

328  
20jew.

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**



*La Difusión Impresa de la  
Dirección General de Servicios de Cómputo Académico de la UNAM.  
Un Análisis Contextual*

**TESIS**

que para obtener el título de:

**Licenciado en Ciencias de la Comunicación**

presenta

**Martha Patricia García Morales**

Directora de Tesis:  
**Lic. Francisca Robles**

Ciudad Universitaria, México D.F.

1994.

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**



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 está 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.

## **A mis amados padres**

Por el obsequio de vida, y la gama de experiencias que Dios me ha permitido compartir con ustedes.

Les agradezco de todo corazón las innumerables enseñanzas que me guían en la vida, las sonrisas, el respeto a mi persona, el apoyo y la compañía incondicional; pero sobre todo el inigualable amor, que solo los padres como ustedes saben dar.

La satisfacción de ver realizada esta meta en mi vida estoy segura les causa una alegría, y eso me alimenta profundamente para superarme aún más día a día. Gracias por todo.

## **A mis queridos hermanos**

La importancia de la familia se va entendiendo poco a poco, y en ese camino se valoriza a quienes están cerca de uno; por eso me es indispensable expresarle que la forma de ser de cada uno de ustedes, me ha guiado y enseñado mucho en cuanto a los valores espirituales, a la vez de que me ha permitido entender el significado del lazo filial.

Gracias por el ejemplo de nobleza, sencillez, comprensión, responsabilidad, prudencia, honestidad, empeño, amistad y de cariño que me han transmitido.

## **A Caro y Juan**

Por la intensa trayectoria de verdadera amistad que hemos compartido.

Prácticamente los considero mis hermanos y me congratulo de haberlos encontrado en mi camino.

En estas breves líneas quiero agradecerles los momentos agradables que me han brindado, sus consejos y valiosa presencia en momentos difíciles.

Todo esto me hace recordar que las amistades no sólo se tienen sino se mantienen, por lo mismo deseo hacer un voto a la vida para que la nuestra se mantenga siempre.

## **A mis compañeros de trabajo**

La verdadera convivencia a veces se piensa que sólo es posible en ciertos lugares y con determinadas personas, sin embargo el ámbito laboral en el que me desenvuelvo se ha convertido en una grata experiencia por todo lo aprendido y compartido con ustedes.

El afecto y cordialidad que nos unen, han convertido la rutina de trabajo en una cita diaria con la amistad.

Agradezco en todo lo que vale el apoyo que obtuve para cristalizar esta meta, especialmente a Toña y Rosalba por su comprensión a nuestro deseo de superación.

## **A Francis**

Un ejemplo de conducta es a veces más valioso que una enseñanza cualquiera, esto hace que consideremos guías a ciertas personas para conducirnos en la vida.

Esa es la herencia de ti hacia mí, porque me transmitiste conocimientos que van más allá de lo meramente escolar.

Tal vez ahora nuestros encuentros maestro-alumno son parte del pasado, pero se han convertido en un aliento a mi comportamiento presente.

Te agradezco el inmenso apoyo y los estímulos constantes que me diste; pero sobre todo, la confianza y amistad brindada para lograr esta meta.

# ÍNDICE

Introducción.	I
I En torno a la comunicación impresa.	1
A. Proceso comunicativo.	2
B. Comunicación impresa.	15
1. Texto.	16
2. Ilustración.	28
II El lenguaje escrito y el mensaje impreso.	34
A. Funciones del lenguaje.	35
1. Función Objetiva-Cognoscitiva.	36
2. Función Subjetiva-Afectiva.	37
B. Estructura del lenguaje escrito.	38
1. Morfosintaxis.	38
2. Semántica.	44
C. Transición del lenguaje escrito al mensaje impreso.	51
1. Contexto.	52
2. Texto.	57
3. La Unidad.	59
III El medio impreso como propuesta de difusión de la DGSCA.	64
A. La DGSCA como dependencia universitaria.	64
1. Funciones.	66
2. Estructura y organización.	68
B. Difusión de la cultura informática.	72
1. Cursos.	74
2. Eventos académicos.	75

IV Análisis de la difusión impresa de la DGSCA.	77
A. Relación UNAM-DGSCA	82
B. Dirección de Cómputo para la Docencia.	84
1. Formas de Difusión.	84
2. Análisis de los mensajes impresos (muestra).	87
a) Anuncio "Cursos Cómputo Académico".	89
b.) Anuncio "Cursos de Computación".	93
c.) Anuncio "Cursos Centro Nuevo León".	97
d) Anuncio "Cómputo Infantil".	101
e) Anuncio "Capacitación para el Trabajo".	105
f) Cartel "Cursos Nuevo León".	108
g) Cartel "Alumnos Sobresalientes".	112
h) Cartel "Escuelas Incorporadas".	116
C. Dirección de Cómputo para la Investigación.	119
1. Formas de Difusión.	119
2. Análisis de los mensajes impresos (muestra).	120
a) Anuncio "Marzo".	121
b) Anuncio "Apoyo a Proyectos de Investigación".	125
c) Anuncio "Supercómputo".	129
d) Cartel "Supercómputo".	132
D. Dirección de Telecomunicaciones Digitales .	135
1. Formas de Difusión.	135
2. Análisis de los mensajes impresos (muestra).	136
a) Anuncio "Enlaces en el país y en el extranjero".	137
b) Cartel "Participación en RedUNAM".	140
E. Conclusiones parciales.	144
Conclusiones.	147
Bibliohemerografía.	154

# INTRODUCCIÓN

La información es cultura y se obtiene en diversos ámbitos y a diferentes niveles, en función del acto comunicativo que ejerce el ser humano en su conjunto desde tiempos remotos.

Por tanto, la comunicación se vislumbra como una necesidad básica de los individuos para comprender el medio ambiente que les rodea y establecer lineamientos organizativos a nivel sociedad.

La forma de organizarse, implícitamente determina una estructura social y por ende las formas de interrelación humana; ya que el acto comunicativo es viable a partir de experiencias comunes donde se maneje de la misma manera la información y por tanto se satisfagan necesidades específicas o intereses particulares de los individuos.

De acuerdo a esto, la posibilidad de interrelación y de obtener información se circunscribe a ciertos ámbitos y se proyecta a nivel personal, grupal, institucional y masivo; esto es, experiencias afines acercan a ciertos individuos entre sí, pero también es posible transmitir una información de interés general a un sinnúmero de receptores.

Bajo esta óptica, los medios de difusión (cine, radio, televisión y prensa) se anteponen como los transmisores de información a nivel masivo, motivo por el cual desempeñan una importante función a nivel social.

Dichos alcances informativos, vía comunicación o difusión impresa determinan en parte el objetivo principal de llevar a cabo la presente investigación; sin embargo, el fin específico es definir las características de la propuesta informativa o de difusión, en cuanto a los lineamientos que la determinan como tal, a partir del medio impreso que emite la Dirección General de Servicios de Cómputo Académico (DGSCA) de la UNAM.

En vista de que dicha dependencia universitaria es un organismo que ofrece diferentes servicios en materia de cómputo a diversos sectores poblacionales, requiere de una propuesta de difusión acorde a las circunstancias; donde el mensaje (vía medio impreso) contenga la información requerida -de acuerdo a los propósitos de la fuente, que en este caso es la DGSCA-, en términos de que forma y contenido soporten dicha función en beneficio del receptor al cual se le dirige la propuesta. Asimismo, la canalización o

distribución del medio impreso será vital para establecer la comunicación con ese receptor anónimo al cual se le desea transmitir una información específica.

Por lo tanto, analizar la difusión impresa de la DGSCA constituye el punto medular del presente trabajo, haciéndose necesarios algunos planteamientos teóricos que permitan fundamentar al mismo. De esta manera se proponen cuatro capítulos.

En el primero, a partir de aspectos que competen a las corrientes sociológicas del funcionalismo y estructuralismo, se caracteriza a los medios de comunicación como instituciones que cumplen ciertas funciones en respuesta a necesidades específicas; de ahí que el acto comunicativo se concibe como una estructura con determinadas funciones.

También se definen los elementos que implica el acto comunicativo (emisor, codificador, mensaje, canal, decodificador y receptor), al cual se le considera como un proceso dada la interacción y dinámica que supone éste.

En concreto, el planteamiento de la comunicación impresa hace evidentes los elementos del acto y proceso comunicativo, especificando que con base en el lenguaje textual y gráfico (como codificadores) se estructura el mensaje impreso, osea tanto la forma como el contenido del mismo.

Dada la importancia del lenguaje escrito como código a utilizar para la elaboración del mensaje impreso, en el segundo capítulo se determinan sus funciones, estructura y las principales reglas para su uso; así como los aspectos que permiten determinar el sentido del mensaje.

Bajo esta óptica, la estructura del lenguaje escrito soporta parte del sentido del mensaje impreso, la contraparte está en función del contexto; esta ambivalencia, hace caracterizar al texto por tres aspectos: coherencia, cohesión y adecuación. Dichas características hacen posible la transición del lenguaje escrito al mensaje impreso, en la medida de que elementos lingüísticos y extralingüísticos intervienen para su elaboración.

Asimismo, se hace necesaria una descripción de la fuente (DGSCA) en cuanto a estructura y funciones, que permita cristalizar los propósitos específicos que debe contemplar la propuesta de difusión, canalizada básicamente a través del medio impreso; el cual adquiere diferentes formas: anuncio, cartel, tríptico y folleto. Esta visión de la dependencia universitaria en el capítulo tres, determina el contexto inmediato del mensaje impreso y da pauta al análisis del mismo.

Así, en el capítulo cuatro se desarrolla el análisis de la difusión impresa de la DGSCA, contemplando de antemano la relación que tiene este organismo universitario con la UNAM -en tanto forma parte de la estructura de ésta última-, bajo el objetivo de definir el contexto que delimita y justifica la existencia de dicho organismo, por ende las funciones que desempeña.

La estructura de la misma soporta la clasificación para llevar a cabo el análisis, debido a que el mensaje debe corresponder a los propósitos de la fuente; esto es, los diferentes servicios que proporciona la dependencia son tarea específica de cuatro direcciones, las cuales requieren de un trabajo de difusión que ventile sus actividades.

Lo anterior hace que por un lado se especifiquen las formas de difusión que utilizan las direcciones que conforman la DGSCA; y por el otro, se determinen lineamientos del mensaje impreso en cuanto a forma y contenido, a partir de una muestra representativa.

Para dicha muestra se seleccionaron únicamente anuncios y carteles ya que se consideran información primaria, a diferencia del tríptico y el folleto que representan información secundaria; por tanto nueve anuncios y cinco carteles conforman la muestra, elegidos al azar de material elaborado por el Departamento de Difusión de la DGSCA durante casi un año de trabajo (agosto/92-junio/93).

Es importante señalar que el apoyo teórico para realizar esta investigación se obtuvo de fuentes bibliográficas para los dos primeros capítulos. Sin embargo, en el tercer capítulo se encontraron obstáculos en este sentido, lo cual fue resuelto con información de campo mediante entrevistas a personas claves que permitieron enriquecer el contenido y así apoyar la parte contextual del mensaje impreso, por ende del análisis llevado a cabo.

Por lo tanto, en términos de lo general a lo particular y con base en aspectos como función y estructura que se mantienen a lo largo de la investigación, es posible vislumbrar la propuesta informativa que implica la difusión impresa como un acto comunicativo complejo que requiere definirse adecuadamente más allá de lo meramente visual: forma y contenido como unidad inquebrantable.



# CAPÍTULO I

## EN TORNO A LA COMUNICACIÓN IMPRESA

La manifestación constante y latente del ser humano en su conjunto respecto a su interrelación con otros individuos, independientemente de la forma en que se realiza y los intereses que satisfaga, representa el indicador bajo el cual es posible reconocer al acto comunicativo como un fenómeno, que además se convierte en social porque compete e involucra a todos los integrantes de una sociedad.

Dicha manifestación tiende a cubrir necesidades varias a partir de la estructura y funcionamiento de la sociedad; es decir, con base en la organización de los diferentes sectores y grupos sociales que la conforman.

Sin embargo, es importante considerar que el acto comunicativo representa ante todo una situación que permite obtener información del medio ambiente que nos rodea, y por el cual llegamos a adquirir cierta cultura.

Por tanto, la diseminación del acto comunicativo a nivel personal, grupal e institucional hace necesario rescatar los elementos básicos de éste, con miras a desmembrar la estructura que implica y las funciones que desempeña en una situación o momento dado.

Asimismo, el planteamiento de lo general a lo particular hará posible detallar aspectos específicos como por ejemplo del mensaje en sí al interior del proceso comunicativo; que se vislumbra como tal, debido a la existencia de un emisor que desea informar de algo, haciendo uso de un código y un medio o canal para estructurar el mensaje que está dirigido a un receptor determinado.

Bajo esta óptica también se contempla una necesidad de informar a un sinnúmero de receptores; acto comunicativo que se cristaliza a través de los medios de difusión, entre los cuales se considera a la comunicación impresa.

Este medio de difusión, en función de la exigencia que caracteriza todo acto comunicativo respecto a establecer un significado en común entre emisor y receptor, hace uso principalmente del lenguaje escrito para encodificar o disponer las ideas que permitirán estructurar el mensaje impreso.

Dicho código supone una serie de reglas que permiten proponer la estructura de los elementos textuales que van determinando parte del sentido que tiene el mensaje, ya que la contraparte de la significación está definida por el contexto y la ilustración.

Así, con base en esta propuesta de imágenes visuales tanto gráficas como textuales se dispone la forma y contenido del mensaje impreso, pieza clave de este acto comunicativo que implica un proceso dada la interacción y dinámica de los elementos que confluyen al interior del mismo.

## **A. PROCESO COMUNICATIVO**

EL ser humano y la satisfacción de sus necesidades, es y será siempre la exigencia primordial a contemplar por la humanidad. Al definir las necesidades básicas a cubrir, no puede faltar alimento, vestimenta, vivienda, salud y educación, entre otras; sin embargo, la actividad comunicativa representa un imperativo para todo aquel individuo que forma parte de una sociedad. Sino es que la sociedad es creada, por la posibilidad y existencia del acto comunicativo.

Dicho acto es innato e indispensable de exteriorizar para establecer cualquier relación humana posible, en aras de la convivencia requerida e inclusive para sobrevivir.

Por lo tanto, la comunicación antes de ser un fenómeno o acto de la modernidad que compete a los medios de difusión; es un hecho social, porque surge del ser en su conjunto y se cristaliza por la existencia de sistemas, organizaciones sociales y grupos.

Aspectos todos, que pueden ser explicados a partir del funcionalismo, corriente que justifica el hecho de que toda sociedad humana al tener un conjunto de necesidades, cuente con ciertas instituciones para satisfacerlas; es decir, desempeñando determinadas funciones. En la medida en que dichas funciones satisfagan las necesidades requeridas, se mantendrá un equilibrio social.

El funcionalismo para el acto comunicativo humano, como anota J. Antonio Paoli en su libro *Comunicación e Información*, representa una herramienta que permite ubicar a los medios de comunicación como instituciones que satisfacen ciertas necesidades, por las funciones que desempeñan; a su vez, generar los mecanismos de autoregulación para mantener un equilibrio y evitar el conflicto. También se plantea el concebirlas como parte de una estructura social y en sí mismas serlo, donde la interrelación de los diferentes elementos que las componen permiten una función adecuada, y ante una disfunción la reestructuración y transformación de las mismas.

Paralelamente, al hablar de estructura social, hace indispensable retomar algunas propuestas teóricas del estructuralismo, que permiten explicar dicho concepto, en función de un modelo estructural.

"Lévi-Strauss en su Antropología Estructural dice que para que un modelo pueda ser considerado como estructura, debe satisfacer cuatro exigencias principales: una, consiste en que sus elementos están interrelacionados de tal manera, que la transformación de uno de ellos implica la modificación de los demás; esto le da un carácter de sistema. En segundo lugar, todo modelo está formado de otros modelos pertenecientes al sistema, que implican un conjunto de transformaciones; así el modelo más complejo depende de modelos más simples, que de alterarse, cambian en mayor o menor medida la totalidad. En tercer lugar, el modelo más complejo, permitirá predecir de qué manera reaccionará el sistema total, en caso de que uno de sus elementos se modifique; en esta perspectiva, el estructuralismo prevé o debería de prever las posibles transformaciones estructurales y explicarlas de tal modo, que cuando el modelo se aplique a la realidad social pueda darnos cuenta de los hechos observados. En cuarto lugar, el modelo responderá a la doble condición de utilizar sólo los hechos considerados por él y, con ello, dar cuenta de todos."<sup>1</sup>

Al definir la comunicación como "...alcanzar objetivos relacionados con nuestra intención básica de influir en nuestro medio ambiente y en nosotros mismos..."<sup>2</sup>, empezariamos a delimitar una de las funciones del acto comunicativo que se desprende de una necesidad a satisfacer; sin embargo, para comprender en toda su magnitud este acto humano, es indispensable determinar cómo se alcanzan dichos objetivos y de qué manera se influye tanto a nivel personal como colectivo.

Si se considera la comunicación, como una situación donde intervienen varios elementos, que permiten a su vez generar determinados resultados; es importante retomar el concepto de estructura social, ya se trate de los medios de comunicación como instituciones, pero también cuando se hace referencia a la comunicación personal e interpersonal. Esto se debe a que los elementos que la componen aparte de desempeñar una función específica, se interrelacionan entre sí; es decir, se afectan y en la medida que se altere alguno, se verán afectados los demás.

---

1 Paoli, J. Antonio. *Comunicación e Información*, pág. 38-39.

2 Toussaint, Florence. *Crítica de la Información de Masas*, pág. 32.

Así, aunque el acto comunicativo representa una necesidad imperiosa para el ser humano, no siempre es posible llevarlo a cabo, dado que antes que nada debe significar algo; es decir, conlleva una estructura de significación y por ende sus elementos son significantes y esto debido a que también la comunicación es "...el acto de relación entre dos o más sujetos, mediante el cual se evoca en común un significado."<sup>3</sup>

Por lo tanto, la posibilidad de establecer algo en común, de que entendamos algo o de que lo rechacemos, implica disponer de un conocimiento, de datos; es decir, de información tanto de nosotros mismos como del medio ambiente, pero principalmente de aquel con quien se desee establecer alguna relación.

Ahora bien, la manera de orientar esta información es lo que va a permitir entablar la comunicación; ya que el contexto social al que pertenecemos nos enseña formas más o menos comunes de usar las cosas y las relaciones, y por ende el significado común surgirá a partir de informaciones similares e implicará a su vez un modo de actuar, porque a los datos recibidos le damos una utilidad específica.

Es por esto que "...comunicación e información son dos aspectos de la totalidad de una sociedad. La sociedad no puede ser tal sin la comunicación y no puede transformarse sin la información. Ambos conceptos no pueden separarse del estudio de la sociedad global. Si se concibieran como elementos separados perderían su razón de ser, sus raíces, el fundamento de su sentido. En la práctica, frecuentemente se les separa del proceso social global, pero entonces no puede entenderse el sentido de los significados que se evocan en común, no puede entenderse el porqué de las nuevas informaciones."<sup>4</sup>

Y por lo tanto, "Wilbur Schramm, se refiere a la comunicación así: 'Hoy nosotros definimos comunicación diciendo simplemente que es el compartir una orientación con respecto a un conjunto informacional de signos'. Y considera información como 'cualquier contenido que reduce la incertidumbre o el número de posibles alternativas en una situación'."<sup>5</sup>

---

3 Paoli, J. Antonio. *Op. cit.*, pág. 11.

4 *Ibidem*, pág. 17.

5 *Ibidem*, pág. 28.

Ese contexto social al que se pertenece, plasma todo su poder sobre el individuo a partir de la interacción con los demás individuos, pero principalmente por la cultura que se inculca u ofrece; es decir, como parte de la integración al proceso social, el elemento primordial a considerar es la cultura: la cual está constituida por las creencias, los valores, las formas de hacer las cosas y los modos de conducirse que el ser humano comparte.

Asimismo, la cultura como tal se encuentra inmersa en una estructura, donde ésta "...influye en la personalidad; las necesidades biológicas, en la organización social; el conocimiento en las actitudes; el lenguaje, en el pensamiento; éste, en la opinión; las opiniones, en los sistemas sociales, y éstos en los estados biológicos. Ninguno es principal, ninguno es básico. Todos los factores discutidos se hallan relacionados con los demás."<sup>6</sup>

Y como parte de la cultura, un lugar privilegiado debe otorgarse a lo que se llama educación, a saber, un mecanismo específico construido por los seres humanos para influenciar a otros; es decir, aprendizaje específico que permite guiar la acción del ser y así reducir la incertidumbre, actitud aceptable ante lo desconocido y por lo mismo, ante mayor información y orientación de ésta, mayor capacidad de respuesta.

