. El significado que le dan los individuos al mensaje, está estrechamente ligado al contexto social. Veamos un caso propuesto por Eduard T. Hall:

"Esto se aprecia de forma especial en el lenguaje escrito de los chinos, que tiene tres mil quinientos años de antigüedad y ha cambiado muy poco en los últimos tres mil años. Esta lengua escrita común es la fuerza unificadora que mantiene unidos a quinientos millones de chinos, coreanos, japoneses e incluso algunas vietnamitas de lengua china. La necesidad de contexto se experimenta cuando se buscan palabras en un diccionario chino. Para utilizar un diccionario chino, el lector debe saber la significación de 214 radicales (en las lenguas europeas no existe contrapartida de los radicales). Por ejemplo, para buscar la palabra estrella hay que saber que aparece bajo el radical del sol. Para saber leer y escribir en chino, hay que estar versado en historia china. Además, debe conocerse el sistema de --

pronunciación oral, porque existen cuatro tonos y un cambio de tono significa un cambio de significado; mientras que en inglés, francés, alemán, castellano, italiano, etc., el lector no necesita saber como se pronuncia la lengua para leerla. Otro aspecto interesante de la ortografía china es que también es un arte de la forma. Que yo sepa, ningún sistema de comunicación de contexto bajo ha sido nunca un arte de la forma" (57).

Otro caso de aplicación de términos de acuerdo a las condiciones geográficas y más específicamente climáticas, es el de, las lenguas esquimales, en las cuales existe un número elevado de términos para indicar matices de la nieve, y que son innecesarios en la vida cotidiana de lugares templados o cálidos; los árabes llegan a utilizar cincuenta palabras para designar al león, doscientas para la serpiente, ochenta para la miel y más de mil para la espada. Es así entonces que todo lo que el hombre es, hace y dice, está dado por su aprendizaje a partir del contexto social en que se desarrolla.

De acuerdo a Eduard T. Hall el tiempo, en el contexto social de los individuos, se divide en monocrónico y policrónico. De acuerdo con sus costumbres y organización, los individuos utilizarán el tiempo monocrónico y policrónico.

Veamos:

"Para los individuos de tiempo (monocrónico) educados en la tradición de la Europa septentrional, el tiempo es lineal y segmentado como una carretera o una cinta que se extiende por delante hacia el futuro y por detrás hacia el -

pasado. También es tangible; hablan del tiempo como si se pudiera ahorrar, gastar, desperdiciar, perder, crear, acelerar, lentificar, rastrear y agotar. Hay que tomarse en serio estas metáforas -- porque manifiestan la forma consciente de concebir el tiempo, como un entramado o determinado inconsciente en el que se construye todo lo demás. La planificación del tiempo M se utiliza como un sistema de clasificación que ordena la vida. A excepción del nacimiento y de la muerte, todas las actividades importantes están planificadas. Debe mencionarse que, sin planificación y sin algo muy parecido al sistema de tiempo M, es dudoso que hubiera podido desarrollarse nuestra civilización industrial tal como lo ha hecho" (58).

Y agrega el mismo Hall:

"El tiempo policrónico (tiempo P), como se deduce del término, no es lineal. Todo ocurre al mismo tiempo. Ciertos trabajos y ocupaciones son más policrónicos. Culturas enteras, como las de Medio Oriente y Latinoamérica, son policrónicas" (59).

En sí, el tiempo influye prácticamente sobre todo lo que sucede en el proceso de la comunicación; incluso las actitudes de los encuentros, las orientaciones psicológicas que les damos a esas relaciones o a cualquier situación mediata e inmediata. Si bien ningún hombre puede vivir fuera de su tiempo, sí puede retomar la experiencia que dejaron otros hombres y plasmaron en medios soportes (libros, pinturas, grabaciones, informe oral, etc.), entonces lo que hace es vivir la "experiencia vicaria", como la ha definido Abraham Moles cuando dice:



"Si deseamos saber lo que pasa en Biafra o en una fábrica de Bruselas, nuestro primer gesto no es pedir un billete de televisión, sino encender el receptor de televisión o descolgar el teléfono, y obtenemos así buena parte de la información que deseamos; esto no constituye, naturalmente, una participación total en el acontecimiento, pero es suficiente para hacernos participar en las sensaciones, emociones y reacciones de nuestro corresponsal; participación que introduce en la esfera del receptor el conjunto de los estímulos presentes al individuo emisor, testigo que nos transmite una parte, una imagen, de las sensaciones que él experimenta en el lugar donde se halla. Gracias a los mensajes recibidos, cada individuo vive la experiencia de los otros" (60).

La experiencia vicaria, entonces, viene a enriquecer el contexto socio-cultural de todo grupo humano. Aunque en ocasiones se funde el concepto de experiencia vicaria con la cultura de masas o industria cultural que se difunde a través de los medios de comunicación masiva.

Aquí debemos entender por cultura, todas las relaciones del hombre creador, todo lo que añade a la naturaleza, todo lo que lo distingue de otros animales, lo que engloba todos los hechos de la vida y la posibilidad de ser comprendido. La cultura no se desarrolla por sí misma, sino mediante el intercambio de experiencias con otros grupos. Los vínculos entre culturas lleva al desarrollo de la humanidad. Aun en el sojuzgamiento un grupo hereda a otro costumbres, valores sociales, normas morales, en fin, experiencias humanas.

Cada ser humano posee una organización de experiencias

que le permite darle un sentido a lo que le rodea y dentro de sí va cultivando su sistema de conceptos y valores. Cada sistema conceptual-valorativo de una persona representa su "modelo" del mundo, de cómo concibe la realidad y observa las condiciones que debe respetar o violar, de acuerdo con su entorno social.

Además, de las formas de producción, de las relaciones económicas de un sistema social determinado, depende como responderán los individuos a sus concepciones y valoraciones que tienen de él. De todo lo anteriormente dicho, tenemos que todo proceso de comunicación está inscrito en una formación social, entendida ésta por los modos de producción, las relaciones sociales de producción y los valores culturales que la integran.

En sí, el estudio del contexto social encierra toda la historia de la humanidad, las relaciones entre sistemas culturales y los vínculos entre las personas en particular.

Se volverán a retomar algunas apreciaciones del contexto social cuando se traten los temas del nivel socio-cultural y el modelo antropológico de comunicación.

### 2.3.6. Respuesta, efectos e influencia.

Denominamos respuesta al comportamiento o actitud que asume el receptor al recibir un mensaje. Ese comportamiento entera al emisor si su mensaje fue captado, comprendido y si tuvo interés o no. La respuesta que el emisor recibe de alguien que juega el papel de receptor puede ser positiva -

si este último muestra interés y placer en el mensaje; si la respuesta es negativa y el receptor pierde el interés o no se siente complacido, entonces el emisor tiene que revisar el mensaje para despertar interés y atención.

En el caso de la comunicación consigo mismo -intrapersonal-, el individuo reflexiona, piensa sobre una serie de dudas que le embargan y en el momento que encuentra la solución queda satisfecho, y por lo tanto está respondiéndose. Con respecto a la comunicación interpersonal -cara a cara-, los interlocutores se están observando para decidir qué camino debe seguir su diálogo. Asimismo, en la comunicación social o colectiva, la respuesta al emisor original no llega en muchas ocasiones directamente sino a través de las cadenas humanas.

Wilbur Schramm, con respecto a la respuesta, dice:

"El proceso de regreso se llama retorno de la comunicación, y desempeña un papel muy importante porque nos dice cómo se están interpretando nuestros mensajes. ¿Dice el oyente. "Si, así es", --- cuando tratamos de persuadirlo? ¿Inclina la cabeza en asentimiento? ¿Aparece en su frente un ceño de perplejidad? --- ¿Mira hacia el otro lado como si perdiera interés? Todo esto es comunicación de retorno. También lo es una carta al director de un periódico, protestando contra un editorial. También lo es la respuesta a una carta. También lo es el aplauso del auditorio de una conferencia. Un comunicador experimentado está alerta para reaprovechar esa comunicación de retorno y modifica constantemente sus mensajes de acuerdo con lo que oye u observa en su auditorio" (61).

2.3.6.1. Respuesta.

No podemos considerar la respuesta como el simple efecto de un estímulo -afirma el psicólogo David K. Berlo-, sino como la acción consciente, intencional o no intencional, que da todo individuo. La respuesta es el mensaje que se -- digna darle una persona a otra. La respuesta tampoco es un mecanismo que produce una máquina al accionarle información o al darle un impulso de energía, sino que es un acto humano, donde los individuos responden de acuerdo con su marco\_ de referencia y no como la máquina computadora que al ser - programada responde de acuerdo con su programación. En la - comunicación humana rara vez se logra una respuesta acorde\_ con lo que se propone el emisor. La comunicación humana pre\_senta siempre cierto grado de imperfección.

También es respuesta el silencio que se guarda cuando\_ no se quiere o no se puede contestar. El silencio es tan -- susceptible de interpretarse y tener un significado como lo que podamos decir o escribir con la intención de esperar al\_ go de los demás. Aunque puede tener resultados contraproducentes y tiene resultados negativos. Se dice en una cita -- anónima del siglo pasado: "La verdad puede ser no solamente violada por la falsedad, sino que puede ser también ultraja\_ da por el silencio" (62).

Para algunos estudiosos de la comunicación humana, la respuesta debe ser el proceso regulador, compensatorio, es\_ tabilizador o de equilibrio; en nuestro caso -y en la comu-

nicación interpersonal- la respuesta es parte de la interacción que realizan los individuos al estar intercambiando información, al identificarse con sus maneras de ser y de pensar. En la comunicación masiva, quienes esperan una respuesta satisfactoria para sus intereses, son los emisores de una empresa periodística, radiofónica o televisiva -por mencionar algunos de los sistemas más representativos- los cuales esperan afectar o influir en sus auditorios o público-receptores.

La respuesta también depende del grado de información recibida, pues cuando se debilita provoca poco interés y -- cuando el mensaje es poderoso llega a producir un cambio en la actitud del receptor. Un ejemplo de poca oportunidad de responder lo tenemos en el ejemplo de la caricatura de Charlie Brown: "odio escribir cartas de agradecimiento por juguetes que ya he roto" (63).

Hay respuestas evaluativas que perjudican las buenas relaciones que pueden tener dos o más individuos, una institución con otra, o sencillamente uno mismo. A estas respuestas se les considera "viscerales", pues se piensa que son dadas por el estómago y no por el cerebro, son emotivas y no racionales. Se da cuando se desea defender una serie de valores o actitudes. O podemos adoptar la respuesta de vacuación, que consiste en tomar una actitud racionalizada para soportar una posible agresión fuerte o no esperada.

#### 2.3.6.2. Efectos.

Las respuestas también son conocidas como los efectos\_ que provocan los mensajes recibidos, son el impacto que pro\_vocan los mensajes intencionales o no intencionales. Los -- efectos van desde las actitudes hasta las opiniones que to-man los individuos en relación a los mensajes y en relación a quienes los envían. Así tenemos que en ocasiones los men-sajes provocan en los individuos un reforzamiento o un cam-bio de sus actitudes; como en el efecto boomerang, donde se presenta una actitud que varía en sentido opuesto al desea-do.

Existen diferencias en la calidad de los mensajes y en los efectos que provocan, pues contribuyen a la efectividad o a la falta de interés de los mensajes. Estas condiciones\_ se presentan en los niveles personales o en los intergrupales. De estas segundas tenemos el efecto demostración.

El efecto demostración se da a través de los mensajes\_ que se propagan en los distintos medios de comunicación: -- los individuos observarán las supuestas ventajas, virtudes\_ y cualidades que poseen los productos que les anuncian; les crean la falsa imagen de vivir bien "mientras se puede lle-gar a vivir mejor", o ser alguien a través de trabajar, es-tudiar u obtener dinero; dibujan el "camino del éxito", y - le crean a los individuos la necesidad de superarse para al-canzar lo que la sociedad de consumo les ofrece. Estos meca-nismos de comercialización llevan a los individuos a seguir dos caminos: a superarse, trabajando más, o sencillamente a

tomar una actitud opuesta a las normas sociales que rigen - nuestro sistema (64).

En el caso de la propaganda política, durante la segunda guerra mundial se creó un mecanismo denominado efecto de inmunización, que consiste en que se "inyecta" a los individuos un catalizador que crea resistencia al cambio y que se opone a la propaganda del enemigo. En sí, hay dos procedimientos de inmunización, la primera que consiste en fortalecer las actitudes con información y argumentos de apoyo, la otra es proporcionar propaganda del enemigo ridiculizada o minimizada, a este segundo procedimiento se le denomina contrapropaganda.

#### 2.3.6.3. Influencia.

En el curso de los procesos de comunicación continuamente estamos sujetos a la influencia social, la cual nos lleva a una serie de cambios en la manera de pensar, en los hábitos, gustos y estilos de vida. Dicha influencia se da a veces tan gradualmente que apenas la advertimos. Por ejemplo, utilizar champú en el cabello en la década de los años sesentas no estaba tan arraigado en las personas como hoy. En la actualidad tanto hombres como mujeres usan el champú como si fuera el jabón que limpia el cuero cabelludo. En el presente, nos preocupan más los conflictos de centroamérica que a nuestros padres, a quienes en su juventud les interesaban más los golpes de estado o las luchas guerrilleras. En fin, resultan más espectaculares los recientes cambios -

de actitud de los jóvenes respecto a la marihuana, los códigos sexuales, las formas de vestir, el servicio militar y los estilos de baile, entre otros, todos gracias a la influencia social.

Todo acto de los individuos siempre mostrará la influencia social. Así, la simple presencia de los demás produce tensiones en las personas que se hallan cara a cara. Las influencias sutiles y penetrantes van de las utilizadas por los líderes de opinión hasta las utilizadas en los medios de comunicación masiva.

Todos los mecanismos que afectan a todo ser social están estrechamente ligados a la influencia. Se dan en niveles interpersonales, a través de las redes grupales o en una amplia colectividad. Siempre los mensajes constituirán el conjunto de factores que producirán un área de respuestas entre los interlocutores. Aunque, desde luego, no nos podemos olvidar que la influencia social es extremadamente complicada, pues la influencia no se da en una sola relación de individuos, sino que es toda una cadena de personas, mensajes y efectos.

David Mortensen hace una clasificación de la influencia en los siguientes términos:

"El concepto de influencia social se puede explorar desde otro ángulo más que recorrer aspectos de nuestro estudio tanto de contenido-relación como de lo abierto-encubierto. Supóngase que ordenamos toda influencia social respecto de lo completo de las metas y respues-



tas involucradas. En un extremo del continuo están las influencias incompletas aunque instrumentales para conducir a otras respuestas más. En el primer caso, tenemos ejemplos de influencia consumatoria, y en el otro influencia instrumental. Claro está que la distinción es siempre cuestión de grado. Algunas influencias son más o menos completas con respuestas inmediatas de los receptores; otras no son más que medios para auspiciar metas. Obsérvese que no estamos hablando acerca de respuestas, per se, como se suele usar la instrumentalidad en investigaciones acerca del aprendizaje, sino más bien acerca del vínculo entre metas y respuestas de los respectivos "comunicadores" (65).

Existe también para Mortensen la influencia controlada y la influencia incontrolada. La primera deberá estar regulada por el comunicador, él debe saber qué decir, cuándo y cómo. En cambio, la incontrolada, llega a ser algo fortuito, en la que no tenía un propósito fijo de a quien influir y por lo tanto llega a provocar un afecto no esperado sobre quien recibe los mensajes.

Indicación: Completa, sobre las líneas punteadas, las siguientes afirmaciones.

1. El modelo básico de la comunicación humana debe contener los siguientes elementos: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
2. A la persona (o conjunto de individuos) que selecciona y transmite mensajes en forma intencional se le llama: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
3. A la persona o grupo de personas que forman un auditorio o público que reacciona ante el mensaje se le denomina: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
4. Al contenido, la información, signos y códigos que son interpretados por emisores y receptores se le llama: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
5. El instrumento o vehículo por el cual se conducen, transitan o transportan los mensajes de una persona a otra, se llama: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
6. El elemento que distorsiona o modifica el mensaje original recibe el nombre de: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
7. La condición, ambiente, campo o lugar de referencia donde se da la comunicación, se le conoce como: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

8. A la influencia, reacción, efecto o el resultado de la acción de exponerse a los mensajes lo identificamos con el nombre de: \_\_\_\_\_
9. Al proceso básico de interacción y relación humana lo denominamos: \_\_\_\_\_
10. Quien tiene el deseo o propósito de dar a conocer alguna idea, sentimiento, conformar noticias, entre otras actividades, recibe el nombre de: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
11. Sólo podemos comunicar o estructurar nuestro mensaje en función de nuestro: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
12. Cuando pretendemos intercambiar experiencias siempre asumimos una posición respecto a los demás y a nosotros mismos y por lo tanto tomamos una: \_\_\_\_\_
13. Al acto de afectar una persona a otra le podemos denominar: \_\_\_\_\_
14. Todo lo que carece de intención para un emisor y para un receptor no es un: \_\_\_\_\_
15. A la identificación de significados que hay entre una persona y otra, al estarse comunicando se le denomina:

- .
16. Se le puede identificar como un depósito de información que tiene relación con su práctica social y que recibe el nombre de: \_\_\_\_\_
17. Al igual que el emisor para que pueda comprender a los demás y a sí mismo, todo receptor necesita de un: \_\_\_\_\_
- .
18. Al acto de discriminar y elegir un mensaje, que realiza el receptor para obtener una recompensa, previo esfuerzo realizado, recibe el nombre de: \_\_\_\_\_
- 
19. A la unidad básica de la comunicación que desglosa la cantidad de información a través de datos, signos o estímulos, le llamamos: \_\_\_\_\_
20. Los signos escritos o signos icónicos reciben también el nombre de mensajes: \_\_\_\_\_
21. La unidad mínima que hay dentro del mensaje se llama: \_\_\_\_\_
- 
22. El signo, de acuerdo a Charles Morris, debe ser estudiado bajo tres ramas o disciplinas del lenguaje, denominadas: \_\_\_\_\_

23. Cuando estamos utilizando muecas, movimientos corporales y entonaciones en la voz, estamos utilizando los mensajes: \_\_\_\_\_
24. La comunicación es el acto y el producto es la: \_\_\_\_\_
25. El repertorio de signos convencionales que responde a reglas arbitrarias recibe el nombre de: \_\_\_\_\_
26. Existen dos tipos de códigos en la comunicación humana: los \_\_\_\_\_ y los \_\_\_\_\_
27. El elemento de la comunicación que sirve para trasladar, conservar, amplificar y difundir los mensajes recibe los nombres de \_\_\_\_\_ o \_\_\_\_\_
28. Son ejemplos de canales fisiológicos de comunicación: el \_\_\_\_\_, el \_\_\_\_\_, y el \_\_\_\_\_
29. El sistema sensorial que basa su acción en el contacto de la piel y su entorno, es un canal: \_\_\_\_\_

30. En la transmisión de mensajes sonoros se utiliza el canal: \_\_\_\_\_.
31. A las extensiones físicas de los sentidos del cuerpo humano se les denomina canales \_\_\_\_\_.
32. A los canales que hacen que los mensajes se conserven en el tiempo y el espacio se les llama: \_\_\_\_\_ o de \_\_\_\_\_.
33. Y los canales donde los mensajes sólo tienen un instante en su transmisión, reciben el nombre de medios de: \_\_\_\_\_.
34. A cualquier alteración o interferencia ajena a la señal o al mensaje se le llama: \_\_\_\_\_.
35. Cuando no hay elementos distorsionadores del mensaje, se afirma que existe \_\_\_\_\_ en la comunicación.
36. En la comunicación humana, cara a cara, continuamente utilizamos canales paralelos, pues en la medida que estamos enviando mensajes sonoros, también usamos mensajes \_\_\_\_\_.
37. La realidad normativa que existe en toda relación humana y que sirve de ambiente a los interlocutores para co

municarse de una manera y no de otra, recibe el nombre de \_\_\_\_\_.

38. Todo grupo humano, de acuerdo a su cultura -según Eduard Hall- utiliza su tiempo de dos maneras: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ y \_\_\_\_\_

39. La participación indirecta de actos que el hombre conoce a través de libros, televisión, cine, etcétera, le permite al individuo conocer la historia de los demás - y, según Abraham Moles, recibe el nombre de \_\_\_\_\_

40. El comportamiento o actitud que asume un receptor después de recibir mensajes, la denominamos \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_.

41. También el proceso regulador, compensatorio o estabilizador de la interacción humana recibe el nombre de: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_.

42. La respuesta que es el resultado de una actitud opuesta a la deseada por el emisor, se le denomina efecto: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_.

43. La falsa imagen que nos crea el sistema de comunicación masiva, en sistemas sociales como el nuestro, de "vivir bien mientras se puede llegar a vivir mejor", forma parte del argumento donde se explica el efecto: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_.

Indicación: En hojas distintas de este cuaderno, escribe y realiza lo que se te pide.

1. Investiga en la Antología de Ciencia de la Comunicación I y en libros de teoría de la comunicación humana, sobre las distinciones que se hacen de los elementos de la comunicación humana y la comunicación electrónica o física.
2. Señala las principales características de los elementos que intervienen en la comunicación humana.
3. ¿Por qué es posible establecer relaciones de comunicación a pesar de las grandes distancias temporales y espaciales que hay entre los individuos?
4. ¿Cómo pueden los hombres conservar la información a través del tiempo?
5. Investiga ¿qué es el "ruido blanco" y dónde es utilizado? Escribe tu respuesta.
6. Investiga en tres fuentes de información, mínimo, las diferencias que se presentan entre los conceptos comunicación e información; entre medio y canal, y entre signo y código. Escribe tus respuestas.



#### 2.4. Niveles o modos de comunicación humana.

La comunicación humana, como objeto de estudio, necesita de una taxonomía continua. Así como los lenguajes, canales, medios o elementos tienen una clasificación dentro de la comunicación, también los niveles o modos en que los individuos tienden a relacionarse con ellos mismos y con los demás poseen un orden.

Los niveles o modos no sólo se dan a partir de varios componentes que forman una relación comunicacional. Sin embargo algunos estudiosos consideran que el proceso de la comunicación únicamente se da cuando hay más de dos personas. Otros argumentan que la comunicación también se da en uno mismo, al reflexionar, pensar y preguntarse. El proceso interno de comunicación, denominado intrapersonal (dentro de la persona), sirve para que el hombre organice y desarrolle sus redes y formas de comunicarse con él mismo. En el nivel de análisis intrapersonal encontramos que todo individuo se vale de sus experiencias anteriores, percepciones, motivaciones, actitudes, tomas de decisión y aprendizaje, para lograr una mayor comprensión de su realidad.

En el nivel interpersonal (entre personas o bipersonal) se presenta la relación que hay entre dos o más individuos, que se influyen mutuamente a través del intercambio de experiencias, de sus intenciones y del número de contactos efectivos y productivos. Gracias a este nivel de intercomunicación los hombres, a través del tiempo, adquieren distintos

grados de socialización (proceso socio-psicológico que dura toda la vida) y de interacción.

El nivel intragrupal (dentro de un grupo) muestra las maneras en que los miembros de una familia o de un grupo de amigos, realizan sus interacciones; se basa en la comunicación de persona a persona, pero se extiende al examinar los papeles o roles que juegan cada integrante del grupo. Más concretamente, a través de la comunicación intragrupal podemos comprender las actitudes, opiniones e influencias que giran alrededor del grupo.

En cambio en el nivel intergrupual se estudian las organizaciones, los recursos tecnológicos que les sirven de intermediarios y las redes comunicacionales que se presentan. Los integrantes de los grupos utilizan desde el recurso interpersonal, los sistemas de comunicación colectiva (el periódico, radio, cine, televisión, impresos, etc.), hasta los contactos internacionales de una cultura a otra, de un grupo a otro.

Las condiciones que prevalecen en el nivel sociocultural son más complejas que en los niveles antes enunciados, pues la influencia de dentro y fuera de los grupos que actúan en la sociedad lleva a corrientes de pensamiento que provocan las denominadas "revoluciones culturales". El nivel socio cultural abarca los cuatro niveles anteriores, utiliza recursos propagandísticos y publicitarios, los mitos, la religión y las costumbres de los grupos que forman

sociedades.

Desde luego, cabe aclarar que para algunos autores no son los únicos niveles a estudiar en la comunicación humana, pero aquí se consideran los más recurrentes, con base en -- trabajos como el de David C. Mortensen (66), que clasifica a la comunicación como intrapersonal, interpersonal y socio cultural; Lee Thayer (67): intrapersonal, interpersonal, or ganizacional y tecnológica; así como J. Ruesch y G. Bateson (68): intrapersonal, interpersonal, grupal y cultural.

También Luis Albarrán acepta conceptos psicológicos, - sociológicos y antropológicos a los cinco niveles propues- - tos en el presente trabajo (69).

#### 2.4.1. Nivel intrapersonal.

La comunicación intrapersonal es un proceso que tiene lugar dentro del hombre. Esto es posible porque el indivi- - duo puede transformar los mensajes externos en signos o sím- - bolos internos; mensajes que están sujetos a su interpreta- - ción. El nivel intrapersonal se refiere al hecho de obser- - var, pensar, escuchar, leer, buscar o adquirir información - consumible y que le es dable al individuo.

Lee Thayer sostiene la hipótesis de que la comunica- - ción se produce dentro de las personas, puesto que el resul- - tado del intento de influir en alguien queda determinado, - en última instancia, por el mismo individuo. Por ejemplo, - si una persona no puede comprender lo que se le dice, o si lo comprende y acepta pero invalida de algún modo su siste-

ma de comprensión, es probable que no se le influya tal como pretende otro individuo.

Si para una persona lo que se dice carece de validez, entonces los efectos serán escasos. Si el mensaje de un emisor tiene escasa o nula validez para el receptor, o si éste último prevé consecuencias negativas, es probable que los esfuerzos del emisor no sean efectivos.

Thayer da el siguiente argumento de su hipótesis:

"El fenómeno esencial en toda la comunicación humana es el proceso intrapersonal de "dar relevancia" o de "convertir en mensajes" los datos simples y carentes de estructura relativos a acontecimientos de nuestros mundos internos y externos, y de organizar y hacer que tales datos sean comprensibles y se conviertan en unidades o "mensajes" funcionales susceptibles de ser consumidos" (71).