Entonces, la respuesta de un individuo pareciera ser que es la parte final de todo acto comunicativo, y en parte lo es; sin embargo, lo mecánico no es sinónimo de este acto, donde aparte de confluir varios elementos, están en estricta y estrecha relación, además de interactuar los unos con los otros y en función de lo cual se obtiene un resultado. Por lo que se puede considerar a la comunicación, paralelamente a la estructura que implica en sí misma, como un proceso.

Por lo tanto, interactuar e influencia reciproca, implica una dinámica y ésta a su vez, modificación a través del tiempo, lo que sugiere la imposibilidad de determinar un principio o un fin en las relaciones y los acontecimientos, cambiantes y continuos, en un constante devenir; esto es, dicho proceso no supone una secuela fija: no es estático.

Dado que estamos hablando del elemento humano, como parte del proceso de la comunicación, lo dinámico surge por su esencia en cuanto a la demanda y cuestionamiento del medio ambiente; además de que involucra diferentes

---

6 Berio, David K. *El Proceso de la Comunicación*, pág. 125.

comportamientos y funciones con respecto a un referente, al interior de ese acto comunicativo.

Como punto de partida, es necesario detener el proceso para explicarlo y entender tanto su estructura como su dinámica. Así, la fuente como emisora de una idea, información o dato, representa el "inicio" de una propuesta en dirección a alguien, que bien puede ser uno mismo u otro; a su vez la existencia de ese otro, implica un sujeto receptor o receptores, dado que aparte de la comunicación "cara a cara", personal e interpersonal, tiene lugar la transmitida a varios o muchos receptores, esto es, en masa.

La fuente como tal, no compete exclusivamente a un individuo, sino que también puede estar representado por un grupo de personas, o ser incluso toda una institución, con un objetivo y una razón para ponerse en comunicación.

Entonces, ante la propuesta de ideas, cobertura de necesidades, requerimientos de información e intenciones específicas, surge una interrelación entre emisor y receptor, lo cual sólo puede ser expresado en forma de mensaje; donde éste último implica, "...la expresión de ideas (contenido) expresadas en determinada forma (tratamiento) mediante el empleo de un código. Existen muchos códigos en la comunicación: símbolos visuales, gestos, señales con las manos, lenguaje, escritura, etcétera. Debemos elegir uno u otro cada vez que nos comunicamos."<sup>7</sup>

El tratamiento es el aspecto que permite incluir otros componentes del proceso de la comunicación, que están íntimamente relacionados, el primero (codificador) con el emisor y el segundo (decodificador) con el receptor; elementos sumamente importantes, ya que representan las herramientas para estructurar y captar un mensaje respectivamente.

Específicamente, el codificador es el encargado de tomar las ideas de la fuente y disponerlas en un código, expresando así el objetivo de ésta; función que es posible desempeñar mediante la capacidad motora del individuo que desea comunicarse, como apunta David K. Berlo en su obra *El Proceso de la Comunicación*, la cual incluye mecanismos vocales (palabra hablada), los sistemas musculares de la mano (palabra escrita) y los sistemas musculares de las demás partes del cuerpo (gestos).

---

7 *ibidem*, pág. 128.

Por su parte, decodificar representa la acción contraria o complementaria del codificador; esto es, posterior a expresar un objetivo se requiere de interpretar o entenderlo, lo cual es posible haciendo uso del conjunto de facultades sensoriales.

Por lo tanto, como afirma David K. Berlo, en las situaciones de comunicación de una o dos personas, los sentidos pueden ser considerados como el descifrador de códigos.

Al ubicar el mensaje en una determinada etapa del proceso, separado del emisor y del receptor y considerándolo también como, "...una señal o conjunto de señales organizadas y emitidas que el receptor interpretará."<sup>8</sup>; es importante determinar al emisor como el que organiza ese conjunto de señales y al receptor como descifrador de éstas.

Dichas funciones como tal, no son exclusivas de uno u otro individuo, sino competen incluso a una misma parte; es decir, un emisor puede ser en sí mismo un receptor y éste a su vez, la fuente, siguiendo así la idea de un proceso que además, se convierte en dialéctico.

Para elaborar un mensaje, que conlleve determinadas ideas, como propuesta de enlace, entre emisor y receptor, se requiere de la selección de un medio, es decir, de un canal que funcione como conducto o portador de mensajes; donde el criterio a seguir implique el de mayor demanda, mayor efecto y de acuerdo tanto al propósito de la fuente como al contenido del mensaje, lo cual redundará en la eficiencia y efectividad de la comunicación a establecer.

Así, un sistema multimedia, o uso de dos o más canales diferentes, permite codificar de esa manera un mismo mensaje básico; donde éstos distintos medios son percibidos en conjunto por el receptor, decodificados separadamente, para después ser integrados y comparados en la construcción de una imagen mental. En conjunto los sistemas multimedia: la televisión, el cine (sonido e imagen), los carteles (texto e imagen, son más seguros y estables, aprovechan mejor las capacidades efectivas del receptor y movilizan por más tiempo su atención, como infiere Abraham A. Moles en su obra *Teoría Estructural de la Comunicación y Sociedad*.

Ahora bien, antes de estructurar cualquier mensaje, deben haberse especificado los objetivos o propósitos concretos de ese acto comunicativo, por lo que es conveniente

---

8 Paoli, J. Antonio. *Op. cit.*, pág. 28

que estén expresados en términos de respuestas concretas a quienes esté dirigido dicho mensaje; para lo cual, es importante considerar la distinción que frecuentemente se contempla al definir algún propósito, esto es, si se trata de informar, persuadir o entretener. Tales propuestas son difíciles de controlar de manera independiente, ya que por lo general no se excluyen, e inclusive se complementan para lograr el efecto deseado.

Al plantear el o los propósitos para entablar la comunicación, es necesario concebir una serie de expectativas, tanto de la fuente misma como del receptor, para ser utilizadas al momento de encodificar, decodificar, por ende responder a los mensajes.

El proceso a través del cual se llega a las expectativas, a las anticipaciones de los estados psicológicos del hombre, es decir, la capacidad de proyectarse en los estados internos de los demás, se define según David K. Berlo, como empatía.

Los intentos empáticos o predicciones son indispensables para la interacción de los elementos que conforman el proceso comunicativo, haciéndolo así, aún más efectivo.

Asimismo, como parte del propósito, el receptor (individuo o grupo humano organizado), al cual va dirigido algún mensaje, se define; sin embargo, bien puede suceder no establecer contacto con éste. Esto se debe, a que no siempre se obtienen los resultados deseables, pues los receptores no siempre responden al propósito de la fuente,

Entonces, si "el fin básico de la comunicación es alterar la relación original existente entre nuestro organismo y el medio que nos rodea. Para hacer hincapié en ello, se subraya que la comunicación se dirige a influir en los demás para provocar una respuesta..."<sup>9</sup>; habría que detenerse y reflexionar que para obtener la respuesta deseada, se requiere de un efecto y hablar de éste, implica proporcionar un estímulo.

Por tanto, podemos definir estímulo como "cualquier acontecimiento que un individuo sea capaz de percibir y sentir. En otras palabras un estímulo es todo aquello que una persona puede recibir a través de alguno de los sentidos, toda cosa capaz de producir una sensación en el organismo humano" y respuesta "es la reacción del organismo del individuo a un estímulo, la conducta producida por éste."<sup>10</sup>

---

9 Toussaint, Florence. *Op. cit.*, pág. 34.

10 Berlo, David K. *Op. cit.*, pág. 158.



Es por esto, que en toda situación de comunicación, seleccionamos temas, tratamos mensajes, elegimos canales, en parte sobre la base de la posible recompensa; y una respuesta es compensatoria si el que responde percibe que sus consecuencias aumentan su influencia, que se hallan dentro de su propio autointerés. La capacidad de influencia disminuirá la incertidumbre, permitiendo así, imponer una estructura al mundo y procurando que ésta, además sea consistente.

Puede decirse que el individuo no acepta la comunicación, sino en la medida misma en que es capaz de rechazarla. No acepta y no desea la interacción sino cuando ésta, en lugar de serle impuesta le es propuesta, como apunta Abraham A. Moles en su obra *Teoría Estructural de la Comunicación y Sociedad*.<sup>11</sup>

La reacción y por tanto el posible cambio de conducta de un receptor, requiere no sólo de percibir el estímulo, sino de llevar a cabo la acción de interpretar; esto es, el cerebro, el sistema nervioso central debe funcionar. Y como parte de esta acción, la reflexión y por ende el pensamiento, permiten encodificar y/o decodificar; mientras que hablar y escribir son habilidades encodificadoras, a diferencia de leer y escuchar como decodificadoras.

Así, dichas habilidades como tal, se convierten en herramientas, dado que el poder encodificar o decodificar al interior del proceso comunicativo, se da en función de experiencias comunes.

"La gente no se comunica igual cuando pertenece a clases sociales diferentes y quienes poseen distintos antecedentes culturales tampoco se comunican de la misma manera. Los sistemas sociales y culturales determinan en parte la elección de las palabras que la gente usa, los propósitos que tiene para comunicarse, el significado que da a ciertos vocablos, su elección de receptores, los canales que utiliza para uno u otro tipo de mensaje, etcétera."<sup>12</sup>

Con base en lo anterior, se deduce que el cúmulo de experiencias de información sobre algo, posibilita al emisor o receptor, cifrar o descifrar un mensaje; y mientras más cercano y común sea este campo de experiencia de ambos, surgirá el puente de entendimiento para que el mensaje emitido por la fuente, sea captado por el destino.

---

11 Moles, Abraham A., Rohmer, Elisabeth. *Teoría Estructural de la Comunicación y Sociedad*. 1a. reimposición. México. Editorial Trillas. 1991. 207 págs.

12 Berio, David K. *Op. Cit.*, pág. 40.

La información obtenida por el ser humano, como parte de su aprendizaje y absorbida del medio ambiente al que pertenece, no es solamente una serie de datos aislados, sino que los procesa dándoles un sentido, a partir del significado que les otorga; este particular sentido que se le da a las cosas, es lo que determina las diferencias entre los individuos.

En algunas ocasiones lo comunicado tiene el mismo sentido y en otras un sentido diferente pero por lo menos entendible; esto es, sino hay un mínimo de sentido comprensible para los sujetos, no hay comunicación.

Por lo mismo, entre sí los individuos, los grupos, las clases sociales, las culturas, tienen serias diferencias en sus concepciones, aún cuando tienen también posibilidades de evocar siempre algo en común, como afirma J. Antonio Paoli en su libro *Comunicación e Información*.

Por su parte, Wilbur Schramm en su obra *La Ciencia de la Comunicación Humana*, denomina a ese conjunto de experiencias y significados, marco de referencia; donde la experiencia implica para el individuo, almacenaje de los elementos que se creen convenientes y a los que se les da cierto valor, por el aprecio y la importancia que representan. Así, la cuestión de aceptación o rechazo depende de la manera en que el mensaje se ajuste a estos valores y creencias.

Cuando es posible evocar en común, ante la exigencia de un mínimo de entendimiento posible y el decodificar permite encodificar a su vez, como respuesta o mensaje de retorno, en aras de una retroalimentación, surge lo que es llamado *feedback*. La relación interpersonal o "cara a cara", ofrece un máximo de *feedback* dada la proximidad y capacidad de respuesta inmediata; sin embargo, el mensaje propuesto por una fuente que representa por ejemplo toda una institución, a un sinnúmero de receptores, no permite en la mayoría de los casos el mensaje de retorno, por el específico manejo de espacio y tiempo que condiciona dicha relación.

Este *feedback* o interdependencia de acción-reacción, cristaliza la interacción indispensable a todo proceso comunicativo, sobre la base de un propósito que implica el estímulo para una respuesta, que requiere a su vez de recompensa, donde el significado del mensaje es fundamental en esta mecánica.

Por todo lo expuesto, es posible ubicar al mensaje en determinada etapa del proceso, separado del emisor y del receptor, con miras a interpretarlo y poder establecer la comunicación. Para lo cual, la interpretación del mismo hace indispensable el desgloce

de sus elementos, así como la dinámica e interacción de éstos; permitiendo concebirlo como una estructura en sí.

Entonces si consideramos al mensaje como el producto físico del ser humano, el resultado de sus esfuerzos para encodificar, es decir, cifrar o poner en clave común sus ideas; esto sólo es posible mediante el uso de un código "...conjunto de elementos materiales -átomos de comunicación que, en muchos casos, llamaremos signos-. Tales signos se reúnen siguiendo cierto número de reglas (lo que denominaremos códigos). Los signos y los códigos son, en principio, comunes tanto al emisor como al receptor; esto es, son conocidos por ambos antes del acto mismo de la comunicación."<sup>13</sup>

El aprendizaje como tal, así como la información y cultura adquirida por todo ser humano, se da y surge a partir de una infinidad de signos, accesibles en función de sus sentidos (vista, oído, olfato, gusto y tacto) y procesados por su cerebro; lo cual le permite estructurar el mundo de una manera y de acuerdo a sus necesidades.

Por esto, al ser el mensaje expresión de ideas, se convierte a su vez el signo, en la forma concreta y representativa del pensamiento humano; el cual en conjunto conforma un código.

Es así, que los signos solamente pueden contener el significado que la experiencia del individuo le permita entender de éstos; es decir, se puede elaborar o descifrar un mensaje solamente mediante los signos que se conocen, así como darles el significado que se ha aprendido de ellos.

Dada la complejidad de la formación humana, existe la posibilidad de comunicarse a partir de diversos códigos, donde el más común es el lenguaje verbal; sin embargo, elegir alguno implica la selección de sus elementos y estructura adecuada del mismo.

La interpretación del mensaje conlleva paralelamente, considerar las diferentes formas que adquiere ese significado, como parte de la propuesta comunicativa del emisor hacia el receptor; por lo que esta etapa del proceso se complica aún más.

David K. Berlo lo especifica y define de esta manera: *significado denotativo*, determina las relaciones entre palabras-signo y los objetos existentes en el mundo físico; *significado*

---

13 Moles, Abraham A., Rohmer, Elisabeth. *Op. cit.*, pág. 39.

*estructural*, está basado en una relación entre signos y otros; *significado contextual*, combinación del estructural y denotativo; y *significado connotativo*, es una relación entre signo y un objeto, pero envuelve a las personas más que otros tipos de significados.

Se ha determinado anteriormente que el significado es esencial para la comunicación y que además surge y se evoca en común, a partir de experiencias similares y en función del aprendizaje, información y cultura adquirida por el individuo; lo cual permite sugerir que el significado como tal, no se encuentra en el mensaje sino en el ser humano.

Así, los significados están en las personas, en función de las respuestas internas que éstas dan a los estímulos, a partir del mundo físico que les rodea. Sin embargo, aunque se posean significados similares en determinado momento, éstos pueden modificarse ante experiencias nuevas o diferentes.

Entonces los significados son interpretaciones, y por ende, las conductas que el receptor y fuente realizan internamente, en vista de un uso muy particular; llegándose a considerar al diccionario mismo, no como el que prescribe los usos, tan sólo los describe.

Ahora bien, ante la multiplicidad de mensajes que surgen de la imperiosa necesidad humana de comunicarse, el receptor por lo general selecciona los que menor esfuerzo le ocasionan para percibir su significado -ley del mínimo esfuerzo o principio de codificación cerebral óptima, como apunta Abraham A. Moles-; es decir, los que más llaman su atención y más despiertan necesidades de su personalidad, así como los que van de acuerdo al conjunto de normas y valores del grupo social al cual pertenece este receptor.

Por último, a su vez el mensaje puede tener varios mensajes paralelos; como por ejemplo proyectar el perfil del emisor, en cuanto a su lugar de origen, nivel de estudios, etc. Por su parte un escrito o una película, las diferencias de colores, de composición de las imágenes, nos dicen algo más que las palabras que se escriben o se dicen.

En estrecha interacción, a partir del código seleccionado y significado que éste permite rescatar, el mensaje se rige asimismo por la forma y contenido a proponer, esto es, la idea, dato e información a transmitir.

Ajustándonos a la idea de esencia, el contenido del mensaje proporciona básicamente la significación, y por ende el sentido del mismo; para lo cual la forma sería secundaria, anexa y de entrada independiente del contenido. Así, el que sea escrito, hablado o propuesto gráficamente, no interesa fundamentalmente al emisor de la orden, ya que el modificarlo no cambia la motivación básica del mensaje.

Sin embargo, es posible adoptar el continente o la forma al fondo; con miras a una eficacia, cuidando la parte estética para de esta manera obtener rentabilidad del acto de comunicación, ante un público determinado que constituye el objetivo principal.

Retomando el concepto de estructura, que es aplicable a su vez al elemento mensaje del proceso comunicativo; éste es propuesto en función de un código o conjunto de signos, que al darse la interacción entre estos elementos, se determinan específicas relaciones estructurales, originándose así un conjunto de reglas para manipular dichos signos, que se sobreañaden al simple conocimiento de éstos.

Este conjunto de reglas determinan el uso específico del signo; es decir, la forma de organizarlo y ubicarlo como parte de la idea a desarrollar en el contenido. Por tanto puede decirse, que estas reglas permiten manejar una secuencia lógica al momento de utilizar las relaciones signo-signo.

Sin embargo, es posible un derroche de signos en relación con el mínimo estrictamente necesario para evocar alguna idea; lo cual ha sido definido como redundancia. Bien puede ser por la necesidad de causar el máximo efecto posible.

Por lo tanto, "la redundancia necesaria para aumentar la comprensión o la aceptación es conveniente, satisfactoria; la que no es necesaria para el receptor es superflua. En ambos casos, la redundancia se deriva de las relaciones signo-signo dentro del lenguaje, del alcance con que podemos prever un signo a partir de otro, de las relaciones estructurales y los significados que tenemos para estas relaciones."<sup>14</sup>

Es por esto que la comprensión de un mensaje se da por dos aspectos, uno ligado a la aptitud del receptor para manipular los elementos, esto es, su inteligencia; y el otro, por el mensaje y redundancia del mismo (factores que crean esa redundancia): inteligibilidad, como afirma Abraham A. Moles.

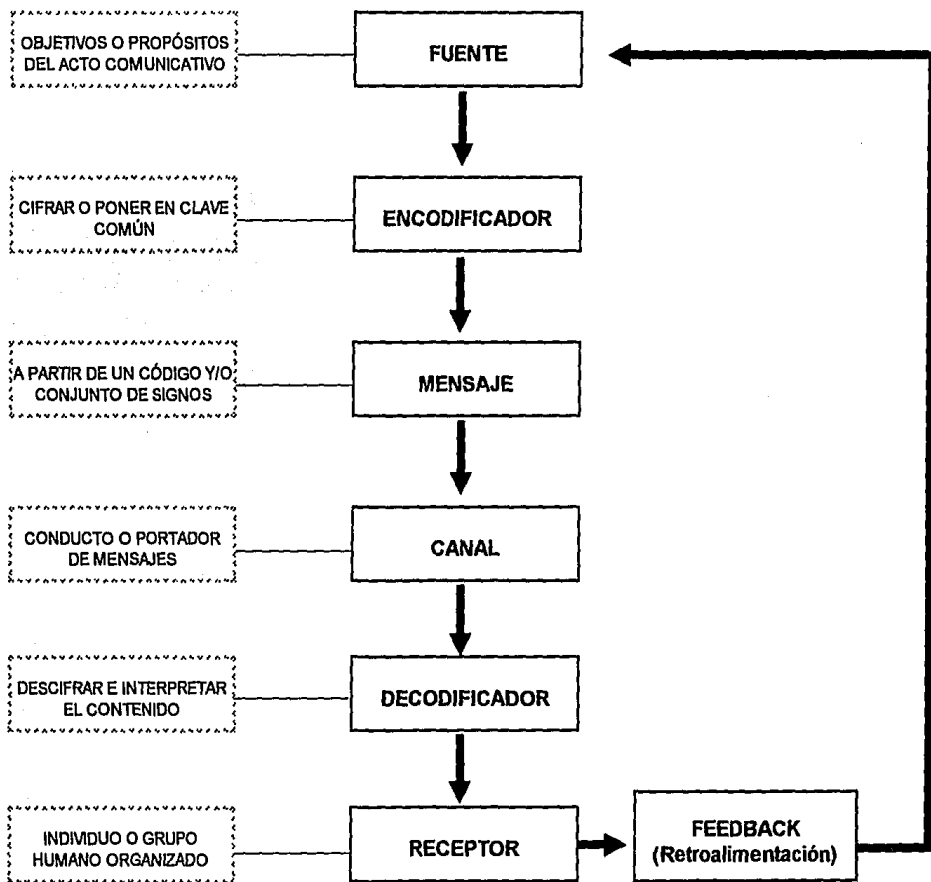
Con base en lo anterior, para que todo elemento del mensaje de base se encuentre ligado por una serie de restricciones lógicas a cualquier otro elemento de la información que se desee transmitir o hacer retener, es esencial la idea de coherencia interna; la cual implica poner en orden los elementos del discurso, ubicación y distancia en relación a los otros que forman parte del contenido.