No hay un solo momento en que los individuos perciban el mundo físico, no hay una sola sensación en un instante exclusivamente, ni un comienzo ni un fin, sino que continuamente experimentan nuevas sensaciones que los llevan a acumular conocimientos, experiencias y sentimientos, que vienen a enriquecer su comunicación intrapersonal. Pero, ¿en qué momento somos capaces de comprender cuando realizamos este modo de comunicación? Eduard T. Hall explica ese momento a través de un ejemplo:

"Richard Hughes, en su valioso librito Huracán en Jamaica, describe un ejemplo patético del proceso de identificación al narrar el descubrimiento de -

Emily por ella misma. Emily, prisionera de los piratas, va en uno de los últimos barcos de la flotilla con sus hermanos y hermanas. Los niños llevan varias semanas en el barco y han explorado palmo a palmo la goleta. La vida se ha ido convirtiendo en rutina. La descripción de Hughes sigue: "Y entonces ocurrió algo, para Emily, de gran importancia. De repente se dio cuenta de quién era. Pocas razones se pueden encontrar para que no le ocurriera cinco años antes, o bien cinco años después; y ninguna para que tuviese que ocurrirle aquella concreta tarde. "Había estado jugando a las casitas en un escondrijo de las amuras detrás del molinete (en el que había colgado una garra de diablo a manera de llamados); y cansada del juego, caminaba sin objetivo hacia la popa, pensando vagamente en abejas y en la reina de las hadas, cuando de repente relampagueó en su pensamiento que ella era ella. "Se detuvo en seco y comenzó a mirar todas las partes de su persona que alcanzaba con los ojos. No podía ver mucho, excepto un escorzo del frente del vestido y las manos cuando las levantó para inspeccionarlas; pero fue lo bastante para hacerse una idea aproximada del pequeño cuerpo que de pronto se había dado cuenta de que era el suyo. "Comenzó a reír, irónicamente. '¡Bueno!' pensó, en efecto: '¡Qué maravilla que tú, de entre todo el mundo, hayas venido a caer aquí, no vas a poder en mucho tiempo: tendrás que tirar adelante siendo una niña, y creciendo y envejeciendo, antes de poder deshacerte de esta loca extravagancia'. "Decidida a evitar cualquier interrupción de este importantísimo acontecimiento, comenzó a trepar los rebenques, camino de su percha favorita en lo alto del palo. Sin embargo, cada vez que movía un brazo o una pierna en esta simple acción, la sorprendía con nuevo asombro encontrar que la obedecían con tanta presteza. La memoria le decía, desde luego, que siempre había sido así antes: pero antes nunca se había dado cuenta de lo sorprendente que era. "Una vez instalada en su percha, -

comenzó a examinar la piel de las manos con el mayor cuidado: pues era suya. - Deslizó un hombro fuera del borde del vestido; y habiendo mirado dentro para asegurarse de que realmente continuaba debajo de las ropas, se encogió para que le rozara la mejilla. El contacto de la cara con el hueco cálido y desnudo del hombro le produjo un estremecimiento de placer, como si fuera la caricia de una especie de amigo. Pero no pudo determinar si la sensación le llegaba a través de la mejilla o del hombro, qué era lo acariciado y cuál el acariciador" (71).

La capacidad de procesar la información de un individuo está basado en su aptitud para seleccionar o "filtrar" lo que considera más importante. El hombre reduce la complejidad de su ambiente cuando sintoniza los mensajes deseados y elude el resto de ellos. Este hecho, denominado percepción selectiva, está determinado por las actitudes de su ser, pues por ejemplo, si se le presentan alternativas de propaganda política, él, mediante una serie de experiencias, responderá de acuerdo con su opinión política y su posición.

Nuestra percepción es el comportamiento aprendido y compartido mediante símbolos. La cultura encierra un gran número de experiencias que aprendemos y comprendemos, pero cuya percepción es una acción personal. En la medida que los individuos seleccionan los mensajes a partir de su percepción, también tienen dentro de sí un grado de motivación que los lleva a aceptar algunos y rechazar otros. La motivación lleva al hombre a cambiar sus percepciones, expectativas, actitudes, opiniones y tomas de decisión, pues si la motivación se da en el individuo y es condición propia de

él, entonces el mayor grado de motivación hará que determine concretamente sus opiniones, actitudes y elección.

Las actitudes o predisposiciones favorables o desfavorables que el individuo tiene hacia la información, hacen que interprete los mensajes que recibe a partir de sus experiencias, acción que le ayuda a tomar una decisión que pasa por el nivel intrapersonal y se externa a través de una opinión. La actitud puede ser positiva o negativa de acuerdo con lo que se procesa. Un ejemplo del segundo caso radica en que la actitud negativa de una persona, provoca que los demás tomen una actitud negativa hacia ella, dado que las reacciones internas del individuo determinan las reacciones que recibe del exterior. Si, por ejemplo, el profesor está ante nosotros y nos mostramos hostiles o defensivos con él; es posible que ello tenga efectos de enemistad. Una persona que tiene confianza en sí misma, responderá menos defensivamente que aquella que no se tiene confianza y cuyas actitudes casi siempre serán negativas.

Otra condición que debe prevalecer en el nivel intrapersonal es el referido al aprendizaje como patrón que establece o guía el comportamiento que asumen los individuos, pues siempre se va a responder de acuerdo a lo aprendido, lo que permitirá valorar, aceptar o rechazar conocimientos y experiencias.

Los actos de procesar, seleccionar, percibir, tomar una actitud u opinión, estar motivado, que se dan dentro

A la comunicación interpersonal se le considera la más tradicional de todas, y tiene una importancia vital en todas partes del mundo. Afirma McBride que de 60 a 70 por ciento de la población rural de los países en desarrollo transmiten y relacionan sus mensajes utilizando el nivel interpersonal. Dice:

"Allí donde todavía predomina la comunicación tradicional, los padres, los adultos o los jefes de pueblo desempeñan un papel esencial en la incorporación de los jóvenes a la vida de su comunidad y en la preparación de su integración activa en la vida del grupo. Incluso cuando los medios de comunicación social moderna han llegado a las regiones aisladas, las formas antiguas conservan su validez, en particular cuando se utilizan para influir en las actitudes, estimular una acción y obtener cambios" (73).

La comunicación interpersonal ha sido fundamental para el desarrollo de los individuos, pues permite la socialización, considerada como el proceso sociopsicológico que dura toda la vida y durante el cual los individuos incorporan normas, valores, conductas y comportamientos de acuerdo con el medio en que crecen. Buena parte de las conversaciones interpersonales tienen el compromiso de generar configuraciones para que los individuos asuman patrones de comportamiento. Sin la comunicación interpersonal el hombre no puede formar su personalidad -un producto social- ni realizar la interacción.

El nivel interpersonal permite observar que la comuni-



cación cara a cara proporciona a los individuos la posibilidad de encontrar una respuesta inmediata. Hace que intervengan la mayor parte de los sentidos de las personas para así entenderse mejor. Asimismo, las intenciones de quienes intervienen provocan condiciones de simpatía, amor, odio, pedir u ofrecer amistad, indicar sumisión o respeto, dialogar, etcétera.

La comunicación interpersonal, con frecuencia, posee un alto grado de emotividad de quienes intervienen en ella, pues no está planeada ni preparada, menos estructurada, como podría ser el caso de un anuncio comercial. Y sí, en cambio, está afectada por las actitudes, necesidades, metas, estados de ánimo y experiencias de quienes intervienen en ella.

La interacción es uno de los factores que facilita el entendimiento y la identificación de las imágenes que proyectamos; por ejemplo, las primeras impresiones que recibimos de los demás son importantes para establecer un adecuado tono de interacción. Nos sirven de agarradera la imagen del otro. Así, una vez logrado el contacto interpersonal, se dejan atrás las tensiones y la autolimitación que tenemos; hay una secuencia que se desliga frágilmente sobre el diálogo que se logra con el otro.

Vivimos en un mundo de contacto interpersonal, cada uno de nosotros presenta rasgos característicos que encierran riesgos y recompensas. Desde la predisposición de ha-

blar, hasta la alegría de ser escuchado. El contacto interpersonal puede ser también para la competencia, la dominación o la posición social que ejerza uno.

El proceso transaccional, como se le denomina también a la comunicación interpersonal, muestra dos condiciones en su aplicación: la primera, que es emocional, y la segunda, racional. Aunque ninguna de estas dos condiciones funcionan completamente separadas de los integrantes de este nivel de comunicación; la emotividad encierra diversos grados de subjetividad y la parte racional expresa los pensamientos, que facilitan el entendimiento de los mensajes. La comunicación interpersonal, desde el momento en que el emisor envía el mensaje hasta que éste es recibido por el receptor, recibe el nombre de transacción de comunicación. La mayoría de las conversaciones entre dos personas, por ejemplo, están formadas por cientos de mensajes enviados y recibidos; así, a diario realizamos cientos de pequeñas transacciones.

La empatía es otra característica de la comunicación interpersonal, pues con ella los individuos escuchan y responden a los mensajes bajo el mismo nivel de sentimientos. Es como leer entre líneas. Una vez que sabemos qué es la empatía, podemos ayudarnos y prevenir, en consecuencia, conflictos: nos valemos de la empatía cuando respondemos con alegría que nos muestran; a la apatía con indiferencia, y a la tristeza o pesadumbre, con la seriedad que el caso amerite.

Cuando se realizó el trabajo de Cloutier, en el primer cuaderno, fue definida la comunicación interpersonal como sintética (porque utiliza un lenguaje audiovisual), integral (porque no se pueden desligar las personas del tiempo y el espacio) y subjetiva (porque la experiencia de las personas tiene un alto grado de emotividad), ahora, en el nivel interpersonal, se agregan y modifican más características, pues no sólo cara a cara se da la transacción, sino también mediante el teléfono, la carta y una serie de instrumentos tecnológicos que vienen a simplificar o a intervenir en la relación de persona a persona; el espacio y el tiempo se rompen, los lenguajes se separan o unen en audio, en escrito y en visual. Pero se sigue dando la transacción diádica. Lo diádico constituye la relación más simple de toda unidad social, o la forma singular de la comunicación.

La influencia interpersonal o efectividad diádica está vinculada al éxito que logran los elementos que intervienen en este nivel de comunicación. El contacto interpersonal está en función de la interpretación que se haga de los mensajes, de las conductas que se sigan, de las creencias, valores y actitudes que cada uno de los miembros que intervienen en el contacto logren afianzar o eliminar. Por lo tanto, es a través de la afectación que la influencia tiene un grado de efectividad. Para poder comprender a los demás, en la fase interpersonal, necesitamos poseer un modelo conceptual de nuestra relación con quien estamos relacionándonos. Es -

decir, que para interactuar, para afectar e influir al otro, necesitamos modelos conceptuales que adecuen nuestra comunicación.

Las personas realizamos continuamente contactos interpersonales que incrementan las expectativas e influyen en nuestras conductas comunicativas y abarcan una serie de etapas de actividad que David Mortensen describe así:

"La primera etapa es una anticipación - que abarca las impresiones o expectativas referidas a un próximo encuentro. La siguiente se podría calificar de toma de conciencia de la simple presencia de otros; se da cuando las interactuantes ingresan por primera vez en un ambiente común aunque con apenas una vaga conciencia el uno del otro. Después viene el proceso del contacto directo en sí; está regido inicialmente por un período de primeras impresiones, y después por la secuencia de ida y vuelta de la interacción que se dan con sentidos de mutua dependencia, o reciprocidad" (74).

En la medida que hay contactos interpersonales que comprometen el trabajo propio de los demás, existe otra serie de contactos muy vagos al utilizar términos de conversación como: ¿Cómo está usted?, "Me alegro de volver a verlo", "¿Cómo se siente?", "Lindo día", "Está bien", "Que te vaya bien" "Nos veremos pronto", etcétera. Condiciones que resuelven muchos compromisos y no agregan gran cosa a nuestras relaciones interpersonales.

#### 2.4.3. Nivel intragrupal.

Todo individuo, al estructurar sus mensajes, siempre -

lo hace con el fin de llegar a otros individuos. Además, - los mensajes no son enviados a una persona aislada, sino a una o a varias personas, pensando que forman parte de un - grupo.

La unidad social está formada por los individuos que - sostienen, entre ellos, relaciones interpersonales, que si- guen propósitos similares y que desarrollan vínculos afecti- vos. Esta unidad social recibe el nombre de grupo prima- rio de referencia, y forma parte del estudio del nivel de - comunicación intragrupal. Así, cuando mencionamos al grupo de referencia, ponemos nuestra atención en la familia, en el círculo de estudio que formamos con amigos muy cercanos o en el núcleo político, económico o religioso al que per- tenecemos.

La comunicación intragrupal determina entre sus miem- bros, casi inevitablemente, pautas de flujo de información que les es accesible y donde la vinculación afectiva de -- los integrantes del grupo llega a ser, en muchas ocasiones, factor de dominación.

La dinámica de grupos, actividad realizada por los -- hombres en sus procesos de socialización y desde la más re- mota historia de la humanidad, determina las interacciones y por lo tanto la participación de los miembros de un gru- po. Autores de la psicología social sostienen que un grupo primario debe tener como máximo once integrantes, un núme- ro mayor forma más de dos grupos. Y como mínimo -dicen au-

tores como David Mortensen- dos miembros para formar el nivel intragrupal, aunque la pareja no llena, técnicamente, - todos los requisitos del grupo, especialmente cuando carece de poder de alianza, condición fundamental para la integración grupal. Pero de todos modos, la pareja brinda una base de partida para entender la dinámica de la unidad social.

Cada integrante de un grupo de referencia juega un papel o rol. Es decir, cumple los requisitos de las normas sociales, adopta las formas de actuar como si fueran "recetas" guías o prescripciones, para valorar si las propias conductas y las de los otros son adecuadas. Puede ser el papel de padre, hijo, líder, de sumiso, dominantes, etc., todo dentro y fuera del grupo.

Las fuerzas que sirven para vincular a los miembros de un grupo están determinadas por interdependencia que logran sus integrantes. Los mensajes son los que ayudan a esa vinculación, aunque la decisión en muchas ocasiones es determinada por el líder de opinión ; desde luego, las opiniones -- que salen del grupo están mostrando el grado de influencia que hay en él. Por ello se afirma que los individuos responden a los mensajes de acuerdo con la opinión que tiene el grupo de referencia al que estén estrechamente vinculados.

El grupo de referencia es un conjunto humano que interacciona para identificar a sus integrantes. El papel de un grupo de referencia en la conducta humana es el mismo que - tiene cualquier sistema cultural: es decir, se comparten --

concepciones, valores, normas, creencias, interpretaciones de la realidad, etcétera, con el propósito de formar modelos o esquemas del mundo, a fin de que los individuos que lo integran tengan una conducta que les ha sido marcada.

En sus vinculaciones los grupos utilizan un lenguaje verbal o no verbal que les permite estar estrechamente relacionados, todo gracias a la interacción que realizan dentro del grupo. Gran parte de las interacciones sociales se constituyen en las conversaciones que sostienen los miembros del grupo, aunque la influencia de sus integrantes no es uniforme ni simple. Así con el libre diálogo y la participación, se busca el equilibrio de sus miembros, también repartir las tareas adecuadamente para conseguir un equilibrio social. Paul Hare en Las dimensiones de la interacción social, dice:

"La forma de la interacción es menos específica que el contenido y se la registra más fácilmente. Cuando uno se acerca a un grupo desde "afuera", el primer aspecto de la interacción que se pone de manifiesto es la red de comunicación (es decir, quién habla con quién) y el segundo, el monto de interacción transmitida por cada uno de los canales. Para llevar a cabo un análisis más detallado de lo que sucede en el grupo, son necesarias algunas categorías de contenido. Aquí, la división más frecuente se establece entre contenidos dirigidos principalmente a la solución de problemas socio-emocionales. Dentro del ámbito socio-emocional, las categorías del control y el efecto representan los tipos de comportamiento que predominan, en tanto que en el ámbito de la tarea --

el consenso sobre las categorías "típicas" de solución de problemas es menos seguro" (75).

El proceso de interacción que se lleva a cabo dentro de un grupo de referencia resulta imposible de analizar, -- pues cada uno de los integrantes utiliza un lenguaje verbal y otro no verbal, se compromete en ciertos aspectos del grupo y en otros no, en fin, es un tema tan escurridizo cuyo estudio es muy delicado. Sólo nos queda mencionar algunos comportamientos en la participación de los integrantes de un grupo que propone Bales, a partir de sus interacciones" (76).

Intervenciones, actitudes y roles en relación con el grupo	Intervenciones, actitudes y roles con respecto a la tarea	1 - Muestra solidaridad, estima. Ayuda, gratifica a los otros.	Criterios positivos	Criterios negativos	Problemas de orientación	Problemas de evaluación	Problemas de control	Problemas de elección	Problemas de tensión y del estado emocional	Problemas de integración
		2 - Aligera las tensiones, crea distensión, agrada, ríe, muestra satisfacción.								
		3 - Se muestra conforme, acepta con facilidad, "comprende", coincide por completo con el otro.								
		4 - Proporciona sugerencias, ideas, pero siempre respetando las ideas de los otros.								
		5 - Brinda opiniones, evalúa, juzga, expresa deseos y sentimientos.								
		6 - Da orientaciones, informa, clarifica, formula, repite, confirma.								
	7 - Pide orientaciones, informaciones, busca confirmaciones, hace repetir.									
	8 - Solicita opiniones, espera que los otros brinden sus evaluaciones, las analiza.									
	9 - Pide ideas y sugerencias, directivas y dirección, posibles vías de acción.									
	10 - Muestra desacuerdo, rechaza, pone en duda, no comprende, retira todo apoyo.									
	11 - Muestra tensión, aumenta la tensión, se ubica fuera del grupo.									
	12 - Demuestra antagonismo, rebasa la posición de los otros, se defiende, ataca, se afirma en contra.									

Cuadro de las categorías de Bales:

Area socioafectiva positiva: 1-3.

Area de las tareas socio-operativas: 4-9

Area socioafectiva negativa: 10-12



Gracias a la comunicación intragrupal es posible que las personas lleven a cabo una serie de actividades que, en conjunto, les reditúan satisfacciones; debido a la organización de los grupos también se logran fines cuya planificación y obtención serían difíciles individualmente. Tal es el caso del trabajo en los talleres de audiovisuales y de impresos que se realizan en el plantel Vallejo del Colegio de Ciencias y Humanidades. La tarea de preparar un guión -- con la información recabada en distintas fuentes; realizar diseños y tomar (imágenes fotográficas; registrar imágenes sonoras que vienen a reforzar la imagen visual; sincronizar imagen y sonido, son los requerimientos para el logro de un trabajo audiovisual. Para realizar lo anterior, una sola -- persona se llevaría mucho más tiempo que un grupo de alumnos. Todo ello encierra satisfacción. Pues así como una persona se especializa en dar ideas, otra lo hace en la elaboración de carteles y otra más en seleccionar adecuadamente la música, etcétera.

En el nivel intragrupal encontramos a los llamados líderes de opinión, que son quienes conducen a los miembros -- de un grupo por caminos que, en su criterio, son adecuados. El liderazgo que realizan algunos individuos en los grupos -- primarios también determina su grado de efectividad y de -- cohesión. Por lo regular, las personas que hablan dentro de un grupo reciben con más frecuencia una respuesta y son --- quienes logran el mayor grado de interacción.

Existen otros miembros dentro del grupo que no necesitan controlar ni ser controlados, que se mantienen distantes del grupo y se les identifica como anarquistas. Asimismo hay personas a quienes no les gusta controlar, pero sí ser controladas, y se les denomina sumisas. Y, desde luego, en el centro se ubican los individuos que, moderadamente de sean controlar y ser controlados, y se les denomina democrá ticos.

En fin, se pueden seguir enumerando características -- que posee el nivel de comunicación intragrupal, pero, para los fines de este trabajo, las mencionadas son suficientes.

#### 2.4.4. Nivel intergrupal.

Si en el nivel intragrupal los vínculos o relaciones comunicacionales se dan dentro del grupo, en la comunicación intergrupal se extienden en redes, de tal manera que los individuos utilizan varios conductos o canales (desde la comunicación cara a cara, hasta los sistemas de radares y satélites); asimismo, se presenta una compleja organización de flujo de información a través de grupos humanos.

Los grupos no interactúan en el vacío social, pues los integrantes de un grupo influyen sobre la conducta de otro grupo humano. Se crean relaciones que perduran, en muchas ocasiones de una generación a las siguientes. No necesariamente se dan en forma directa (cara a cara) las relaciones intergrupales, sino que también se transmiten a través de libros, documentos escritos, grabados o impresos, lo que ha

ce que se conserven los mensajes a través del tiempo.

Las personas se trasladan de un ambiente social a otro, se vinculan o involucran con distintos grados de responsabilidad dentro de un grupo y en relación con otros. La penetración es de gran importancia para determinar en qué grado las actividades de una red grupal influyen o se superponen en otras redes.

La comunicación intergrupala está vinculada a las relaciones interpersonales, tanto como a las cadenas humanas y a los grupos que forman una sociedad. Así como hay una influencia en la comunicación cara a cara, la hay en los mensajes que se envían a distintos grupos de personas, a través de medios técnicos como periódicos, cine, televisión y radio, entre otros. Estas vinculaciones crean las redes de comunicación. La red de comunicación -dice David Mortensen- parece a las operaciones de un conmutador telefónico. Cada persona es un comunicador, el aparato mecánico es un canal mediante el cual se transmite información, y cada receptor es un destinatario o un intermediario en la red. Las redes de comunicación operan a todos los niveles de contacto interpersonal y llegan a ser tan accesibles a todos que un simple saludo nos lleva a una serie de contactos y de relaciones.

La estructura de comunicación se elabora gracias al conjunto de intercambios en uno o más grupos; es decir, si los individuos logran un contacto con varios miembros de --

distintos grupos, estarán elaborando una estructura de comu  
nicación.

Claude Flament distingue a la red como al conjunto ma-  
terial, físico; y a la estructura como al conjunto de comu-  
nicaciones; "la red es una posibilidad de comunicación, la\_  
estructura, una realidad de comunicación" (77).

Para el estudio de las redes se necesita una compleja\_  
sistematización si se quiere clasificar los vínculos que --  
hay entre los individuos. Para ello primero hay que saber -  
cuál es el papel de la retroacción, información que sirve -  
de reguladora en todos los sistemas humanos, técnico o elec-  
trónicos. El concepto de retroacción es fundamental tanto -  
en las ciencias de la conducta como en los sistemas del ha-  
bla humana. Mortensen comenta al respecto.

"Una diferencia crítica entre las acti-  
vidades de retroacción de un termostato  
y un ser humano reside en el nivel de -  
verificación de sensibilidad a cada ---  
error: La diferencia entre las respues-  
tas anticipadas y las reales. Los mane-  
jos o niveles de verificación de un ter-  
mostato son precisos e invariables. Si,  
por ejemplo, están fijados respectiva-  
mente en 25 o 20 grados, cabe esperar -  
que cualquier caldera que funcione bien  
se enciende o apaga toda vez que la dis-  
crepancia entre el nivel predeterminado  
(25°) y el desempeño efectivo (temperatu-  
ra ambiental) sea mayor de 5°. En otras\_  
palabras, que el grado de error se pue-  
de predeterminar y mantener mediante el  
acto de fijar el termostato. Con todo,  
el nivel, o más precisamente el umbral\_  
en el que la información actúa como dis-  
positivo de manejo en las cuestiones hu-  
manas, no se puede determinar de manera  
tan precisa. La sensibilidad a la retro

acción humana difiere con la persona, - la situación y el tipo de interacción. El tipo de sugerencias de la secuencia dada de interacción es igualmente importante para determinar la sensibilidad humana a la retroacción" (78).

La retroacción-o sencillamente el flujo de información que corre en una serie de grupos- en la sociedad, es vital para transformar y mantener las redes o vinculaciones de los grupos humanos. La retroacción sirve también para distribuir, dirigir y acelerar los mensajes en todas las situaciones sociales; incluye factores como la duración, la relación y la fluidez de cada intercambio verbal; el tiempo de las respuestas y la cantidad de participantes; el aprendizaje de tareas, sentimientos de atracción interpersonal, la confianza en el acierto de los juicios y la motivación, el éxito, el poder y el reconocimiento al status social.

Es evidente que a partir de las experiencias interpersonales y la influencia que provoca el utilizar medios de comunicación masiva, se presentan redes de grupo que han sido estudiadas ampliamente. Así se plantea la idea del flujo de la comunicación en dos pasos, que tiene lugar cuando hay un efecto de los medios de comunicación sobre las redes de comunicación interpersonal. Paul Lazarsfeld y otros investigadores estadounidenses descubrieron que los contactos interpersonales eran más importantes que los medios de comunicación para influir sobre las decisiones de los votantes. Se dieron cuenta de que la vinculación se daba en dos etapas -

singulares, en lugar de un fluido único de los mensajes --- transmitidos a través de los medios técnicos de comunica--- ción hacia un público "atomizado". La primera de las etapas va de quienes dirigen los medios de comunicación masiva a - individuos que forman parte de un grupo, quienes reafirman\_ o rechazan el significado de los mensajes a partir de los - criterios que tenga el individuo que cubre el papel de lí--- der de opinión, donde se da la segunda fase.

Los líderes de opinión son las personas que saben más, sus valores y actitudes están en función del grupo y los - examina con mayor claridad que los demás miembros.

Así como hay esta explicación del flujo de comunica--- ción en dos etapas, Rosenay hace referencia al flujo de co- municación en cuatro etapas. Así, los que transmiten un --- acontecimiento a través de los medios de comunicación masi- va (primer paso) los recogen de los formadores de opinión - quienes expresan sus puntos de vista como noticias (segundo\_ paso), de los cuales se enteran a su vez los "líderes de la opinión" de un público general, quienes los transmiten a su\_ vez (paso tercero) a personas con intereses comunes (grupo\_ de referencia), en situaciones cara a cara (cuarto paso). Desde luego que cada vínculo del flujo de mensajes represen\_ ta una etapa de un flujo de palabras continuadas e interre- lacionadas, por lo que ningún modelo de esta naturaleza tie\_ ne un número fijo de "pasos" o "etapas" y de relaciones in- tergrupales que cubrir. (79).

#### 2.4.5. Nivel socio cultural,

La suma de los niveles intrapersonal, interpersonal, - intragrupal e intergrupar determina el ser de la comunica-- ción socio-cultural. Así, lo social y cultural son dos face-- tas inseparables del proceso de la vida cotidiana del hom-- bre; es el resultado del quehacer que a diario realizan los grupos humanos. En tanto la cultura está formada de costum-- bres, tradiciones, comportamientos, mitos, leyendas, normas e infinidad de vinculaciones que enriquecen la experiencia\_ de los hombres, el acto social tiene relación con los con-- tactos, las labores y el producto de la práctica, y, desde\_ luego, con toda estructura humana.

Los encuentros cotidianos entre los hombres y los gru-- pos humanos forman la cultura. Y la cultura, como producto\_ final del encuentro de los grupos, crea infinidad de flujos de información, etapas sociales múltiples y un efecto inal\_ culable. La cultura constituye, entonces, un cuerpo comple-- jo de normas, símbolos, mitos e imágenes que penetran en la intimidad de los individuos, que estructuran sus instintos\_ y orientan sus emociones (80).

El nivel socio-cultural de la comunicación representa\_ una compleja estructura que impacta el orden social de los\_ grupos humanos. La cultura puede determinarse por las nor-- mas y valores que prevalecen en algunos grupos y que se --- afianzan o modifican a partir de la influencia externa e in\_ terna de los propios grupos.

Las experiencias de grupos que ya no existen, las tradiciones que se transmiten en forma oral de generación en generación, las normas de comportamiento, las modas que en cada temporada pasan y dejan una huella, vienen a conformar el nivel socio-cultural de la comunicación. No basta que se vincule un grupo con otro, la relación social se da en todos los niveles de la convivencia humana y de su superación. Tratar de desligar cada proceso socio-cultural de un momento determinado, sólo nos conduce a parcializar el proceso social de comunicación.



Indicación: Relaciona las características que aparecen abajo, con los niveles de la comunicación que te presentamos. Escribe dentro de los parentésis - las letras que correspondan.

- A. Nivel de comunicación intrapersonal.
- B. Nivel de comunicación interpersonal.
- C. Nivel de comunicación intragrupal.
- D. Nivel de comunicación intergrupala.
- E. Nivel de comunicación socio-cultural.

1. ( ) Se presenta la capacidad de procesar o "filtrar" lo que el individuo considera más importante. Hecho que se denomina "percepción selectiva".
2. ( ) Se forma la unidad social de individuos que sostienen entre ellos relaciones bipersonales, que tienen propósitos similares y desarrollan vínculos afectivos.
3. ( ) Es el resultado del quehacer del proceso de la vida cotidiana de los individuos.
4. ( ) Se da la interacción como uno de los factores que facilitan el entendimiento y la identificación de las imágenes proyectadas por los individuos.
5. ( ) Aquí el hombre organiza y desarrolla sus formas de comunicación consigo mismo.
6. ( ) Es donde se puede hablar de uno a uno o, en distintos momentos, de uno a varios.
7. ( ) Aquí se permite observar que la comunicación cara a cara proporciona a los individuos la posibilidad de encontrar una respuesta inmediata.
8. ( ) Se crean relaciones que perduran, en muchas ocasiones, por generaciones. Pues aunque no hay relaciones en forma directa, se crean posibilidades de comunicación a través de libros, grabados, en forma oral y otras.
9. ( ) Es el proceso que tiene lugar dentro del hombre; quien transforma los mensajes externos en significados internos.

10. ( ) Los vínculos que se establecen aquí, permiten -- utilizar un lenguaje verbal y no verbal, gracias a la interacción que hay entre los integrantes - de un grupo.
11. ( ) Nos muestra la manera en que los miembros de una familia o de amigos cercanos realizan sus interacciones.
12. ( ) Aquí se estudia la organización, sus recursos y tecnología que sirven de intermediarios en la co municación.
13. ( ) Abarca los cuatro primeros niveles de comunica-- ción, utiliza recursos propagandísticos y publi- citarios, los mitos y las costumbres de los gru- pos que forman la sociedad.
14. ( ) Se habla de los grupos de referencia y se pone - atención en la familia, círculos de estudio u -- otros núcleos de interés.
15. ( ) Es el proceso donde los individuos le dan una in terpretación a los mensajes de una manera o con\_ un sentido determinado.
16. ( ) Es el proceso fundamental de interacción, pues - permite realizar la socialización de los indivi- duos.
17. ( ) Se determinan aquí las pautas de flujo de infor- mación que le son accesibles a los hombres y las vinculaciones que crean; de acuerdo con el grado de afectividad, en muchas ocasiones son determi- nantes.

Indicación: Investiga en libros de antropología, psicología social, sociología y psicología los siguientes conceptos. Explica en forma breve sus distintos significados y escríbelos en hojas aparte.

1. Conceptos psicológicos
  - 1.1. Motivación
  - 1.2. Percepción
    - 1.2.1. Actitudes
  - 1.3. Toma de decisiones
  - 1.4. Aprendizaje
2. Conceptos sociológicos
  - 2.1. Socialización
  - 2.2. Interacción simbólica
  - 2.3. Rol
  - 2.4. Grupo de referencia
  - 2.5. Gustos y preferencias
  - 2.6. Canales de comunicación
  - 2.7. Estructuras y funciones

2.152

2.8. Sistema social

2.9. Función

2.10. Estructura social

2.11. Normas y valores

3. Conceptos antropológicos

3.1. Cultura

3.2. Patrones culturales

3.3. Diferencias culturales

3.4. Cambio cultural

3.5. Procesos de cambio

3.6. Innovación

3.7. Invención

3.8. Difusión

3.9. Proceso de adopción

3.10. Agentes de cambio

## 2.5. Modelos de estudio de la comunicación humana.

El modelo es la representación análoga al sistema o -- proceso original que se investiga. El modelo sirve para comprender mejor y analizar más adecuadamente el complejo mundo en que vivimos; al utilizarlo se observa y comprueba cómo funcionan los diversos procesos e incluso sirve para predecir lo que sucederá.

El carácter análogo de los modelos es de gran utilidad; no se les impone autoritariamente, no se pretende probar nada con ellos; se les puede estudiar paralelamente a otros - sin que se fundan o se confundan. Los modelos por analogía \_ no son cerrados, ni tampoco definitivos, lo cual permite su modificación y adecuación a la realidad del hombre.

El modelo se adecua a la realidad y con él se obtienen resultados que no se dan en la misma realidad, ello nos ahorra esfuerzos. Gracias al conocimiento, el hombre tiende -- mentalmente a simplificar la realidad? ya que ésta no se -- puede reproducir tal cual por el alto grado de complejidad \_ que posee. Por ello, el modelo es una simplificación de la realidad. Al modelar la realidad la verificamos con la propia realidad.

En el caso de la comunicación, existen disciplinas que estudian los procesos desde distintas áreas: matemáticas, - psicología, sociología, antropología, socio-psicología y semiología, entre otras. Aunque en ellas se procura que estén suficientemente aplicados los elementos y niveles de comuni

cación, en muchas no existen. Es más, cuando explican los modelos de la comunicación pierden de vista su complejidad, su coherencia y no muestran siquiera un orden. Incluso pierden de vista que un modelo teórico es incompleto per se, ya que desde el momento en que es abstraído sólo incluye algunos aspectos y excluye otros que llegan a resultar tan o -- más importantes que los que se tomaron en cuenta.

Existen faltas en los modelos explicativos de la comunicación humana, pues en ocasiones tienden a ser mecánicos. Así, los elementos sociales son considerados como máquinas y no organismos que reaccionan imprevisiblemente. Mortensen explica esta confusión de la siguiente manera:

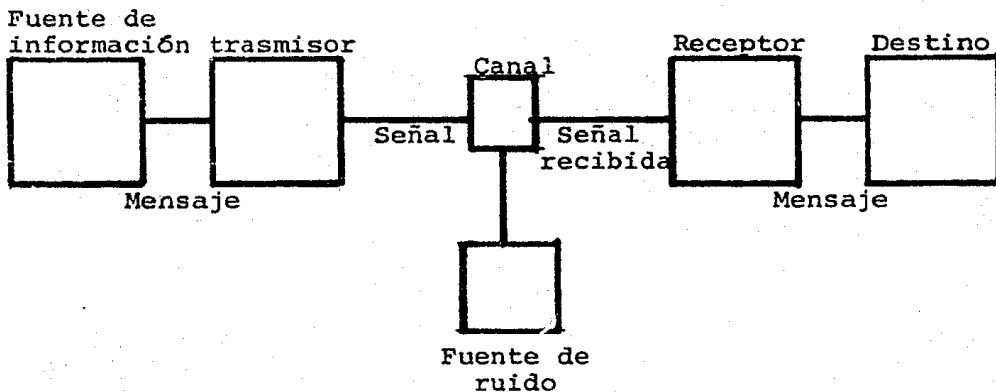
"Desde el punto de vista de la comunicación, la proposición de que "el cerebro es una máquina" provoca una controversia acalorada tanto entre científicos -- como entre filósofos. Muchos en el campo de las humanidades consideran que -- "valores", "opiniones", "conciencia", -- "sentimientos" y "creatividad" son santuarios de la experiencia humana que es tan más allá de la comparación con un -- aparato eléctrico. Científicos sociales competentes insisten también en que el cerebro no es eléctrico, ni completamente digital, de manera que no es para nada una máquina. Aunque buena parte de -- esta controversia se origina en la manera en que suele plantearse lo de "cerebro-máquina" (81).

En el estudio y clasificación de los modelos, Juan -- Díaz Bordenave da el siguiente orden: modelos físicos mecánicos, psicológicos, sociológicos, antropológicos, socio-psicológicos, y semiológicos, tienen sus antecedentes --

en otros. Los mencionados son los modelos que se describirán aquí.

### 2.5.1. Modelos físicos y matemáticos de la comunicación.

Debido a la expansión tecnológica en materia de sistemas de telecomunicación, empresas como la Compañía Telefónica Bell encarga al ingeniero Claude Shannon investigar sobre la mayor eficacia de transmitir mensajes mediante hilos telefónicos. Shannon creó la "Teoría Matemática de la Comunicación Electrónica", que más adelante Warren Weaver esquematizó así:



Este esquema presenta una fuente que selecciona del lenguaje cierto grupo de signos y forma mensajes que son transmitidos a través de un canal mediante señales o estímulos electrónicos. Estas señales son recibidas por un aparato receptor que las descodifica o descifra y, por lo tanto, las reconstruye para formar los mensajes originales. En el mismo sistema intervienen interferencias físicas -en el ca-



nal- llamadas ruidos, las que provocan que el mensaje pierda fidelidad. Y aunque no está anotado en el esquema original de Shannon y Weaver, también intervienen -entre otros - componentes- elementos reforzadores como la redundancia o -repetición y la retroalimentación, denominada también retroacción.

El trabajo que realizó Shannon tiene sus antecedentes más inmediatos en las investigaciones de Norbert Wiener, -- creador de la Cibernética, quien comparó al hombre con una máquina que comunica. Wiener utiliza términos de la Física para describir la desorganización de la información; tal es el caso de la entropía, que tiene su explicación en la segunda Ley de la Termodinámica de Clerk Maxwell. Ahí se concluye que la entropía social es la desorganización de los sistemas humanos los que siempre buscarán el orden a través de la negantropía (o entropía negativa). "La entropía es -- una manera de medir la cantidad de información que transmite una fuente a un destino", dice David Mortensen (82).

Wiener añade que el funcionamiento físico del ser vivo y el de algunas nuevas máquinas electrónicas es exactamente paralelo en sus tentativas análogas de regular la entropía mediante la retroalimentación (83): El término de retroalimentación (feedback) fue introducido en 1914 por E. H. Armstrong, quien lo aplicó al describir un circuito regenerador de las señales de una emisora de radio. La retroalimentación tiene como funciones las siguientes:

1. Regular una situación estable o homeostática.
2. Retornar hacia la fuente original las respuestas o efectos que provocó su mensaje.
3. O, sencillamente, la acción que se repite o se dirige hacia atrás.

Con anterioridad ya se mencionó que en los modelos físicos la información se mide en unidades binarias (bits); o sea, la cantidad de información que dispone una fuente de dos signos equiparables, tal es el caso de la moneda que al lanzarse al aire sólo tiene cara o cruz. Así, un bit -parte de la información- puede ser el signo de que se dispone en todo mensaje. Anatol Rappoport, en ¿Qué es la información?, aclara:

"Cualquiera que no haya olvidado el álgebra de la escuela secundaria sabe que el logaritmo de un número es la potencia a la cual un número dado, llamado "base", debe ser elevado para obtener el número inicial. Si tomamos el número 2 como base, entonces  $\log_2 (2^n)$  (debe leerse "en logaritmo en base dos de dos a la n") es justo n. Así, gracias a la convención que acabamos de establecer, un mensaje de n señales binarias contiene n "unidades binarias" de información, o sea una unidad binaria por cada señal. La unidad binaria se abrevia -- "bit". Ahora veamos la ventaja de considerar al logaritmo de la "improbabilidad" de adivinar el mensaje ( $2^n$ ) como nuestra medida, dado que ahora podemos decir que un mensaje de doble longitud (de  $2^n$  señales) contendrá exactamente -- dos veces más información. Esta es una manera muy conveniente de expresarse" (84).

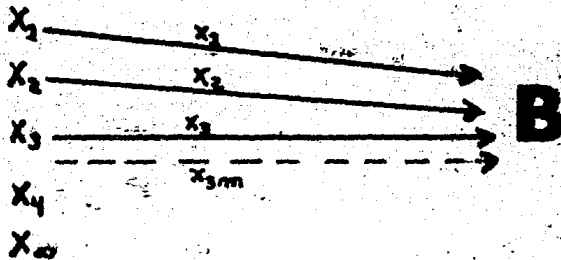
Como se notará, se quiere equiparar el funcionamiento de las máquinas con la habilidad comunicativa de los seres humanos, por ello el propio Claude Shannon reconoce que su modelo sólo es aplicable a sistemas telefónicos, radiofónicos o de telecomunicación y no trata de utilizarlo rigurosamente con el sistema humano.

Se le critica también a este modelo el que reproduzca y represente el carácter autoritario de sociedades como la nuestra, donde unos predominan sobre los otros en las relaciones comunicativas, por ejemplo: Jefe/empleado, viejo/joven, mayor/menor, profesor/alumno, en fin, dualidades que menosprecian al receptor, pues lo consideran un ser pasivo. Además, los modelos mecanicistas tienden a presentar a la comunicación como un proceso neutro, sin intenciones de sus elementos.

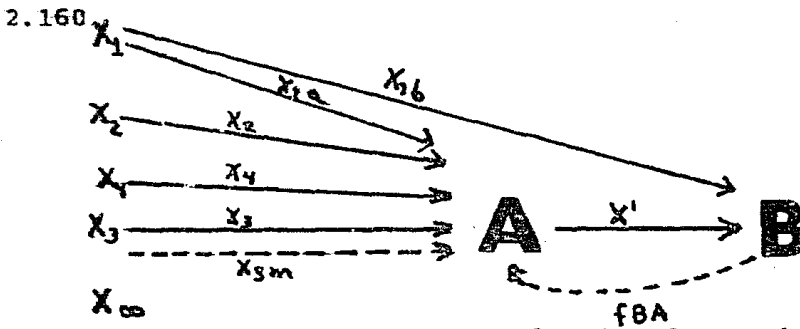
Si bien poco se puede argumentar sobre el carácter predictivo y heurístico del modelo físico-matemático que proponen Shannon y Weaver en la comunicación electrónica, resulta cuestionable su utilización para explicar procesos de comunicación humana. Lo válido del modelo físico es la explicación que hace del funcionamiento de aparatos electromecánicos que le son útiles al hombre.

Al modelo de Westley y MacLean se le considera también mecánico, pues sigue patrones utilizados por Shannon, más aún cuando enfoca la exposición de la comunicación masiva con elementos físicos. Westley y MacLean diseñaron en 1957

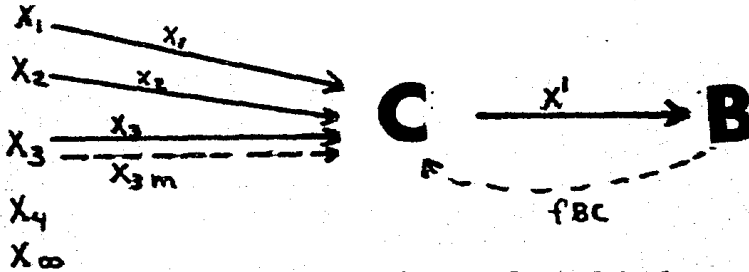
su modelo, con el cual pretender abarcar desde la comunicación cara a cara, hasta la de complejas organizaciones sociales. Advierten, al mismo tiempo, que la comunicación no se inicia cuando una persona empieza a hablar, sino más bien cuando la persona responde selectivamente a su ámbito físico inmediato. Además, incorporan factores que para otros autores pasaron inadvertidos. Uno de ellos es el "campo sensorial", el cual tomaron de Theodore M. Newcomb, quien lo denomina "objeto de coorientación"; otro es el de la significación de la respuesta, explicada como la reacción interna y expresada de manera no intencional o fortuita; lo mismo que el factor de intermediario, que es la persona que proporciona ciertas orientaciones. Presentan su explicación y esquema en cuatro partes:



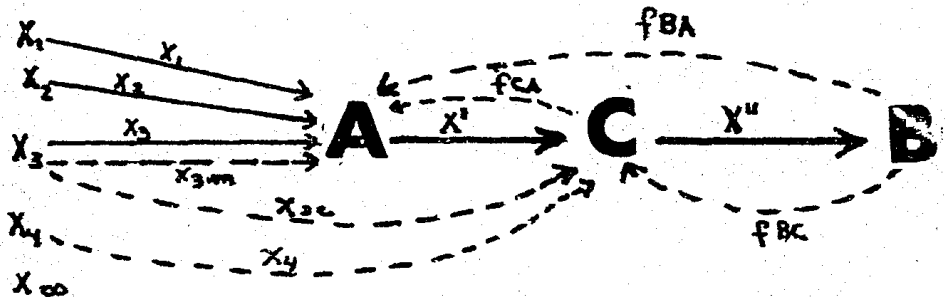
"Figura 1. Los objetos de orientación ( $X_1...X_n$ ) en el campo sensorial del receptor (B) le son transmitidos directamente en forma abstracta ( $X_1...X_n$ ) después de un proceso de selección entre todos los  $X_s$ , selección que se basa, por lo menos en parte, en las necesidades y problemas de B. Algunos o todos ellos son transmitidos en más de un sentido ( $X_{3m}$ , por ejemplo).



"Figura 2. Los mismos Xs son seleccionados y abstraídos por el comunicador (A) y transmitidos como mensajes ( $X'$ ) a B, - quien puede o no tener parte de los Xs, o todos ellos, en su campo sensorial ( $X_{1b}$ ). B transmite realimentación ( $fBA$ ) a A, ya sea de modo intencional o no intencional".



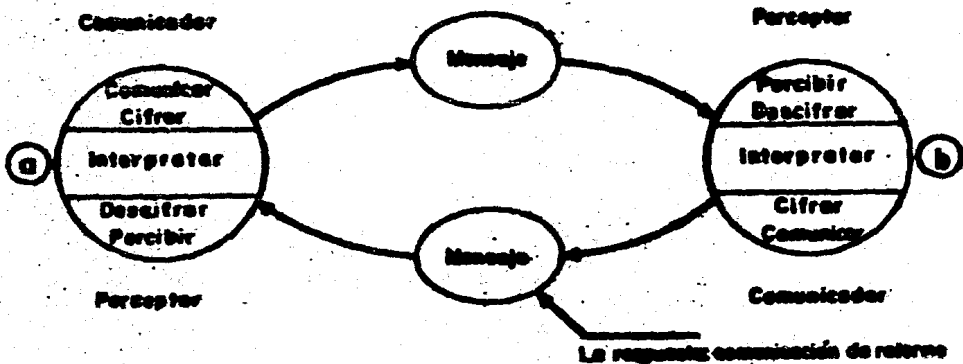
"Figura 3. Los Xs que B recibe pueden, debido a abstracciones seleccionadas, ser transmitidos por un codificador no intencional (C), que es agente de B y de ese modo amplía el medio de B. Las selecciones de C se basan necesariamente, - en forma parcial, en la realimentación ( $fBC$ ) proveniente de B".



"Figura 4. Los mensajes que C transmite a B ( $X''$ ) representan la selección que el primero hace tanto de los mensajes que él recibe de A ( $X'$ ) como las selecciones y abstracciones que el propio C hace entre los Xs de su propio campo sensorial ( $X_{3c}, X_{1a}$ ), que pueden o no ser Xs pertenecientes al campo de A. La realimentación no va solamente de B a A ( $fBA$ ) y de B a C ( $fBC$ ), sino también de C a A ( $fCA$ ). Es claro que en la situación de comunicación de masa una gran cantidad de Cs reciben de un número muy grande As y transmiten a un número mucho mayor de Bs, que simultáneamente están recibiendo de otros Cs".

Wilbur Schramm, uno de los primeros estudiosos de la comunicación humana, alteró el modelo de Shannon y Weaver para explicar la comunicación humana. Argumentó desde principio que la descodificación y la codificación son funciones o actividades que simultáneamente realizan emisor y receptor. Incluye a estos elementos con el carácter de intérpretes y agrega el "campo de experiencia" o marco psicológico de referencia acorde con las orientaciones y actitudes de los individuos. Dice:

"Sustitúyase comunicador con "micrófono" y perceptor con "audífono", y estamos hablando de la comunicación electrónica. Considérese que la "fuente" 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.(85).



### 2.5.2. Modelos psicológicos de la comunicación.

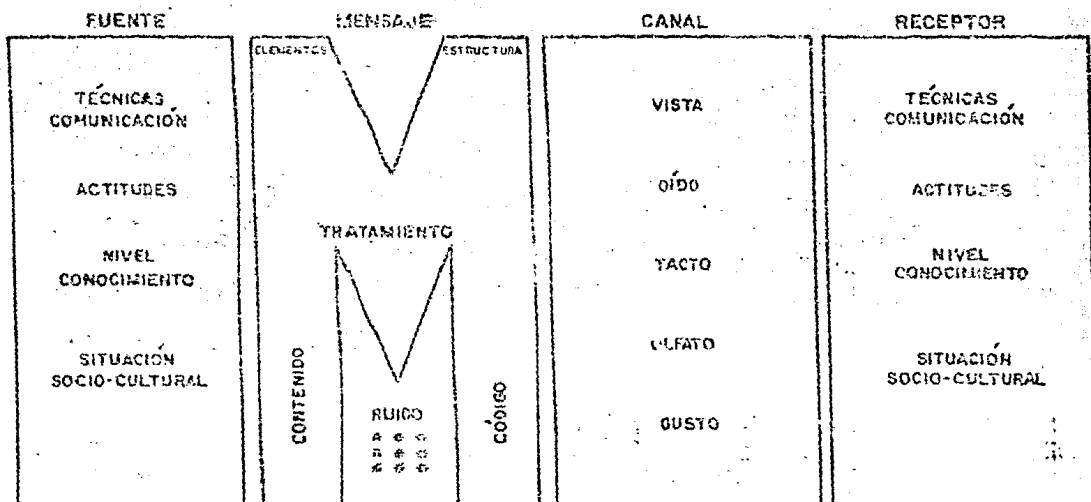
El relacionar materias afines ha llevado a varios psicólogos y a estudiosos de la comunicación a establecer un paralelismo entre la ingeniería de la comunicación y la psicología de los individuos. Hay psicólogos, como George A. Miller (86), que han medido el grado de información memori-

zado por un individuo al recibir los mensajes, como si fuera una simple máquina procesadora de información que no contara con las experiencias personales.

La trampa en que han caído muchos psicólogos al estudiar la comunicación, es tratar de explicar todo muy lineal y mecánicamente. Entre ellos podemos contar a los siguientes, quienes explican sus modelos así:

David K. Berlo, autor del libro El proceso de la comunicación, adapta el modelo de Shannon, y en su segundo intento le agrega conceptos como interpretación, atención, significado, comprensión y aceptación.

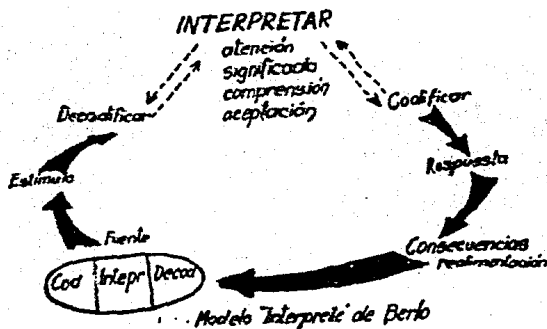
Berlo esquematiza su primer modelo psicológico (87) en cuatro elementos:



La fuente codificadora -dice Berlo- cifra los mensajes a partir de cuatro condiciones: habilidades para comunicarse (saber hablar, escribir y retener), actitudes (hacia sí mismo, hacia el tema y hacia el receptor), nivel de conocimiento y papel jugado dentro del sistema socio-cultural. Las condiciones de la fuente se repiten en el receptor-des-codificador, sólo que sus habilidades son saber escuchar, leer y retener.

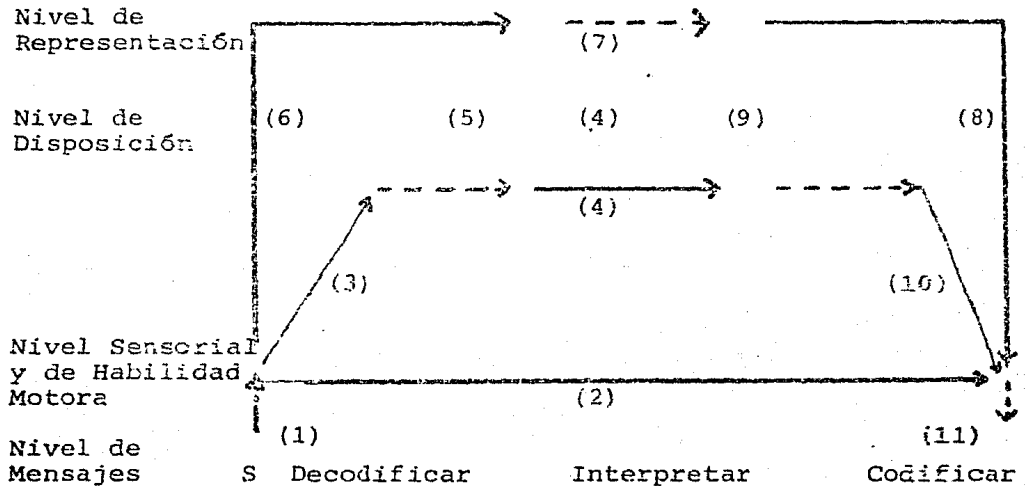
El mensaje -prosigue en su explicación Berlo- de acuerdo con sus elementos y estructura, posee código, contenido y tratamiento. Así, el canal se simplifica en los cinco sentidos humanos: vista, oído, tacto, olfato y gusto. Desde -- luego que Berlo no olvida en su explicación al ruido y a la fidelidad, describió anteriormente.

Su segundo modelo lo aplica al nivel de comunicación interpersonal, le da un papel relevante a la interacción y la aplica como retroalimentación. Lo denomina Modelo "interpreté".





Charles Osgood, por su parte, presenta su modelo o explicación esquemática y toma en cuenta la teoría del conocimiento. Wilbur Schramm (88) lo presenta de la siguiente forma:

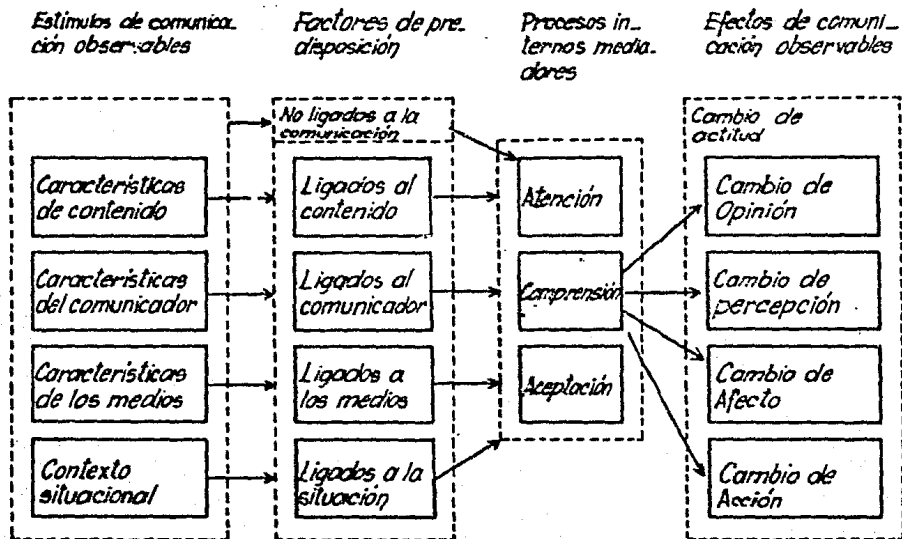


Después de recomendar que se siga la numeración y se lea como corren las manecillas del reloj, podemos explicar este esquema así:

El número 1 representa la entrada del mensaje desde un campo externo al individuo que recibe signos medibles (S), los que se convierten en el interior del intérprete en estímulo (E). En el número 2 el mensaje llega a originar respuestas casi automáticas, por ejemplo: esquivar un golpe de alguien, son respuestas aprendidas bajo el nivel sensorial y de habilidad motora. En el 3 el estímulo se traduce en una respuesta de disposición y adquiere cierto sentido el mensaje y la respuesta, pues, por ejemplo, cuando escucha--

mos una canción e inmediatamente la identificamos y somos capaces hasta de conturrearla; situación que nos lleva del 4 al 10. Sin embargo, podemos seguir al número 5, donde se descifra el estímulo en forma gramatical y pasa sobre las variables interpuestas y es enviado hacia el sistema nervioso central del individuo, ahí se le asigna un significado específico, pues se ha comprendido adecuadamente el mensaje. En el paso número 7 el estímulo se convierte de proceso descifrador a proceso codificador o cifrador. Proceso que se continúa en 8 y 9 y termina cuando se externa la respuesta. En síntesis, el primer nivel es el acto reflejo o impulsivo; el segundo nivel es parte del condicionamiento humano y, el tercero, es el del significado preciso de los mensajes.