---

14 Berlo, David K. *Op. Cit.*, pág. 154.

Por lo tanto, la fuente o emisor necesita tener constantemente presente al receptor, al elegir códigos que éste pueda entender, y seleccionar elementos del código, que habrán de llamarle la atención; asimismo estructurarlos con el fin de reducir al mínimo el esfuerzo exigido para decodificar e interpretar el mensaje. Además de elegir un contenido que resulte convincente, pertinente a los intereses y necesidades del receptor; en resumen, definir el tratamiento del mensaje para obtener el máximo efecto posible, a fin de lograr nuestro propósito.

Contemplados los elementos del proceso comunicativo es conveniente una propuesta esquemática, que permita una visión en conjunto de lo planteado anteriormente.



Bajo esta panorámica, el proceso de la comunicación no es exclusivo de ámbito alguno, ya que puede cristalizarse tanto a nivel personal, interpersonal, grupal, institucional y masivo; en vista de que responde a funciones específicas del ser humano.

Entonces, si el acto comunicativo nos permite el conocimiento mutuo y recíproco del ser humano en su conjunto; intercambio de ideas, a partir de experiencias comunes y en función tanto de información específica como de una cultura propuesta; capacidad de influencia de los sujetos en el medio ambiente que les rodea; es por lo que se concibe dicho fenómeno y se da fé del mismo, como hecho social.

Hecho social que ofrece alternativas de vida, expresadas en términos abstractos como los valores y las creencias; y concretos, como las formas de hacer las cosas y los modos de conducirse que el ser humano comparte.

## **B. COMUNICACIÓN IMPRESA**

Vislumbrar el acto comunicativo como un hecho social, requiere de un perfil más específico que permita definir los diferentes niveles del mismo; así la satisfacción de la relación interpersonal 'cara a cara' es tan indispensable como el acto comunicativo de mayores proporciones que representa la difusión masiva.

La tecnología ha puesto al servicio del ser humano la posibilidad de acortar distancias en el proceso de la comunicación, permitiéndole la obtención de la información necesaria que reduce la incertidumbre respecto al medio ambiente que le circunda.

De esta manera, los medios de difusión masiva, se convierten en herramientas poderosas que tienen la función de aportar la cultura indispensable a todo individuo.

La difusión masiva como tal, implica hoy en día, la existencia de diferentes canales (conductores y portadores de mensaje), como son el cine, la radio, la televisión, la prensa; todos bajo la idea de transmitir información a un sinnúmero de receptores.

Los límites se determinan por los costos que requiere la difusión, también por la necesidad de dirigirse a un sector o sectores de la población, así como por objetivos y/o propósitos bien definidos.

Ahora bien, la comunicación impresa como medio de difusión masivo, es también una alternativa de la actualidad para transmitir mensajes; independientemente de que lo impreso data del siglo XV con el descubrimiento de Gutenberg.

Esta alternativa de comunicación, permite "transmitir mensajes por medio de imágenes visuales que normalmente están en una superficie plana. Se usan dos clases de imágenes: las ilustraciones y los símbolos visuales. El término 'ilustraciones' incluye fotografías, pinturas y dibujos. Las palabras se representan gráficamente mediante símbolos de diversas formas llamados letras."<sup>15</sup>

Esta definición nos permite empezar a caracterizar y a diferenciar la comunicación impresa de los otros medios de difusión masiva; esto es, el tratamiento del mensaje y los elementos que lo estructuran serán la clave.

## 1. Texto

Transmitir un mensaje, hace indispensable la utilización de un código y la naturaleza, estructura y función de éste, se encuentran estrechamente vinculados al medio o canal de comunicación a utilizar; el lenguaje textual como vertiente del lenguaje verbal y éste último como lenguaje articulado, hacen patente el uso del lenguaje como código y/o conjunto de signos para una parte de la estructuración del mensaje, al interior de la comunicación impresa.

Para Ferdinand de Saussure en su obra *Curso de Lingüística General*, el signo lingüístico conlleva una doble cara, la parte significante o imagen acústica y el significado o imagen conceptual, a los que hay que agregar un modo de significación o de relación entre ambos; es decir, "...un signo es un estímulo asociado a otro estímulo, del cual evoca la imagen mental y la significación es por tanto, un proceso psíquico; todo ocurre en la mente...no son las cosas, sino las imágenes de las cosas y la idea que de ellas nos formamos, las que se asocian en nuestra mente; y según Saussure 'el signo lingüístico no une una cosa y un nombre, sino un concepto y una imagen acústica'."<sup>16</sup>

La relación que existe entre significante y significado surge a partir de una convención, es la resultante de un acuerdo entre los usuarios; y esto resulta por la existencia de dos tipos de asociaciones significantes: los signos naturales y los signos artificiales.

---

15 Turnbull, Arthur T. *Comunicación Impresa*, pág. 13.

16 Guiraud, Pierre. *La Semántica*, pág. 17-18.



Los signos naturales están basados en relaciones de fenómenos que se localizan en la naturaleza y los signos artificiales son de factura humana y se subdividen a su vez en dos grupos: unos sirven para presentar lo real, por lo que son reproducciones de caracteres naturales de la realidad a partir de imágenes o íconos; los otros sirven para comunicarse con otro ser, siendo los signos convencionales que manejamos como símbolos. Ambos grupos se diferencian entre sí por su naturaleza, como afirma Pierre Guiraud en su libro *La Semiología*.

Así, "la motivación del signo, es una relación natural entre el significante y el significado. Una relación que está en su naturaleza: en su sustancia o en su forma. Es analógica en el primer caso y homológica en el segundo."<sup>17</sup>

Por lo tanto, el signo lingüístico es arbitrario, dado que el lazo que une el significante al significado es arbitrario (inmotivado); arbitrario porque la relación del significante con el significado, no tiene ningún vínculo natural en la realidad. "Debido a que el signo es arbitrario, no conoce más ley que la tradición y precisamente por estar fundado en la tradición puede ser arbitrario."<sup>18</sup>

Esto es, aunque el significante aparece como libremente elegido para la comunidad lingüística que lo emplea, no es libre, es impuesto; ya que la lengua al ser un producto social de la facultad del lenguaje, conlleva un carácter de fijeza debido a que es herencia de una época precedente.

Entonces, por un lado tenemos el tiempo, gracias al cual la elección se encuentra fijada y por el otro, la convención arbitraria en virtud de la cual la elección es libre.

De esta manera, el signo lingüístico se altera y navega entre la inmutabilidad y mutabilidad; y cualesquiera que sean los factores de alteraciones, actúen aisladamente o combinados, siempre conducen a un desplazamiento de la relación entre el significado y el significante como concluye Ferdinand de Saussure.

Asimismo, el signo lingüístico en virtud de sus relaciones con otros signos es de carácter lineal, ya que excluye la posibilidad de pronunciar dos elementos a la vez; toda lengua se

---

17 Guiraud, Pierre. *La Semiología*, pág. 37.

18 Saussure, Ferdinand de. *Curso de Lingüística General*, pág. 112.

manifiesta en la forma lineal de enunciados, que representan lo que se llama frecuentemente cadena hablada. "Esta forma lineal del lenguaje humano deriva en último análisis de su carácter vocal; los enunciados vocales se desarrollan necesariamente en el tiempo y el oído los percibe necesariamente como una sucesión."<sup>19</sup>

Y por último, la posibilidad de reconocer las unidades mediante las cuales se compone el lenguaje verbal, se da a partir de que las unidades lingüísticas son diferenciables, como también apunta Saussure.

Por otra parte, si la significación es el proceso que asocia un objeto, un ser, una noción, un acontecimiento, a un signo susceptible de evocarlos; entonces lo que se llama experiencia o conocimiento, no es sino una significación de la realidad, de la cual las técnicas, las ciencias, las artes, los lenguajes, son los modos particulares.

De esta manera, los signos tienen por función la representación de una realidad compleja y a la vez permiten conocer su estructura; por lo que todo saber consiste en establecer un sistema de relaciones entre los elementos que constituyen el campo de una experiencia, y así después de ser observadas o determinadas esas relaciones deben ser significadas, como expresa Pierre Guiraud en su libro *La Semiología*.

De hecho corresponde a cada lengua una organización particular de los datos de la experiencia; por lo tanto ¿qué es lo que comunica el lenguaje?, "la totalidad de la experiencia que tenemos de la realidad no lingüística...en la medida en que nos es común con los usuarios de nuestra lengua."<sup>20</sup>

Dichas características permiten un primer acercamiento al lenguaje como código, pero aunque sea a nivel básico, constituyen las características primordiales de este instrumento de comunicación.

Sin embargo, retomando el lenguaje articulado o verbal, del cual se desprende el oral y el escrito o impreso (lenguaje textual), es necesario determinar la estructura implícita del mismo para concluir las múltiples posibilidades que ofrece la economía del lenguaje, en aras de la comunicación efectiva y vital para el ser humano.

---

19 Martinet, André. *Elementos de Lingüística General*, pág. 26.

20 Mounin, George. *Claves para la Lingüística*, pág. 61.

Esta economía del lenguaje está fundada básicamente en lo que se ha denominado como la doble articulación; es decir, la comunicación lingüística se basa en el empleo de signos articulados.

Ferdinand de Saussure retoma la idea de que en latín *articulus* significa: miembro, parte, subdivisión en una sucesión de cosas y que en cuestión de lenguaje, la articulación puede designar o bien la subdivisión de la cadena hablada en sílabas, o bien, la subdivisión de la cadena de las significaciones en unidades significativas. Por lo que podría llamarse a la lengua el dominio de las articulaciones: cada término lingüístico es un pequeño miembro, un *articulus* en el que cada idea se fija en un sonido y en el que un sonido se vuelve el signo de una idea.

Entonces, la primera articulación que permite estructurar los mensajes de las lenguas naturales humanas se conforma por unidades con su significado y su significante, son signos mejor dicho; y como determina André Martinet en su obra *Elementos de Lingüística General*, son signos mínimos, pues ninguno de ellos podría ser analizado en una sucesión de signos y dado que no existe un término universalmente admitido para designar esas unidades, las llama monemas.

Es la primera articulación del lenguaje, la que ofrece la posibilidad de analizar, de ordenar y clasificar la experiencia común a todos los miembros de una comunidad lingüística; sin embargo, para ponerse en práctica esta primera articulación se requiere de una segunda, la cual implica unidades mínimas distintivas sucesivas, llamadas fonemas.

Al ser el monema o signo una unidad de dos caras, una significada por su sentido o valor y otra significante que reviste forma fónica o vocal; el fonema como plantea Saussure, resulta de la suma de impresiones acústicas y de los movimientos articulatorios de la unidad oída y de la unidad hablada.

Tanto la primera como la segunda articulación son portadoras de la economía del lenguaje, dado que a partir de algunos millares de monemas y unos treinta a cincuenta signos sonoros o fonemas que implican las lenguas naturales, pueden generarse un sinnúmero de mensajes que cristalizan nuestra experiencia del mundo, como apunta George Mounin en su libro *Claves para la Lingüística*.

Sólo la economía que resulta de las dos articulaciones, es capaz de obtener un instrumento de comunicación de empleo general que permita transmitir tanta información con tanta facilidad.

Ahora bien, si todas las lenguas coinciden en practicar la doble articulación, esto no quiere decir que el modo como los usuarios de cada una de ellas analizan los datos de la experiencia, no sea diferente en cuanto a la manera como aprovechan las posibilidades ofrecidas por los órganos de la palabra; es decir, cada lengua articula a su modo tanto los enunciados como los significantes.

Por eso, "lo que se puede llamar economía de una lengua es esta búsqueda permanente de equilibrio entre las necesidades contradictorias que es necesario satisfacer: necesidades comunicativas por una parte, inercia de la memoria e inercia articuladora por la otra parte; el juego de todos estos factores se halla limitado por diversos tabús que tienden a congelar la lengua desechando toda innovación demasiado evidente."<sup>21</sup>

Vislumbrado de esta manera el lenguaje articulado o verbal implica la palabra, porque se refiere a ella o se sirve de ésta; la cual como la forma fónica o gráfica que evoca una cosa en virtud de una convención, es en sí misma: la cosa, imagen de la cosa o significado, imagen de la forma fónica o significante y el nombre o forma fónica.

Lo anterior supone que la lengua puede cristalizarse oralmente y mediante la escritura; la cual transforma a los sonidos en signos visuales permitiendo su conservación y su transmisión a distancia.

Por tanto, "la lengua y escritura son dos sistemas distintos; la única razón de ser del segundo es representar al primero; el objeto lingüístico no es definido por la combinación de la palabra escrita y de la palabra hablada; ésta última constituye por sí sola ese objeto. Pero la palabra escrita se mezcla tan íntimamente a la palabra hablada de que es imagen, que termina por usurpar el papel principal; se llega a dar a la representación del signo vocal tanta y más importancia que al signo mismo."<sup>22</sup>

Asimismo reafirma Ferdinand de Saussure, que el prestigio de la escritura se debe a tres aspectos básicamente:

En primer lugar, la imagen gráfica de las palabras impresiona como un objeto permanente y sólido, más idóneo que el sonido para constituir la unidad de la lengua a través del

---

21 Martinet, André. *Op. cit.*, pág. 221.

22 Saussure, Ferdinand de. *Op. cit.*, pág. 53.

tiempo. En segundo lugar, en la mayoría de los individuos las impresiones son más netas y duraderas que las impresiones acústicas. Y por último, en la lengua literaria ésta aparece regulada por un código que implica una regla escrita denominada ortografía, con la cual la lengua mantiene un constante debate, al que por lo general tiende a imponerse.

La palabra así determinada se convierte en habilidad encodificadora, indicando que como contraparte para la interpretación y por ende comprensión del mensaje impreso, se requiere de una herramienta decodificadora como la lectura.

Entonces, el receptor de una imagen visual que busca comprender el mensaje, debe leerlo; por lo que la lectura puede definirse, "...como la extracción de información a partir de imágenes visuales, lo que significa que se leen tanto las imágenes como las palabras."<sup>23</sup>

Si consideramos que la información asume diversas formas, a medida que pasa a través de un canal entre el emisor y el receptor; es por esto que la comprensión de la lectura en la comunicación impresa, como en otros medios masivos, tendrá que apelar al binomio forma-contenido para extraer dicha información.

Lo anterior se explica dado el aporte del escritor o redactor y del diseñador al material impreso. Tanto el uno como el otro trabajan con un vocabulario y una sintaxis (ordenación de los elementos en estructuras que muestran las relaciones entre éstos); así palabras e imágenes vistas en su conjunto permiten la efectividad de un mensaje impreso con base en la expresión de un significado en común. Por lo tanto, la forma está inevitablemente unida al contenido del mensaje, es decir, a los significados e ideas que se desean comunicar.

Otro elemento a tomar en cuenta como parte de la habilidad decodificadora que implica la lectura, es la memoria; actividad mental que ofrece la posibilidad de extraer la información de un mensaje, siempre y cuando caiga dentro del campo de experiencia del lector.

Disponemos como seres humanos de una memoria de corta duración (MCD) y una de larga duración (MLD) a partir del sistema de procesamiento de información total, que nos permite seleccionar, adquirir y conservar la información a utilizar para percibir y

---

23 Turnbull, Arthur T., Baird, Russell N. *Op. cit.*, pág. 14.

comprender el mundo en que vivimos, según el planteamiento de Arthur T. Turnbull y Russell N. Baird en su obra *Comunicación Gráfica*.

De esta manera al llevar a cabo el ejercicio de la lectura, tanto la MCD y la MLD interactúan siguiendo la idea del carácter lineal del signo lingüístico; esto es, el ojo toma información sólo a pausas o fijaciones, en el caso del texto podrían ser de cuatro a cinco palabras significativamente relacionadas y en el de las imágenes exploración por partes. Tras una fijación, con la MCD e ir interpretando se reduce la incertidumbre; después la interrelación de esas pausas o fijaciones conlleva al procesamiento o cotejo con la información de la MLD.

Este cotejo de información, presupone el aprendizaje perceptivo que nos permite darle estructura y significado a nuestra experiencia, a partir de abstracciones de las cosas y de los sucesos que agrupamos por categoría, los cuales se denominan características definitorias como también apuntan Arthur T. Turnbull y Russell N. Baird.

Bajo esta panorámica, es posible determinar que si alguno de los elementos visuales o verbales, son extraños para la experiencia del lector, la interpretación correcta será difícil. Asimismo, el vertir más información de la necesaria puede ser contraproducente; es decir, el manejo de la redundancia como una manera de reducir la incertidumbre o número de posibilidades en dos o más formas, implica que un mensaje más corto podría transmitir la misma información, tomando en cuenta que uno de los objetos principales de la redundancia es ahorrar a los lectores tiempo y dificultad para comprender lo que leen mediante un incremento de la predictibilidad.

Ahora bien, el mensaje impreso en sí requiere para su elaboración, un proceso de impresión de palabras e imágenes que consta de tres etapas sucesivas: planeación, preparación de original y producción o impresión. La planeación representa la organización del contenido y de la forma, acción que requiere de la participación tanto del escritor o redactor como del diseñador; por su parte la preparación del original hace alusión al bosquejo o boceto de la forma en que imágenes y palabras quedarán contempladas y que servirá como guía para la producción; ésta última considera los procesos de impresión, la composición tipográfica, la selección de papel y otras superficies de impresión, el doblado y acabado.

Así, en la etapa de planeación o visualización, queda implícito un proceso de pensamiento, donde se conjuntan objetivos y propósitos de la comunicación así como elementos empáticos (capacidad de proyectarse en los estados internos de los demás); y por ende la encodificación a utilizar para estructurar el mensaje en su conjunto. Por lo tanto, las

ideas (contenido) que representan los símbolos (verbales y gráficos), el número de elementos que se usarán, la importancia relativa de los elementos portadores de información y el orden de la presentación (a esto es a lo que se refiere la sintaxis); quedará plasmado en la segunda etapa, que corresponde a la preparación del original o elaboración del boceto.

Para la producción del lenguaje textual al interior de la comunicación impresa, se requiere de la conversión de palabras escritas a *tipos* denominada composición tipográfica. Dicha composición debe contemplar aspectos tales como la legibilidad de la tipografía, las posibilidades de diseño y la selección del método de composición.

"Tipografía es todo símbolo visual visto en la página impresa. Estos símbolos colectivamente se denominan caracteres e incluyen letras, números, signos de puntuación y otros símbolos diversos, como el signo de pesos, el de centavos, las fracciones, etc."<sup>24</sup>

Y puesto que el lenguaje escrito es el punto medular de este medio de comunicación, la legibilidad de la letra o letras elegidas será básico, tomando en cuenta además que el término tipografía se refiere al estilo o diseño de los caracteres de un alfabeto.

Las posibilidades de diseño indican que ese cúmulo de palabras que representa el texto habrá que disponerlo en una porción del boceto; esto es, el área que ocupe asumirá una forma, un tono y una textura, lo cual depende de la tipografía, de su tamaño, de la longitud de las líneas (medida de la columna), del espaciamiento entre las palabras, del espaciamiento entre las letras y del espaciamiento entre las líneas (interlineado). Lo señalado como forma, tono y textura son parte del vocabulario del diseñador; esto significa que las formas de las áreas que ocupa la composición tipográfica pueden disponerse para que tengan interacción con las de las ilustraciones, de tal modo que envíen un mensaje visualmente efectivo.