Otro modelo lineal es el de Carl J. Hovland, psicólogo alemán, identificado como uno de los "padres de la investigación de la comunicación", en los Estados Unidos, quien organiza los elementos de su esquema a través de variables, entre ellas el cambio de actitud, opinión, condiciones y otros conceptos. Su trabajo en el área de la comunicación se inicia al estudiar las actitudes de los individuos, después los efectos que producen los mensajes de los distintos medios de comunicación masiva y continúa con la medición de la credibilidad o prestigio de los comunicadores, el sentido de los mensajes y entra al terreno de la propaganda política. El siguiente es su modelo de comunicación:



*Modelo de Hovland sobre comunicación y cambio de actitud.*

Del modelo de Hovland comenta Bettinghaus:

"Nótese que el modelo de Hovland no intenta especificar las relaciones precisas que existen entre los diversos factores, ni procura mostrar el carácter dinámico de la comunicación. Esencialmente, el modelo nos dice que la comunicación puede ser estudiada mediante varios enfoques y que existen relaciones entre los mismos (89).

Por su parte, Daniel H. Stewart al explicar su modelo psicológico, centra gran parte de su atención en el área interna del individuo. Dice que en la investigación de la comunicación es necesaria una búsqueda de conocimientos res--

pecto de la mente del hombre, como resultado de su exposición a diversos estímulos físicos. (90).

Además, reafirma el carácter mecanicista de su modelo, cuando valida el concepto de información en los mismos términos que Norbert Wiener y Claude Shannon, Dice: "el término "información" se considera como una medida de la libertad que alguien tiene para elegir cuando selecciona un mensaje". Presenta Stewart el siguiente esquema:



Stewart define a la comunicación "como un proceso mental-físico cuya función es seleccionar el significado a que se apunta. Por eso -dice- cualquier explicación válida de la comunicación reside en la conjugación lógica de proposiciones que expliquen las relaciones entre símbolo, significado y mente. También desglosa su modelo en los siguientes términos:

Sistema de pensamiento $R_a$ (mente)	Sistema de explicación $R_b$	Sistema de pensamiento. (mente)
Hablante	Complejo simbólico físico	Interprete

Notas:

"1.  $R_a$  y  $R_b$  son fuentes de error.

2. Un hablante posee un significado, - "T", que desea comunicar algún intérprete (o intérpretes). Este significado --- existe en algún sistema de pensamiento -- poseído por el hablante. El hablante -- constituye un complejo simbólico físico (habitualmente palabras) y pretende:  
a) que dicho complejo representa "T", y  
b) que el intérprete sea capaz de elicitar "T". Si de hecho el intérprete elicit "T", entonces ha ocurrido la comunicación" (91).

Los modelos psicológicos que hemos presentado, aparte de ser limitados y lineales, imita el carácter físico del modelo de Shannon y sus explicaciones son mecanicistas. En síntesis, relacionan la parte física de la comunicación con los procesos mentales de los individuos que se comunican.

Afirma Bordenave:

"Nótese en los modelos psicológicos un esfuerzo por apartarse de los modelos mecanicistas, humanizándolos. Pero el esfuerzo, aunque evidente, no consigue superar al concepto de "mecanismo" y -- así vemos en los modelos de Osgood y de Berlo una interpretación de la comunicación como un juego de circuitos eléctricos de funcionamiento más o menos automático, por los cuales circulan estímulos. Aunque esta limitación puede deberse al uso de esquemas gráficos, el hecho es que no aparece en los modelos la complejidad del proceso de la comunicación tal como el mismo se realiza entre las personas que viven en un contexto real" (92).

### 2.5.3. Modelos sociológicos de la comunicación.

Los procesos de socialización en los seres humanos han

evolucionado a través del tiempo, pues parten de las interacciones de grupo hasta llegar ahora a la influencia o persuasión que ejercen quienes manejan los medios de comunicación masiva. Esta última condición ha provocado en la década de los años treinta del presente siglo que investigadores sociales como Harold Lasswell dediquen buen tiempo a conocer los efectos que los mensajes provocan en los auditorios.

En Estados Unidos, desde la década mencionada, se manejan conceptos como opinión, líder, influencia, canalización, grupo de referencia y otros, con el fin de explicar ampliamente el comportamiento de los grupos humanos en sociedad, además de enriquecer el conocimiento sociológico de la comunicación como proceso social.

En 1934, Harold Lasswell comenzaba a manejar el funcionamiento de la comunicación masiva y la clasificaba para su estudio en tres actividades: a) vigilancia del entorno, donde se captaban los hechos de la sociedad, los valores que manejaban los grupos y el tipo de valoración que hacían de los hechos; b) la correlación de los componentes en la sociedad en cuanto a dar una respuesta al entorno; c) la transmisión del legado social de un grupo a otro.

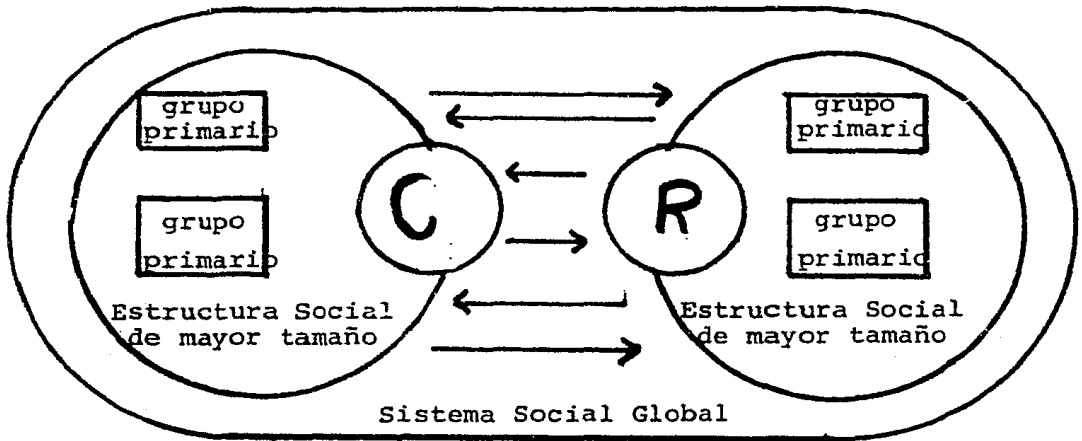
El trabajo de Lasswell se extendió a un modelo que él propiamente presentaba con preguntas:

¿Quién? (La persona que habla) dice qué (el mensaje que difunde), ¿por qué canal? (el medio soporte por donde

transita el mensaje). ¿a quién? (el público o auditorio que está pendiente de los hechos). ¿con qué efectos? (es decir, la influencia y las respuestas que trajo el mensaje y quien lo envió). Si nos ponemos a pensar en cada uno de los cinco elementos, vamos a encontrar distintas áreas de estudio:

1. Análisis de control o regulación (emisor).
2. Análisis de contenido (el mensaje).
3. Análisis de la audiencia (grupos sociales).
4. Análisis del sistema (canal o medio).
5. Análisis de efectos (la influencia).

Los esposos Riley, por su parte, elaboran su modelo sociológico de comunicación, sin ser considerado dentro del proceso de medios de comunicación masiva, pero sí como grupos que interaccionan. Dicen que los individuos actúan de acuerdo con el grupo de referencia al que pertenecen. Actúan con relación a la comunicación intergrupal que desarrollan -como lo anotamos en el nivel de comunicación intergrupal-, de tal manera que sus integrantes de grupo se relacionaran con los de otros grupos y dan respuestas similares a los mensajes que reciben de acuerdo a sus vínculos sociales. Los Riley consideran que la propia estructura social constituye parte del sistema global, la sociedad, donde actúa el individuo en conjunto con los que le rodean. Este es el esquema de los Riley:



Modelo sociológico de Riley y Riley

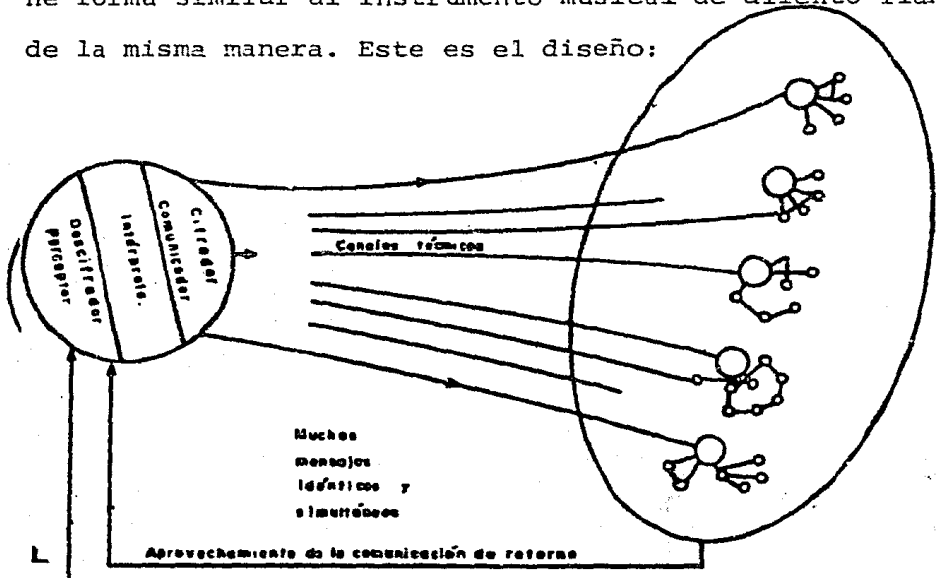
Aparte de adaptar los modelos físicos a los humanos, - Wilbur Schramm incursionó en la explicación de modelos de - comunicación sociológicos, los que aplica directamente en - la comunicación colectiva o masiva. Elaboró su famosa "Tuba de Schramm". donde describe que a partir de la elaboración de mensajes, los grupos envían distintas informaciones, a través de los medios de comunicación masiva, mensajes que - serán captados por diversos integrantes de grupos que se lo - calizan en varios puntos de la geografia. Así, al recibir - los mensajes los grupos tienden a responder de acuerdo a -- las inquietudes de sus integrantes.

Este modelo afianza la teoría de las relaciones sociales, en la que se habla de que hay intermediarios de la comunicación (líderes) que refuerzan los mensajes que se reci



ben por la radio, el cine, la televisión, periódicos o anuncios comerciales, entre otros.

A la "Tuba de Schramm" se le denomina así por que tiene forma similar al instrumento musical de aliento llamado de la misma manera. Este es el diseño:



#### 2.5.4. Modelos antropológicos de la comunicación.

La cultura, junto con el hombre, es el principal elemento de estudio de la antropología social. En este trabajo se presentan dos modelos que rompen el carácter lineal de los anteriormente descritos. Ahora se admiten las condiciones sociales, el carácter histórico (diacrónico y sincrónico), las costumbres y realidades que no muestran los modelos físicos, psicológicos y sociológicos.

Uno de estos autores es Claude Lévi-Strauss, etnólogo que estudia a los primitivos del Amazonas (territorio localizado en Brasil, Perú, Colombia y Venezuela). En 1949 pre-

sentó su estudio sobre las estructuras del parentesco y, en 1958, su antropología estructural. En estos escritos describe los comportamientos de los grupos humanos en distintas culturas, a partir de sus relaciones y el lenguaje que utilizan.

El otro autor es Eduard T. Hall, de origen estadounidense, quien en 1959 publicó un libro The silent language (El lenguaje silencioso), donde estudia la antropología cultural y el sistema de códigos, organización del hombre a través de diez sistemas primarios de mensajes.

Estos estudiosos de la antropología rompen con los modelos teóricos matemáticos o cuantificadores del comportamiento humano y proponen a la cultura como el principal eslabón de la comunicación humana; la propia cultura representa una serie de modelos del comportamiento y del pensamiento.

Lévi-Strauss y Hall, aunque no se conocieron personalmente, desarrollaron trabajos parecidos y construyeron categorías culturales como el sistema de parentesco, las costumbres, mitos, tabúes, entre otros, tanto en grupos de hombres primitivos como en los formados en la actualidad.

Lévi-Strauss ha contribuido ampliamente al desarrollo de la antropología de la comunicación, principalmente con sus estudios sobre las relaciones de parentesco y los mitos. Plantea, por ejemplo, que no puede existir distinción alguna entre pensamiento "occidental" y pensamiento "salvaje", entre hombre civilizado y hombre primitivo. Es, además, uno

de los promotores del enfoque estructuralista del estudio de la sociedad y el lenguaje. En cuanto al contenido de los mensajes se afirma de Lévi-Strauss:

"Lévi-Strauss extendió su descubrimiento a otras áreas de la vida social y -- llegó a distinguir, de acuerdo a Veron, tres niveles de comunicación social: comunicación de mensajes, "esto es, todos los productos simbólicos que operan sobre la base del lenguaje o de algún sistema codificado de signos"; comunicación de mujeres, "las formas de organización del parentesco y el intercambio matrimonial", y la comunicación de bienes, que equivale a la economía" (93).

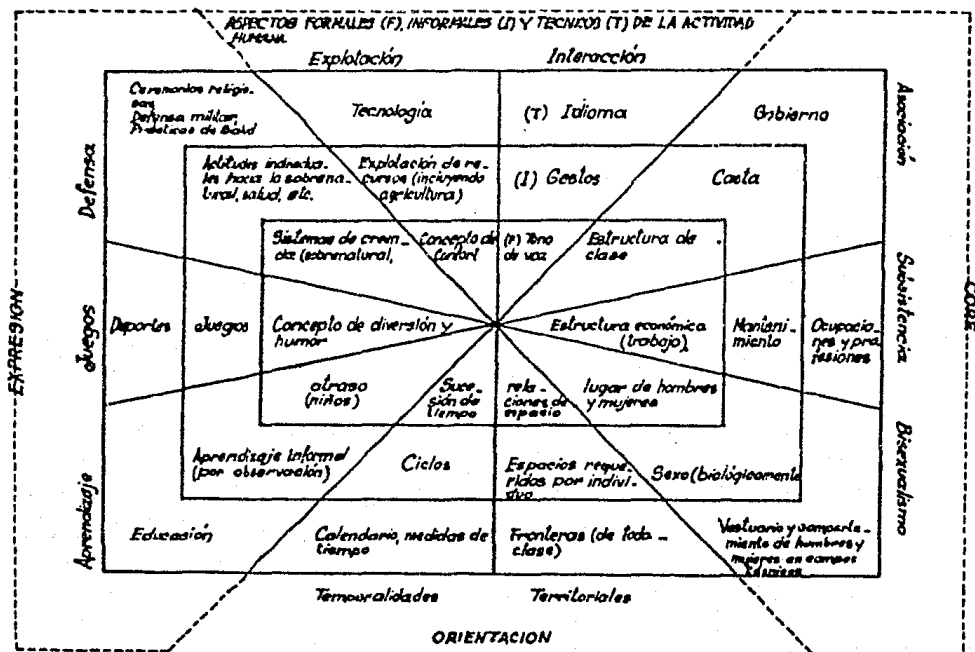
Estos tres niveles de comunicación de Lévi-Strauss se adaptan a las condiciones de todos los grupos, independientemente que se les dé una similitud o una aplicación semejante. Por ejemplo, los símbolos que emplea el hombre para "llamar la atención", pueden ser la cara pintada, usar una corbata, colocarse aretes o anillos en el cuerpo, en fin, - todo ello son mensajes; asimismo la forma de organización familiar, donde los mayores son tratados con respeto, y aunque no formen parte de la familia -en poblaciones del sur - del Distrito Federal y del país- se les dice "tíos". Es una forma de comunicación y de medir el significado de las palabras a partir de las relaciones. En el caso de comunicación de bienes en las mismas regiones mencionadas, el participar en una festividad del "santo patrono del pueblo", como mayordomo y servirle de comer a toda la comunidad, está significando prestigio, poder económico, etcétera.

Estos mismos niveles se complementan con la explicación de las estructuras que se dan en las relaciones de unas personas con otras, de unos grupos con otros. Lévi-Strauss distingue entonces a las estructuras vividas, que comprenden las normas que rigen la conducta de los individuos; por ejemplo, las relaciones de intercambio que deben prevalecer en la pareja matrimonial; las estructuras actualizadas, reglas de conducta de los ritos que realizan los individuos, tales como el vestido que da prestigio, el baile que invita al acto sexual o la danza que llama a la lluvia; y, en tercer término, las estructuras concebidas, las cuales representan al sistema de significados contenidos en los mensajes intercambiables que se dan en la sociedad y que, en muchas ocasiones, rompen con las conductas sociales.

En su texto titulado Más allá de la cultura, Eduard T. Hall (94) muestra el papel que cumple la cultura, a la que le da tres características significativas: la cultura no es innata, sino aprendida; las distintas facetas de la cultura están interrelacionadas, y es compartida y de hecho determina los límites de los distintos grupos. De aquí que la cultura se considera como el medio de comunicación del hombre, y no existe ningún aspecto de la vida humana que no toque y altere la cultura.

Especula Bordenave que quizás el trabajo de Lévi-Strauss fue aprovechado por Hall para explicar el concepto de cultura y los diez sistemas primarios de mensajes, los cua-

les son : interacción, asociación, subsistencia, bisexualidad, territorialidad, temporalidad, aprendizaje, juego, defensa y explotación (uso de materiales). Y que a su vez tienen el siguiente esquema:



Con estos dos autores por primera ocasión se desglosó y comprendió más la frase de Paul Watzlawick: "Es imposible - no comunicarse". Esto se debe a que todo acto va estrechamente encadenado a otro, toda acción tiene su antecedente y su consecuente.

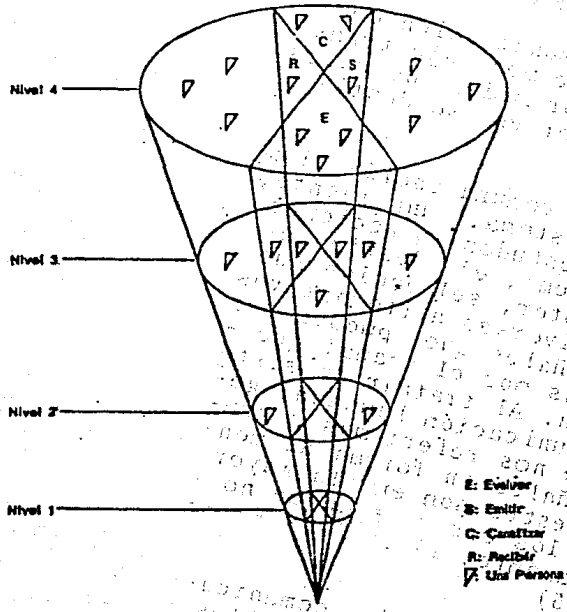
2.5.5. Modelos socio-psicológicos de la comunicación.

En la descripción de los modelos socio-psicológicos, - Bordenave toma en cuenta el carácter explicativo de la rela

ción interna del individuo y la relación exterior o de dos\_ o más individuos.

El antecedente psico-antropológico que envuelve al modelo "funcional" de Ruesch y Bateson, tiene como propósito\_ ver la comunicación desde fuera del contexto donde tiene lu\_ gar. Proponen en su modelo cuatro niveles de análisis: el - intrapersonal, donde la comunicación -de acuerdo a Thayer-\_\_ tiene lugar, o su ser, dentro de cada individuo; el inter- personal, que concentra los campos de experiencias de dos - participantes; el nivel de interacción grupal, que compren- de a varias personas que actúan en la comunicación; y el ni\_ vel cultural, donde se vinculan grupos grandes de indivi-\_- duos. Como se notará, estos son niveles que anteriormente - ya se explicaron de modo personal, sólo que Ruesch y Bate-\_- son les atribuyen cuatro funciones: evaluar, emitir, reci-\_- bir y canalizar.

Los niveles de comunicación de Ruesch y Bateson están\_ presentes en esta gráfica:



Se complementa este esquema con un cuadro donde las redes de comunicación se dan bajo los siguientes criterios:

- Origen del mensaje
- Transmisor
- Canales
- Receptor
- Destino del mensaje

NIVEL	ORIGEN DEL MENSAJE	TRANSMISOR	CANALES	RECEPTOR	DESTINO DEL MENSAJE
I. Intrapersonal, "dentro de uno"	Organos sensorreceptores o centro de la comunicación		Conductos neurales o humorales y sendas cutáneas	Centro de la comunicación u órganos efectores	
II. Interpersonal, "uno a uno"	Centro de la comunicación de la persona que emite el mensaje.	Organo efector de la persona que lo envía	Las vibraciones acústicas, de la luz, el calor, el olor, que viajan por el espacio; además, el contacto químico o mecánico con materiales o personas.	Los órganos sensoriales de la persona receptora.	Centro de la comunicación de la persona que recibe el mensaje.
III. A. Grupo "D e uno a muchos" (mensajes centrífugo).	Centro de la comunicación del grupo: cabeza directiva o comité.	Persona especializada en ser el portavoz o ejecutivo del centro comunicativo.	Multiplicación de los mensajes a través de la prensa, la radio, sistemas de altoparlantes, cine, circularas, etc.	Personas encargadas de recibir e interpretar para el grupo los mensajes que llegan —lectores, oyentes, espectadores teatrales, críticos.	Muchas personas que son miembros de un grupo. No se las conoce por el nombre, tan sólo por el rol. Se enfatiza el grupo.
B. Grupo "De muchos a uno" (mensajes centrípetos)	Muchas personas que pertenecen a un grupo. Su identidad no se especifica por medio del nombre, sino por el rol. Se enfatiza el grupo.	Vocero que expresa la voz de la gente, familia o cualquier otro pequeño grupo de la periferia.	Correspondencia, transmisión oral u otras acciones instrumentales de la gente.	Especialistas profesionales que se ocupan de recibir mensajes: analistas de noticia, servicios de inteligencia, Secretarías de Estado. Resumen e interpretación de los mensajes.	Centro de comunicación del grupo —ejecutivo, comité o persona que lo dirige.
IV. A. Cultural "Mensajes espacialmente ligados" de "muchos hacia muchos"	Muchos grupos no conocidos por el nombre de sus miembros sino por su rol, y que expresan opiniones morales, estéticas, por ej.: el clero, los niños, etc.	Grupos especializados en la formulación de las normas de vida: legisladores.	Escritos, leyes y reglamentaciones, escritas y no escritas. Costumbres transmitidas por el contacto personal, frecuentemente implícito en la acción. Las personas se convierten en canales de comunicación.	Grupos dedicados a la recepción e interpretación los mensajes culturales, tales como jueces, abogados, científicos, ministros.	Varios grupos compuestos por personas vivientes a quienes no se conoce por el nombre sino por el rol que desempeñan.
B. Cultural Mensajes de "muchos hacia muchos" temporalmente ligados.	Muchos grupos no específicos cuyos miembros o bien son más viejos que los receptores o bien han muerto.	La tradición, frecuentemente figuras históricas o míticas.	Escritos, cultura material tal como objetos, estructuras arquitectónicas, etc. y el contacto personal de generación, en generación, frecuentemente implícito en la acción.	Grupos especializados en la recepción e interpretación de los mensajes del pasado —arqueólogos, historiadores, clérigos.	Muchos grupos no específicos cuyos miembros son más jóvenes que quienes emittieron el mensaje.



El "mosaico de la comunicación" es un modelo propuesto por Becker, donde se analizan la composición que adquieren los mensajes a través del tiempo y en situaciones concretas. David Mortensen interpreta el trabajo de Becker, en el que se supone que la mayoría de los actos de comunicación vinculan elementos de mensaje de más de una situación social.

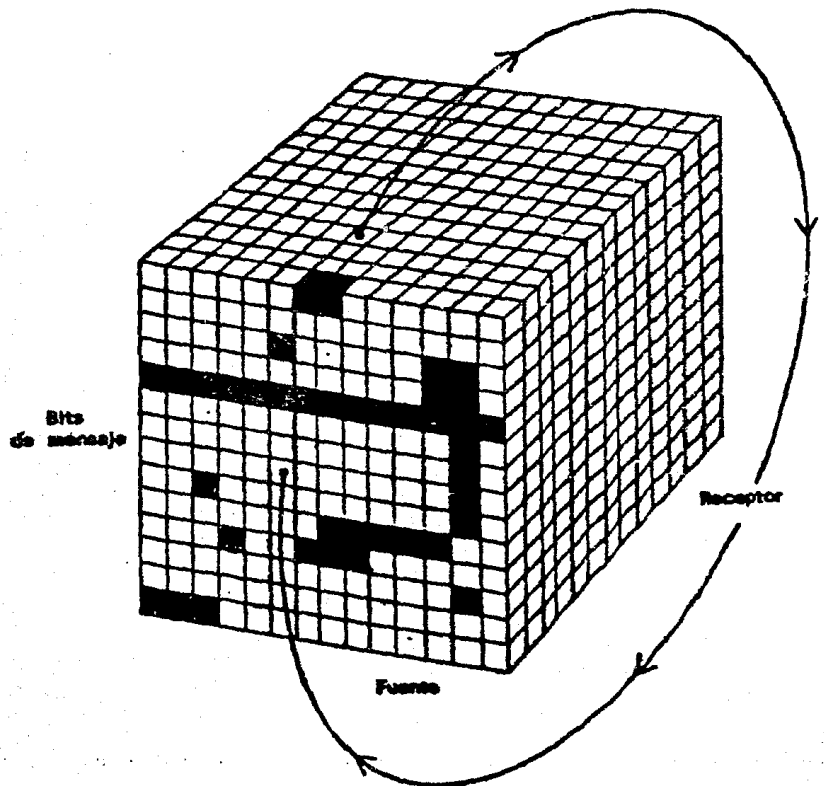
Los mensajes, aunque están dados en forma fragmentaria (separados por brechas en el tiempo, en los modos de presentación, en situaciones sociales y en la cantidad de personas que intervienen) aparecen naturales. Para explicar esta fragmentación Becker nos muestra un ejemplo largo:

"Se puede llevar a cabo una prueba informal de la validez de este tipo de "mosaico" como analogía del proceso de comunicación si usted considera el modo en que se formó su imagen del asesinato de Martin Luther King y de sus consecuencias posibles, y recuerdo que esta fue la imagen que influyó sobre la probabilidad de que enviara un telegrama a su diputado para que votase la ley anti discriminatoria, y bien puede influir sobre como vote usted en las próximas elecciones. Yo me enteré del asesinato por un chofer de taxi cuando me dirigía al Hotel La Salle para la convención representativa de los Estados Federales." "Durante los días siguientes oí en los pasillos, el vestíbulo y las salas de reuniones del hotel, en rápida sucesión aunque dispersos, trozos de conversación sobre estos acontecimientos, oí a una serie de comentaristas y entrevistadores hablando con dirigentes negros y blancos, ví filmaciones de los incendios y los saqueos, oí declarar a Whitney Young, de la Liga Urbana, que ya era tiempo de que los blancos que nos calificábamos de liberales dejásemos de hablar y nos pusieramos a obrar..." ".Y éstos no fueron más que una parte de

los mensajes pertinentes a los que estuve expuesto durante aquel período de -- dos días. Y no sólo estuve expuesto a -- mensajes, estuve obligado a responder a muchos: a crear mi propio mensaje y, en el proceso, a desarrollar puntos de vista respecto al acontecimiento. Muchas -- de estas transacciones eran redundantes. Hasta me oí responder con las mismas -- frases a diversos individuos. En otras -- palabras, estaba obrando dos clases de -- procesos: había una cantidad permanente creciente de información y fuentes de -- información y, al mismo tiempo, había -- una cierta cantidad de reiteración, de -- pasar una y otra vez por las mismas, o similares, transacciones" (95).

La complejidad de acontecimientos que se dan en un solo individuo y su entorno social, muestra, según Becker, -- que hay un mosaico o cubo en cada individuo que mueve la información constantemente. Cada fragmento de una cara del cubo representa un aspecto potencial de información. Hay mensajes que se centran en un solo aspecto, mientras otros --- tienden a enfocar otra unidad que implica un conjunto complejo de relaciones.

También puede suceder que hay interacción entre dos mosaicos. "Uno comprende la información de un medio social dado, tal como se representa en el modelo; el otro incluye el mosaico privado de información que es interno en el receptor" (96) y viene a mostrar el estado de la conducta interpersonal en un contexto social determinado. Así es representado por Becker:

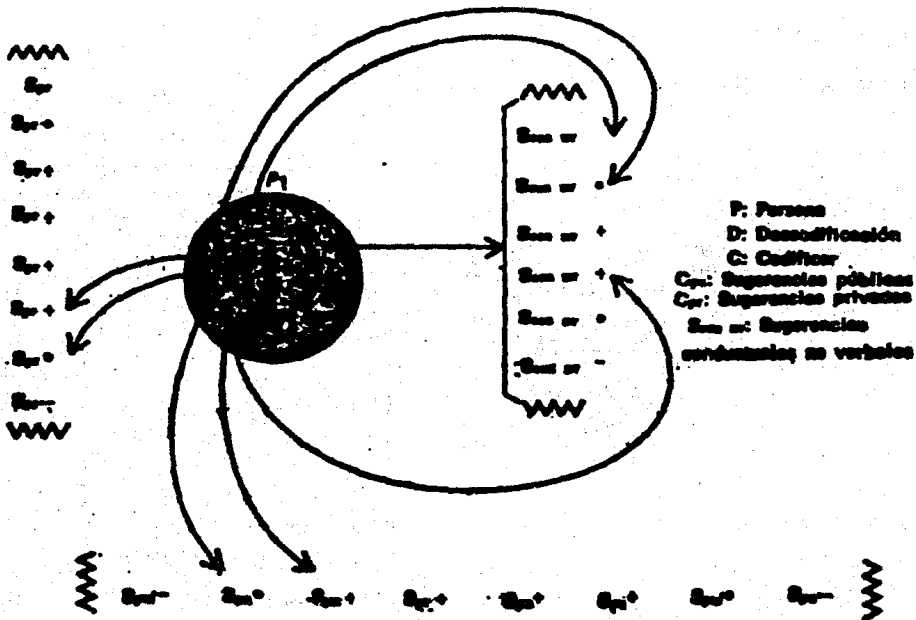


El modelo "funcional" que Mortensen considera el más sistemático entre los socio-psicológicos y que se utiliza en la práctica psiquiátrica, es el "transaccional" propuesto por D.C. Barnlund. En dicho modelo el autor muestra algunas condiciones de la comunicación, como son las transacciones. Estas consisten en que quienes se comunican atribuyen significado a acontecimientos de maneras dinámicas, ininterrumpidas, circulares, irrepetibles, irreversibles y complejas (97).

Barnlund presenta dos modelos transaccionales pilotos. En el primero se ocupa de explicar la comunicación intrapersonal (donde se nota la ausencia de toda direccionalidad --

simple o lineal en la acción recíproca entre el yo y el mundo físico). En el segundo explica los niveles interpersonales, en los que antes del contacto verbal, se produce un intercambio psicológico entre los intercomunicadores.

El modelo transaccional intrapersonal lo esquematiza - Barnlund así:

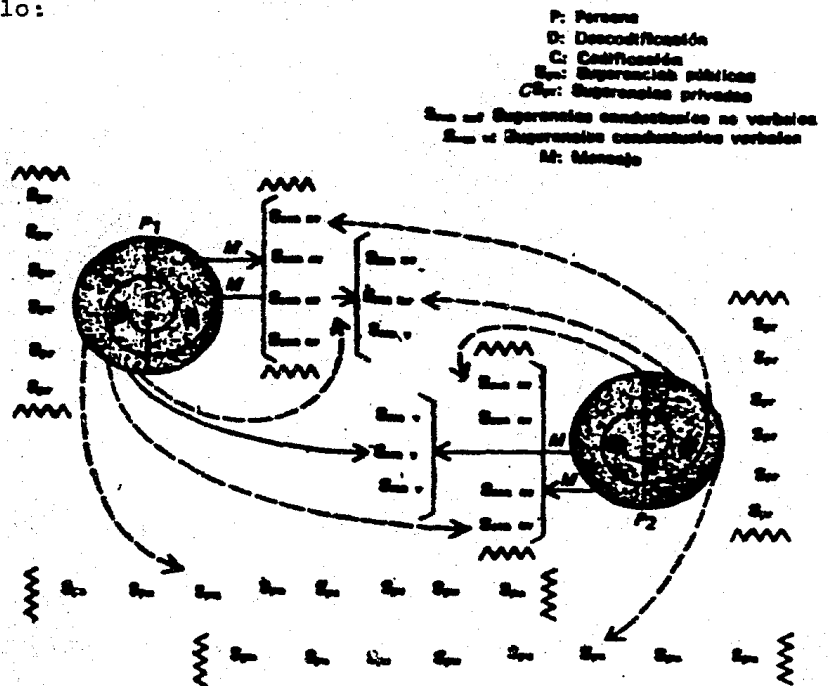


David Mortensen lo explica con el siguiente ejemplo:

"Tiene en ese momento vaga conciencia - de olor antiséptico en la habitación, - que refuerza su confianza en la habilidad del médico para diagnosticar su enfermedad ( $S_{pu+}$ ). Mientras hojeo una revista ( $S_{pr0}$ ) tiene conciencia de lo cómodo que le resulta la silla después de un largo día de pie ( $S_{pu+}$ ). Al levantar

la vista advierte la reproducción de Mi ró colgado en la pared, pero no puede - interpretar-la ( $S_{pu}^0$ ). Decide llamar a - la enfermera. Al ponerse de pie deja -- caer por torpeza la revista ( $S_{nv}^{con}$ ) y se agacha para recogerla, atraviesa la habitación ( $S_{nv}^{con} 0$ ), y  toca el timbre con firmeza y dignidad ( $S_{nv+}^{con}$ )" (98).

Por su parte, el modelo transaccional de la comunica-- ción interpersonal posee el siguiente esquema con su respec-- tivo ejemplo:

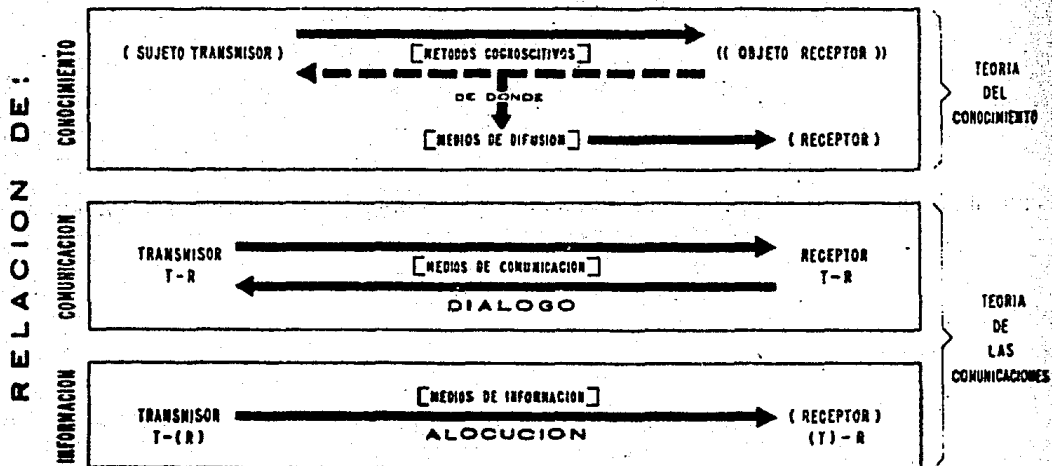


"El Dr. B. que atraviesa la habitación puede ser quien inicia la conversación. Extiende la mano y dice: ¡Señor A! Me alegro de verlo. ¿Cómo está? En este punto, el señor A debe resolver un enigma de significado de complejidad considerable, a pesar de la aparente sencillez del ambiente y al contenido prosaico del mensaje. En un ambiente no clínico, donde las sugerecias públicas, se-

rían diferentes, tal vez en una esquina (S<sub>pu</sub>), el señor A considerarse el mensajero (S<sup>con</sup><sub>v</sub>), nada más que como un gesto sociable, y respondería de acuerdo. Pero está en una clínica (S<sub>pu</sub>). ¿Habrá, entonces, que dar la interpretación usual a la observación? Aun aquí, las sugerencias no verbales (S<sup>con</sup><sub>v</sub>) del Dr. B., la expresión facial amistosa y la mano extendida, pueden reforzar su significado habitual a pesar del ambiente especial. Por otra parte, aquellas palabras (S<sup>con</sup><sub>v</sub>) se pueden interpretar como mostrando únicamente el interés cordial -- del Dr. B por el señor A. En este caso, el mensaje no requiere respuesta sino que es una señal para que el señor A entre en el consultorio. Pero, a pesar -- del ambiente clínico (S<sub>pu</sub>) y del gesto cordial (S<sup>con</sup><sub>nv</sub>), la última frase (S<sup>con</sup><sub>v</sub>) podría ser, a raíz de una vacilación momentánea inmediatamente anterior a -- ella (S<sup>con</sup><sub>nv</sub>), una invitación para que el enfermo comience a relatar sus síntomas. Al descifrar el significado, el señor A habrá de asignar y reasignar vacilancias, para que surja interpretación coherente" (99).

Otro de los modelos socio-psicológicos que describe -- Bordenave, es el del venezolano Antonio Pascuali. Este último autor distingue tres relaciones entre los individuos: de comunicación, de información y de conocimiento. Argumenta, al hacer esta división, que debido a la especialización que el uso de medios de comunicación tiene en la actualidad, el saber pasa a un reducido número de agentes transmisores, -- quienes actúan como "expertos" controladores de los grupos. Con el aumento de los agentes transmisores, los receptores aumentan su atrofia para responder en una auténtica intercomunicación; "cuando el grupo de transmisores profesionaliza

y acapara el papel de informador, y el grupo de recepción - se reduce al papel de informado, en relación irreversible, mengua la fuerza de expansión y autocreadora del saber, quedando reducida su difusión popular a una relación unilateral entre una oligarquía informadora convertida en élite y una muchedumbre indiferenciada de receptores, convertida en masa" (100).



Es a partir de que Antonio Pascuali define a la comunicación y la diferencia de la información, cuando se comprende de el carácter lineal y sugestivo de su modelo:

"Por comunicación o relación comunicacional entendemos aquella que produce - (y supone a la vez) una interacción bivoca del tipo del con-saber, lo cual sólo es posible cuando entre los dos polos de la estructura relacional (transmisor-receptor) rige una ley de bivalencia: todo transmisor puede ser receptor, todo receptor puede ser transmisor".

Y argumenta:

"No hay "comunicación" ni relación dialéctica de otro tipo con la naturaleza y la materia bruta, sino cualquiera --- otra forma de relación monovalente: utilitarismo, energética, etc., ya que en este caso el polo de la relación es objeto puro de conocimiento o de acción, para res-extensa esencialmente muda que ni siquiera actúa, en rigor, como simple receptor, por carecer de un saber de la receptividad" (101).

Como se observará, para este autor sólo hay comunicación cuando se relacionan dos polos diferentes y hay una relación bivalente. Sin embargo, para Pascuali, cuando hay un intermediario neutro o canal físico, no puede haber comunicación y menos aún cuando el mensaje va dirigido a un público difícil de identificar. Si esta condición fuera cierta, y si el receptor fuera un ente pasivo, la cultura no se enriquecería día a día.

A partir de su dimensión sociológica, Pascuali diferencia a la comunicación de la información; considera a la primera diálogo y a la segunda alocución (discurso). Manifiesta que "solamente la relación de información admite a rigor el uso de la expresión medios de masas, pues únicamente la preponderancia de interrelaciones informativas se torna masificante" (110). En los últimos años se han presentado confron



taciones a favor y en contra de la tesis de Pascuali. Nosotros nos atenemos a nuestro trabajo y concepción de la comunicación antes desglosados.

En síntesis, la mayoría de los modelos socio-psicológicos abarcan en su estudio a las interacciones interpersonales. Algunos retoman conceptos anteriormente citados como canales, redes, retroalimentación (retroacción). El análisis de los mensajes y de los grupos, va del trabajo psicoanalítico hasta el de las ciencias políticas. Así como se estudia el comportamiento de una pandilla juvenil, se comprenden las conductas de un grupo de empresarios (comunicación organizacional). En sí, la socio-psicología estudia la manera de interaccionar las actitudes y las opiniones del individuo, dentro y fuera del grupo.

#### 2.5.6. Modelos semiológicos de comunicación.

Los estudios de lingüística y semiología han cobrado, en los últimos años, tal actualidad que se han convertido en una moda. Hoy en día, los intereses para trabajar en el lenguaje verbal, se han extendido a los demás lenguajes artísticos (y comunicativos en general); la música, la pintura, las imágenes publicitarias, en fin, todo aquello que tenga que ver con la cultura y los medios de comunicación masiva (mass media). Todo esto no deja de lado una variedad enorme de tratadistas del lenguaje y, por lo tanto, de la semiología. Cantidad enorme de interpretaciones que llevan en ocasiones a la confusión a quienes se quieren internar -

en ese mar de dudas y de nuevos lenguajes para así explicar los lenguajes humanos.

Entre los más serios sobresalen el de la fábula de --- "los siete sabios ciegos", tratado donde se describe al elefante por el tacto exclusivamente. Tenemos a Ferdinand de - Saussure, quien estudia la semiología a través de las teo-- rías generales de los sistemas de signos o la "ciencia que\_ estudio la vida de los signos en el seno de la vida social" (102). En las mismas condiciones se encuentra Charles Mo--- rris, quien propuso el estudio de la comunicación y la se-- miología en tres ramas o disciplinas: sintáctica, semántica y pragmática, que a continuación se describe:

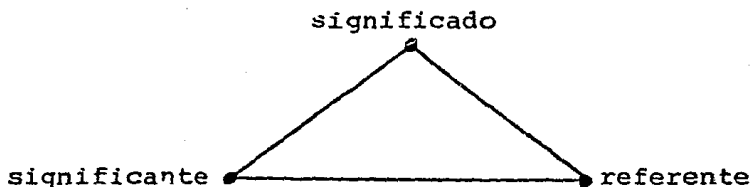
La sintáctica estudia las formas en que los signos han de relacionarse y estructurarse en el lenguaje. Analiza, en tonces, las relaciones de los signos entre sí, y del lengua\_ je. Cada idioma tiene todo un sistema de signos organizados de una manera determinada. Ese orden es del que se vale el\_ hombre para sus formas de comunicarse con los demás. La uti\_ lización de sustantivos, verbos, adjetivos, etcétera, deter\_ mina la morfosintaxis de la lengua.

La semántica estudia el sentido de los signos; el sig\_ nificado que continuamente le damos a las palabras. Como se aclaró antes, todo mensaje tiene un significado para la per\_ sona que lo usa. Hay una relación entre el signo y los refe\_ rentes, que son los que le sirven de experiencia al indivi\_ duo. Por eso, de acuerdo con sus experiencias, todo ser hu\_

mano le da un tratamiento al lenguaje que utiliza. Hay un valor semántico denotativo, en el que los individuos se ponen más o menos de acuerdo para significar las cosas de una manera determinada; también existe el valor semántico connotativo y tiene que ver más con las experiencias de cada uno de los individuos, el carácter emotivo o evaluativo es lo que le da sentido a las palabras; asimismo hay valores semánticos superficiales o latentes, que se dan de acuerdo con el contexto social, el cual determina su sentido.

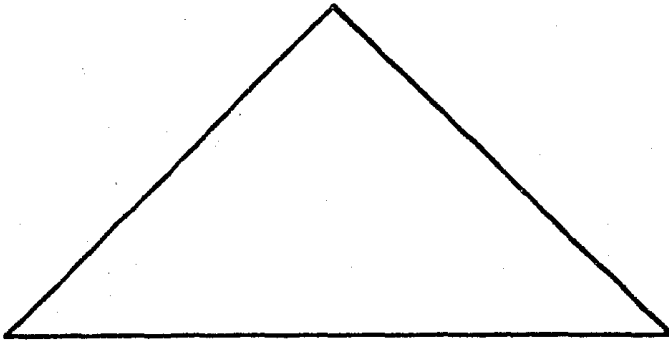
La pragmática, que estudia las reacciones que la gente tiene ante los mensajes o signos que recibe, responde a dudas como la de los efectos que sufre una persona al exponerse a los mensajes de la radio, televisión y otros medios; se vale de ciencias como la psiquiatría, la sociología y antropología, entre otras, para explicar las conductas o condiciones en que se da un acto comunicativo.

El tratado que elaboró durante su vida Ferdinand de Saussure dio pauta a que otros investigadores propusieran un modelo de estudio del lenguaje y la comunicación, que se sintetiza en un triángulo. Aquí lo presentamos acompañado de otros conceptos ubicados adecuadamente por Umberto Eco. (103):



Ahora algunas categorías de diferentes clasificadores:

Interpretante (Pierce)  
 referencia (Ogden-Richards)  
 sentido (Frege)  
 intención (Carnap)  
 designatum (Morris, 1938)  
 significatum (Morris, 1946)  
 concepto (Saussure)  
 connotación, connotatum (Stuart Will)  
 imagen mental (Saussure, Pierce)  
 contenido (Hjelmslev)  
 estado de conciencia (Buysens)



Signo (Pierce)  
 símbolo (Ogden-Richards)  
 vehículo signico (Morris)  
 expresión (Hjelmslev)  
 representamen (Pierce)  
 sema (Buysens).

Objeto (Frege-Pierce)  
 denotación (Morris)  
 significado (Frege)  
 denotación (Russell)  
 extensión (Carnap)

Los modelos de análisis que se utilizan en el modelo semiológico, de acuerdo a Georges Mounin, quedan suficientemente delimitado cuando se parte de la semiología como la ciencia general - de todos los sistemas de comunicación o de hechos significativos, sean métodos de análisis de imágenes cinematográficas, de la iconografía, de la música o de las estructuras sociales de los grupos culturales. Sin embargo, en este trabajo no se abordan dichos métodos.

EJERCICIO V

2.192

PRIMERA PARTE

Indicación: Completa por escrito las siguientes afirmaciones.

1. Los modelos \_\_\_\_\_ fueron creados para explicar las telecomunicaciones y de sus creadores tenemos a \_\_\_\_\_ Y \_\_\_\_\_.
2. Los modelos físico-mecanicistas colocan al receptor en una posición de ser \_\_\_\_\_.
3. Algunos de los modelos \_\_\_\_\_ destacan la importancia de los estímulos.
4. Los niveles de comunicación en la antropología, según Lévi Strauss, son: comunicación de \_\_\_\_\_ Y \_\_\_\_\_.
5. "La información es el envío de mensajes sin posibilidad de retorno, no mecánico", es una afirmación de \_\_\_\_\_.
6. La comunicación tiene como función el enunciado de significados con sentido, es una afirmación sostenida por \_\_\_\_\_.
7. Los modelos \_\_\_\_\_ consideran a la comunicación como un proceso social entre individuos que son miembros de grupos \_\_\_\_\_ Y a su vez forman estructuras sociales \_\_\_\_\_.
8. El planteamiento de que la comunicación involucra a la vida social y a la cultura, es proposición de los modelos \_\_\_\_\_.
9. Al modelo que propone Becker, donde la mayoría de los actos que intervienen o vinculan más elementos en una can-

tividad amplia de situaciones sociales, se le denomina "-----".

10. El nivel ----- de las ramas del modelo semiológico, estudia las reacciones que la gente tiene ante los mensajes o signos que recibe.

### SEGUNDA PARTE

Indicación: Escribe sobre las líneas punteadas, si las siguientes afirmaciones son ciertas o falsas.

11. Los modelos mecanicistas tienden a presentar a la comunicación como un proceso neutro, sin intencionalidad manifiesta, fuera del envío fiel del mensaje y sin ninguna relación evidente con las estructuras sociales en las que se desarrolla la comunicación -----

12. Los modelos psicológicos tratan de relacionar la parte física de la comunicación con los procesos mentales de las personas que se comunican.
- 

13. Stewart define a la comunicación como un proceso físico-mental cuya función es el enunciado de significados con sentido.
- 

14. Antonio Pascuali distingue la comunicación y la información, y dice que en la primera sí hay respuesta y en la segunda no.
-

15. La semiología, como modelo de estudio de la comunicación distingue dos ramas exclusivamente la semántica y la sintáctica.
- 
16. Claude Shannon y Warner Weaver, se dedicaron a explicar exclusivamente el carácter de las telecomunicaciones y no lo humano de la comunicación.
- 
17. La mayoría de los modelos psicológicos de la comunicación no se apoyan en el carácter mecanicista de los modelos físicos.
- 
18. El modelo de Ruesch y Bateson, que es sociopsicológico, establece cuatro niveles de comunicación: intra e interpersonal, grupal y cultural.
- 
19. Los modelos antropológicos se interesan por los procesos de comunicación que involucran la vida social y la cultura de los grupos humanos.
- 
20. El modelo "transaccional" de Barnlund muestra las características de la comunicación: dinámica, ininterrumpida, irreversible y compleja.
-

Indicación: De las siguientes afirmaciones, subraya la opción más correcta.

21. El modelo de Westley y McLean enfoca su campo de estudio sobre:
- a) la comunicación interpersonal
  - b) la comunicación directa
  - c) la comunicación colectiva
  - d) la comunicación indirecta
22. Es el modelo que relaciona la parte física con los procesos mentales de comunicación:
- a) Sociológico
  - b) Psicológico
  - c) Semiológico
  - d) Matemático
23. El modelo psicológico que utiliza dos campos de comunicación. Uno exterior que representa al mensaje y otro interior que son las respuestas, y estos campos en tres niveles, es el del autor:
- a) Berlo
  - b) Hovland
  - c) Osgood
  - d) Stewart
24. Son modelos que consideran para su estudio los factores personales y las relaciones grupales:
- a) Físicos
  - b) Psicológicos
  - c) Sociológicos
  - d) Socio-psicológicos
25. Conceptos como interacción, asociación, defensa, temporalidad, aprendizaje, entre otros, son utilizados al estudiar los modelos de comunicación:
- a) Semiológicos
  - b) Psicológicos
  - c) Antropológicos
  - d) Sociológicos



26. Intrapersonal, interpersonal, grupal y sociocultural, -  
son niveles que estudia el modelo socio-psicológico de:
- a) Shannon y Weaver
  - b) Reusch y Bateson
  - c) Werstley y McLean
  - d) Riley y Schramm
27. Son modelos transaccionales de comunicación intrapersonal e interpersonal, los de:
- a) Barnlund
  - b) Berlo
  - c) Becker
  - d) Bordenave
28. Las ramas de la semiología fueron propuestas para su estudio por:
- a) Pierce
  - b) Saussure
  - c) Eco
  - d) Morris
29. La "Tuba de Schramm" estudia modelos de comunicación:
- a) Antropológicos
  - b) Sociológicos
  - c) Semiológicos
  - d) Físicos.
30. Todo modelo de estudio tiene que ser análogo a la realidad y lograr una relación:
- a) recíproca
  - b) unilateral
  - c) biunívoca
  - d) unívoca.



## 2.6. Clases y tipos de comunicación.

Para dar una nueva clasificación en el estudio de nuestra disciplina, se retoman las explicaciones de las experiencias de comunicación que ha desarrollado el hombre a través del tiempo, de las relaciones interpersonales, de los instrumentos utilizados y del número de participantes en un acto de comunicación.

Si en un principio los individuos intercambiaban sus experiencias cara a cara -en forma directa-, a través del tiempo llegaron a trasponer sus mensajes en objetos distintos a su cuerpo -forma indirecta- y provocaron que los lenguajes se conservaran a través del tiempo y del espacio. Al verse frente a frente, los individuos interactúan, obtienen una respuesta inmediata y por lo tanto se da una comunicación recíproca, en contraste a cuando se envían mensajes por medio del tambor, telégrafo, etc., y el mensaje lleva un solo sentido, es unilateral. También depende del número de miembros que intervengan en una relación comunicacional para que esta sea privada (de uno a uno o en un reducido número de personas) pública (de uno a muchos o de muchos individuos a muchos otros).

Gerhard Maletzke, en su texto sicología de la comunicación colectiva (104), enuncia seis clases de comunicación: directa-indirecta, recíproca-unilateral, privada-pública, que se complementan y oponen y se puede concluir que no hay una sola forma de comunicarse, ni de entablar relaciones hu

manas, es decir, no hay un solo instante en que los hombres dejen de comunicarse. Maletzke define estas clases de comunicación y las combina en la siguiente forma:

"Cada comunicación se realiza directamente, inmediata, sin intermediarios, cara a cara, o indirectamente, mediata, transmitida a través de una distancia de espacio, tiempo o de espacio-tiempo entre las partes de la comunicación...

"...La comunicación se efectúa, sea recíprocamente, como por ejemplo en la conversación personal, en la que las partes cambian continuamente sus papeles de emisores y perceptores, unilateralmente o sea sin cambio de papeles, de tal modo que la una parte continuamente emite y la otra continuamente percibe los mensajes...

"...Si lo expresado se dirige exclusivamente a -- una persona o a un número limitado de personas de finidas de manera inequívoca, calificamos a esta comunicación de privada. Por el contrario, si la intención del informante es de que el mensaje lleve a cualquiera que está en posición de obtener acceso a él y con el deseo de dirigirse a lo expresado, es decir, si el círculo de los perceptores no está estrechamente delimitado ni claramente definido por el informante, la comunicación -- tiene el carácter de colectiva o pública" (105)

El carácter de comunicación colectiva fue adoptado por el Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina, con sede en Quito, Ecuador, para distinguirlo del mass media, medio de comunicación masiva o de masa, que es considerado degradante para usarse en los públicos, auditorios o colectividades.

Para terminar, Maletzke combina los seis conceptos antes definidos y les da el carácter de tipos de comunicación y los presenta de la siguiente manera con todo y ejemplos.

**\*DIRECTA-UNILATERAL-PRIVADA:**

Conferencia del profesor a un grupo de alumnos de su clase.

**DIRECTA-UNILATERAL-PUBLICA:**

Discurso de un político a una multitud congregada en una plaza pública.