Y por último, la selección del método de composición, sería retomar la herramienta que permita llevar a cabo físicamente a ésta; la cual va desde utilizar una pluma o cualquier otro instrumento para escribir, así como el uso de caracteres ya existentes o tipos (caracteres de plomo), la imagen de éstos a partir de la fotocomposición (unión de la fotografía con la tecnología de la computación, exposición de un carácter después de otro

---

24 *Ibidem*, pág. 76.

sobre papel fotográfico o película), y por último la digitalización para composición al ordenador.

El tipo se organiza por grupos, familias, fuentes y series; donde grupo está determinado por el desarrollo histórico de las diversas letras dentro de cada una de las categorías o conjuntos y su forma estructural (tipo romano, tipo estilo antiguo, tipo romano moderno, tipo gótico, letra de remate cuadrado, letra decorativa, novedosa, etc.).

Como parte del grupo, la familia se circunscribe a cierto número de letras de diseño estrechamente afin, lo que no excluye cierto número de variedades en aplitud, peso y posición llamado estilo tipográfico, manteniendo las características básicas de diseño de la familia.

La fuente tipográfica es una rama o variación de la familia, integrada por letras, números, signos de puntuación y otros símbolos en determinado tamaño; por ende la variedad en los tamaños de la rama de una familia se denomina serie.

El tamaño del tipo se mide en puntos y en picas la longitud de la línea, el ancho de las columnas, la altura de las columna, el tamaño del espacio en blanco entre las columnas, los márgenes entre la caja y el refine o borde de la pagina y los tamaños de las ilustraciones.

Como una manera de establecer equivalencias, hay 6 picas en una pulgada (2.54 cms.) y 12 puntos en una pica, por tanto hay 72 puntos por pulgada; por su parte la *eme* es una medida tipográfica que permite determinar el espacio entre letras y palabras, así en un cuadrado del tamaño del tipo que está componiendo, la eme de 10 puntos es un área de 10 puntos de ancho y 10 puntos de alto.

Entonces, la legibilidad de la tipografía y las posibilidades de diseño se determinan haciendo uso de los elementos así expuestos: grupos, familias, fuentes y series tipográficas, paralelamente al manejo del espacio.

A continuación se plantearán algunos principios para realizar la composición tipográfica, según propuesta de Arthur T. Turnbull y Russell N. Baird en su libro *Comunicación Gráfica*.

Tomando en cuenta el tipo compuesto ya sea proporcional, porque las letras ocupan el mismo espacio y no proporcional, donde ocupan un espacio diferente; el espaciado de las palabras se tomará como normal. Este espacio también puede ser manejable en dos vertientes: composición abierta y composición cerrada.



Este espaciamento a su vez incide en el manejo de la línea, ya que adquiere longitudes diferentes, así tenemos marginadas a la izquierda o a la derecha; o alineamiento justificado, lo cual quiere decir que el espacio ha sido alterado para que las líneas sean uniformes tanto del lado derecho como del lado izquierdo.

Las líneas perdidas o líneas con longitudes diferentes tienen una apariencia tonal más uniforme que la composición justificada; aun cuando ésta última es más utilizable que las otras.

El interlineado o espacio entre líneas a usar para mejorar la legibilidad, en relación a los tamaños de texto ordinarios, con uno o dos puntos es suficiente, para las letras que son de cuerpo pequeño puede considerarse un punto; pero cuando aumenta la longitud la línea es pertinente ampliar el interlineado para cualquier letra. Esta longitud de la línea no puede ampliarse o disminuirse injustificadamente ya que las medidas cortas en una letra grande requiere de fijaciones más frecuentes puesto que el lector tiene más dificultad en absorber frases más largas; por su parte las líneas prolongadas con un tipo pequeño, impiden la legibilidad pues el lector es frenado a tomar la línea siguiente después de saltar desde el extremo de la línea prolongada.

También respecto al manejo del espacio de los márgenes en toda impresión tienen el objetivo de enmarcar la tipografía, por lo que la cantidad del espacio en blanco entre los elementos que están dentro del área impresa debe ser inferior que el espacio en blanco de los márgenes afín de conferirle unidad y coherencia al todo.

En cuanto al tipo de letra a utilizar, se considera que el romano provee mayor legibilidad principalmente por el diseño que esta letra tiene; esto es, sus características irregulares ayudan en el proceso de lectura a captar las formas de las palabras más rápidamente. Así, los rasgos contrastantes le dan una estructura rítmica a las palabras y los remates (serifs, con patitas) auxilian el movimiento horizontal del ojo, apoyando con esto último la idea de que el signo lingüístico para su comprensión requiere de unidades distintivas.

Generalmente la tipografía para el cuerpo del texto tiene poca significación como valor de impacto por lo que se considera que un puntaje de 10, 11 y 12 puntos es válido para el lector promedio, y si se desea enfatizar pueden utilizarse estilos tipográficos como la letra itálica o negrita. Asimismo, el uso de mayúsculas y minúsculas es preferible a un texto compuesto sólo en mayúsculas; el cual podría llamar la atención a costa de la información que debe transmitir y además como pocas palabras caen dentro del alcance del ojo se requieren más fijaciones del lector, lo que posiblemente de lugar a una mayor fatiga en la lectura.

Los titulares o encabezados como elementos que por lo general aparecen en la parte superior del impreso, son considerados de suma importancia porque las palabras son más concretas en cuanto a significación se trata, en comparación con la imagen que por sí sola puede no establecer contacto con los intereses del lector, en vista de una interpretación subjetiva; de esta manera el encabezado tiene la función de atracción-atención, con base en el resumen o sugerencia directamente del contenido del mensaje y apelando principalmente a un interés básico del lector. Aunque también es deseable que el título sea legible, esto no es tan imperativo ante dicha función primaria; o sea no tiene necesariamente que facilitar la velocidad de la lectura.

Los factores que determinan el tamaño del tipo del encabezado son: el peso de otros elementos del diagrama, dimensiones de la página con que se cuenta, cantidad del espacio en blanco que rodea la cabeza, el manejo de color requiere de tipos más grandes y de acuerdo a la extensión del encabezado, manejo de un tipo más pequeño cuando éste es largo o división del mismo para mayor efecto.

El manejo de una sola línea para titular se considera como más eficaz; si embargo ante una extensión muy amplia, la distribución en dos o más líneas implica la compatibilidad de la forma con los elementos del diseño, tomando en cuenta la lectura de comprensión del contenido. Así, bien pueden centrarse las líneas o quedar marginadas tanto a la derecha como a la izquierda.

Las técnicas que destacan la forma del encabezado son:

- Uso de color.
- Combinación de rayas y adornos con el encabezado.
- Encabezado en letras blancas sobre fondo de color negro.
- Encabezados totalmente en letras mayúsculas.
- Mezcla de tipografías.
- Impresión de la cabeza sobre un fondo.
- Combinación de la cabeza con un tratamiento artístico.
- Uso de letras hechas a mano.
- Disposición de la cabeza en una forma especial.

Por último, el subtítulo principal debe ser lo bastante grande como para atraer la atención sobre sí mismo, pero sin alejarla de la cabeza principal. Los subtítulos secundarios pueden ser compuestos como el cuerpo de texto, pero resaltándolos bajo algún estilo tipográfico.

La composición tipográfica en su conjunto provoca en el lector ciertos efectos, por un lado las letras individuales que abarcan los alfabetos en minúsculas y mayúsculas de determinado tipo fueron diseñadas para trabajar juntas; lo que implica que la fuente completa es vista en combinaciones infinitas dentro de un bloque de tipos, esto en una impresión visual total puede clasificarse como la 'sensación' (cualidades físicas definidas en bloques de composición) que da la letra. Dicha sensación también se expresa a partir del tono y textura del tipo, que al combinarse con los márgenes, las ilustraciones y otros elementos de la impresión, como el papel con el cual deben ser compatibles; propone así una comunicación uniforme y por ende en armonía al interior de la pieza impresa total.

Por otro lado encontramos lo referente a la disposición simétrica y asimétrica de la tipografía; en la primera cada línea está centrada y tiene cantidades iguales de espacio a ambos extremos, la disposición es simple y lógica. En la segunda se logra el equilibrio de manera diferente pero también con lógica; es decir, el espacio de la página sirve sólo de fondo contra el cual se despliegan los elementos tipográficos, éstos son más importantes que el espacio mismo que sirve para enmarcar la disposición de la tipografía, por lo que se convierte en parte integrante del diseño.

La respuesta del lector está condicionada por el efecto global del mensaje impreso, así el tema está incorporado en la palabras; es por esto que la forma en que aparezcan así como la selección y ordenación de los elementos, deberán quedar combinados en una comunicación unificada apropiada al mensaje.

"Lo apropiado en este contexto tiene tres significados, puede ser: 1) la selección de las letras de acuerdo a las impresiones psicológicas que sustentan; 2) la adaptación de las reglas de la legibilidad a los niveles educativos y cronológicos del lector y 3) el uso de letras en armonía con los otros elementos y el diseño general del mensaje impreso 'compatibilidad' sería un sinónimo apropiado de 'lo apropiado'<sup>25</sup>

En resumen, la legibilidad tipográfica y las posibilidades de diseño contribuyen a la comprensión del mensaje, porque lo hacen más fácilmente visible; es decir, su forma es destacada y la idea del contenido sugerida, o sea la atracción que puede tener conlleva a la posible atención por parte del lector; sin embargo, el interés de éste se da en función de la selección de las ideas por ende del contenido como tal. Por lo tanto, el texto

---

25 *Ibidem*, pág. 108.

propuesto a partir de cierta tipografía, debe ser una invitación a la lectura y a que el ojo permanezca en ella.

También como parte de la forma en que se dispone el texto, éste debe tender a ser más abundante cuando de lo que se pretende informar es de interés excepcional, por ser nuevo o por ofrecer nuevas características; es decir, cuando la necesidad es más inmediata o cuando es algo técnico por naturaleza. Asimismo, el texto es a menudo más corto si se trata de un recordatorio cuyo fin primordial es reafirmar algo o si se trata de algún aspecto de bajo interés inherente; lo anterior no excluye al momento de fundir forma y contenido, el considerar así como poner énfasis en los elementos verbales principales, como también apuntan Arthur T. Turnbull y Russell N. Baird.

Otro factor a considerar es el estilo (en este caso el del escritor o redactor), el cual se refiere a la forma de disponer los pensamientos a partir de palabras y de acuerdo al diccionario, en términos generales hace alusión a la distinción y la excelencia en cualquier expresión.

Sin embargo, aun cuando las palabras de un autor son valiosa materia prima, el texto como parte del original debe ser revisado y corregido ante la posible existencia de errores; lo cual incidirá en la malinterpretación de éste, tanto por parte del compositor tipográfico como del lector.

## **2. Ilustración**

Como imagen visual al interior de la comunicación impresa, la ilustración que abarca fotografías, pinturas y dibujos, aporta la contraparte de significación que implica el mensaje impreso.

Si consideramos que el objetivo de la fuente, es la transferencia de significado a la mente del lector, con base a la cual se eligen los elementos verbales y gráficos y se disponen en una estructura; dicho significado será soportado por la significación o asociación de las palabras con las ilustraciones o viceversa.

Disponer de elementos, ordenarlos y la interacción de éstos implica una estructura, misma que a su vez permite rescatar el significado en términos genéricos; por ende respecto a las imágenes, "lo que ve el hombre está estructurado por diversos elementos, de la misma forma en que el lenguaje verbal está estructurado por palabras orales e impresas. Y de la misma forma que existen reglas gramaticales para

componer mensajes verbales efectivos, hay reglas para componer formas visuales efectivas."<sup>26</sup>

El diseñador al hacer uso de esas reglas, cuenta además con un vocabulario para designar los diferentes elementos a plasmar en esa unidad que en sí misma representa la ilustración.

Asimismo, la propuesta de la ilustración debe graduarse, es decir, así como las palabras se manejan a lo largo de un continuo que va de lo concreto a lo abstracto, donde las palabras concretas son las que se refieren en forma más directa a las cosas o sucesos de la vida real; las ilustraciones por su parte conllevan esta misma característica.

Así, las fotografías especialmente a color, serían la referencia más directa de la vida real; otros tipos de ilustración como la pintura y el dibujo generalmente tienden a ser menos directas, esto es, se hacen en diversos grados de abstracción. "Por abstracción debe entenderse, primeramente, el realce de las características de una categoría que mejor la identifican (la hacen reconocible) y, en segundo lugar, la supresión de aquellas características que no son básicas para comprenderla (la percepción de sus relaciones con otras categorías)."<sup>27</sup>

De esta manera la forma o diseño puede ser primordial o secundaria, dependiendo de las circunstancias; en general su importancia se reduce a medida que aumenta el interés del lector en el contenido de las palabras. Por lo tanto, el diseño del material impreso nunca debe ser un fin en sí mismo, un medio de autoexpresión del diseñador, el contenido puede dominar la forma pero la forma nunca debe dominar el contenido, como afirman Arthur T. Turnbull y Russell N. Baird.

Ahora bien, el uso de la ilustración como tal y dado la efectividad que representa, se justifica a partir de la función que desempeña; es decir, para reforzar una explicación, como una forma de entretenimiento o como un factor de influencia. Lo anterior no excluye que las ilustraciones funcionan mejor en combinación con las palabras, para una comunicación eficaz.

---

26 *Ibidem*, pág. 112.

27 *Ibidem*, pág. 40.

También la efectividad de la ilustración surge por el llamado a la naturaleza subjetiva o emocional de las personas, en oposición a las palabras que podrían arrojar una luz fría y dura sobre la racionalización de los lectores con respecto a su conducta.

La emotividad que proporciona el mensaje impreso en su conjunto, está fincada en el manejo de diferentes elementos que en función del orden que guarden cristalizarán la ilustración.

El punto es un elemento estructural tanto imaginario como real, una referencia a una posición en el espacio que ejerce una fuerte atracción sobre el ojo; el centro óptico es un ejemplo del punto imaginario, las letras iniciales actúan como puntos y las guías también se consideran puntos.

Tono se refiere a la claridad u oscuridad relativas, sólo por éste contraste percibimos visualmente puntos, líneas, peso y textura.

Toda estructura de una superficie puede ser percibida visualmente como algo que tiene textura, por lo tanto se dice que 'sentimos' visualmente.

La línea por su parte, puede ser real o imaginaria; real cuando se utiliza para delinear formas, como sucede con un dibujo lineal en figuras o en letras del alfabeto. Asimismo las líneas articulan las formas, los grupos de palabras pueden integrar formas; por lo que le imponemos a lo que vemos tres formas básicas: cuadrados, círculos y triángulos, así como definimos contornos irregulares.

Como parte de la forma, el contraste permite enfatizar una idea o ideas más que otras; por lo que se afirma que el contraste es la fuente de todo significado.

El equilibrio o armonía se refiere a que todos los elementos son colocados con un sentido de contrapeso; donde el peso de un elemento es el resultado de su tamaño, su forma y su tono. De esta manera puede generarse un equilibrio simétrico y uno asimétrico; la diferencia estriba en el uso del espacio en blanco, en el primero es pasivo y en el segundo parte activa de la presentación visual.

La proporción ofrece la posibilidad de establecer la relación de un elemento con otro; es decir, se refiere al diseño como un tono, donde se reflejan tamaño y fuerza.

El color es una herramienta a utilizar en la comunicación gráfica, más no indispensable, ya que por lo general el blanco y el negro y sus diferentes tonalidades son utilizados para

la elaboración del material impreso. Las funciones del color en la impresión son: llamar la atención, para lo cual debe ser aplicado por contraste a los elementos de mayor significación; producir efectos psicológicos, en este caso el rojo implica vida y muchos estados de ánimo e ideas asociadas con la vida como la acción, la pasión y la alegría, el azul connota distinción, reserva y serenidad, el verde es naturaleza, el púrpura esplendor y el blanco pureza; desarrollar asociaciones; lograr la retención, dado que el color tiene un alto valor en la memoria porque lo que vemos en la vida real tiene color; y crear una atmósfera placentera.

También en el libro de *Comunicación Gráfica*, se plantea que las preferencias en el color varían de acuerdo con la edad, la educación y la ubicación geográfica de las personas; los colores brillantes atraen a la gente joven y los colores suaves a las personas mayores y a quienes tienen niveles altos de educación.

Los elementos de la imagen así planteados interactúan y por ende establecen relaciones estructurales, las cuales deben adaptarse a la secuencia de los movimientos oculares; esto es, "1) el ojo tiende, después de abandonar la fijación inicial, a moverse hacia la izquierda y hacia arriba; 2) la cobertura exploratoria del espacio sigue el movimiento de las manecillas del reloj, partiendo de este punto; 3) el ojo prefiere el movimiento horizontal y 4) se prefiere la posición izquierda sobre la derecha y la posición superior sobre la inferior."<sup>28</sup>

Asimismo las relaciones estructurales de los elementos, deben contemplar un orden que permita absorber la información que la fuente espera impartir, función primordial de la forma. Esta forma interactúa a su vez con el contenido a partir de una dinámica que no implica mecanicidad; en la medida en que aceptamos una forma implícitamente conlleva el contenido, no aceptamos algo como información si no es objeto de significación. Aun en los diferentes grados de abstracción de las palabras o del texto así como en la propuesta de la ilustración, las características definitorias de las cosas y de los sucesos deben ser mínimamente rescatadas, por lo que ante un significado común, la posibilidad de la comunicación.

Este hecho social que representa la comunicación, manifestado a diferentes niveles y donde la difusión masiva cumple la función de informar, ya sea entreteniéndolo, influyendo o instruyéndolo pero a fin de cuentas información que conforma la cultura; por lo general

---

28 Ibidem, pág. 288.

está excluida la retroalimentación o mensaje de retorno (*feedback*), fundamentalmente por la cantidad de receptores a los cuales se transmite, así como las características de tiempo y espacio que condicionan a este mensaje.

Bajo estas limitantes, la comunicación impresa como medio de difusión masivo informa, y la estructura de su propuesta llevará dicho propósito; motivo por el cual se hace necesario un desglose más en detalle de sus elementos, principalmente del lenguaje textual como variante del verbal, que posibilita la concreción de ideas más específicamente que la ilustración, la cual es atractiva y llama la atención del lector, pero no siempre lo encamina directamente al objetivo de la fuente.

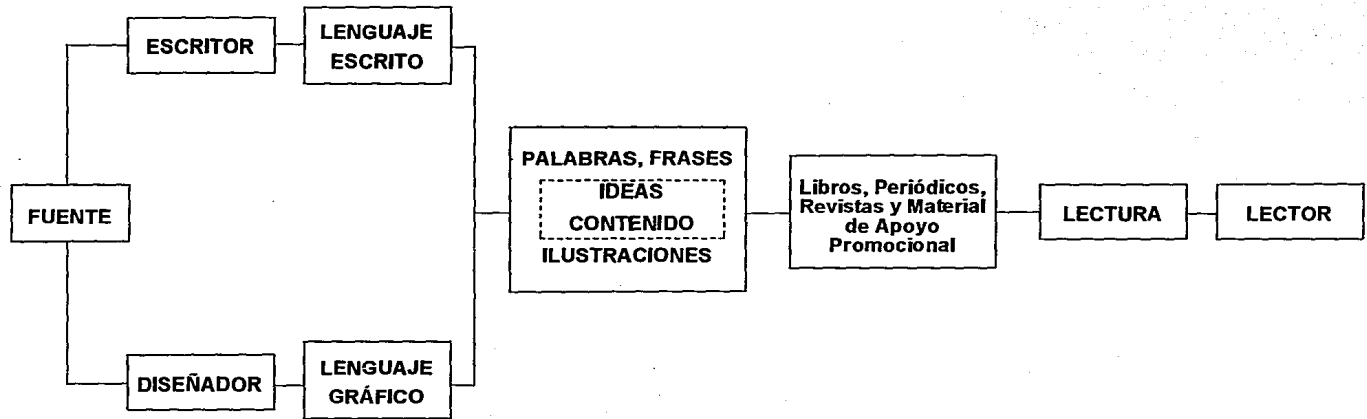
A continuación y con base en los elementos que conforman el proceso comunicativo, se esquematiza gráficamente la comunicación via medio impreso. En primera instancia, el emisor o fuente que pretende transmitir una información se apoya principalmente en dos elementos o humanos, o puede por sí misma ejecutar la labor del escritor o redactor y diseñador, para la elaboración del mensaje; dependiendo de la organización que gire en torno a la estructuración de la pieza impresa. De esta manera, a partir del trabajo conjunto que desempeñan escritor o redactor y diseñador se planea la forma y contenido de la información a transmitir, en función de los propósitos definidos de antemano. Posteriormente, para disponer las ideas al escribir se hace uso del lenguaje escrito como código a utilizar; en tanto para diseñar o plasmar una ilustración se dispone del lenguaje gráfico.