**DIRECTA-RECIPROCA-PRIVADA;**

Conversación entre dos personas.

**DIRECTA-RECIPROCA-PUBLICA:**

El profesor de canto ensaya una canción con todos los alumnos del colegio.

**INDIRECTA-RECIPROCA-PRIVADA:**

Conversación por teléfono entre dos personas.

**INDIRECTA-RECIPROCA-PUBLICA:**

Polémica entre un patrono y los obreros a través de la prensa.

**INDIRECTA-UNILATERAL-PRIVADA:**

Una carta enviada por un hijo a su padre.

**INDIRECTA-UNILATERAL-PUBLICA:**

Comunicación colectiva: prensa, cine, radio, televisión, etc."

- (1). Cfr. Gortari, Eli de. Introducción a la lógica dialéctica. México, Fondo de Cultura Económica UNAM. 4a. ed., 1972. y El método de las ciencias México, ed. Grijalbo.
- (2). Martín Aguado, José Antonio. Fundamentos de tecnología de la información. España, ed. Pirámide, p. 61.
- (3). Cfr. Tecla Jiménez Alfredo, et. al. Teoría, métodos y técnicas en la investigación social. México, Ediciones de Cultura Popular. 1974, p. 17.
- (4). Ibidem
- (5). Rosental, M.M. y Straks, G.M., Categorías del materialismo dialéctico. (Traducción del ruso de Adolfo Sánchez Vázquez y Wenceslao Roces). México, ed. Grijalbo, p. 2.
- (6). Citado por Tecla Jiménez, A. op. cit. p. 13.
- (7). Mortensen, David C., Comunicación, El sistema intrapersonal. Buenos Aires, ed. Tres Tiempos. p. 39.
- (8). Ibidem. p. 52 y 53.
- (9). Cfr. Michael Buhler. "Esquemas de estudio y modelos". Cuadernos de Comunicación # 16, p. 10.
- (10). Thayer, Lee. Comunicación y sistemas de comunicación. España, ed. Península. p. 45.
- (11). Cfr. Smith, Alfred, Comunicación y Cultura. Buenos Aires, ed. Nueva Visión.

- (25). Mortensen, David C. Comunicación. El sistema intraper-  
sonal. cp. cit. p. 114,
- (26). Goded, Jaime. 100 puntos sobre la comunicación de ma-  
sas en México. México, ed. Universidad Autónoma de Si-  
nalo. p. 158.
- (27). Berlo, David, K. El proceso de la comunicación. Bue-  
nos Aires, ed. El ateneo, p. 43.
- (28). Blake, Reed H. y Edwin O. Haroldsen. Taxonomía de con-  
ceptos de la comunicación. México, ed. Nuevomar. p.  
12.
- (29). Fages, J.B. et. al. Diccionario de Comunicación. Bue-  
nos Aires, 904 editor, p. 148.
- (30). Ibidem. p. 148.
- (31). Abraham Moles, op. cit. p. 135.
- (32). Goldhaber, Gerald M. Comunicación Organizacional. Mé-  
xico, Logos Consorcio Editorial, p. 23.
- (33). Menéndez, Antonio. Comunicación social y desarrollo.  
México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales,  
UNAM, p. 32.
- (34). Borden George A. Introducción a la teoría de la comu-  
nicación humana, Madrid, ed. Nacional. p. 14.
- (35). Burgelin, Olivier. La comunicación de masas. España, -  
ed. A.T.E., p. 16.

- (36). Rogers, Everett. Comunicación en las campañas de planificación familiar. México, ed. Pax-México. p. 40.
- (37). Medrano, Fernando. "Los puntos de un desencuentro" -- uno más uno, 15 de febrero de 1982, p. 7.
- (38). Jagjit, Singh. Teoría de la información, del lenguaje y de la cibernética. España, ed.-Alianza Universidad. p. 16
- (39). Moles. Abraham, op. cit., p. 129.
- (40). Cfr. Katz, Chaim S., et. al. p. 420-421.
- (41). Watzlawick, Paul, et. al. Teoría de la comunicación humana. Buenos Aires, ed. Tiempo contemporáneo. p. 22 y 23.
- (42). Umberto Eco. El signo. España, ed. Labor, p. 13 y 14.
- (43). Thayer, Lee. op. cit. p. 332.
- (44). Smith, Alfred. op. cit. p. 36 y 37.
- (45). Cfr., Melvín L. de Fleur. op. cit., p. 139.
- (46). Mac Bride, Sean, et. al., Un solo mundo, voces múltiples. México, F.C.E. Unesco, p. 54.
- (47). Robert Escarpit, Teoría general de la información y la comunicación, España, ed. Icaria, p. 42-43.
- (48). Bordenave, Juan D., op. cit., p. 59.



- (49). Cfr., Abraham Moles, op. cit., p. 54.
- (50). Ibidem, p. 59.
- (51). Escarpit, Roberto. op. cit. p. 14.
- (52). Ibidem. p. 15-16
- (53). Martín Aguado, op. cit., p. 82 y sigs.
- (54). Thayer, Lee, op. cit., p. 179.
- (55). Ibidem. p. 340
- (56). Mortensen, David. Comunicación. El sistema socio-cultural. Buenos Aires, ed. Tres Tiempos, p. 10.
- (57). Hall, Eduard T., Más allá de la cultura. España ed. G. Gilli, p. 85-86.
- (58). Ibidem. P. 25-26
- (59). Ibidem. p. 211.
- (60). Moles, Abraham, op. cit. p. 125.
- (61). Schramm, Wilbur, op. cit. p. 8.
- (62). Thayer, Lee, op. cit., p. 171.
- (63). Ibidem., p. 173.
- (64). Cfr. Antonio Menéndez, op. cit. p. 81-82.

- (65). Mortensen, David. Comunicación, el sistema socio-cultural, op. cit. p. 129.
- (66). Mortensen, David, las tres obras ya citadas.
- (67). Thayer, Lee. op. cit.
- (68). Citado por Bordenave, Juan D., op. cit., p. 73-76.
- (69). Albarrán, Luis. "Niveles de comunicación, Cuadernos de Comunicación. No. 56, p. 21 a 24.
- (70). Thayer, Lee op. cit. p. 155.
- (71). Hall, Eduard T., op. cit., p. 195-196.
- (72). Thayer, Lee, op. cit. p. 155.
- (73). Mc Bride, Sean, op. cit., p. 146.
- (74). Mortensen, David, Comunicación, el sistema interpersonal. op. cit., p. 132.
- (75). Compilado por Alfred Smith, op. cit., p. 142.
- (76). Rodríguez, Aroldo. Psicología social, México, ed. Trillas, p. 339-401.
- (77). Flament, Claude. Redes de comunicación y estructuras de grupo. Buenos Aires, ed. Nueva Visión, p. 16.
- (78). Mortensen, David. op. cit., p. 62-63.

- (79). Cfr. Ibidem. El sistema socio-cultural. p. 99-101.
- (80). Cfr. Edgar Morin. El espíritu del tiempo. España, ed. Taurus, p. 21.
- (81). Cfr. Mortensen, D., Com. el sistema interpersonal.  
op. cit., p. 103-104.
- (82). Ibidem. p. 63.
- (83). Cfr. Wiener, Norbert, Cibernética y sociedad. Buenos Aires, ed. Sudamericana, p. 25.
- (84). Citado por Alfred Smith (comp.) op. cit., p. 75
- (85). Schramm, Wilbur, op. cit. p. 12.
- (86). Miller, George. Psicología de la comunicación. Buenos Aires ed. Paidós.
- (87). Berlo, David, K., El proceso de la comunicación. Buenos Aires, ed. El Ateneo.
- (88). Schramm, Wilbur, op. cit. p. 9-10.
- (89). Citado por Bordenave, op. cit. p. 64.
- (90). Cfr., Daniel Stewart. Psicología de la comunicación. Buenos Aires, ed. Paidós, p. 37-38.
- (91). Ibidem., p. 71 y 76.
- (92). Bordenave, Juan D., op. cit., p. 63
- (93). Ibidem. p. 70.

- (94). Cfr. Hall, Eduard T., op. cit. p. 23.
- (95). Mortensen, David, Com. El sistema intrapersonal. op. cit. p. 78 y 79, y Bordenave, Juan D., op. cit. p. 73-77.
- (96). Mortensen, ibidem. p. 73-77.
- (97). Ibidem, p. 78.
- (98). Ibidem, p. 81.
- (99). Ibidem, p. 82-83.
- (100). Pascuali, Antonio. Comunicación y cultura de masas. Caracas Venezuela. Monte Avila editores, p. 41.
- (101). Ibidem, p. 43.
- (102). Guiraud, Pierre, La semiología, México, siglo XIX editores, p. 7.
- (103). Eco, Umberto, op. cit. p. 26.
- (104). Maletzke, Gerarld, Sicología de la Comunicación Co--lectiva, Quito/Ecuador, ed. Ciespal.
- (105) Ibidem. pp. 22, 23, 24.

## RESPUESTAS DE LOS EJERCICIOS

## EJERCICIO I

- 1.c. razonar
- 2.b. la observación
- 3.a. ciencia
- 4.b. la actividad científica del hombre
- 5.b. describe los procesos
- 6.c. proceso
- 7.b. Heráclito de Efeso
- 8.b. olin
- 9.a. verificando
- 10.c. son producto de la práctica social.

## Correctivo

Si no acertaste en la mayoría de tus respuestas, te sugerimos consultes el texto de Elí de Gortari. El método de las ciencias. Capítulo 1, "Caracterización" p. 11 . 16.

## EJERCICIO II

1. Falso. Es muy amplio el campo de estudio de la ciencia y de los procesos.
2. Falso. También se usa en otras ciencias.
3. Cierto.
4. Cierto.
5. Falso. Es el continuum.
6. Falso. Es producto de las experiencias del ser humano.
7. Cierto.
8. Cierto.
9. Cierto.

10. Cierto.
11. Cierto.
12. Falso. Solo el aspecto que se pretende estudiar.
13. Cierto.

#### Correctivo

Si no acertaste en la mayoría de tus respuestas, te sugerimos consultes el texto de Lée Thayer. Comunicación y sistemas de comunicación. Capítulo III, "La naturaleza de la comunicación 1" p. 45 a 65.

#### EJERCICIO III

1. emisor, mensaje, receptor, respuesta.
2. emisor.
3. receptor.
4. mensaje.
5. canal.
6. ruido.
7. contexto social.
8. respuesta.
9. comunicación.
10. intención.
11. campo de experiencia o marco de referencia.
12. actitud.
13. respuesta.
14. mensaje.
15. isomorfismo.
16. mensaje.
17. marco de referencia.
18. percepción o atención selectiva.
19. mensaje.
20. visuales.
21. signo.
22. semántica, sintáctica y pragmática.

23. mensajes paralelos.
24. información.
25. códigos.
26. digitales y analógicos.
27. canales o medios.
28. el tacto, el visual y el auditivo.
29. táctil.
30. auditivo.
31. técnicos.
32. diacrónicos o diseminación.
33. sincrónicos o de transmisión.
34. ruido.
35. fidelidad.
36. visuales.
37. contexto social.
38. monocrónico y policrónico.
39. experiencia vicaria.
40. respuesta.
41. respuesta.
42. efecto boomerang.
43. efecto demostración.

#### Correctivo

Si no acertaste en la mayoría de tus respuestas, te sugerimos consultes el texto de Sergio Flores de Gortari. Hacia una comunicación administrativa integral. Capítulo 1, -- "La comunicación, trascendencia, elementos, patología". pág. 17 a 51.

#### EJERCICIO IV

1. intrapersonal
2. intragrupal
3. socio-cultural
4. interpersonal

5. intrapersonal
6. interpersonal
7. interpersonal
8. socio-cultural
9. intrapersonal
10. intragrupal
11. intragrupal
12. intergrupal
13. socio-cultural
14. intragrupal
15. intrapersonal
16. interpersonal
17. intra e intergrupal

### Correctivo

Si no acertaste en la mayoría de tus respuestas, te sugerimos consultes el texto de Lee Thayer, op. cit., Capítulo VI, p. 113 a 149.

### EJERCICIO V

#### PRIMERA PARTE

1. físicos o matemáticos.... Shannon y Weaver y Westley y McLean.
2. pasivo
3. psicológicos
4. de mensajes, de mujeres y de bienes
5. Antonio Pascuali
6. Stewart
7. sociológicos.... primarios.... similares.
8. antropológicos
9. "mosaico de la comunicación"
10. pragmática



SEGUNDA PARTE

11. Cierto.
12. Cierto.
13. Cierto.
14. Cierto.
15. Falso. Faltaría la pragmática.
16. Cierto.
17. Falso. De los físicos toman los elementos.
18. Cierto.
19. Cierto.
20. Cierto.

TERCERA PARTE

- 21.c. la comunicación colectiva
- 22.b. psicológicos
- 23.c. Osgood
- 24.d. socio-psicológicos
- 25.c. antropológicos
- 26.b. Reusch y Bateson
- 27.a. Barnlund
- 28.d. Morris
- 29.b. sociológicos
- 30.c. biunívoca

Correctivo

Si no acertaste en la mayoría de tus respuestas, te sugerimos consultes el texto de Juan Díaz Bordenave. Planificación y comunicación. Capítulo Dos. "Hacia nuevas formas de pensar de la comunicación". p. 51 a 103.

## BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

- Acosta Montoro, José. Periodismo y literatura. Vol. 1, Madrid, ed. Omega. 1973. 317 pp.
- Albarrán, D., Luis. "Niveles comunicativos". Revista Cuadernos de comunicación. N°56, Dir. - Gral. Alvaro González Mariscal. México, febrero de 1980, p. 21-24.
- Aranguren, José Luis. La comunicación humana. España, ed. Mc Graw-Hill, 1967, 247 pp.
- Berlo, David K. El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y a la práctica. Buenos Aires, ed. El Ateneo. 1973. 288 pp.
- Blake, Reed H. y Edwin O. Haroldsen. Taxonomía de conceptos de la comunicación. México, Eds. Nuevomar, 1977, 175 pp.
- Borden, George A. Introducción a la teoría de la comunicación humana, Madrid, editora Nacional, 1974, 117 pp.
- Bordenave, Juan Díaz y Horacio Martins de Carvalho. Planificación y comunicación. Quito-Ecuador, ed. Don Bosco Ciespal, 1978, 307 pp.
- Buhler, Michael. "Esquemas de estudio y modelos de comunicación", Revista Cuadernos de comunicación, N°16, Dir. Gral. Alvaro González M., México, octubre de 1976, p. 10-18.
- Cloutier, Jean. Le communication audio-scripto visuelle e l'heure des self media, ou l'ère de emerec. Les Presse de L'Université de Montréal, 1973. Traducción y adaptación de Jaime Goded, hojas mimeografiadas. México, F.C.P. Y S. UNAM.

- Cherry, Colin, On human communication. 2a. ed. Massachusetts, The M.I.T. Press, 1968. 337 pp.
- Deutsh, Karl W., Los nervios del gobierno. Modelos de comunicación y control político, Buenos Aires, ed. Paidós, 1971, 274 pp.
- Eco, Humberto. Signo, España, ed. Labor, col. Temas de Filosofía, 1976, 217 pp.
- Escarpit, Robert. Teoría general de la información y de la comunicación. España, ed. Icaria, 1977, 315 pp.
- Fages, J. B. et. al., Diccionario de comunicación. Buenos Aires, Editor 904, 1977, 238 pp.
- Flament, Claude. Redes de comunicación y estructuras de grupo. Buenos Aires, ed. Nueva Visión, col. Fichas, N°60, 1977, 221 pp.
- Fleur, Melvil L. de Teorías de la comunicación masiva, Buenos Aires, ed. Paidós, col. Mundo Moderno, N°57, 1976, 249 pp.
- García, Fernando. Autoenseñanza de evaluación del aprovechamiento escolar, México, UNAM=CI SE, 1978, 210 pp.
- Goded, Jaime. Antología sobre la comunicación humana. México, ed. UNAM, col. Lecturas Universitarias. N° 25, 1976, 275 pp.
- Goded, Jaime. 100 puntos sobre la comunicación de masas en México., México, ed. Universidad Autónoma de Sinaloa. 1979, 179 pp.

- Gortari, Eli de El método de las ciencias, nociones-preliminares. México, ed. Grijalbo, 1978, 151 pp.
- Goski, D.P. et. al. Pensamiento y lenguaje. México, ed. Grijalbo, 3a. ed. 1966, 365 pp.
- Hall, Eduard T. Más allá de la cultura. España. ed. Gustavo Gilli, 1978, 253 pp.
- Hund, Wulf. Comunicación y sociedad. Madrid, Alberto Corazón editor, 1970, 150 pp.
- Hybels, Saundra y Richard L. Weaver. La comunicación, México Logos Consorcio editorial, 2a. ed., 1978, 302 pp.
- Katz, Chaim. et. al., Diccionario Básico de comunicación. México, ed. Nueva imagen, 1980, 513 pp.
- Lafourcade, Pedro D. Evaluación de los aprendizajes, - Buenos Aires, ed. Kapelusz, 335 pp.
- Leontiev, A.N. El hombre y la cultura. México, ed. Grijalbo, 1967, 160 pp.
- Lévi-Strauss. El pensamiento salvaje. México, F.C.E., la. reimp. 1970. 413 pp.
- Maletzke, Gerhard, Sicología de la comunicación Colectiva. Quito, Ecuador, ed. Ciespal. 2a. ed. 1970, 306 pp.
- Mac Bride, Sean, et. al. Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo. F.C.E. Unesco, 1980, 508 pp.

- Martín Aguado, J.A. Fundamentos de tecnología de la in--  
formación. España, ed. Pirámide, ---  
1978, 295 pp.
- Marx, Carlos y  
Engels, Federico. Obras escogidas. Moscú, ed. Progreso,  
s/f
- Mayers Markle, Susan. Instrucción programada. Análisis de  
cuadros buenos y malos. México, ed.  
Limusa, 1973, 374 pp.
- Menéndez, Antonio. Comunicación social y desarrollo, Mé  
sico, ed. UNAM. FCP. y S., serie Es-  
tudios, N°24, 1972, 210 pp.
- Moles, Abraham. et. al., La comunicación y los mass  
media, España, ed. Mensajero, col. -  
Diccionario del Saber Moderno, 1975,  
221 pp.
- Mora Medina José -  
de la y Sánchez Ri-  
vera, Roberto. Antología de Ciencia de la Comunica-  
ción I. México, edición interna del  
C.C.H. plantel Vallejo. 1979 314 pp.
- Morin, Edgar. El espíritu del tiempo. España, ed. \_  
Taurus, 1962, 246 pp.
- Mortensen, David C. Comunicación. El sistema intraperso-  
nal, Buenos Aires, ed. Tres Tiempos,  
1978, 247 pp.
- Comunicación. El sistema interperso-  
nal, Buenos Aires, ed. Tres Tiempos,  
1977, 173 pp.
- Comunicación. El sistema socio-cultu-  
ral. Buenos Aires, ed. Tres Tiempos,  
1978, 143 pp.

- Pascuali, Antonio. Comunicación y cultura de masa. Caracas/Venezuela, Monte Avila editores, 2a. ed. 1972, 550 pp.
- Prieto Castillo, Daniel. Discurso autoritario y comunicación alternativa. México, edicol, 1960, 120 pp.
- Proaño, Luis Eladio. Planificación y comunicación. Modelo comunitario: Quito/Ecuador, ed. Ciespal "Andina", IX-1980, 113 pp.
- Rivadeneira Prada, Raúl. Periodismo, teoría general de los -- sistemas de comunicación. México, ed. Trillas, 1978.
- Rosental, M. y G.M. Straks. Categorías del materialismo dialéctico, México, ed. Grijalbo, 1960, 372 pp.
- Santoro, Eduardo. La televisión venezolana y la formación de estereotipos en el niño. Caracas, Universidad Central de Venezuela. 1976.
- Schramm, Wilbur. et. al. Procesos y efectos de la comunicación colectiva, Quito/Ecuador, ed. Ciespal, 1969, 487 pp.
- Singh, Jagit. Teoría de la información, del lenguaje y de la cibernética, Madrid, ed. Alianza Universidad, 1972, 350 pp.
- Smith, Alfred G. (Comp.) Comunicación y Cultura 1. La teoría de la comunicación humana, Buenos Aires, ed. Nueva Visión, 1977, 248 pp.
- Comunicación y Cultura. 2. Sintáctica, Buenos Aires, ed. Nueva Visión, 1977, 361 pp.

- Stewart, Daniel K. Psicología de la comunicación, Buenos Aires, ed. Paidós, 2a. ed. 1973, 242 pp.
- Steinber, Charles. (comp.) Los medios de comunicación social. - México, ed. Roble, 1966, 583 pp.
- Swadesh, Mauricio. El lenguaje y la vida humana., México, F.C.E., 1973.
- Tecla, J. Alfredo y Alberto Garza R. Teoría, métodos y técnicas en la investigación social. México, ediciones de Cultura Popular, 1974, 140 - pp.
- Thayer, Lee. Comunicación y sistemas de comunicación. España, ed. Península, serie - universitaria, 1975, 448 pp.
- Varios Autores. Sistematización de la enseñanza Nos. 2 y 3. (Especificación de objetivos y Evaluación del aprendizaje). México, UNAM-CISE 1975. (XVII-188 y 294, respectivamente.
- Watzlawick, Paul et. al., Teoría de la comunicación humana. Interacciones, patología y paradojas, Buenos Aires, ed. Tiempo contemporáneo, 3a. ed., 1974, 250 -
- Wiener, Norbert. Cibernética y Sociedad, Buenos Aires, ed. Sudamericana, 1958, 181 pp.

## I N D I C E

Introducción .....	2.3
Objetivos de Aprendizaje de la Segunda Unidad Teórica.	2.6
2. El proceso de la comunicación humana. Principales elementos, modos o niveles, modelos, tipos y esquemas de la comunicación .....	2.7
2.1. Explicación del proceso en la actividad científica .....	2.7
2.1.1. El pensamiento, reflejo de la realidad .....	2.15
Ejercicio I .....	2.19
Práctica .....	2.22
2.2. La comunicación como proceso de estudio .....	2.23
2.2.1. Un modelo básico del proceso de la comunicación humana .....	2.28
2.2.1.1. El modelo como explicación del proceso .....	2.30
2.2.1.2. El modelo básico de la comunicación humana .	2.36
Ejercicio II .....	2.39
Práctica .....	2.41
2.3. Principales elementos del proceso de la comunicación humana .....	2.42
2.3.1. Emisor .....	2.44
2.3.1.1. Experiencias o marco de referencia del emisor .....	2.46
2.3.1.2. Actitudes e intenciones del emisor .....	2.49
2.3.1.3. Influencia del emisor .....	2.54
2.3.2. Receptor .....	2.58
2.3.2.1. Experiencias o marco de referencia del receptor .....	2.60
2.3.2.2. Actitudes e intenciones del receptor .....	2.62



2.3.2.3. Factor de selectividad del receptor .....	2.65
2.3.3. Mensaje .....	2.71
2.3.3.1. Clasificación de los mensajes .....	2.76
2.3.3.2. Papel del signo en el mensaje .....	2.79
2.3.3.2.1. Mensajes paralelos .....	2.84
2.3.3.3. La información en el mensaje .....	2.84
2.3.3.3.1. La información y la comunicación .....	2.87
2.3.3.4. El código en el mensaje .....	2.87
2.3.4. Canal o medio de comunicación .....	2.90
2.3.4.1. Tipos de canales: Fisiológicos y técnicos .	2.91
2.3.4.2. Propiedades de los canales: Diacrónicos y - sincrónicos .....	2.96
2.3.4.2.1. Características de los canales .....	2.97
2.3.4.3. Ruido o interferencia en el canal .....	2.98
2.3.4.4. Canales paralelos .....	2.100
2.3.4.5. Medio y canal .....	2.100
2.3.5. Contexto social .....	2.102
2.3.6. Respuestas, efectos e influencia .....	2.108
2.3.6.1. Respuesta .....	2.110
2.3.6.2. Efectos .....	2.111
2.3.6.3. Influencia .....	2.113
Ejercicio III .....	2.116
Práctica .....	2.122
2.4. Niveles o modos de comunicación humana .....	2.123
2.4.1. Nivel intrapersonal .....	2.125
2.4.2. Nivel interpersonal .....	2.130

2.4.3. Nivel intragrupal .....	2.133
2.4.4. Nivel intergrupala .....	2.141
2.4.5. Nivel socio-cultural .....	2.146
Ejercicio IV .....	2.148
Práctica .....	2.151
2.5. Modelos de estudio de la comunicación humana ..	2.153
2.5.1. Modelos físicos y matemáticos de la comunicación .....	2.155
2.5.2. Modelos psicológicos de la comunicación .....	2.161
2.5.3. Modelos sociológicos de la comunicación .....	2.168
2.5.4. Modelos antropológicos de la comunicación ...	2.172
2.5.5. Modelos socio-psicológicos de la comunicación.	2.176
2.5.6. Modelos semiológicos de la comunicación .....	2.188
Ejercicio V .....	2.192
Práctica .....	2.197
2.6. Tipos de comunicación .....	2.198
Notas de Referencia .....	2.201
Respuestas a los ejercicios y correctivos .....	2.209
Bibliografía consultada .....	2.215
Indice .....	2.220

## CONCLUSIONES

El Colegio de Ciencias y Humanidades (CCH) es la alternativa educativa que la Universidad Nacional Autónoma de México puso en marcha a principios de 1971 en el ciclo de enseñanza media superior. Pues antes de esa fecha solo contaba con el de la Escuela Nacional Preparatoria. Así, el CCH surgió como la posibilidad de poner en marcha una nueva Universidad, que bajo el lente óptico del profesor de este ciclo educativo le mostraba dos condiciones elementales: en primer lugar una plaza de empleo y desarrollo en su vida académica y en seguida un espacio de discusión política para el análisis de los acontecimientos de 1968, de 71 y 72, hechos que le eran cercanos a su sentir.

En el proceso de formación del Colegio se puso en marcha un sistema educativo de aprender y hacer, de aprender a aprender, de aprender a enseñar y de enseñar a enseñar. Es decir, crear una institución que respondiera al inagotable ímpetu desarrollado en esos momentos por sus estudiantes que estaban por finalizar estudios profesionales. Los objetivos

de creación de esta alternativa educativa, en la medida que unos se dieron, otros se fueron modificando: de intentar preparar mejor a un mayor número de aspirantes a la educación superior, se pasó a la rutinización y supervivencia de la enseñanza; a tratar de ser eficiente y responder a las necesidades más apremiantes.

Es muy difícil hacer un diagnóstico objetivo de los pros y contras que ha generado el Colegio, principalmente por que uno se encuentra inmerso en el propio proceso de enseñanza-aprendizaje, no obstante, me atrevo a mencionar que los frutos proporcionados por todos los que participamos en la etapa de formación del CCH están presentes, desde la elaboración de programas de las distintas materias que forman el plan de estudios, la preparación de materiales de apoyo docente hasta la organización de eventos colectivos, entre otros rubros. En nuestro caso muy particular, la vocación educativa es la única arma con la que pretendo presentar estos cuadernos de trabajo, como síntesis del trabajo docente. Es una opción que desarrollé a lo largo de una década, donde se toma en cuenta que los estudiantes se enfrentan al proceso enseñanza-aprendizaje en condiciones que les posibilitan nuevos conocimientos, nuevas experiencias y guías de conocimiento para su próxima formación profesional; pienso que no bas-

ta con asistir a clases, escuchar al profesor y memorizar informaciones, sino de poner en práctica nuevos incentivos y -destrezas en el proceso cognoscitivo para el análisis de la realidad social.

Bien se que los programas académicos del Colegio de -- Ciencias y Humanidades y particularmente de Ciencia de la Comunicación, en las actuales condiciones, resultan insuficientes para resolver las deficiencias del aparato de aprendiza-je, pero es indudable que se continúa tratando de superarlas a través de nuevas experiencias.

El que se imparta la materia de comunicación en el ba--chillerato obedece al valor interdisciplinario que posee, a las formas expresivas y a las consecuencias de las relacio--nes sociales que se manejan; no es producto de la moda so---cial a la que ha sido sometida —donde todo cabe y nada es -aplicado adecuadamente. La fiebre de estudiar y comprender a la comunicación ha quedado atrás, tanto a nivel de enseñanza media superior, como superior.

Sin embargo, es necesario destacar que cuando la moda -de hablar de comunicación en todos los niveles coincidió con el hecho de que la empresa de televisión más importante del

país, Televisa, realizó encuentros internacionales de estudiosos y "especuladores" de esta disciplina. Ahí han circulado frases que diagnostican el desarrollo de la comunicación y la cultura, hasta convertirla en moda. Por ejemplo, Marshall Mc Luhan fue uno de los principales personajes, de él se elevan afirmaciones contradictorias y sin fundamento ("El medio es el mensaje o masaje", "La aldea planetaria", entre otras). Frases que se difundieron en toda reunión de estudio de la comunicación.

Así, a través de este trabajo, nos oponemos a considerar a la comunicación en todos sus niveles explicativos como un modelo netamente consumista, unidireccional, unidimensional y unilineal; consideramos que las respuestas son -- constantes, que no hay seres pasivos o que la comunicación sólo se da en el aquí y ahora.

Si en algún momento los profesores que impartimos la asignatura Ciencia de la Comunicación, en el CCH, plantel Vallejo, entramos a la dinámica de considerar que "denunciar el papel dominante de la burguesía sobre los medios de comunicación masiva", era un objetivo de aprendizaje, parece que nos equivocamos. Pero nunca hemos dejado de lado que nuestra materia es un taller de experiencias ligado a los -

lenguajes expresivos del hombre (verbal y no verbal) manejados en lectura de clásicos, redacción e investigación documental.

Se pretende en el curso de Ciencia de la Comunicación que el alumno modifique y adecue sus relaciones sociales -- con quienes le rodean. Se le propone, además, algunas opciones del modo de ejercer su interacción con el menor número de errores, tanto al pensar, al intercambiar ideas consigo mismo y los demás. El camino del curso es el manejo de conceptos básicos de comunicación, puesto que en el CCH se proporciona una cultura media, o sea el punto intermedio entre la enseñanza elemental y la especializada.

Para nuestro trabajo como docentes, es necesario considerar que siendo la teoría de la comunicación un terreno -- de estudio demasiado extenso, en dos cursos semestrales de 32 horas cada uno, es difícil transmitir la enorme cantidad de información que se elabora y menos aún el de hacer del alumno un recipiente o enciclopedia. Las grandes limitaciones del curso nos lleva a mostrar sólo algunas síntesis o -- clasificaciones que resultan mínimas para quienes pretenden seguir sus estudios en las distintas carreras universita---rias.

La capacitación en el bachillerato está encaminada a canalizar las inquietudes, destrezas y habilidades de investigación del estudiante para que a la vez le den elementos indispensables en su formación.

Durante los dos semestres en que se imparte la materia en el CCH Vallejo, se trata de lograr que los educandos adquieran el doble aprendizaje de los conocimientos y de la producción audiovisual e impresa para diversificar la teoría y la práctica. Con la elaboración de estos cuadernos de trabajo, se pretende continuar la cadena del curso: que sirvan para incrementar el proceso enseñanza-aprendizaje, reforzar, enriquecer y destacar los contenidos de mayor relevancia, de tal modo que la exposición verbal del profesor no sea el único medio de aprendizaje. También que el alumno cuente con medios propios para ampliar los sentidos y orientaciones de los contenidos de la materia.

Los contenidos teóricos del programa de Ciencia de la Comunicación bien podrían inclinarse por el desarrollo de temas ligados a la cotidianeidad de los problemas de los individuos, desde los malos entendidos hasta el análisis transaccional; del análisis de las formas de comunicación hasta los análisis de contenidos; o desde saber leer un periódico has-



ta comentar programas de televisión, películas o anuncios comerciales, pero consideramos pertinente seguir en la línea de trabajo explicativo, sistemático y de científicidad, por que después de todo, nuestro programa resulta ser producto de experiencias y reflexiones de contenidos que trata de demostrar que la comunicación no es una actividad acabada ni frases y fórmulas que simplifican la compleja realidad.

Dentro de las razones que tenemos en el Plantel Vallejo para estudiar la comunicación se encuentran el modo de entender o interpretar las interacciones sociales, de comprender los efectos y las causas de los medios y mensajes, el de ordenar y sistematizar las explicaciones de las relaciones sociales. Todo esto, y más, es de lo que pretendo desarrollar en este trabajo y en -- otros que aún son proyectos.

Las explicaciones de este trabajo sustentan que la comunicación, como área de estudio, posee extensas interpretaciones, de problemas particulares, desde la esfera reflexiva, las relaciones bipersonales y los intereses de grupo, hasta los instrumentos de alta tecnología que se utilizan en la actualidad. Comprenden -- también problemas ligados a la significación, efectos o condiciones sociales. Enmarcan a la comunicación como proceso dentro del camino científico que nos permite plantearlo una cadena de fines, medios, elementos, ingredientes, condiciones y otros. También -- con el proceso comunicativo tratamos de distinguir todo lo que --

rodea, la asignación de nombres, la utilidad y el manejo de medios de comunicación.

Con este trabajo nunca pretendí terminar con la explicación de la comunicación, sino solo mostrar un camino, como hay tantos; utilice los contenidos de distintos autores para remarcar los propios y poder concluir, entre otras cosas, lo siguiente:

\*No hay un esquema general que ubique todo el proceso de la comunicación o lo explique en forma absoluta, sólo podemos explicarlo en función del marco disciplinario que se maneje (En nuestro caso sólo pretendí desglosar el carácter sociológico de la comunicación).

\*Con la ciencia de la comunicación, como parte de las ciencias sociales, se explica el desarrollo de las organizaciones sociales, las condiciones, instrumentos y propósitos de las relaciones que establecen los individuos.

\* La comunicación es un sistema social que está determinado por otros sistemas de vida social. El hombre es un sistema que está ligado a otros sistemas sociales. Por eso el hombre al extender sus medios de comunicación está provocando condiciones y acciones que le son de utilidad. Con ello se logra que las relaciones sociales se lleven a cabo en forma directa o con intermediarios, otros hombres, medios tecnológicos, o medios soportes.

\* Para comprender la evolución de la comunicación es necesario utilizar el carácter diacrónico y sincrónico de los medios que utiliza el hombre desde los comienzos de su existencia.

\* La propia comunicación es el medio principal de las relaciones sociales, tanto como acto reflexivo como de acción de intercambio de experiencias entre dos o más individuos.

\* En torno al debate acerca de si la comunicación sólo se da entre dos o más individuos o también al interior del hombre, consideramos importante destacar que la asimilación de experiencias en un acto interno determina la mayor eficacia de las relaciones sociales, de tal modo que un proceso de reflexión está emparentado con un acto de interacción.

\*La comprensión de las formas de comunicación que utiliza el hombre nos permite distinguirlo en lo fundamental del acto que realizan otras especies biológicas para considerar que el lenguaje del primero es producto social y en las segundas es herencia natural; en el primero hay aprendizaje continuo y en las segundas, si lo hay, muy reducido.

\*La comunicación es un acto de afectación interna y externa, producto de la reflexión y de la percepción de los acontecimientos cotidianos.

\*El lenguaje humano es fundamentalmente social. El individuo sólo puede pensar y hablar si se sitúa dentro del sistema social constituido, pues no parte sólo del hablante individual sino que al constituirse en sistemas de signos, estos están determinados por las normas y convenciones con las cuales está clasificada la vida social de nuestra cultura.

\*La arbitrariedad de utilizar conceptos matemáticos, fij -

sicos, psicológicos y de otras disciplinas en la explicación de la comunicación social, ha llevado a falsas conclusiones de lo que realmente significa la comunicación. Así durante años se ocultó el carácter humano de la comunicación y se le llegó a confundir con la comunicación electrónica.

\* Existe una serie de clasificaciones del proceso de la comunicación (por sus relaciones, elementos, condiciones, formas, niveles, modelos, clases, tipos, materias, instrumentos técnicos). En fin, aquí sólo se presentan los que consideramos más representativos de acuerdo con la experiencia de enseñanza.

\* La explicación del proceso de la comunicación nos permite distinguir los fenómenos sociales de los naturales. En la actividad científica elaboramos modelos explicativos de la comunicación humana tratando de abordar el mayor número de elementos que contenga y los confrontamos con la realidad social que nos es cercana.

\* El modelo básico de la comunicación humana debe contener mínimamente los siguientes elementos: emisor, receptor, mensaje, intenciones, medio o canal, contexto cultural, tiempo histórico, respuesta, influencia y efectos. Componentes -

indispensables para explicar la comunicación interpersonal - en primera instancia puesto que es la base de todas las relaciones humanas.

\*El papel de los receptores durante mucho tiempo fue -- considerada como pasivo, pero en la medida que percibimos -- que el hombre puede responder en el acto o a través de otros individuos demuestra su acción, sus actitudes. La libertad - de responder está en función de sus circunstancias sociales, de acuerdo con sus recursos y con sus actitudes.

\*El mostrar los distintos modelos interpretativos de la comunicación permite evaluar que entre más características - se tomen en cuenta y en cuanto se analice con mayor detalle la realidad, dicho modelo tendrá mayor validez. En nuestro - caso nos inclinamos por el carácter socio-antropológico y -- lingüístico del modelo ideal.

\*Los modos o niveles de comunicación nos permiten delimitar el número de participantes que intervienen en todo proceso de la comunicación humana, así como los instrumentos -- utilizables para cada caso.

\*En síntesis, el haber descubierto la serie de formas - explicativas de lo que significa la comunicación, llevó a -- concretar un trabajo que tenía más de diez años de estar dis-- perso, pero muy cerca de nuestra imaginación. Un proyecto -- que se convirtió en una necesidad docente. Por lo menos, has-- ta hoy, he llegado a superar otro obstáculo o laguna de cono-- cimiento.

Como los presentes cuadernos de trabajo de comunica---- ción, los materiales didácticos que son utilizados en los -- distintos procesos formales de enseñanza-aprendizaje de to-- dos los grados escolares, no son instrumentos infalibles. Se usan para ampliar, simplificar, adecuar y/u optimizar las -- formas de transmitir contenidos, para acercar a los educan-- dos materiales de apoyo que posibiliten nuevas experiencias de aprendizaje.

Hay distintos medios para acercar conocimientos a los alumnos. Estos cuadernos son uno de ellos. Los considero in-- formativos para los alumnos del Colegio de Ciencias y Humaní-- dades; están enmarcados dentro de los propósitos generales - del bachillerato y propician actividades prácticas aunadas a conocimientos básicos. Con estos propósitos pensamos que el alumno se responsabiliza de su formación académica y lo lle-

van a identificarse como integrante de su sociedad. Es decir, se trata de aprender algunos aspectos del mundo que lo inciten a comprender los papeles del grupo al que pertenece y a evaluar sus propias concepciones del mundo y la cultura.

Me propuse explicar contenidos mínimos que debe poseer todo educando. Al seguir los objetivos de aprender a aprender y aprender y hacer, traté de propiciar la formación de caminos a seguir y de llevar al alumno a investigar en distintas fuentes informativas lo que puede saber, así como que ponga en práctica lo aprendido.

Este trabajo representa una posibilidad de explotar la realidad de estudio de la comunicación humana a nivel introductorio. Puesto que al proponer un modelo básico de comunicación, por ejemplo, sentí que cubría un aspecto trascendente en el campo explicativo de nuestra materia. Además, he pretendido eliminar la falsa concepción acerca del estudio de la comunicación, considerada como un vocablo donde todo cabe y nada se aclara; y que el estudio de la comunicación deje de ser considerada como una modo efímera y pasajera. Asimismo, traté de romper el monolitismo y mecanicismo de la comunicación, para llevarla a su real campo de estudio como problema social. Considerarla como un acto consciente, racional, histórico, --



cultural e intencional. Definirla como objeto de estudio de una disciplina denominada Ciencia de la Comunicación.

Se que la realidad está fuera de las hojas explicativas, fuera de los esquemas; que no se puede tomar la realidad y plasmarla, sino que sólo se explica lo que se entiende de hechos particulares, esto no es la excepción en la comunicación, pues la realidad la muestra como una serie de circunstancias de actos específicos.

Estoy consciente de que es necesario reestructurar el programa de este curso, lo muestro al desarrollar los contenidos de estos dos cuadernos de trabajo y desglosar las dos primeras unidades que aparecen en la última parte del anexo II. Y aunque la experiencia docente me ha llevado a prever que textos como los aquí propuestos pierden actualidad por el avance social de la materia y por las nuevas investigaciones, considero que es necesario ir sistematizando el programa, hacer más coherentes los objetivos, los enunciados de contenidos, las actividades o experiencias de aprendizaje y las formas de evaluación.

Con todo lo anterior, cada curso exige una revisión de la bibliografía a utilizarse, incluir nuevos textos; al mis-

mo tiempo deben reestructurarse los programas de acuerdo a ob  
jetivos de aprendizaje más precisos, consecuentemente, los --  
cuadernos de trabajo tienen que modificarse.

Por el momento, falta un tercer cuaderno —en el primer semestre de la materia— donde debe explicarse y analizarse - el lenguaje como principal medio de comunicación, así como ai gunos problemas del significado y de la pragmática de la comu nicación.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA

Documenta Núm. 1

David Pantoja Morán,

Junio de 1979.

Colegio de Ciencias y Humanidades, UNAM.

México, D.F., 104 pp.

Novas.

Revista del C.C.H.

Número Único.

Agosto de 1974.

Lucinda Palomares del Carpio.

México, D.F.

Nuncio, Abraham.

"Educación y política. El C.C.H."

Revista de la Universidad de México.

U-XXVI-Núm. 12

Agosto de 1972.

pp. 13-20

Palencia Gómez, Javier et. al.

Una hipótesis del por qué y para qué del bachillerato a partir del Documento de Trabajo. México, CCH. UNAM, 1982, 38 pp.

Pantoja Morán, David.

"Síntesis que presentó el Colegio de Ciencias y Humanidades a la mesa de trabajo del área correspondiente a la educación Media Superior".

Perfiles educativos, Núm. 8

Abril-Mayo-Junio, 1980, pp. 25 a 48

Sánchez Rivera, Roberto.

Una proposición teórica en la enseñanza de la comunicación.

Tesis profesional, F.C.P. y S. UNAM.

México, D.F., 1980.

Sirvent, Carlos.

"La docencia en el ciclo medio superior de la UNAM: La Escuela Nacional Preparatoria y el Colegio de Ciencias y Humanidades."

Perfiles educativos, Núm. extraordinario, diciembre de 1979.

De la Serna, María Cristina.

"El Colegio de Ciencias y Humanidades en la reforma educativa de la Universidad."

Revista de la Universidad de México. Vo. XXVI, Núm. 12, agosto de 1972.  
pp. 7-12

Tenorio Herrera, Guillermo.

Elementos básicos para el estudio, análisis y crítica de la televisión mexicana. Tesis profesional. F.C.P. y S. UNAM, México, 1977.

Velázquez Campos, Rafael.

"Metodología de la enseñanza media superior"

Perfiles educativos, Núm. 15

Enero-febrero-marzo de 1982.

pp. 38-52

## ANEXOS

I. Descripción esquemática de estudios del Colegio.

II. Programas de Ciencia de la Comunicación I y II.

\*1976-1977

\*1982-1983. Desglose de las dos primeras unidades del programa de Ciencia de la Comunicación I.

III. Objetivos generales del Area de Talleres.

## ANEXO I

## DESCRIPCION ESQUEMATICA DEL PLAN DE ESTUDIOS DEL COLEGIO

PRIMER SEMESTRE	H S	SEGUNDO SEMESTRE	H S	TERCER SEMESTRE	
MATEMATICAS I	4	MATEMATICAS II	4	MATEMATICAS III	
FISICA I	5	QUIMICA I	5	BIOLOGIA I	
HISTORIA UNIVERSAL, MODERNA Y CONTEMPORANEA	3	HISTORIA DE MEXICO I	3	HISTORIA DE MEXICO II	
TALLER DE REDACCION I	3	TALLER DE REDACCION II	3	TALLER DE REDACCION E INVESTIGACION DOCUMEN TAL I	
TALLER DE LECTURA DE CLASICOS UNIVERSALES	2	TALLER DE LECTURA DE CLASICOS ESPAÑOLES E HISPANOAMERICANOS	2	TALLER DE LECTURA DE AUTORES MODERNOS UNIVERSALES	2
IDIOMA EXTRANJERO	3	IDIOMA EXTRANJERO	3	IDIOMA EXTRANJERO	5
SUMA TOTAL DE HORAS	20		20		2

OPCIONAL : ADIESTRAMIENTO PRACTICO PARA LA OBTENCION

CUARTO SEMESTRE	H S	QUINTO SEMESTRE	H S	SEXTO SEMESTRE	H S
MATEMATICAS IV	4	1a.OPCION (A ESCOGER UNA SERIE EN FORMA OBLIGATORIA)			
		MATEMATICAS V LOGICA I ESTADISTICA I	4	MATEMATICAS VI LOGICA II ESTADISTICA II	4
METODO EXPERIMENTAL: FISICA, QUIMICA Y BIOLOGIA	5	2a.OPCION (A ESCOGER UNA SERIE EN FORMA OBLIGATORIA)			
		FISICA II QUIMICA II BIOLOGIA II	5	FISICA III QUIMICA III BIOLOGIA III	5
TEORIA DE LA HISTORIA	3	3a.OPCION (A ESCOGER UNA SERIE EN FORMA OBLIGATORIA)			
		ESTETICA I ETICA Y CONOCIMIENTO DEL HOMBRE I FILOSOFIA I	3	ESTETICA II ETICA Y CONOCIMIENTO DEL HOMBRE II FILOSOFIA II	3
TALLER DE REDACCION E INVESTIGACION DOCUMEN TAL II	3	4a.OPCION (A ESCOGER DOS SERIES EN FORMA OBLIGATORIA)			
		ECONOMIA I CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES I PSICOLOGIA I DERECHO I ADMINISTRACION I GEOGRAFIA I GRIEGO I LATIN I	3	ECONOMIA II CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES II PSICOLOGIA II DERECHO II ADMINISTRACION II GEOGRAFIA II GRIEGO II LATIN II	3
TALLER DE LECTURA DE AUTORES MODERNOS ES- PAÑOLES E HISPANOAME RICANOS	2	5a.OPCION (A ESCOGER UNA SERIE EN FORMA OBLIGATORIA)			
		CIENCIAS DE LA SALUD I CIBERNETICA Y COMPUTA- CION I CIENCIA DE LA COMUNICA CION I DISEÑO AMBIENTAL I TALLER DE EXPRESION GRAFICA I	2	CIENCIAS DE LA SALUD II CIBERNETICA Y COMPUTA- CION II CIENCIA DE LA COMUNICA CION II DISEÑO AMBIENTAL II TALLER DE EXPRESION GRAFICA I	2
IDIOMA EXTRANJERO	5				
	22		20		20

DEL DIPLOMA DE TECNICO, NIVEL BACHILLERATO

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO  
 COLEGIO DE CIENCIAS Y HUMANIDADES  
 PLANTEL VALLEJO

CIENCIA DE LA COMUNICACION I y II

UNIDADES TEORICO-PRACTICAS DE LA MATERIA 1976-1977

TIEMPO: 62 horas-clase

ELABORACION: José de la Mora Medina y Roberto Sánchez Rivera

OBJETIVOS	UNIDAD TEORICO-PRACTICA	REFERENCIA BIBLIOGRAFICA Y RECURSOS	TIEMPO
El Alumno:...	T P I		
1. Identificará X el campo de la comunica- ción humana.	1.1 La comunica- ción como fe- nómeno social	Cuadernos de lecturas del estudiante - No. 1 y 2.	7 clases
2. Definirá el X fenómeno de la comunica- ción humana.	1.2 Aplicación - social e in- dividual de la comunica- ción. 1.3 Definición - de comunica- ción.		
3. Participará X en la elabo- ración de un Reglamento - Interno de - Trabajo.	1.4 Selección por Grupo de un Taller; Au- diovisual o Impresos.	Exposición de trabajos del curso anterior.	1 clase



X 1.5 Elaboración - 2 clases  
de un Regla-  
mento Interno  
de Trabajo.

---

EVALUACION  
II

---

4. Reconocerá X los elemen- tos y modos del proceso de la comu- nicación.	X	1. Formas de la Cuadernos de comunicación; lecturas del - Interpersonales estudiante - - Grupales No. 3 - Colectivas	7 clases
5. Explicará - X el proceso de la comu- nicación.	X	2. Modos: - Directivos indi rectos - Unilateral - Re- ciprocos - Privada - Publi c a	
	X	3. Desarrollo Histó rico de las for- mas de comunica- ción.	
	X	4. Un modelo del - proceso de la co municación; - Emisor-Receptor - Mensaje-Contenido - Codificador-Desco dificador - Marco de referencia y campo de experien cia vital - Ruido-Fidelidad - Respuesta	
6. Aplicará la X técnica de organiza- - ción de un taller de im presos y au- diovisual.	X	5. Diagrama de organi zación de un taller de impresos y de - un taller de audio visual.	1 clase Apuntes col. Qué sé El pe ríodico.

7. Definirá el rol de cada equipo en el proceso de elaboración de un impreso o un audiovisual.	X	6. Formación de equipos y asignación de tareas.	Apuntes -Asistencia a cine, teatro, concentraciones masivas. -Entrevista con el Depto. de Inf. del Colegio. -Visita a la Imprinta del Colegio. -Visita a una productora de películas.	2 clases
--	---	---	---	----------

EVALUACION  
III

8. Comprenderá el uso en las relaciones sociales.	X	1. El lenguaje principal medio de comunicación.	El lenguaje y la vida humana. Mauricio Swadesh.	3 clases
	X	2. Disonancia cognoscitiva.	Disonancia cognoscitiva de León Festinger.	
	X	3. Signo y símbolo.	La semántica Pierre Gieraud	
	X	4. Significado: -Denotativo -Connotativo		
9. Elaborará un medio técnico de difusión: impreso o audiovisual	X	5. Elaboración de información.		8 clases
10. Seguirá la técnica de difusión de la información elaborada en los talleres de impresos o audiovisuales.	X	6. Diseño y estructura del medio técnico.		

11. Transmitirá información a través de un impreso o un audiovisual. X
7. Diseño de la difusión y - distribución
8. Evaluación - del material elaborado.

---

EVALUACION  
SEGUNDO SEMESTRE  
IV

---

- |   |  |   |          |
|---|--|---|----------|
| 13. Distinguirá los conceptos que se emplean en el estudio y la investigación de la comunicación colectiva. | 1. Principales - conceptos de la comunicación colectiva. | Wilbur Schramm Investigación de la comunicación en E.U. | 2 clases |
|   | 2. Primeros investigadores de la comunicación colectiva. |   |          |
| 14. Diferenciará tres sistemas de control social de los medios de comunicación.                             | 3. Socialista  | Cuadernos de lecturas del estudiante No. 4.             | 4 clases |
|   | 4. Libertario  |   |          |
| 15. Seleccionará en un grupo un medio de comunicación para su investigación.                                | 5. De responsabilidad social                             |   |          |
|   | 6. Autoritario   |   |          |
|   | 7. Prensa, radio, cine, T.V.                             |   | 1 clase  |
| 16. Elegirá en - equipo al campo de investigación del medio.  | 8. Opción  | Varios  | 1 clase  |
|   | a) Historia del medio en Méx.                            |   |          |
|   | b) Estructura del medio                                  |   |          |
|   | c) Contenidos  |   |          |
|   | d) Auditorios  |   |          |

EVALUACION  
V

17. Enumerará las características de la naturaleza de la comunicación colectiva.	1. Naturaleza del comunicador.	Cuaderno de lecturas del estudiante No. 4	4 clases	
	2. Naturaleza del auditorio.			
	3. Naturaleza de la experiencia de la comunicación colectiva.			
	18. Explicará las funciones de los medios de comunicación colectiva en la sociedad.	4. Interpretación.		
		5. Prescripción.		
		6. Transmisión.		
19. Elaborará un plan mínimo de investigación	7. Delimitación del tema.	Apuntes	3 clases	
	8. Elaboración de hipótesis			
	9. Elaboración del plan de trabajo.			

EVALUACION  
VI

20. A partir del estudio de las cuatro teorías contemporáneas del efecto de los medios de comunicación, explicará los principios que las sustentan	1. Teoría de las diferencias individuales.	Cuaderno de lectores del Estudiante No. 5	5 clases
	2. Teoría de las categorías sociales.		
	3. Teoría de las relaciones sociales.		
	4. Teoría de las normas culturales.		
21. Relacionará las diferentes integrantes de una teoría de los efectos de los medios de comunicación colectiva.	5. Técnica de investigación.	Bibliografía Medios	3 clases

- |  |  |
|--|--|
| 22. Realizará la investigación de su tema. | 6. Investigación del tema.<br>7. Presentación de informes parciales. |
|--|--|

---

EVALUACION  
VII

---

- |  |   |
|--|---|
| 23. A partir de un modelo de análisis de la comunicación social, explicará el papel de las clases sociales en el proceso de la comunicación colectiva. | 1. La dinámica de la comunicación colectiva. <span style="float: right;">Cuaderno de - 6 clases</span><br>2. El papel de las clases sociales en la comunicación colectiva. <span style="float: right;">lecturas del Estudiante - No. 6</span><br>3. Comprobación o desaprobación de la hipótesis. <span style="float: right;">4 clases</span><br>4. Presentación del informe final. |
| 24. Redactará en equipo el informe final de su investigación.  | 5. Exposición en grupo.   |

---

EVALUACION

---

Tipos de evaluación de los alumnos

1. Control de lecturas (cuadernos de lecturas)
2. Escritura (pruebas)
3. Escritos (informes)
4. Trabajos (medios técnicos)

Puntuación:

- 50% teorías
- 50% práctica

Evaluación del curso:

1. Por los alumnos (escrita)
2. Por los profesores (informe)

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO  
COLEGIO DE CIENCIAS Y HUMANIDADES  
UNIDAD ACADÉMICA DEL BACHILLERATO  
PLANTEL VALLEJO

DESGLOSE DE LAS DOS PRIMERAS UNIDADES DEL  
PROGRAMA DE CIENCIA DE LA COMUNICACION I.

CLAVES DE LA ASIGNATURA: 3048 y 3070

SEMESTRES EN QUE SE IMPARTE: 5° y 6°

ELABORADO POR: JOSE DE LA HORA MEDINA.

OCTUBRE DE 1982.

MATERIA: CIENCIA DE LA COMUNICACION I

CURSO: 5° SEMESTRE.