Con apoyo de estos códigos y tomando en cuenta el canal transmisor se estructura el mensaje. Esto es, mediante palabras, frases, oraciones e ilustraciones (que abarcan pinturas, fotografías o dibujos), se determina el contenido de éste; además, de que se define la forma por la disposición del espacio, la composición tipográfica y los elementos gráficos o ilustrativos. El planteamiento de la forma y contenido soportan el tratamiento del mensaje, mismo que requiere ser dispuesto a partir de significados comunes con el lector o receptor, dada la falta de un mensaje de retorno o *feedback* en dicho medio de difusión; bajo estas circunstancias se hace necesario establecer la interrelación comunicativa en función de la pieza impresa.

De esta manera, se posibilita la decodificación o interpretación de las ideas transmitidas en el mensaje al lector o receptor, el cual haciendo uso de la lectura podrá comprender la propuesta informativa, en términos de que se leen tanto las palabras como las ilustraciones por ser ambas imágenes visuales.



# COMUNICACIÓN IMPRESA



## CAPÍTULO II

### EL LENGUAJE ESCRITO Y EL MENSAJE IMPRESO

El fenómeno de la comunicación, cristalizado en las múltiples y diversas relaciones sociales que guardan los individuos entre sí, hace patente el uso de códigos para la estructuración de los mensajes; tomando en cuenta todos los sistemas de comunicación, el modo verbal se convierte en el principal y más importante de dichos sistemas.

El lenguaje oral y escrito, representan los códigos mediante los cuales se expresa una lengua; es decir la concreción del signo lingüístico, en términos de que el proceso de significación (relación entre significado y significante) a partir de un pensamiento, se hace audible o visible.

Dichos códigos posibilitan la estructuración del mensaje y por ende la comunicación entre los individuos, bajo circunstancias diferentes; en última instancia podría afirmarse que el lenguaje escrito es la expresión del oral o hablado.

Sin embargo, ciertas características permiten corroborar diferencias entre uno y otro, como anota Susana González Reyna en su libro *Manual de Redacción e Investigación Documental*<sup>1</sup>: cualidad de permanencia del lenguaje escrito respecto al lenguaje oral, pero éste último con más posibilidades de manifestar carga emocional que aquél; asimismo, la articulación y selección de palabras de uno y otro son distintas; la lengua hablada es más repetitiva que la escrita al momento de expresar una idea, pero a su vez lo escrito para suplir la entonación requiere de más palabras; y por último, la construcción gramatical del lenguaje escrito implica mayor atención, ya que por sí mismo dicho código debe proporcionar los elementos para la expresión tal cual, a comparación del lenguaje hablado donde se hace uso de la mímica y de la entonación para complementar el mensaje a transmitir.

El uso que hacemos del lenguaje verbal en su conjunto, hace rescatar la idea de función en cuanto a la satisfacción de una necesidad del ser humano; es decir, utilizamos el lenguaje con diferentes perspectivas y a su vez de distintas maneras en términos

---

1 González Reyna, Susana. *Manual de Redacción e Investigación Documental*. 2a. edición. México. Editorial Trillas. 1980. 181 págs.

generales. La realidad y nuestra experiencia personal a nivel familiar, grupal, laboral, escolar, profesional, etc., nos proporcionan las posibilidades mencionadas.

En este punto, estaríamos contemplando el significado que le damos a las cosas, y por lo cual el lenguaje tiene determinadas funciones; esto es, el significado denotativo que apela a una relación entre el signo y un objeto de la realidad o mundo físico; significado connotativo, donde la relación entre signo y objeto envuelve a las personas. Por su parte, el significado estructural (relación entre los signos) y significado contextual (combinación del estructural y denotativo), serían la base y complemento respectivamente para una identificación más explícita del significado vertido en algún mensaje.

Así, el uso del lenguaje nos ofrece diferentes perspectivas para describir la realidad y proyectar nuestro sentir; y en cuanto a las formas que adquiere, la expresión muy particular de cada individuo para describir esa realidad o proyectar su sentir.

Estas perspectivas y formas que el lenguaje implica, son transportables al soporte que representa el lenguaje escrito; es decir son cristalizables bajo este código, tomando en cuenta sus características específicas.

## **A. FUNCIONES DEL LENGUAJE**

El término emplear o usar nos conduce a la idea de hacer servir una cosa para algo, lo cual en términos generales surge a partir de un hábito o por costumbre; de esta manera, la designación de usos en aspectos concretos implica una mayor precisión al momento de concebirlos. Pero cuando se alude a cuestiones más abstractas, la situación es menos controlable; como por ejemplo el caso de la realidad lingüística, donde las perspectivas y formas que adquiere el lenguaje implican diversos usos de éste, en función de contextos y situaciones específicas.

Por lo tanto, las funciones del lenguaje desde el punto de vista práctico, pueden percibirse a grandes rasgos y utilizarse por lo general de manera inconsciente, aun cuando los usos puedan no ser definibles con precisión.

En terrenos teóricos, la realidad lingüística al ser analizada, ha sido concebida bajo diferentes perspectivas; por lo cual al objeto de estudio -la lengua, canalizada a través de la capacidad humana que representa el lenguaje-, se le han asignado diferentes usos.

En un primer momento, podría decirse que esto se debe a la intervención de otras disciplinas, como la psicología y la lógica, para la estructuración de dicha realidad; ya que

el acto comunicativo encierra en sí mismo estas vertientes, principalmente por el proceso de la significación.

Podríamos encontrar en esta serie de propuestas, funciones básicas y secundarias, principales y complementarias; dependiendo de las intenciones y/o propósitos para llevar a cabo dicho acto.

En este caso la doble función del lenguaje (objetiva-cognoscitiva, subjetiva-afectiva) planteada por Pierre Guiraud en su libro *La Semántica*<sup>2</sup>, se erige como lo fundamental en términos de construcción del mensaje, además de determinar otras como, poética y estética, fática, metalingüística, apelativa; las cuales son cristalizables en condiciones, ámbitos y situaciones más específicas.

El uso tanto de la función objetiva-cognoscitiva como de la subjetiva-afectiva, hacen necesario un referente; esto es, retomando la idea de signo lingüístico donde significante (imagen acústica) y significado (imagen conceptual) se relacionan mediante un proceso de significación, aluden a algo diferente de él en la realidad no lingüística, como apunta Saussure en su obra *Curso de Lingüística General*<sup>3</sup>, a lo cual denomina cosa o concepto. Por eso, de la manera en que se informe o se exprese el referente, se hará uso de una u otra función del lenguaje.

## **1. Función Objetiva-Cognoscitiva**

La realidad a la que estamos sujetos todos los seres humanos se manifiesta de diferentes maneras, y es codificable haciendo uso del lenguaje; y la forma de captarla es a partir del conocimiento, el cual nos permite describir y caracterizar tanto lo concreto y abstracto de dicha realidad.

Es nuestro intelecto o capacidad intelectual lo que nos facilita comprender y aprehender el objeto o la experiencia en sí, sin hacer juicio alguno; las ideas que de esto surgen, son producto de un razonamiento lógico.

---

- 2 Guiraud, Pierre. *La Semántica*. 2a. reimpresión. México. Fondo de Cultura Económica (Breviarios No. 153). 1983. 142 págs.
- 3 Saussure, Ferdinand de. *Curso de Lingüística General*. 5a. edición. México. Editorial Fontamara. 1992. 319 págs.

Así, la función objetiva-cognoscitiva del lenguaje nos permite ante un referente, expresar nuestro conocimiento del mismo; a la vez de describirlo objetivamente, o sea informar lo que el objeto nos dice de sí mismo.

Los conceptos que evoca nuestra mente bajo dicha función, implican "un sentido lógico que está totalmente codificado, encerrado y virtualmente contenido en el código."<sup>4</sup>

Al comunicar dichos conceptos, evocamos en la mente del interlocutor las imágenes que se forman en la nuestra propia; de esta manera, la "comunicación nocional que es la meta de la ciencia o del conocimiento lógico, no es sino indirectamente la de la comunicación social, fundamentalmente volitiva: comunicamos nuestros pensamientos para obtener ciertas respuestas, ciertas reacciones."<sup>5</sup>

Ante esto último, nuestro propósito fundamental sería el comunicarnos para informar de la relación signo-objeto; es decir, uso del significado denotativo en la elaboración del mensaje.

## **2. Función Subjetiva-Afectiva**

Observar la realidad y describirla, es una perspectiva o manera de enfocar las cosas; pero reaccionar emotivamente por la sensibilidad de que somos objeto, implica un uso diferente del lenguaje.

La posibilidad que tenemos de sentir y de interpretar en un momento dado es lo que nos hace llevar a cabo juicios, y por lo tanto como resultado de nuestra experiencia muy particular, tener determinadas creencias o actitudes.

Por eso es que la subjetividad es lo relativo al sujeto pensante, en tanto que la afectividad lo relacionado a la sensibilidad.

Así esta función de la lengua, con base en nuestros sentimientos, nos permite expresar y darle un sentido diferente a lo que percibimos; esto es, la relación signo objeto a partir

---

4 Guiraud, Pierre. *La Semiología*, pág. 58.

5 Guiraud, Pierre. *Op. cit.*, pág. 39.

de un punto de vista muy particular de los individuos, implicaría el uso del significado connotativo al momento de comunicarnos.

De acuerdo a lo anterior, "las formaciones expresivas, al poner de relieve el papel de la afectividad en los cambios de sentido, confirman el análisis funcional de la significación. El lenguaje tiene una doble función, es a la vez instrumento de la comunicación cognitiva y medio de expresión."<sup>6</sup>

De esta manera, en el proceso comunicativo al encodificar o retomar las ideas que se deseen vertir, disponiéndolas en un código y por ende en la construcción del mensaje, queda implícito un significado, un uso o función del lenguaje; lo cual será detectable, a partir de la estructuración de éste último.

Por lo tanto, la idea de estructura en cuanto al código seleccionado, nos proporciona un mayor enfoque de los signos o unidades que lo conforman e interrelación de los mismos.

## **B. ESTRUCTURA DEL LENGUAJE ESCRITO**

Los diferentes elementos o unidades que componen un mensaje forman parte del código a utilizar, mismo que comprende las reglas según las cuales está permitido combinar estas unidades entre sí.

De acuerdo a esto último, estaríamos hablando de construcción en términos de que la estructura general del código pudiera ser desmembrada; sin embargo, la idea de sistema se hace necesaria, dado que la estructura en sí misma implica sistemas.

No todas las unidades que soporta el lenguaje escrito se combinan y relacionan entre sí, esto es, conjuntos o grupos de palabras interaccionan a la vez que implican una dinámica en sí mismos; situación definida fundamentalmente por la función de comunicación que representan.

### **1. Morfosintaxis**

Un acercamiento a la estructura del lenguaje escrito, permite hacer uso, entre otros, de la gramática/lingüística estática o descripción de un estado de lengua; ya que "la gramática

6 Ibidem, pág. 68.

estudia la lengua como sistema de medios de expresión, quien dice gramatical dice sincrónico y significativo...morfología y sintaxis reunidas es lo que se ha convenido en llamar gramática...la morfología trata de las diversas categorías de las palabras (verbos, nombres, adjetivos, pronombres, etc.), y de las diferentes formas de flexión (conjunción, declinación). Para separar este estudio de la sintaxis se alega que ésta última tiene por objeto las funciones propias de las unidades lingüísticas, mientras que la morfología sólo considera su forma..."<sup>7</sup>

Ferdinand de Saussure en su obra *Curso de Lingüística General*, afirma que estas unidades contraen entre sí, en virtud de su encadenamiento, relaciones fundadas sobre el carácter lineal de la lengua, que excluye la posibilidad de pronunciar dos elementos a la vez; dichas combinaciones, que tienen por soporte la extensión pueden ser llamadas sintagmas (un sintagma se compone siempre, por dos o más unidades consecutivas).

Asimismo, Saussure plantea que cuando las unidades lingüísticas ofrecen algo en común, se asocian en la memoria, formándose así grupos que interaccionan a partir de relaciones asociativas.

De esta manera, se estarían contemplando dos tipos de relaciones entre las unidades lingüísticas: sintagmáticas y paradigmáticas. Donde las primeras implican definición y valorización de las unidades lingüísticas por oposición a las precedentes y a las siguientes; y las segundas se conciben, a partir de asociaciones o semejanzas entre las unidades evocadas, pero no presentes (evocación de posiciones similares, por comunidad de sentido -significado- o por comunidad de forma -significante-).

Ahora bien, la posibilidad de establecer la comunicación a través del lenguaje escrito, implica transmitir una serie de ideas registradas por estas unidades lingüísticas, bajo la idea de *monema*, tal cual la visualiza André Martinet, como el componente mínimo del lenguaje al que puede ser atribuido un sentido (en contraposición a los fonemas, que sólo representan unidades distintivas y no significativas); es decir, es posible encontrar palabras a las que se les denomina tal cual y son realmente la suma de dos monemas.

Así, un sintagma autónomo formado de monemas no separables es a lo que se le llama generalmente palabra, siguiendo la idea de André Martinet en su obra *Elementos de Lingüística General*.

---

7 Saussure, Ferdinand de. *Op. cit.*, pág. 186.

Entonces, a partir de la primera articulación del lenguaje donde las diferentes unidades lingüísticas interactúan en función de relaciones sintagmáticas y paradigmáticas, podemos empezar a concebir la idea de frase, proposición y oración; para la cual ésta última, abarca un conjunto de palabras que tienen sentido completo en sí mismo; a diferencia de la proposición que implica un conjunto de palabras que tienen actitud del hablante, pero con sentido incompleto y sin independencia sintáctica; y donde la frase soportaría un conjunto de palabras con sentido incompleto, sin actitud del hablante y expresando un significado determinado, como apunta Teodoro Ortiz Dueñas en su libro *Gramática Estructural, Ortografía y Redacción*.

Lo anterior marca la posibilidad de construcciones a diferentes niveles en pro de una comunicación versátil y en beneficio del usuario que no requiere de prescripciones o de una serie de reglas; sino de la descripción de procedimientos para colocar los elementos del lenguaje, de tal manera que tengan significado al momento de utilizarlo. Sólo las reglas serían necesarias, en el momento que la incomunicación es factible.

En términos de información objetiva, la oración parece ser el nivel de construcción que nos ofrece mayor número de elementos para una comunicación más eficaz; dado que su estructura sintáctica y el no requerir de condiciones externas, nos permite obtener el significado y por ende el sentido real y no ambiguo de un pensamiento a transmitir.

Por prescripción, podría decirse que la construcción de una oración requiere del manejo de un sujeto y de un predicado; de quién o de lo que se habla (referente) y lo que se dice respectivamente.

Asimismo, es posible definir los elementos que conllevan estas partes de la oración: núcleo, tanto del sujeto como del predicado, como apoyo principal para la organización de la oración; y modificadores de los mismos, los cuales implican palabras que precisan o amplían la significación del núcleo.

Por lo tanto, las palabras cumplen una determinada función al interior de la construcción sintáctica, como también anota Teodoro Ortiz Dueñas:

- \* Como sustantivo cuando se convierte en el núcleo del sujeto, porque señala o nombra objetos; y además desde el punto de vista morfológico, sufre variaciones en sus formas para indicar su género y número (accidentes nominales).
- \* Adjetivo porque desempeña la función de modificador directo del sustantivo y por su significación puede ser calificativo, numeral y pronominal (el pronombre, por no tener



una significación fija y definida sino ocasional, hace la función primordialmente de sustantivo y adjetivo: pronombres demostrativos, posesivos, indefinidos, relativos, interrogativos); además de tener accidentes gramaticales o variaciones de terminación, desde el punto de vista morfológico.

- \* El artículo, por ser una palabra que carece de significado se clasifica dentro de los adjetivos, por ser también un modificador del sustantivo; e igual conlleva los accidentes gramaticales de género y número.
- \* Por su parte el verbo, al ser núcleo del predicado, se refiere al sujeto expresando principalmente acción, estado o existencia; y morfológicamente tiene dos accidentes privativos que lo caracterizan, el modo y el tiempo. Se consideran como derivados verbales a las formas: infinitivo, participio y gerundio.
- \* El adverbio es considerado el modificador directo del verbo y del adjetivo; y por su significación son clasificados, como de lugar, de tiempo, de modo, de orden, de afirmación, de negación, de duda y de cantidad.
- \* Preposición indica subordinación, ya que relaciona palabras de distinto valor sintáctico. En cambio la conjunción enlaza y coordina palabras o conjunto de palabras de una misma categoría o función; y desde el punto de vista morfológico, al igual que la preposición y el adverbio, no tiene accidentes gramaticales de género, número, tiempo, persona y modo.

En cuanto al manejo de dichos accidentes gramaticales, podemos decir que son aspectos que permiten una mayor correspondencia entre las diferentes palabras utilizadas; es decir, colaboradores importantes que soportan la conformación del sentido a vertir en nuestra expresión.

Así, concebir una propuesta en femenino o masculino (género), singular o plural (número), en presente, pasado o futuro (tiempo), en primera, segunda y tercera persona del singular o del plural (persona) e indicar el modo o manera como se realiza la acción verbal; posibilita establecer la necesaria concordancia, al hacer uso del lenguaje escrito o entre las palabras de la oración, que en términos de construcción gramatical sería la relación de sujetos con predicados.

Por lo tanto, "el verbo debe concordar con el sujeto en número y persona; el sustantivo y adjetivo deben concordar en género y número; esta misma concordancia debe darse

entre el artículo y el sustantivo. La silepsis permite infringir ciertas reglas de concordancia, atendiendo al significado del enunciado."<sup>8</sup>

En cuanto a las palabras acentuadas, corresponde a la fonética y a la ortografía definir las reglas que las determinan de una u otra manera en cuanto al acento; sin embargo, aunque es importante la pronunciación y las normas convencionales que facilitan la comunicación, las palabras que llevan acento diacrítico (a diferencia del normativo y del enfático) determinan la función gramatical del término. De esta manera, hacer uso del acento proporciona mayor nitidez para definir la función que tiene tal o cual palabra.

Ahora bien, elaborar un mensaje escrito implica valerse de la escritura, la cual permite hacer tangibles los signos de una lengua al trasladarlos a imágenes convencionales; es decir, la fugaz imagen acústica se convierte en una imagen visual permanente.

Es por esto que "la escritura se acompaña de los llamados signos de puntuación, los cuales surgen por la necesidad del hombre para reproducir, de alguna manera, casi todos los artificios que se emplean en el discurso hablado: los distintos matices y tonalidades de la voz, las pausas voluntarias o las necesarias para la respiración, la entonación que empleamos para hacer preguntas o manifestar nuestros múltiples estados de ánimo."<sup>9</sup>

Esos múltiples estados de ánimo, son los que nos hacen expresarnos con diferentes actitudes, "unas veces con una entonación de pregunta; otras, de mandato o ruego, o bien, en una forma interrogativa o negativa, etc. Conforme a la actitud del hablante, las oraciones se clasifican en enunciativas, interrogativas, desiderativas, dubitativas e imperativas; esta división no siempre es rígida, puesto que la oración puede encerrar determinadas entonaciones, aunque siempre destaca una de ellas."<sup>10</sup>

En términos de construcción y como herramientas accesorias del lenguaje escrito, hacer uso de aspectos como la aposición (modificador que repite de otro modo lo que se dice en el núcleo del sujeto), el hipérbaton (cambio del orden de los elementos del discurso, según lo permitido por la sintaxis regular), la elipsis (omisión de una o varias palabras, sin

---

8 Romero Alvarez, Ma. de Lourdes. *Técnicas Modernas de Redacción*, pág. 124-125.

9 *Ibíd*em, pág. 4.

10 Ortiz Dueñas, Teodoro. *Gramática Estructural. Ortografía. Redacción*, pág. 36.

dejar de entenderse el sentido del mensaje) y la perfrasis (realce o embellecimiento de una idea o de un concepto por medio de un rodeo de palabras, en lugar de expresarlo directamente con uno o pocos términos); sugieren la noción de flexibilidad en cuanto al manejo de este código, desde el punto de vista práctico y en aras de una colaboración para la especificación del sentido a transmitir.

Entonces, a manera de síntesis es posible determinar que los monemas funcionales sirven para indicar la función de otro monema, tomando en cuenta la distinción que hace André Martinet en su obra *Elementos de Lingüística General*, entre monemas gramaticales y monemas lexicales.