CLAVE: 3048

DURACION EN HORAS: 32

**OBJETIVOS GENERALES:**

- Al terminar el semestre el alumno:
- Identificará el campo de estudio de la comunicación humana.
  - Diferenciará a la comunicación humana de otros tipos de comunicación.
  - Definirá el proceso de la comunicación humana.
  - Distinguirá los niveles, clases, tipos, elementos y modelos de la comunicación humana.
  - Explicará elementos de comunicación verbal y no verbal.
  - Conocerá el papel fundamental que juega el lenguaje en la comunica--ción.

TEMARIO:

PRIMERA UNIDAD

- I. Ubicación de la comunicación humana.
- II. Aplicación del concepto de comunicación.
- III. Explicación de la comunicación humana.
- IV. Definición de comunicación.
- V. Origen del lenguaje.
- VI. Evolución de la comunicación humana .

SEGUNDA UNIDAD

- VII. Explicación del proceso en la actividad científica.
- VIII. La comunicación como proceso de estudio.
- IX. Principales elementos del proceso de la comunicación humana.
- X. Niveles o modos de comunicación humana.
- XI. Modelos de estudio en la comunicación humana.
- XII. Tipos o clases de comunicación.

TERCERA UNIDAD

- XIII. Lenguaje verbal.
- XIV. Lenguaje no verbal.
- XV. Signo lingüístico.
- XVI. Pragmática de la comunicación.



PRIMERA UNIDAD

OBJETIVOS	CONTENIDO TEMATICO	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	EVALUACION	BIBLIOGRAFIA
<p>Al finalizar la -- primera unidad, el alumno:</p> <p>1.1 Conocerá las -- principales ca -- racterísticas de la comunica -- ción como pro -- ceso social.</p>	<p>1.1 Ubicación de la comunica -- ción humana.</p>	<p>1. Del alumno. Actividades introductorias extraclase: -Lectura individual de los Hartley. -Lectura individual. Resolver ejercicio y prácti -- ca del Primer Cuaderno de Trabajo de Comunica -- ción (Tema uno).</p> <p>Actividades introductorias en clase: -Dinámica de grupos "Rompecabezas" (Arma tu cua -- drado). Ahí mostrará sus actitudes de coopera -- ción, de observación y empleo de su lenguaje no verbal y empático. -Discusión dirigida.</p> <p>1. Del profesor. Actividades introductorias: -Dirección y orientación de las experiencias de aprendizaje adquiridas sobre la importancia y -- el ser de la comunicación humana.</p>	<p>Formativa: -Revisión de ejercicio y práctica resueltos.</p> <p>-Localización de los pri -- meros conceptos utili -- zados.</p> <p>-Conclusiones por equi -- po o individualmente de las actividades desarro -- lladas.</p>	<p>Mora Medina, José de la y Roberto -- Sánchez Rivera. <u>Antología de Ciencia de la Comunicación.</u> Tomo I, México, CCH-UNAM, 1981. Con -- sultar a Hartley. "Importancia y natu -- raleza de la comu -- nicación". pp. 11-33</p> <p>Mora Medina, Jose de la. <u>Primer cua -- drado de trabajo de Comunicación.</u> Mé -- xico, CCH Vallejo. (Circulación inter -- na) Consultar: te -- ma uno, pp 11-19</p>
<p>1.2 Diferenciará -- las distintas formas de comu -- nicación.</p>	<p>1.2 Aplicación del concepto -- de comunicación.</p> <p>1.2.1 Comunicación no humana.</p>	<p>2. Del alumno. Actividades simples extraclase: -Lectura individual de Melvin de Fleur. -Lectura individual. Resolver ejercicio y prácti -- ca del tema dos del PCTC.</p> <p>Actividades de desarrollo: -En equipos de trabajo aplicar el concepto de comu -- nicación en distintos campos donde se utiliza esta disciplina. -Sesión plenaria de discusión y obtención de con -- clusiones.</p> <p>2. Del profesor. Actividades de integración: -Dirección y orientación de los puntos de discu -- sión en los equipos de trabajo. -Resumen de los conceptos discutidos.</p>	<p>Formativa: Revisión de ejercicio y práctica resueltos.</p> <p>-Conclusiones por equi -- pos o individualmente de las actividades desar -- rolladas.</p>	<p>De la <u>Antología...</u> Melvin L. de Fleur, "Características -- fundamentales del -- acto comunicativo". pp 135-156</p> <p><u>Del Primer cuaderno...</u> pp 20-30</p>

OBJETIVOS	CONTENIDO TEMATICO	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	EVALUACION	BIBLIOGRAFIA
<p>1.3 Aplicar su experiencia cotidiana al significado de la comunicación.</p>	<p>1.3 Explicación de la comunicación humana.</p> <p>1.3.1 Comunicación consigo mismo, con otro o más individuos.</p>	<p>3. Del alumno. Actividades simples extraclase: -Lectura individual de los textos de Hund y - - Schramm. -Lectura individual. Resolver ejercicio y práctica del tema tres del PCTC.</p> <p>Actividades de desarrollo: -Discutir y responder en grupo a las preguntas planteadas por el profesor.</p> <p>3. Del profesor: Actividades de integración: -Organizar y planear el interrogatorio y resolver las dudas que se vayan dando con respecto a las primeras características relevantes del estudio de la comunicación.</p>	<p>Formativa: -Revisión de ejercicios y práctica resueltos.</p> <p>-Planteamiento de dudas y suma de respuestas dadas.</p>	<p>De la Antología... leer a W. Hund, "Lenguaje, información, comunicación, un modelo para la enseñanza" pp 127-133 y W. Schramm "Mecanismos de la comunicación" pp 157-165</p> <p>Del Primer Cuaderno... pp 31-42</p>
<p>1.4 Definir a la comunicación.</p>	<p>1.4 Definición de comunicación.</p>	<p>4. Del alumno. Actividades de desarrollo. -Individualmente definir a la comunicación. -Confrontar en pequeños equipos sus definiciones. -Lectura en equipos del tema cuatro del PCTC. -Identificar por equipo las condiciones que deben hacer válida la definición de comunicación.</p> <p>4. Del profesor. Actividad de integración. -Dirección y orientación de las actividades de aprendizaje con respecto a la necesidad que hay de definir a la comunicación.</p>	<p>Formativa: -Conclusiones de los -- equipos de trabajo sobre la actividad realizada.</p>	<p>Del Primer cuaderno... pp 43-49</p> <p>De Alfred G. Smith (comp.) <u>Comunicación y Cultura I</u>, Buenos Aires. ed. Nueva Imagen. 1972. Consultar a John B. Newman, "Por qué es necesario definir la comunicación" pp 91-101</p>

OBJETIVOS	CONTENIDO TEMATICO	ACTIVIDADES DE APRENOIZAJE	EVALUACION	BIBLIOGRAFIA
<p>1.5 Explicará los supuestos teóricos sobre el origen del lenguaje.</p>	<p>1.5 Origen del lenguaje.</p> <p>1.5.1 El trabajo como origen del lenguaje.</p> <p>1.5.2 El condicionamiento y las onomatopeyas.</p> <p>1.5.3 El lenguaje como don innato del hombre.</p> <p>1.5.4 El lenguaje, un producto social.</p>	<p>5. Del alumno.</p> <p>-Actividades simples extraclase: -Lectura por equipo de discusión los textos de Engels, Fischer, Spirkin y Munford. -Lectura individual. Resolver ejercicio y práctica del tema cinco del PCTC.</p> <p>Actividades globalizadoras de integración: -Seminario de investigación y exposición por -- equipos de los temas 5.1, 5.2, 5.3 y 5.4 -Confrontar entre los equipos las concepciones sobre el origen del lenguaje que exponen los autores antes anotados.</p> <p>5. Del profesor.</p> <p>Actividades de integración: -Dirección y orientación de las concepciones a -- confrontar. -Síntesis de la discusión y precisar lo relevante de las explicaciones.</p>	<p>Formativa:</p> <p>-Revisión de ejercicios y práctica resueltos.</p> <p>-Clarificación de los conceptos y la distinción de los planteamientos de los distintos autores sobre el origen del lenguaje.</p>	<p>De la Antología... leer a Federico Engels. "El papel del trabajo en la transformación del mono en hombre. pp 37-50.</p> <p>Goded, Jaime. <u>Antología sobre la comunicación humana</u>. México, UNAM-CCH, 1976. Consultar: E. Fischer, "El lenguaje". A. G. Spirkin, "La formación del habla y maneras de relacionar el sonido con las imágenes"; L. Munford, "De las señales animales a los símbolos humanos" pp 15-38</p> <p>Del Primer Cuaderno... pp 50-67</p>
<p>1.6 Distinguirá los medios que se utilizan en -- los cuatro episodios de la -- comunicación.</p> <p>1.6.1 Aplicará los distintos lenguajes a los -- cuatro episodios de la -- comunicación.</p>	<p>1.6 Evolución de la comunicación humana.</p> <p>1.6.1 Lenguajes y medios de comunicación.</p>	<p>6. Del alumno:</p> <p>Actividades simples extraclase: -Lectura individual de los textos de J. Acosta -- Montoro y J. Cloutier. -Lectura individual. Resolver ejercicio y práctica del tema seis del PCTC.</p> <p>Actividades de ejercitación: -Individualmente realizará un cuadro con los medios y lenguajes que debe contener cada uno de los episodios de la evolución o desarrollo de -- la comunicación.</p>	<p>Formativa:</p> <p>-Revisión de ejercicio y práctica resueltos.</p> <p>-Localización de medios y lenguajes en sus respectivos episodios de comunicación.</p>	<p>De la Antología... leer a José Acosta "En el principio, la comunicación", pp 51 a 77; Jean Cloutier, "Comunicación audio, escrita, visual", pp 79-111</p> <p>Del Primer Cuaderno... pp 66 a 100</p>

OBJETIVOS	CONTENIDO TEMATICO	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	EVALUACION	BIBLIOGRAFIA
<p>1.6.2 Ubicará el concepto del Emirec en el campo de estudio de la comunicación.</p>	<p>1.6.2 El ser de la comunicación, Emirec.</p> <p>1.6.3 La exteriorización, primer episodio de la comunicación.</p> <p>1.6.4 La transposición, segundo episodio de la comunicación.</p> <p>1.6.5 La amplificación, tercer episodio de la comunicación.</p> <p>1.6.6 El registro, cuarto episodio de la comunicación.</p>	<p>- Confrontar en pequeños equipos su cuadro anteriormente elaborado.</p> <p>- Discutir las preguntas y respuestas de la práctica seis del PCTC.</p> <p>- Asistir a la proyección del audiovisual titulado: "La comunicación audio, escrita y visual"</p> <p>- Comentar ante el grupo las características más sobresalientes del audiovisual.</p> <p>- Jerarquizar, a través de un ejercicio grupal - la evolución que tuvieron los medios que utiliza el hombre en su comunicación de acuerdo a Cloutier.</p> <p>6. Del profesor.</p> <p>Actividades de integración:</p> <p>-Dirección y orientación de los ejercicios y -- práctica que permitan que el alumno diferencie las características de cada uno de los cuatro episodios de desarrollo de la comunicación humana.</p> <p>-Organización y proyección de un audiovisual.</p>	<p>Sumativa:</p> <p>-Al término de los seis primeros temas se aplicará el primer examen parcial, con reactivos similares a los desarrollados en los ejercicios antes resueltos.</p>	

OBJETIVOS	CONTENIDO TEMATICO	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	EVALUACION	BIBLIOGRAFIA
<p>A3 finalizar la segunda unidad, el alumno:</p> <p>2.1 Ubicará el proceso de la comunicación en la actividad científica.</p>	<p>2.1 Explicación del proceso en la actividad científica.</p> <p>2.1.1 El pensamiento, reflejo de la realidad.</p>	<p>1. Del alumno: Actividades simples extraclase: -Lectura individual del texto de Eli de Gortari. -Lectura individual y resolver ejercicio y práctica del primer tema del Segundo Cuaderno de trabajo de Comunicación (SCTC).</p> <p>Actividades de desarrollo: -Discusión grupal y respuestas individuales a las preguntas planteadas por el profesor.</p> <p>1. Del profesor. Actividades de integración: -Organización y planteamiento de problemas. -Responder a dudas con respecto al papel que juega el estudio de la comunicación en el conocimiento científico.</p>	<p>Formativa: -Revisión de ejercicio y práctica resueltos. -Planteamiento de dudas y suma de respuestas dadas.</p>	<p>Hora Medina José de la. <u>Segundo Cuaderno de trabajo de Comunicación.</u> (SCTC) pp. 7-22</p> <p>Gortari, Eli de. <u>Método de las Ciencias.</u> México, Edit. Grijalbo, 1979, partes 1 y 2, pp 11-22</p>
<p>2.2 Comprenderá el papel que juega un modelo de la comunicación.</p>	<p>2.2 La comunicación como proceso de estudio.</p> <p>2.2.1 El modelo básico del proceso de la comunicación humana.</p> <p>2.2.1.1 El modelo como explicación del proceso.</p> <p>2.2.1.2 El modelo básico de la comunicación humana.</p>	<p>2. Del alumno: Actividades simples extraclase: -Lectura individual del texto de Bunge. -Lectura individual y resolver ejercicio y práctica del tema dos del SCTC. -Lectura por equipo del texto de Thayer.</p> <p>Actividades de integración: -Discusión en pequeños grupos con base en una batería de preguntas presentada por el profesor. -Cada equipo redactará un trabajo de exposición y crítica sobre el papel que juega el modelo en el estudio de la comunicación.</p> <p>2. Del profesor: Actividades de integración: -Organización de equipos de trabajo para plantearse el papel que juega el modelo en el estudio de la comunicación humana.</p>	<p>Formativa: -Revisión de ejercicio y práctica resueltos. -Planteamiento de respuestas y conclusiones dadas.</p>	<p>Bunge, Mario. <u>Teoría y realidad.</u> España, ed. Ariel, Quincenal, 2a. ed. 1975. Consultar: "Conceptos de Modelo" pp. 7-35</p> <p>Del Segundo Cuaderno... pp 23-41</p> <p>Lee Thayer. <u>Comunicación y sistemas de comunicación.</u> España, ed. Península, 1975,</p> <p>Leer: "La naturaleza de la comunicación" pp 45 a 51</p>

OBJETIVOS	CONTENIDO TEMATICO	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	EVALUACION	BIBLIOGRAFIA
<p>2.3 Distinguirá los elementos que componen el proceso de la comunicación humana.</p> <p>2.3.1 Conocer el papel que juega el emisor y el receptor en el proceso de la comunicación humana.</p>	<p>2.3 Principales elementos del proceso de la comunicación humana.</p> <p>2.3.1 Emisor.</p> <p>2.3.1.1 Experiencia o marco de referencia del emisor.</p> <p>2.3.1.2 Actitudes e intenciones del emisor.</p> <p>2.3.1.3 Influencia del emisor.</p> <p>2.3.2 Receptor.</p> <p>2.3.2.1 Experiencias o marco de referencia del receptor.</p> <p>2.3.2.2 Actitudes e intenciones del receptor.</p> <p>2.3.2.3 Factor de selectividad del receptor.</p>	<p>3.1 Del alumno.</p> <p>Actividades simples extraclase:</p> <p>-Lectura individual y resolver ejercicio y práctica del tema tres del SCTC. (Que habla sobre los elementos : emisor y receptor).</p> <p>Actividades de integración:</p> <p>-Discusión por pequeños equipos sobre el papel que juega el emisor y el receptor en el proceso de la comunicación.</p> <p>3.1 Del profesor.</p> <p>Actividades de integración:</p> <p>-Organización y desarrollo de la discusión del grupo sobre las características más relevantes que tienen emisor y receptor dentro del modelo básico de la comunicación humana.</p>	<p>Formativa:</p> <p>Revisión de ejercicio y práctica resueltos.</p> <p>-Planteamiento de dudas y suma de respuestas dadas.</p>	<p>Del Segundo Cuaderno... pp 42-71</p>
<p>2.3.2 Explicará los distintos tipos de mensajes que hay en la comunicación.</p>	<p>2.3.3 Mensaje.</p> <p>2.3.3.1 Clasificación de los mensajes.</p> <p>2.3.3.2 Papel del signo en los mensajes.</p> <p>2.3.3.2.1 Mensajes paralelos</p> <p>2.3.3.3 La información en el mensaje.</p> <p>2.3.3.3.1 La información y la comunicación.</p> <p>2.3.3.4 El código en el mensaje.</p>	<p>3.2 Del alumno.</p> <p>Actividades simples extraclase:</p> <p>-Lectura individual, ejercicio y práctica de la parte que habla del mensaje del tema tres del SCTC.</p> <p>Actividades de integración:</p> <p>-En técnica panel exponer las principales características del mensaje en la comunicación.</p> <p>3.2 Del profesor.</p> <p>Actividades de integración:</p> <p>-Desarrollo y organización de la técnica panel con conclusiones finales del trabajo.</p>	<p>Formativa:</p> <p>-Revisión de ejercicio y práctica resueltos.</p> <p>-Valoración del nivel expositivo que presentan los alumnos.</p>	<p>Del Segundo Cuaderno... pp 71-90</p>

OBJETIVOS	CONTENIDO TEMATICO	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	EVALUACION	BIBLIOGRAFIA
2.3.3. Diferenciará los canales fisiológicos de los -- técnicos, así como el papel que juega el ruido en la comunicación.	<p>2.3.4 Canal medio de comunicación.</p> <p>2.3.4.1 Tipos de canales, fisiológicos y técnicos.</p> <p>2.3.4.2 Propiedades de los canales: diacrónicos y sincrónicos.</p> <p>2.3.4.2.1 Características de los canales.</p> <p>2.3.4.3 Ruido o interferencia en el canal.</p> <p>2.3.4.4 Canales paralelos.</p> <p>2.3.4.5 Medio y canal.</p>	<p>3.3 Del alumno.</p> <p>Actividades simples extraclase:</p> <p>-Lectura individual y resolver ejercicio y práctica, de la parte que habla del canal y sus características, del tercer tema SCTC.</p> <p>Actividades de integración:</p> <p>-En técnica panel exponer las principales características del canal como medio de comunicación.</p> <p>3.3 Del profesor.</p> <p>Actividades de integración:</p> <p>-Desarrollo y organización de la técnica panel para mostrar las características principales del canal.</p>	<p>Formativa:</p> <p>-Revisión de ejercicio y práctica resueltos.</p> <p>-Valoración del nivel ex positivo que presentan los alumnos.</p>	Del <u>Segundo Cuaderno...</u> pp 90-102
2.3.4 Ubicará el -- contexto, los -- efectos y la influencia en el -- proceso de comunicación humana.	<p>2.3.5 Contexto social.</p> <p>2.3.6 Respuestas, efectos e influencia.</p> <p>2.3.6.1 Respuestas.</p> <p>2.3.6.2 Efectos.</p> <p>2.3.6.3 Influencia.</p>	<p>3.4 Del alumno.</p> <p>Actividades globalizadoras:</p> <p>En equipos de trabajo relacionar el contexto social, las respuestas, efectos e influencia con los demás elementos del proceso de la comunicación.</p> <p>3.5 Del profesor.</p> <p>Actividad globalizadora de integración: desarrollar y organizar el trabajo de equipo para ubicar a los elementos del proceso de la comunicación.</p>	<p>Formativa:</p> <p>-Planteamiento de dudas que se dan en la discusión por equipos.</p>	Del <u>Segundo Cuaderno...</u> , pp 102 a 122

OBJETIVOS	CONTENIDO TEMATICO	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	EVALUACION	BIBLIOGRAFIA
<p>2.4 Relacionará los niveles de la comunicación con su actividad cotidiana.</p>	<p>2.4 Niveles o modos de comunicación humana.</p> <p>2.4.1 Nivel intrapersonal.</p> <p>2.4.2 Nivel interpersonal.</p> <p>2.4.3 Nivel intragrupal.</p> <p>2.4.4 Nivel intergrupar.</p> <p>2.4.5 Nivel sociocultural.</p>	<p>4. Del alumno.</p> <p>Actividades simples extraclase:</p> <p>-Lectura individual y resolver ejercicio y práctica del tema cuatro del SCTC.</p> <p>Actividades de integración:</p> <p>-Exposición y discusión de las características más relevantes de los niveles de comunicación.</p> <p>5. Del profesor.</p> <p>Actividades de integración:</p> <p>-Exposición del tema.</p>	<p>Formativa:</p> <p>-Revisión de ejercicio y práctica resueltos:</p> <p>-Planteamiento de dudas y suma de respuestas dadas.</p>	<p>Del Segundo Cuaderno... pp 123-152</p>
<p>2.5 Reconocerá los distintos modelos explicativos de la comunicación.</p> <p>2.5.1 Seleccionará el modelo que se adecue a sus necesidades explicativas de la comunicación humana.</p> <p>2.5.2 Diferenciar a los modelos mecánicos de los humanos.</p>	<p>2.5 Modelos de estudio de la comunicación.</p> <p>2.5.1 Modelos físico o matemáticos de la comunicación.</p> <p>2.5.2 Modelos psicológicos de la comunicación.</p> <p>2.5.3 Modelos sociológicos de la comunicación.</p> <p>2.5.4 Modelos antropológicos de la comunicación.</p> <p>2.5.5 Modelos socio-psicológicos de la comunicación.</p> <p>2.5.6 Modelos semiológicos de la comunicación.</p>	<p>5. Del alumno.</p> <p>Actividades simples extraclase:</p> <p>-Lectura individual del texto de Bordenave.</p> <p>-Lectura individual y resolver ejercicio y práctica del tema cinco del SCTC.</p> <p>Actividades de integración:</p> <p>-Seminario de investigación y exposición de equipos de los subtemas 5.1, 5.2, 5.3, 5.5 y 5.6</p> <p>-Confrontación de las distintas explicaciones que se manejan en los modelos.</p> <p>-Presentación y discusión por equipos de las cartulinas que muestran el cuadro comparativo de las características y elementos de los modelos.</p> <p>5. Del profesor.</p> <p>Actividades de integración:</p> <p>-Dirección y orientación del manejo de cada modelo y su confrontación entre ellos.</p> <p>-Resumen del trabajo realizado por los equipos y precisar las características más relevantes de cada modelo.</p>	<p>Formativa:</p> <p>-Revisión de ejercicio y práctica resueltos.</p> <p>-Valoración del nivel positivo y de disociación que presentan los alumnos.</p>	<p>De la Antología... consultar: Juan D. Bordenave. "Hacia nuevas formas de pensar en la comunicación". pp 167-213</p> <p>Del Segundo Cuaderno... pp 153-197</p>



OBJETIVOS	CONTENIDO TEMATICO	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	EVALUACION	BIBLIOGRAFIA
<p>2.6 Describirá la tipología de Maletzke.</p>	<p>2.6 Tipos o clases de comunicación.</p> <p>2.6.1 Directa e indirecta.</p> <p>2.6.2 Unilateral y recíproca.</p> <p>2.6.3 Privada y pública.</p>	<p>6. Del alumno.</p> <p>Actividades simples.</p> <p>-Lectura del texto de Maletzke</p> <p>-Lectura del SCTC</p> <p>Actividades de integración:</p> <p>-Discusión en el grupo sobre los distintos tipos o clases de comunicación de acuerdo a Gerard Maletzke.</p> <p>-Ejercitar con ejemplos la tipología de la comunicación.</p> <p>6. Del profesor.</p> <p>Actividades de integración:</p> <p>-Explicar las características y condiciones en que se dan las clases o tipos de comunicación.</p>	<p>Sumativa:</p> <p>Al término de los seis temas que componen la segunda unidad, se aplicará el segundo examen parcial conformado de reactivos similares a los desarrollados en los ejercicios ya resueltos por los alumnos.</p>	<p>De la <u>Antología...</u> Leer a Gerard Maletzke, "Clases de comunicación" y "Tipología de la comunicación". pp 225-229.</p> <p>Del <u>Segundo Cuaderno...</u> pp 198-200</p>

## ANEXO III

### OBJETIVOS GENERALES DEL AREA DE TALLERES

En el Area de Talleres se agrupan las asignaturas que tienen como propósito desarrollar en el alumno el dominio del lenguaje propio y de otras manifestaciones de la comunicación, pretendiendo que ésta se extienda desde una práctica cotidiana y constantemente corregida hasta la cabal comprensión de su importancia y potencialidad.

Corresponden al Area de Talleres las siguientes materias: Redacción e Investigación, Latín, Griego, Diseño Ambiental, Ciencia de la Comunicación y Expresión Gráfica.

El Taller de Redacción deberá enfocarse directamente al uso práctico de la lectura, la comprensión y la expresión oral y escrita, mediante continuos y variados ejercicios cuidadosamente revisados, que permitan el desarrollo de la capacidad comunicativa. El profesor orientará a los alumnos para que aprendan las nociones gramaticales que les permitan familiarizarse con la estructura de nuestro sistema lingüístico. En el taller, el método de enseñanza irá preferentemente del caso particular a la expresión general de dichas nociones.

Los Talleres de Redacción e Investigación abarcan las técnicas, el proceso de la investigación documental y de campo y la organización de los materiales obtenidos, para que el alumno sea capaz de fundamentar sus afirmaciones y presentar cuidadosa, metódica y dignamente los resultados de su trabajo. La práctica continua facilitará a los alumnos el conocimiento del proceso de sistematización de su propio ejercicio de inquirir, recabar, clasificar, ordenar y conservar información.

Se espera que el alumno delimite e investigue temas concretos de su tiempo y de su medio, y los comunique eficazmente por escrito, con una actitud crítica; con la finalidad de que los resultados de esta investigación y de los estudios realizados en otras asignaturas puedan verse en artículos o ensayos escritos.

Los Talleres de Lectura, a diferencia de los cursos tradicionales de historia de la literatura, sustentan el aprendizaje a través del conocimiento directo de textos, cuidadosamente seleccionados, y mediante la aplicación de un método de lectura. En estos talleres se deberá buscar un equilibrio constante de obras científicas, filosóficas, históricas y literarias.

El Taller de Lectura proveerá a los estudiantes de habilidades que les permitan: comprender los textos leídos, manejar un método de análisis, ubicar la obra en el contexto que surge, y relacionar los problemas presentados en el texto con su realidad, de tal manera que obtengan un aprendizaje significativo.

El griego y el latín son materias del Colegio de Ciencias y Humanidades de índole humanístico-lingüístico, que el estudiante cursa como asignaturas optativas y que atienden a su preparación.

En este sentido, ambas lenguas le proporcionan el acervo lexicológico, útil para un conocimiento más profundo de su idioma y, por tanto, de las voces técnicas y científicas. El griego y el latín son, por otra parte, el vehículo de comunicación de dos culturas que sobreviven hasta nuestros días, manifestándose en las diferentes ramas del saber humano. La estructura de estas lenguas constituye en sí misma una disciplina que ofrece al

estudiante la posibilidad de adquirir conocimientos que sirven de base al aprendizaje de las lenguas modernas.

En la ciencia de la Comunicación se busca una explicación teórica y un ejercicio práctico más amplio del lenguaje y la comunicación, que se extiende al colectivo y al no verbal. El Diseño Ambiental, también por la vía teórico-práctica, pretende ayudar al alumno a establecer un equilibrio entre el hombre y el medio, y el taller de Expresión Gráfica introduce en la utilización de las artes plásticas para comunicar ideas, emociones o percepciones sensoriales.

Fuente: Documento de Trabajo, Coordinación del Colegio de Ciencias y Humanidades, S. L., s.f. p. 46 y 47.