En cuanto a la idea de monema lexical es conveniente determinar que se llama léxico, al número de palabras diferentes de que el hablante dispone en potencia, porque existen en la lengua que emplea; por oposición al vocabulario, que es la lista de las palabras diferentes de un texto o de un corpus como afirma Georges Mounin en su libro *Claves para la Semántica*.

De esta manera las expresiones de una lengua se clasifican en léxicamente simples (lexemas) y léxicamente compuestas, construidas éstas últimas por medio de reglas sintácticas de la lengua; motivo por el cual "las formas de palabras del español, como las formas de palabras de muchas otras lenguas, se pueden dividir en dos clases. Una clase la constituyen las formas llenas como hombre, venir, verde, mal; la otra la constituyen las formas vacías como el, de, y, hacia, si."<sup>11</sup>

Por lo tanto, las formas de palabras vacías, aunque no todas, tendrían un significado puramente gramatical; mientras que todas las formas de palabras llenas tendrán tanto significado léxico como gramatical. Paralelamente es importante considerar que la forma de una palabra, puede estar asociada con varios significados (homonimia y polisemia) y que el mismo significado puede estar asociado con diferentes formas (sinonimia).

Así, al interactuar las palabras en una dinámica que permite vertir el sentido de un pensamiento a transmitir en el lenguaje escrito; el significado de una oración depende en parte del significado de las palabras de que se compone, en tanto la otra parte, depende de la estructura gramatical de la oración, como apunta John Lyons en su obra *Lenguaje, Significado y Contexto*.

---

11 Lyons, John. *Lenguaje, Significado y Contexto*, pág. 53.

Con base en lo anterior, la estructura del sistema lingüístico implica además del significado denotativo y connotativo, el significado estructural; esto es, relación entre signos y otros (signo-signo). Por tanto las relaciones entre las palabras nos comunican un sentido: la palabra sentido vuelve a encontrar así su etimología ya que indica dirección, o sea orientación hacia otros signos.

## 2. Semántica

En términos de comunicación, el receptor que recibe un mensaje debe decodificarlo; es decir, reconstruir su significado a partir de signos cada uno de los cuales contiene elementos de ese sentido, o sea indicaciones relativas a las relaciones de cada signo con los otros. Tomando en cuenta las definiciones que dan los diccionarios de la palabra sentido: idea que representa un signo, e idea a la que puede ser referido un objeto de pensamiento.

Entonces la definición del sentido implica una relación, no del contenido de una palabra, sino de propiedades sintácticas en potencia que definen las posibilidades de combinarlo; sin embargo, "esto no significa que las palabras no tengan contenido...los conceptos tienen un contenido sémico en la medida en que son resultado de una combinación de semas, y que son precisamente estos semas los que determinan las posibilidades de relación de la palabra, es decir sus sentidos."<sup>12</sup>

Es la *semántica* la disciplina que estudia el sentido de las palabras al interior del código o lenguaje, medio de comunicación de la lengua que a su vez, es el instrumento de que nos valemos para transmitir nuestras ideas.

El sentido a partir de la idea de signo lingüístico, implica la significación y significado; motivo por el cual la semántica participa de tres ciencias distintas: la psicología, la lógica y la lingüística.

Así, el proceso semántico es "psicológico por ser el significante y el significado dos imágenes mentales asociadas; lógico, porque el significante tiene por función identificar el concepto, evocarlo y transmitirlo sin deformarlo ni confundirlo; lingüístico, porque los signos constituyen un sistema de símbolos de naturaleza especial, llamada lengua."<sup>13</sup>

12 Guiraud, Pierre. *Op. cit.*, pág. 137.

13 *Ibidem*, pág. 25.

Por tanto, tal como lo plantea Pierre Guiraud en su libro *La Semántica*, significación alude principalmente a la psicología, ya que es un proceso psicológico y le corresponde por ende, determinar como se da éste; mientras que sentido tiene un valor estático, es la imagen mental que resulta de dicho proceso.

De esta manera la semántica lingüística estudia las palabras en el seno del lenguaje, para determinar qué es una palabra, cuáles son las relaciones entre la forma y el sentido de una palabra y entre una palabra y otra, al igual que el definir cómo garantizan éstas su función; es decir, estudia los significados o los conceptos a partir de las palabras que los nombran.

Considerando la imagen mental que resulta del proceso de significación, donde a un significante le corresponde un significado y siguiendo la idea de Georges Mounin en su obra *Claves para la Semántica*, cualquier distinción en el plano de los significantes corresponde otra distinción en el de los significados; esto es, la correspondencia permite ir determinando el sentido que se desea transmitir a nuestro interlocutor en la experiencia comunicativa.

La manera en que se define la nominación de las palabras, está íntimamente relacionada, o más bien, se funde y se unifica a las funciones que desempeña el lenguaje; debido a que la nominación también corresponde a esa doble función: cognitiva y expresiva.

Dicha nominación, es en parte la que determina el sentido de las palabras, ya que la contraparte apela a la evolución espontánea de los valores de sentido. Lo anterior implica que el sentido cambia porque se da deliberadamente un nombre a un concepto con fines cognitivos o expresivos (se nombran las cosas); pero el sentido también cambia porque una de las asociaciones secundarias (sentido contextual, valor expresivo, valor social) se desliza progresivamente hacia el sentido de base y lo remplacea (el sentido evoluciona), como afirma Pierre Guiraud en su libro *La Semántica*.

Así, en el primer caso tenemos "un cambio individual, consciente y discontinuo, en el segundo uno colectivo, inconsciente y progresivo; en ambos es consecuencia de una modificación de la estructura de las asociaciones psíquicas que constituyen el sentido y los valores de la palabra. Mediante la nominación la lengua asegura su doble función cognitiva y expresiva."<sup>14</sup>

---

14 Ibidem, pág. 65.

Es entonces la nominación cognitiva la que nos permite describir el referente a partir de aspectos objetivos (identificar el objeto por la forma, funciones, relaciones, etc.) que lo definen como tal; en tanto que la nominación expresiva nos permite establecer una relación desde el punto de vista subjetivo, al expresar valores extranocionales que matizan el sentido de la palabra.

Las necesidades de comunicación latentes y constantes de los individuos son las principales promotoras de adecuar el lenguaje a un funcionamiento óptimo; es decir, de manera personal y en forma colectiva o por convención, surge la nominación de las palabras para estrechar ese lazo necesario del significado común de la experiencia al momento de comunicarnos.

Es por esto que uno de los modos de la nominación cognitiva, surge cuando se da a una cosa un nombre que ya pertenece a otra, a lo cual se asocia; o sea asociación por similitud de objetos, en términos de metáfora, sinecdoque o metonimia. Bajo esta panorámica, ubicamos al signo lingüístico como relativamente motivado.

Asimismo, y siguiendo la idea de Pierre Guiraud, los cambios de sentido surgen también a partir de una economía de la palabra, basándose en el principio del mínimo esfuerzo; esto es, se suprime en el discurso todo aquello que no sea necesario para la comunicación.

De esta manera la nominación y la evolución espontánea de los valores de sentido, nos proporcionan elementos prácticos, consistentes y de acuerdo a nuestras necesidades de comunicación; ya que " en cada palabra encontramos cuatro tipos de asociaciones: el sentido de base, el sentido contextual, el valor expresivo y el valor sociocontextual."<sup>15</sup>

Esta idea de sentido nos permite comprenderlo bajo diferentes vertientes, como una manera de visualizar en esencia y en apariencia la estructura léxica de una lengua, así como la estructura de su vocabulario en esa amplia e intrincada red de relaciones que establecen los lexemas.

A la manera en que se va determinando el sentido a transmitir en el mensaje, es importante considerar que a cada diferencia de sentido corresponde necesariamente una diferencia de forma, como apunta André Martinet en su obra *Elementos de Lingüística General*;

---

15 Ibidem, pág. 41-42.

excepto cuando se hace uso de homónimos y de estructuras ambigüas en materia de sintaxis.

Hablar de uso en cuanto a las palabras o lexemas y con base en una nominación (cognitiva, expresiva), implica satisfacción de necesidades comunicativas; y es este usar lo que nos permite inferir, a partir de asociaciones, un sentido. Por un lado, podemos hacer alusión a un sentido de base que implican los lexemas por su contenido; sin embargo, no nos comunicamos por una serie de palabras independientes entre sí, porque como plantea Ferdinand de Saussure en su obra *Curso de Lingüística General*, una lengua no es una nomenclatura. Esto conlleva a proponer que "el sentido de una palabra no se puede definir más que por una media entre los usos lingüísticos...teoría contextual de la significación."<sup>16</sup>

Ahora bien, esta manera de concebir al sentido que tienen los lexemas al interrelacionarse con otros en la cadena hablada, implica que el léxico tiene una determinada estructura; ya que dicho repertorio de unidades léxicas no está dispuesto al azar, sino que está organizado o clasificado de una forma o de otra como supone Ferdinand de Saussure.

Esto es, el empleo de cada unidad léxica en un enunciado o una clase de enunciados posibles, resulta de la elección del hablante entre una serie de dichas unidades léxicas; y por consiguiente equivale a intentar advertir cómo escoge el hablante dichas unidades para construir sus enunciados.

Entonces, "estudiar estructuras lingüísticas es, rigurosamente estudiar la construcción de ciertos conjuntos lingüísticos; es decir, intentar descubrir, a partir de su función lingüística, las unidades reales que construyen dichos conjuntos y las reglas de empleo de dichas unidades para construir dichos conjuntos."<sup>17</sup>

Por tanto, y siguiendo la idea de Georges Mounin en su libro *Claves para la Semántica*, la definición de una unidad léxica, se puede considerar como un material susceptible de un tratamiento objetivo, que proporcione criterios formales al análisis de un significante; es decir, es la señal muy socializada del significado denotado por el significante.

---

16 Mounin, Georges. *Claves para la Lingüística*, pág. 119.

17 Mounin, Georges. *Claves para la Semántica*, pág. 43.

Esta señal, generalmente está construida con ayuda del mínimo de rasgos definitorios distintivos necesarios a la denominación por el hablante, y a la idea de identificación por el oyente de dicho significado con respecto a todos los demás.

A partir de definir la unidad léxica, y desde el punto de vista de la teoría semántica, se plantea que "existen estructuraciones semánticas formales, conjuntos de significados organizables sobre la base de sus marcas formales: son toda la morfología y la sintemática, que estructuran bien, aunque de forma parcial los significados de una lengua; además de estructuraciones conceptuales -que no se pueden descubrir por medio de marcas formales-, pero no hay duda de que organizan conjuntos de significados. El problema residiría en encontrar criterios objetivos (sino formales), ya sean lingüísticos o no lingüísticos, para justificar dichas organizaciones."<sup>18</sup>

De esta manera estaríamos determinando por un lado, conjuntos organizables de significados que son determinados debido a la existencia de marcos formales presentes en los correspondientes significantes. Así las series siguientes:<sup>19</sup>

- \* enseñ-ar, enseñ-amos, enseñ-ando, enseñ-anza, etc.
- \* panade-ría, charcute-ría, arme-ría, carnice-ría, leche-ría, etc.
- \* enseñ-amos, cant-amos, grit-amos, salt-amos, etc.

constituyen estructuras semánticas: reglas para construir significaciones con una propiedad común (una unidad de significado común).

Por otro lado estaríamos contemplando, conjuntos organizables de significados no discernibles por la existencia paralela de marcas formales en los significantes correspondientes. Es el caso de las siguientes series, donde los parentescos estructurales son de orden conceptual.<sup>20</sup>

---

18 *Ibidem*, pág. 21.

19 Ejemplos retomados del libro *Claves para la Lingüística* de Georges Mounin.

20 Ejemplos retomados del libro *Claves para la Lingüística* de Georges Mounin.



- \* hormiga, mariposa, cigarra, mosca, etc.
- \* barco, navío, canoa, paquebote, transatlántico, etc.
- \* enseñanza, educación, adiestramiento, aprendizaje, entrenamiento, etc.

Asimismo, y siguiendo la idea de Georges Mounin en su libro *Claves para la Semántica*, se cuenta con la posibilidad de estructurar conjuntos de significados, mediante la descomposición de éstos en unidades constitutivas más pequeñas, cuyas combinaciones construirían el contenido semántico respecto al significado del monema aislado.

En primer lugar estaría la construcción desde el punto de vista de una propuesta lógica (auto= vehículo+ de cuatro ruedas+ con motor); después tenemos la teoría contextual del significado del monema, donde se afirma que una unidad léxica no tiene sentido por sí misma sino solamente en un contexto, con base en la idea de que el sentido de una palabra solamente se deja definir a partir de la suma de sus empleos lingüísticos; la última propuesta está fundada en la teoría situacional, donde el significado del monema aislado está en función de la situación en la cual el hablante la enuncia y la respuesta que provoca en el oyente.

En correspondencia a las estructuras propuestas, encontramos tipos de análisis semánticos que permiten definir la manera en que se estructura el léxico y por ende el sentido que tienen las palabras.

Los análisis semánticos formales, implican la propuesta lingüística que consiste en clasificar y definir las palabras y sus significados por sus relaciones con los otros términos del conjunto; donde la distinción de los sentidos es operada con base en criterios formales o categorías gramaticales que definen las relaciones de la palabra con las otras palabras del discurso (el lugar de tal unidad léxica en tal o cual enunciado mediante procedimientos distribucionales), como señala Georges Mounin en su obra *Claves para la Semántica*.

Por su parte el análisis semántico conceptual, a partir de afirmar que existe un parentesco semántico entre cierto número de significados de monemas, en términos de relaciones asociativas como plantea Saussure; implica la construcción de lo que se designa como campo semántico, el cual se define como "un conjunto de relaciones del que cada término extrae su motivación..."<sup>21</sup>

21 Guiraud, Pierre. *Op. Cit.*, pág. 103.

Ahora bien, el rigor de delimitación de cada pequeño grupo o campo semántico, depende del rigor de definición del concepto y éste, a su vez muchas veces del dominio; cuestión que es hasta cierto punto controlable, bajo la idea de considerar al campo semántico como sistema, en el sentido lingüístico del término: inventario de las unidades susceptibles de aparecer en un punto determinado del enunciado, de forma que la elección de una excluye a todas las demás en dicho punto, como supone Georges Mounin en su libro *Claves para la Semántica*.

Por lo general, se considera que el campo semántico implica la selección de un corpus al azar para hacer con él un muestrario representativo, o sea bajo criterios no lingüísticos; motivo por el cual, y haciendo uso de criterios de naturaleza lingüística para la estructuración del léxico, es conveniente revelar dentro del marco de la frase, relaciones de oposición o identidad léxica entre términos del campo, como propone Georges Mounin en su obra *Claves para la Semántica*.

Paralelamente a estructurar tipos de géneros semánticos en sus especies, se concibe el análisis semántico de cada término en unidades de significado más pequeñas, que serían sus componentes; es decir, a partir de la idea de rasgos semánticamente pertinentes.

"Dichos rasgos los manifiestan exclusivamente contextos muy especiales, fabricados expresamente: 'las definiciones'. Pero las definiciones de los términos no son los productos de procedimientos lingüísticos: son los procedimientos de productos lógicos."<sup>22</sup>

Esta aseveración de Georges Mounin, implica que los contextos en general no proporcionan la estructura del sistema semántico que une los significados a los significantes, dado que éstos solamente proporcionan los empleos de los términos.

La selección del tipo de análisis semántico a utilizar para corroborar el sentido que tienen las palabras, y en su conjunto, al interior del discurso; será tan importante como apoyarse en la estructura gramatical de la oración, donde las formas de palabras vacías y las formas de palabras llenas con significado léxico y gramatical, permitirán mayor objetividad al hacer uso de diferentes herramientas lingüísticas en una prueba determinada.

---

22 Mounin, Georges. *Op. Cit.*, pág. 126.

"Todo ello que es la gramática, es estructuración formal y semántica a la vez, de una lengua dada. Pero de una parte solamente de dicha lengua. Ese aspecto de la estructuración léxica y semántica de las lenguas, aunque no siempre se capte como tal, aunque todavía exija mucho trabajo de análisis semántico de detalle, es bien conocido. Ya no nos enseña nada sobre la estructura de los significados que realiza. Cuando se habla de estructurar el léxico o la semántica, lo que se busca precisamente, son las reglas de organización de los significados que no están señaladas por las formas gramaticales de la morfología y de la formación de palabras."<sup>23</sup>

A manera de conclusión, es necesario hacer hincapié que aunque lenguaje oral y lenguaje escrito son códigos que implican características propias, no es fácil explicarlos de manera independiente al momento de hacer alusión tanto a funciones como a estructura de los mismos; principalmente porque son la expresión concreta del lenguaje verbal que representa la lengua.

Esto es, nos sirven para comunicarnos en diferentes circunstancias y diferentes niveles, pero comparten en esencia funciones y estructura; motivo por el cual permiten expresar significados denotativos, connotativos, estructurales y contextuales, de acuerdo a los propósitos del mensaje a transmitir.

De esta manera, el lenguaje escrito como medio de comunicación bajo ciertas condiciones de espacio y tiempo, representa la opción de un cosmos explicable por sí mismo; es decir, la información a vertir a partir de la escritura, codificando significados denotativos, connotativos, estructurales, a la vez de contextuales, debe ser propuesta por el texto en sí. Por lo tanto, el sentido que se desea transmitir al receptor se proyecta bajo la idea una unidad, que no requiere de aspectos paralingüísticos o de gestos de la fuente, como en el caso del lenguaje hablado, para la comprensión del mensaje en su totalidad.

### **C. TRANSICIÓN DEL LENGUAJE ESCRITO AL MENSAJE IMPRESO**

La interacción y el dinamismo que caracterizan al proceso que implica el acto comunicativo, definen por tanto la necesaria interrelación del emisor, receptor, código y por ende mensaje, así como del canal a utilizar para llevar a cabo dicho acto, en aras de una comprensión y efectividad del mismo.

---

23 Ibidem, pág. 50.

La definición de objetivos o propósitos para establecer la comunicación es importante a cualquier nivel, ya sea comunicación interpersonal o de difusión; sin embargo en ésta última son absolutamente indispensables para la elaboración del mensaje, dado que se trata de una comunicación planificada donde una fuente desea informar de algo a un gran número de seres anónimos.

La comunicación impresa como medio de difusión o canal transmisor de información, supone que la fuente después de haber definido sus propósitos, encode un mensaje que tiene un contenido identificable por el receptor al que está dirigido.

Entonces el mensaje como propuesta elaborada requiere de visualizar elementos varios, que podrían ser clasificados unos como herramientas y otros como aspectos vitales, para esa unidad con forma y contenido que implica el mensaje.

Como herramienta, el código o conjunto de signos, nos permite disponer de una serie de elementos para estructurar nuestras ideas; las cuales necesitan proyectar una experiencia o información en común con el receptor, aspecto vital del contenido del mensaje para la puesta en marcha del acto comunicativo.

De esta manera, la comunicación impresa hace uso como herramienta codificadora del lenguaje escrito; sin embargo para la cristalización del mensaje impreso como tal, es indispensable un reconocimiento de fuente y receptor para plasmar en el contenido del mismo, la información necesaria que identifique entre sí a ambas partes.

## **1. Contexto**

Al hacer uso del lenguaje escrito, tenemos la posibilidad de estructurar una unidad de información que por sí misma nos proyecta un significado o sentido; pero la idea de comunicación no sólo implica una identificación en términos de lo que se dice, sino también de quién lo dice, a quiénes y cómo.

Esto último indica que las condiciones en que surge el acto comunicativo, lo que está en torno a él, lo que lo circunda; es decir, contemplar lo relacionado al contexto, representan la posibilidad de un mayor entendimiento de los motivos por los cuales es viable dicho acto.

Como contexto a nivel macro, la cultura conformada por las creencias, los valores, las formas de hacer las cosas y los modos de conducirse que los seres humanos comparten,

constituye el elemento informativo y el principio de organización que los individuos rescatan para interrelacionarse.

El orden social determina la interrelación a nivel de grupos dada una estratificación, lo que origina por tanto una posición social determinada. Esta ubicación del ser individual que percibe el mundo que le rodea a partir de su pertenencia a un grupo o a grupos, implica una proyección de la lengua de acuerdo a las necesidades del grupo o los grupos al que pertenece.

Por lo tanto, el grupo al que uno pertenece depende de la clase de que uno forme parte, ya sea por nacimiento, educación, profesión, situación económica, raza o religión; y por ende las necesidades comunicativas de los diferentes grupos sociales, "...presentan características distintas que se relacionan a la vez con la cultura, los modos de vida, y sobre todo con la actividad económica y técnica del grupo...hay estratificación social de la lengua."<sup>24</sup>

Es por esto que la evolución de una lengua se halla bajo la dependencia de la evolución de las necesidades comunicativas de los diferentes grupos que conforman la sociedad. Dicha evolución está en relación directa con la evolución intelectual, social y económica de cada grupo; motivo por el cual es evidente el desarrollo del léxico en cuanto a nuevas designaciones, dada la aparición de nuevos bienes de consumo y los progresos en la división del trabajo que han reportado nuevas funciones y técnicas a la vez, como afirma André Martinet en su obra *Elementos de Lingüística General*.

Al ser la lengua un producto social de la facultad del lenguaje y un conjunto de convenciones necesarias, es posible inferir, como actividad social, que no la usamos aisladamente respecto del amplio marco de actividades humanas; por tanto al determinar ese uso que le damos, estaríamos hablando de la situación, como el escenario donde es cristalizable el hecho que representa la lengua.

Así, emisores y receptores al reconocer un contexto, encontrarse en una situación determinada y hacer uso de un código, pueden registrar el proceso de significación que hace necesario todo acto comunicativo.

---

24 Guiraud, Pierre. *La Semántica*, pág. 77.

De esta manera, la estructura social conformada por grupos, equivale a satisfacción de necesidades comunicativas diferentes, y por tanto supone el uso de un lenguaje acorde a situaciones específicas.

Lo anterior no excluye un mínimo de comunicación entre los diferentes grupos sociales, ya que es posible una relación social, porque por bien común todos, como miembros de la misma sociedad y cultura, compartimos experiencias, valores y conocimientos parecidos. Es nuestra capacidad de interpretación de los sucesos o la comprensión que tenemos de una idea, lo que hace que la experiencia se convierta en única y por ende determinemos un sentido o significado, que es más compatible con el que tienen ciertos individuos y por lo cual nos hacemos miembros de un grupo.

Por lo tanto, existen ciertas palabras que tienen un sentido general, son el bien común de la colectividad; otras, que forman mayoría, tienen varios sentidos contextuales, por lo que distintos estratos sociales demuestran inclinaciones preferentes; finalmente hay otras que pertenecen exclusivamente a un grupo y que tienen un sentido especial, son los tecnicismos generalmente, como apunta Pierre Guiraud en su libro *La Semántica*.

"La lengua se transmite, está moldeada por la experiencia social humana y está incrustada en ella. Así resulta posible y útil distinguir tres aspectos fundamentales de un hecho de lengua: el substancial, el formal y el situacional."<sup>25</sup>

Este último aspecto nos permite hacer notar que aunque utilizamos un lenguaje parecido en situaciones parecidas como emisores, no quiere decir estrictamente que utilizamos el mismo lenguaje en la misma situación; lo cual indica que al hacer uso tanto del lenguaje oral como del escrito, es posible distinguir entre pronunciación, tono y acento o estructuras gramaticales y vocabulario como preferencias del usuario.

La categoría situacional que se necesita para manejar este aspecto de la conducta lingüística es la individualidad del hablante; entonces el conjunto de rasgos lingüísticos asociados con una persona determinada constituye su idiolecto, como especifican Michael Gregory y Susanne Carroll en su obra *Lenguaje y Situación*.

---

25 Gregory Michael, Carroll Susanne. *Lenguaje y Situación*, pág. 16.

A su vez, es importante determinar que todos los miembros de una comunidad utilizan un lenguaje normalizado o de identificación común, independientemente de su posición social.

"La normalización suele relacionarse con algún tipo de apoyo institucional, tal vez en la forma de educación oficial, medios de comunicación... la normalización y la codificación pueden llevarse a cabo en universidades, academias, cuerpos científicos y técnicos o comités reguladores, entre otros."<sup>26</sup>

Utilizar el lenguaje fuera de lo normalizado constituye también una estrategia de uso, pero adecuado a ciertas situaciones en las que el emisor se encuentra y a características propias de la posición social o grupo al que éste pertenece.

Asimismo, las preferencias de un emisor reflejan los procesos de desarrollo de dicho individuo en cuanto a experiencias personales y cambios en valores e ideología; por lo tanto las cosas que hacemos y las actividades en que nos involucramos influirán en la selección de las palabras que usamos.

Entonces si el código determina el repertorio verbal que puede poseer un individuo, por la gama de significados que esa persona puede expresar a través de medios lingüísticos; esto permite suponer, como plantean Michael Gregory y Susanne Carroll, que el código define las maneras en que ciertos rasgos formales específicos (términos léxicos, gramaticales y fonológicos) se relacionan con la situación: a través de los rasgos contextuales de campo, modo y tono.

Siguiendo la idea de Michael Gregory y Susanne Carroll, el campo está determinado por las maneras en que una sociedad organiza, analiza, nombra sus experiencias y las ordena en sistemas de conocimiento; así el campo del discurso es el reflejo lingüístico de las intenciones del usuario de la lengua en la situación en que ocurre el texto.

Por su parte, el modo contextual del discurso implica la relación entre el emisor y el medio utilizado; es decir, el conjunto distintivo de rasgos lingüísticos que se asocian con una relación recurrente determinada, ya que la lengua tiene posibilidades de variación en sus pautas y en los tipos de pautas que se dan, según el medio que la conforma.

---

26 *Ibidem*, pág. 45.

La categoría contextual de tono explica la realidad extralingüística, porque es la categoría situacional que determina la relación de interlocutores (tono personal de la relación: informal, coloquial, etc.); la cual a su vez depende de las divisiones de una estructura social, del modo en que se organiza cada sociedad.

Asimismo, el tono puede ser funcional cuando es posible describir para qué se utiliza la lengua en una situación, determinada en cuanto a propósitos como convencer, exhortar, disciplinar, etc.

La interrelación entre tono, código e idiolecto es viable, porque la expresión lingüística de la situación inmediata, está determinada por la experiencia acumulada del emisor; lo que hace factible la compatibilidad con las funciones sociales que cumple este emisor.

Así, la situación en tanto un hecho de lengua y el contexto definido a partir del campo, modo y tono del discurso, son los pilares sobre los cuales se estructura un mensaje y representa la posibilidad de interactuar elementos lingüísticos y extralingüísticos al interior del mismo.

El contexto de la situación, en términos de la estructura social, es una constante que refuerza y permite llevar a cabo el acto comunicativo a nivel interpersonal, grupal e institucional; a partir de un discurso que depende de las funciones de cada uno de estos emisores a nivel social.

En particular, al ser la institución una entidad legitimizada por la sociedad, es decir, aceptada o reconocida como tal, para el cumplimiento de ciertas funciones que cubren necesidades específicas; es vital su identificación para el entendimiento de los grupos o sector social a quien se dirige.

En calidad de sistema, por pertenecer a una estructura mayor y en sí misma serlo, la institución se organiza para ofrecer servicios de manera permanente a usuarios que así lo requieren; y la manera en que se van dando y recibiendo estos servicios, proyectan una imagen determinante de dicha institución.

Bajo la idea de emisor, la institución se comunica de distintas maneras tanto a nivel interno como externo, donde informa quién es, qué hace y cuáles son sus perspectivas.

Para transmitir la información de sí al exterior, la institución hace uso de diferentes medios, a través de los cuales hace patente una imagen que implica un código lingüístico y tablas



de valor; es decir cómo se informa en cuanto a la forma del mensaje y qué se informa, respecto al contenido del mismo.

Una propuesta de difusión se hace necesaria, ya que el emisor, en este caso la institución, requiere de comunicarse con un sinnúmero de receptores; los cuales son usuarios en potencia de o de los servicios que ofrece.

La difusión es un intento de comunicación donde el feed back o mensaje de retorno no es controlable, dadas las específicas características de tiempo y espacio que delimitan a este tipo de comunicación; por ende el mensaje, como elemento clave para la identificación de emisor y receptores necesita contemplar los aspectos lingüísticos y extralingüísticos que implica un proceso comunicativo.

De esta manera la imagen institucional que proyecta un medio de difusión en el mensaje a transmitir, permite inferir al receptor cualidades exclusivas de la fuente que le informa u ofrece sus servicios; motivo por el cual estaríamos contemplando una presencia que es inigualable a la de otra institución.

Además, supone un manejo de la situación en cuanto a definir quién es el emisor y sus objetivos al querer comunicarse; aunado a que el contexto está implícito cuando se determina el campo, el modo y tono del discurso.

Paralelamente al contexto de la situación que aporta en parte la forma y contenido del mensaje, la contraparte de la estructura del mismo se manifiesta por el tipo de código o lenguaje a utilizar.

Al hacer uso del lenguaje escrito, aunque deviene del verbal, implica a su vez una estructura que se rige bajo ciertas reglas para que los diferentes elementos del mismo, les sea factible la dinámica donde puedan interactuar.

## **2. Texto**

Como contraparte del mensaje, el texto es una instancia de interacción lingüística donde emisores y receptores realmente se involucran, por lo mismo representa una unidad semántica al incorporar el significado en común que permite establecer la comunicación.

A su vez el texto, requiere de ser registrado o cristalizado a través de un medio, que bien puede ser una grabación en el caso del lenguaje oral, y la escritura o el impreso cuando

se hace uso del lenguaje escrito; motivo por el cual se convierte en un objeto físico que permite corroborar un hecho de lengua y una propuesta informativa o cultural.

La unidad semántica que sugiere el texto comprende el uso del significado denotativo o connotativo y el estructural, e implícitamente del significado contextual que proyecta características extralingüísticas dadas por la situación en que convergen las diferentes partes del acto comunicativo. Esto último indica, que para la elaboración de un mensaje efectivo, la fuente debe hacer un análisis del receptor para indagar sobre los tipos de significado que posee y así introducir en el lenguaje, normas de los grupos a los cuales pertenece éste.

El texto como unidad semántica implica una forma y contenido determinados por las propiedades del mismo, como son la coherencia, cohesión y adecuación; esto es, las reglas fonéticas y ortográficas, morfosintácticas y léxicas que permiten formar oraciones aceptables, sólo son una parte del conjunto de conocimientos que requiere el usuario de la lengua para estructurar textos; la otra parte está conformada por dichas propiedades, como determina Daniel Cassany en su libro *Describir el Escribir*.

Bajo la idea de que el contexto de la situación del acto comunicativo determina la audiencia, la relación con la fuente, los roles del emisor y del receptor, el tema del que se habla, el canal y el código, así como incluye los propósitos u objetivos de la fuente; estos elementos se canalizan en el texto mediante la coherencia, la cohesión y la adecuación para estructurar el mensaje como tal.

El tema del que se informa proviene de un campo de discurso específico, considerando que los individuos de una sociedad estructuran su conocimiento de acuerdo a sus experiencias; además de establecer campos especializados que están relacionados con las diferentes ramas técnicas y donde el lenguaje o vocabulario está determinado por la restricción que supone un área de acción determinada.

Con base en lo anterior, el texto de un mensaje requiere de una coherencia interna que permita estructurar el conocimiento de acuerdo al campo, que permita seleccionar la información relevante de la irrelevante; por tanto "...todo elemento del mensaje de base se encuentra ligado por una cadena más o menos fuerte, a cualquier otro elemento del discurso, que deseamos transmitir y hacer retener."<sup>27</sup>

---

27 Moles Abraham, Rohmer Elisabeth. *Teoría Estructural de la Comunicación y Sociedad*, pág. 164.

Así un texto, siguiendo la idea de Michael Gregory y Susanne Carroll en su libro *Lenguaje y Situación*, la unidad más importante de la lengua, es un fragmento del discurso que es constante en el registro y por lo tanto coherente respecto del contexto de la situación, y que es coherente respecto de sí mismo en tanto que muestra cohesión; donde ésta última hace posible que las diferentes frases que componen un texto se conecten entre sí formando una densa red de relaciones. "Los mecanismos que se utilizan para conectarlas se denominan formas de cohesión y pueden ser de distintos tipos: repeticiones o anáforas (la aparición recurrente de un mismo elemento en el texto, a través de la sinonimia, la pronominalización o la elipsis), relaciones semánticas entre palabras (antonimia, hponimia), enlaces o conectores (entonación, puntuación, conjunciones, etc.)."<sup>28</sup>

Por otra parte, si el contexto de la situación hace necesario un tono del discurso (ya sea personal formal, coloquial, etc.; y funcional para convencer, exhortar, etc.), esto supone que la adecuación del texto estará fincada conforme el perfil del receptor o de la audiencia (edad, intereses, etc.), las palabras que conoce, la sintaxis más apropiada, entre otros.

Asimismo, la adecuación en función de la situación, nos permite hacer uso de un registro en particular que está determinado por el tema del que hablamos o escribimos (general o específico), por el canal de comunicación (oral o escrito), por el propósito perseguido (informar o convencer) y por la relación entre los interlocutores (formal e informal).

De esta manera, como anotan Michael Gregory y Susanne Carroll en su obra *Lenguaje y Situación*, la correlación texto y contexto nos hace suponer que la lengua es más que estructuras y sistemas léxicos, gramaticales o fonológicos; podemos verla como el comportamiento que relaciona a los participantes en un hecho de lengua con su ámbito, entre sí y con el medio de comunicación en sí. Por lo tanto, el texto en cuanto una instancia de funcionamiento de la lengua, implica un sistema de significados sociales y culturales, además de un sistema compartido de símbolos verbales.

### 3. La Unidad

Como medio de difusión, la comunicación impresa es la cristalización de un hecho de lengua, registrado bajo un escrito que generalmente se encuentra apoyado por una o varias ilustraciones, que pueden ser fotografías, dibujos o pinturas.

---

28 Cassany, Daniel. *Describir el Escribir*, pág. 30-31.

El mensaje impreso como propuesta informativa o cultural, hace uso principalmente de la palabra o del lenguaje escrito, como el sistema compartido de símbolos verbales o código que le permite al usuario establecer el punto de partida para la identificación con el receptor; es la herramienta codificadora, el material en bruto que habrá de ser depurado hasta hacer palpables los intereses de los receptores que forman parte de un determinado grupo, a nivel estructura social.

La comunicación planificada que representa la difusión impresa y dadas específicas condiciones que caracterizan a este medio, requiere la propuesta de elementos empáticos que hagan posible coincidir intereses del receptor y propósitos de la fuente, para así incorporar los estímulos que hagan posible esta forma de comunicación.

La atracción, atención e interés que pueda tener el impreso estarán fincadas en la estructuración de la forma y contenido que tiene el mensaje; es decir, por la manera en que se transmita el significado y por ende la experiencia en común que pueda hacer que se relacionen emisor y receptor.

El contenido del mensaje impreso como instancia comunicativa, supone implícito el contexto de la situación; es un objeto físico y una unidad semántica donde lo que se desea informar está contemplado íntegramente en el impreso, los elementos lingüísticos y extralingüísticos forman parte del mismo (a nivel explícito e implícito respectivamente).

El aspecto extralingüístico se relaciona con la delimitación del campo o tema; con el modo o medio para canalizar la información, si se trata de un folleto, de un tríptico, un cartel o un anuncio en prensa; con el tono personal que dependerá de la posición social y roles respectivos del emisor y receptor, por lo que se planteará como formal e informal o coloquial, en tanto el tono funcional estará determinado por los objetivos que se persiguen al establecer la comunicación: convencer, exhortar, orientar, etc.

El contenido del texto contempla a su vez, las propiedades de coherencia, donde las ideas que lo estructuran son una propuesta lógica, porque forman parte del mismo tema; la cohesión permite el ordenamiento de las palabras de acuerdo a su forma y funciones, para la elaboración de frases y oraciones; por último la adecuación, a partir de analizar al receptor o público al que se dirige, determina las palabras a utilizar, a su vez de acuerdo al tono, al tema y al medio o canal a emplear. La adecuación de éste último, implica contemplar la disposición del espacio, el cual define en parte la forma del impreso.

Esta disposición del espacio mediante un boceto u original mecánico supone posibilidades de diseño, además de la incorporación de ilustraciones que implican a la vez un lenguaje gráfico, para la proyección y transmisión de un sentido.

Asimismo, la forma del impreso está sugerida por la composición y legibilidad tipográfica, en donde el tipo de letra, estilo de la misma, espacio entre letras, interlineado y entre párrafos, así como el manejo del encabezado o título, subtítulos, incisos, etc.; en general diseño simétrico o asimétrico, determinan la contraparte del significado que propone la forma del texto.

También dependiendo del medio impreso o del tema, se planteará el tratamiento del mensaje en cuanto a forma y contenido; aspectos que a su vez estarán definidos de acuerdo a la necesidad inmediata de la fuente, como puede ser el recordar o reforzar un conocimiento o información, y mostrar e informar algo por primera vez o en detalle.

Bajo estas posibilidades serán utilizados los diferentes medios impresos, como el folleto, el tríptico, el cartel y el anuncio en prensa; tomando en cuenta que cada uno de éstos nos proporciona un espacio diferente en cuanto a dimensiones y por lo mismo mayor o menor cantidad de información a incorporar al interior de sí.

En aras de una difusión con mayor cobertura, donde es factible establecer la comunicación con un mayor número de receptores, el uso de uno u otro medio impreso será crucial; motivo por el cual el cartel y el anuncio en prensa a diferencia del folleto y del tríptico y por los espacios físicos donde son ubicados, permiten intensificar esta tarea de mayor cobertura. A menos que el folleto e incluso el tríptico sea enviado por correo.

Como material de apoyo promocional, el medio impreso a usar también es seleccionado bajo criterios prácticos que permiten una lectura eficaz y por ende mayores posibilidades de extraer la información que transmite el mensaje.

Si la comunicación impresa es el proceso de transmitir mensajes por medio de imágenes visuales que normalmente están en una superficie plana, y el receptor de una imagen visual que busca comprender el mensaje debe leerlo, luego entonces la lectura puede definirse como la extracción de información a partir de imágenes visuales, lo que significa que se leen tanto las imágenes como las palabras; motivo por el cual se puede determinar que un medio impreso es más funcional que otro, tomando en cuenta el procesamiento serial de la información que guía al ojo a través del mensaje por medio de la sintaxis visual o lenguaje gráfico que estructura el espacio a partir de un diseño.

En el caso del folleto (información en detalle), donde se despliega un mensaje en páginas subsecuentes, como en un libro, debe mantenerse una continuidad de estilo por parte del diseñador, quien trabaja con unidades de páginas individuales o unidades de páginas opuestas. La disposición de los elementos de un folleto puede diferir de una página a otra. Se puede imprimir rebasado o sin margen, pueden variarse los anchos y los márgenes del tipo común y pueden usarse libremente titulares y colores.

Por tanto el folleto debido a su habitual naturaleza promocional, tiene más a menudo un diseño informal; además de que varía en el número de páginas, de 4 a 48 y el número de páginas debe ser divisible entre cuatro y el formato puede ser vertical u horizontal.

En sí el tríptico, bíptico o plegable (muestra informativa general) como superficie plana que se ve afectada por un doblez, intensifica aún más este procesamiento humano de la información, que es básicamente serial; es decir, se le va mostrando al receptor parte por parte la información que contiene el mensaje en su totalidad.

Esta forma de guiar al ojo hacia una lectura práctica, hace de este medio impreso un soporte que filtra la información de acuerdo a propósitos muy específicos.

En cuanto al cartel y al anuncio (más información gráfica que texto escrito, mayor apoyo ilustrativo para reforzar la idea central del mensaje), como superficies planas sin doblados ni páginas de por medio, son impresos poco factibles para controlar la entrada de información que guíe al ojo a través del mensaje; esto es, al leer el receptor puede observar cualquier parte del mensaje total en cualquier momento que lo desee, lo que no sucede cuando lee un folleto o un tríptico donde la información se plantea de manera dosificada. Pero también es cierto que como unidad integral visible se consigue proyectar el impacto o jalón necesario para atraer a un receptor hacia la parte del contenido que implica el mensaje impreso; es decir, se aprovechan mejor las capacidades efectivas del receptor y movilizan por más tiempo su atención.

A esta serie de posibilidades para la selección del canal siempre se antepondrá la necesidad de que converjan propósitos de la fuente e intereses del receptor; a la par de la creatividad tanto del diseñador como del escritor o redactor, que por lo general tienen la tendencia a sugerir nuevas propuestas de comunicación en aras de un mensaje determinante y efectivo, osea desde un punto de vista práctico.

De esta manera, el acto comunicativo implica o supone una intensa dinámica e interacción entre los elementos que permiten estructurar el mensaje, siempre habrá algo determinante que haya sido determinado; es decir, a una situación le corresponderá un escenario, a

éste unos personajes, a éstos determinados parlamentos, lo cual a su vez estará fincado en ciertas palabras contempladas por ciertas reglas; todo esto bajo la idea de un contexto de la situación, que a fin de cuentas sugiere el contexto cultural.

Asimismo, un constante círculo vicioso de dar y recibir, de correspondencia e interrelación entre los individuos que conforman una comunidad, o integrantes de ciertos grupos, a nivel institucional e interinstitucional, o simplemente a nivel interpersonal, hace latente la imperiosa necesidad que representa el acto comunicativo, en términos de que la estructura social demanda cultura e información a todos niveles.

La comunicación impresa forma parte de los aspectos que conlleva el engranaje de esa gran maquinaria que es la estructura social, se le reconoce un lugar en ese punto clave que es informar y fomentar la cultura; por ende el mensaje impreso es un hecho de lengua cristalizado en un registro que vierte una experiencia en común de los participantes del acto comunicativo, con un interés básico: proyectar un significado o sentido que proporcione información y cultura.

## **CAPÍTULO III**

### **EL MEDIO IMPRESO COMO PROPUESTA DE DIFUSIÓN EN LA DGSCA**

La necesidad comunicativa ya sea a nivel interpersonal, grupal e institucional se expresa bajo la intervención de los elementos fundamentales que conforman este proceso: emisor, encodificador, mensaje, canal, decodificador y receptor. La principal diferencia entre estos niveles, radica en el número de receptores a los que se pretende transmitir el mensaje; además de los objetivos o propósitos específicos que determinan el perfil del acto comunicativo en su conjunto.

Así, la propuesta de comunicación de una institución que pretende informar de sí misma a una comunidad externa, respecto de los servicios que le ofrece en respuesta directa a necesidades específicas; hace necesario el uso de medios o canales de difusión que le permitan transmitir su mensaje a un considerable número de receptores.

Paralelamente al beneficio que representa dirigirse a un sinnúmero de receptores; la imposibilidad de un mensaje de retorno al momento de recibir la información, demanda suplir esta desventaja, definiendo de antemano las necesidades y características propias del receptor como parte del contexto o entorno que permite proponer un mensaje. Asimismo, esta desventaja es posible solventarla a partir de cuestionarios u otros instrumentos de sondeo propuestos por la fuente, donde le sea posible expresarse al receptor de la información.

El impreso como medio de difusión, incluye el folleto, tríptico o díptico, anuncio, cartel, etc., e implica el uso del lenguaje escrito como herramienta encodificadora; además de un lenguaje gráfico como apoyo a la elaboración de ilustraciones que permiten complementar o reforzar la información a base de ideas, que se pretende incorporar en el mensaje a transmitir. A la par de definir el receptor para la elaboración del mensaje, especificar quién es la fuente se convierte en elemento fundamental para la realización del mismo.

#### **A. LA DGSCA COMO DEPENDENCIA UNIVERSITARIA**

La Universidad Nacional Autónoma de México como institución de estudios superiores, proporciona y enriquece el conocimiento universal que requiere nuestra sociedad, formando recursos humanos capaces de contribuir al desarrollo del país.



De esta manera, la UNAM se convierte en pieza clave de la estructura que implica la sociedad, al llevar a cabo las funciones prioritarias de investigación, docencia y extensión de la cultura como soporte a la estructura que en sí misma representa.

Por tanto, las diferentes actividades que desempeña la UNAM para el logro de sus objetivos se canalizan a través de diferentes dependencias (centros, institutos, facultades y direcciones), cada una de las cuales tiene propósitos específicos a cubrir.

La Dirección General de Servicios de Cómputo Académico (DGSCA) como parte de la estructura de la UNAM, es la cristalización de una trayectoria de trabajo ininterrumpido por más de tres décadas, en apoyo al desarrollo de la Informática que requiere en parte la comunidad universitaria, así como diversos ámbitos y sectores de la sociedad; como una manera de responder y sustentar el crecimiento tecnológico que precisa la misma.

#### ANTECEDENTES

- 1958** Puesta en marcha de la computadora IBM 650, primera en América Latina. Inicio de labores del Departamento de Cálculo Electrónico, para llevar a cabo investigaciones en el área de las matemáticas, física y actuaría.
- 1970** Surge el Centro de Investigación en Matemáticas Aplicadas Sistemas y Servicios para integrar en una sola dependencia el área administrativa y académica del cómputo universitario.
- 1973** Se separa el área de investigación de la de servicios de cómputo, y es así como se origina el Centro de Servicios de Cómputo y el Centro de Investigación en Matemáticas Aplicadas y Servicios, que más tarde se convierte en instituto.
- 1981** Creación del Programa Universitario de Cómputo, dada la necesidad de elaborar planes de infraestructura y programas de integración que proporcionen la suficiencia tecnológica y científica; bajo la idea de que la computación representa un instrumento tecnológico con amplio impacto en el desarrollo de la sociedad mexicana.
- 1985** Reestructuración de los servicios de cómputo en la Universidad, por lo que se establecen el Consejo Asesor en Cómputo de la UNAM y la Dirección General de Servicios de Cómputo Académico, DGSCA.

Fuente: Durán González, Rafael. "Décadas del Cómputo en la UNAM". *Universidad Nacional Autónoma de México. Pasado, Presente y Futuro de la Computación (30 Aniversario de la Computación en México. Memoria.)*. México. Dirección General de Servicios de Cómputo para la Administración. 1988.

pág. 325-341.

Bajo este marco de participación continua, la UNAM a través de la DGSCA, ha incorporado al acervo cultural la necesidad de fomentar la Informática, entendida como la integración de las telecomunicaciones y la computación; aspectos fundamentales que constituyen el factor de cambio más importante de la tecnología.

Por tanto la UNAM, como estructura en sí misma y como parte de la sociedad mexicana, ha definido en éste ámbito un Programa Institucional con el objeto de:<sup>1</sup>

- \* Integrar a sus alumnos desde el bachillerato hasta el posgrado a la cultura informática.
- \* Incorporar la enseñanza de la informática a los planes formales de estudio de todas las disciplinas.
- \* Proporcionar a su personal docente y de investigación todas las herramientas de la tecnología informática para el desarrollo de sus actividades.
- \* Dotar a la institución de una moderna infraestructura de telecomunicaciones y computación.

## **1. Funciones**

La existencia de la DGSCA como instancia universitaria, se justifica ante la tarea de llevar a cabo el Programa Institucional respecto al impulso y fomento de la Informática; por lo cual, y a partir de la trayectoria que la cristaliza como tal, contempla objetivos propios y por ende funciones específicas a desempeñar.

De esta manera, promover el desarrollo del cómputo en las diferentes dependencias universitarias, esto es, facilitar y proporcionar el uso de la computación como herramienta de apoyo a la docencia, a la investigación y a la administración académica se convierte en su objetivo principal.

---

1 Información obtenida de la entrevista realizada al Ing. Ricardo Martínez Garza, Director de Telecomunicaciones Digitales de la DGSCA. Septiembre/1993.

En función de este eje de acción se desencadenan una diversidad de actividades que implican mantenerse a la vanguardia de manera permanente, para que el impulso a la informática sea una verdadera propuesta de avance.

Así, del objetivo principal, surgen funciones como:<sup>2</sup>

- \* Analizar las tendencias actuales de la informática en beneficio de la docencia, la investigación y de la administración académica.
- \* Diseñar e implementar programas específicos para instituciones de los sectores productivo y social, con base en la idea de colaborar más allá de la comunidad universitaria en el impulso a la Informática y ante la necesidad del crecimiento tecnológico que requiere el país.
- \* Organizar y realizar eventos académicos donde se presenten los avances científicos y tecnológicos.
- \* Diseñar sistemas útiles en la actividad docente, elaborar libros de texto y producir programas de paquetes educativos.

Esta delimitación de funciones, permite ubicar a dicha dependencia universitaria como un organismo que ofrece diferentes servicios, en respuesta a necesidades propias de ámbitos varios.

Sin embargo, impulsar el desarrollo de la Informática hace necesario que paralelamente a las funciones antes mencionadas, se lleve a cabo una labor de difusión de esta disciplina, entendida como el fomento a la cultura informática; la cual implica tener información, conocimientos e inclusive formas de comportamiento ante la propuesta de una herramienta de apoyo que optimiza la capacidad intelectual del ser humano al ahorrar significativamente tiempo y recursos.

---

2 Durán González, Rafael. "Décadas del Cómputo en la UNAM". *Universidad Nacional Autónoma de México. Pasado, Presente y Futuro de la Computación (30 Aniversario de la Computación en México. Memoria.)*, pág. 325-341.

## **2. Estructura y Organización**

Una instancia universitaria como la DGSCA que tiene la tarea de mantener a la vanguardia en cómputo y tecnología informática a la UNAM así como de incorporar dicho conocimiento al acervo cultural, hace necesario el planteamiento de una organización que permita la realización de los objetivos propuestos en dicho Programa Institucional.

Las diferentes funciones que desempeña esta dependencia, se definen a partir de una estructura que tiene sus bases en cuatro pilares fundamentalmente: Dirección de Cómputo para la Investigación, Dirección de Telecomunicaciones Digitales, Dirección de Cómputo para la Administración Académica y Dirección de Cómputo para la Docencia.

Las funciones que en particular desempeña la Dirección de Cómputo para la Investigación, permiten ofrecer el apoyo en cuanto a Informática se refiere, a todas las áreas de investigación que tienen lugar en la UNAM. Esta labor se lleva a cabo haciendo uso de recursos como: supercómputo, visualización y servicios vía red (aspectos a detallar posteriormente).

En cuanto a tecnología informática, la Dirección de Telecomunicaciones Digitales hace posible que el intercambio de información entre usuarios de computadoras se dé a través de enlaces locales, regionales, nacionales e internacionales.

Por tanto, la creación de la infraestructura de telecomunicaciones de la Universidad implica tanto la Red Universitaria de Cómputo (RedUNAM) como el Sistema Telefónico Digital, que permiten eliminar distancias al integrar los diferentes servicios y recursos de cómputo como soporte de desarrollo eficiente para otras áreas.

Por su parte la Dirección de Cómputo para la Administración Académica, ofrece el desarrollo de sistemas de información relacionados con la administración escolar, mediante el procesamiento automatizado de datos, la captura óptica y digital y la microfilmación.

La formación, capacitación y actualización de los recursos humanos que permiten el fomento y difusión de la cultura informática es responsabilidad de la Dirección de Cómputo para la Docencia.

Todas las actividades que convergen para llevar a cabo la labor de docencia en esta dependencia, benefician a diversos sectores de la población: estudiantes, profesionales, trabajadores, niños y público en general.

También bajo la idea de hacer llegar a un mayor porcentaje de población los beneficios de la Informática, la DGSCA cuenta con el Centro de Docencia en Cómputo y Tecnología Informática Nuevo León, ubicado fuera del campus universitario (Colonia Condessa); principalmente para cubrir el objetivo de impulsar la cultura informática en sectores ajenos a la Universidad.

Paralelamente, la necesidad de una mayor cobertura ha impulsado el Proyecto del Centro de Extensión en Cómputo y Telecomunicaciones Mascarones -ubicado en la Rivera de San Cosme-; y donde su eje de acción estará constituido por un programa de enseñanza, por el impulso a la investigación y asesorías especializadas.

En respuesta a necesidades específicas por sector poblacional, la labor de docencia se estructura de la siguiente manera:<sup>3</sup>

- \* Programa de Actualización en Cómputo y Tecnología Informática.
- \* Programa de Capacitación para el Trabajo.
- \* Programa de Actualización en Cómputo para el Personal Académico del Bachillerato.
- \* Programas Especiales para la Comunidad Universitaria.
- \* Programa de Educación a Distancia.
- \* Programa de Cómputo para Niños.
- \* Programas Especiales para Instituciones de Educación Superior.
- \* Cursos Institucionales y Empresariales.

---

3 Información obtenida de la entrevista realizada a la Lic. Rosario Ortiz, Jefa del Departamento de Docencia de la DGSCA, Septiembre/1993.

El desempeño de funciones y por ende los servicios que ofrece cada una de las direcciones, las cuales a su vez dependen de la Dirección General, son el resultado de una organización para el cumplimiento de objetivos; por lo que la estructura implica a partir de las direcciones, cinco coordinaciones, veinticinco departamentos, veintitres secciones y una unidad administrativa.

De esta manera la DGSCA en interacción con otras dependencias universitarias, forma parte de la estructura y dinámica institucional que representa la UNAM; asimismo y en calidad de sistema, dado que todos los elementos que la componen se interrelacionan, la propia DGSCA es en sí una estructura.

Como consecuencia y por la división de funciones, las direcciones implican en sí mismas una estructura con elementos en constante dinámica e interacción que desempeñan actividades en cumplimiento de objetivos, ya no tan generales sino más específicos y en función de las áreas a las cuales corresponden.

La DGSCA es el resultado concreto del apoyo que se le da a la Informática en una Institución de Educación Superior como es la UNAM; con base en lo que fue planteado en el Coloquio "La Ciencia y la Tecnología para el Futuro de América Latina", organizado por la UNESCO y el Consejo Consultivo de Ciencias de México en el año de 1990.

A continuación, recomendaciones propuestas en dicho coloquio:<sup>4</sup>

- \* Integrar plenamente las áreas de estudio y los servicios de computación y comunicaciones.
- \* Establecer cuerpos colegiados de expertos que establezcan las políticas de desarrollo de la computación para que regulen su aplicación.
- \* Establecer o fortalecer, según sea el caso, centros de servicios de cómputo académico con grandes y sofisticados equipos de cómputo y con sistemas de telecomunicaciones que proporcionen amplios servicios que por su tamaño, costo y sofisticación no puedan ofrecerse a nivel local.

---

4 Aspectos relevantes de la ponencia presentada en el coloquio por el Dr. Víctor Guerra Ortiz, Director General de Servicios de Cómputo Académico (DGSCA) de la UNAM.

- \* Establecer uno o varios centros de cómputo en cada dependencia académica, responsabilizados de promover el uso de computadoras mediante la impartición de cursos y la administración de los equipos y las redes locales, para que actúen como elementos de comunicación con los demás centros de computación.
- \* Establecer amplios programas de capacitación para el personal académico, con el objeto de lograr una estrecha integración de la computadora como instrumento de trabajo en su actividad profesional.
- \* Integrar a los programas de estudio el conocimiento de las computadoras como instrumento de apoyo al desarrollo profesional del estudiante, específicamente a su potencial como herramienta de aprendizaje, de comunicación, como fuente de información y como auxiliar en las tareas de procesamiento de texto, cálculos numéricos, sistemas de modelación y simulación.
- \* Integrar o ampliar grupos de investigación que se mantengan a la vanguardia en computación y que sirvan como núcleos formadores de mayor número de personal de alta especialización y cada vez mejor capacitado.
- \* Fortalecer grupos de desarrollo tecnológico e investigación aplicada que vinculen a la Universidad con los grandes problemas que en este renglón tiene el país.
- \* Poner a disposición de su personal académico y estudiantado suficiente número de microcomputadoras y estaciones de trabajo.
- \* Crear una red de telecomunicaciones digitales que soporte las redes de cómputo y datos para comunicarse entre sí y con centros de cómputo universitarios nacionales e internacionales.
- \* Poner a disposición de su comunidad el equipo más sofisticado de cómputo que pueda adquirirse.
- \* Enseñar el cómputo desde el ciclo de educación media, para introducir lo más temprano posible a sus estudiantes al uso de esta herramienta. Se propone un mínimo de una microcomputadora por cada 40 a 80 estudiantes de este nivel.

- \* Todas las carreras relacionadas con las ciencias y las ingenierías ya integran en sus planes de estudio el uso de la computadora, adicionalmente, a lo largo de toda la institución fomentar activamente lo que podríamos llamar la culturización en materia de cómputo.

Con base en estas recomendaciones para apoyar a la Informática en las Instituciones de Educación Superior, la Universidad Nacional Autónoma de México hace su propuesta en particular y en correspondencia a objetivos que trascienden las fronteras universitarias; dado que como parte de la estructura de la sociedad mexicana tiene la responsabilidad de formar recursos humanos capaces de contribuir al desarrollo del país.

Así, una estructura más compleja siempre depende de otras más simples, que de alterarse cambian en mayor o menor medida la totalidad y por ende los objetivos, las funciones, la interacción y la dinámica que responde a necesidades específicas.

## **B. DIFUSIÓN DE LA CULTURA INFORMÁTICA**

Paralelamente a la responsabilidad de impulsar el desarrollo de la Informática así como del apoyo de esta disciplina a todas las áreas de investigación, la DGSCA también tiene la tarea de llevar a cabo una permanente labor de difusión al respecto.

La información que es necesario proporcionar para ser incorporada a la cultura informática, ha intentado ser canalizada por diferentes medios como por ejemplo promocionales por radio, programas televisivos y videos; dichas alternativas en la mayoría de las veces se han quedado tan sólo como proyectos, de los cuales no se ha obtenido resultado o beneficio alguno, no por el medio como tal sino por la falta de impulso a los proyectos que así lo han propuesto.

Bajo esta óptica, la única propuesta de difusión de la DGSCA es a través del medio impreso; básicamente da a conocer servicios en general.

Asimismo, como parte integral del mensaje que se difunde se pretende proyectar una imagen institucional. Por tanto, la DGSCA informa de los servicios que ofrece pero a su vez transmite la idea de cómo son éstos, de qué manera los proporciona, etc.; lo cual le reporta un reconocimiento específico por parte del receptor al cual se dirige, dado que éste primero ubica la imagen de la institución (DGSCA-UNAM) y posteriormente la calidad de los servicios que proporciona.



La labor de difusión en la DGSCA forma parte de los objetivos de la Coordinación de Planeación y Control de Proyectos, entre los cuales está "proporcionar una visión informática universitaria a mediano y largo plazo; por tal motivo se canaliza dicha responsabilidad al Departamento de Difusión, el cual a su vez es el organismo encargado de incrementar la cultura informática a través de la promoción y difusión de los cursos y eventos académicos que ofrece la DGSCA a diferentes sectores y ámbitos de la sociedad."<sup>5</sup>

Para el desempeño de sus funciones, el Departamento de Difusión cuenta con un área de diseño y una de revisión y corrección de estilo; las cuales respectivamente soportan los principales aspectos del medio impreso: la ilustración<sup>6</sup> y el texto. Estas áreas elaboran mensajes que se cristalizan en diferentes vertientes del medio impreso: carteles, trípticos, dípticos, folletos, volantes y anuncios tanto para la Gaceta de la UNAM como para algunos periódicos.

Todos estos medios impresos son portavoces de los servicios que presta la DGSCA, los cuales se presentan como: cursos y eventos académicos; en todos ellos participa activamente el Departamento de Difusión.

Asimismo, este departamento realiza labores de:

- \* Apoyo gráfico a dependencias universitarias donde se realiza la ambientación y elaboración del material necesario para exposiciones.
- \* Revisión, corrección de estilo y edición de manuales como material de apoyo didáctico a los cursos que ofrece esta dependencia.
- \* Revisión y corrección de estilo de los informes anuales de la DGSCA así como de los convenios que se establecen con insituciones del sector público y privado.

---

5 Información obtenida de la entrevista realizada a la Ing. Rosalba Uribe Mirón, Coordinadora de Planeación y Control de Proyectos de la DGSCA

6 Este concepto incluye: fotografías, pinturas y dibujos.

- \* Trabajo periodístico, como entrevistas y cobertura de eventos que requieren la elaboración de una nota informativa para ser enviada a la Gaceta de la UNAM y periódicos.

## 1. Cursos

La actividad de docencia que se lleva a cabo en la DGSCA es fundamental para promover la cultura informática, motivo por el cual se hace necesario difundir de manera permanente los diversos cursos en cómputo y tecnología informática que organiza dicha dependencia, a través de la Dirección de Cómputo para la Docencia.

Así, el impulso a los programas de docencia como objetivo prioritario de la Dirección de Cómputo para la Docencia, determina una interacción y dinámica de trabajo de esta dirección con el Departamento de Difusión para el logro de objetivos comunes.

Contemplando los objetivos que cada uno de estos programas comprende, es factible la realización de un mensaje impreso, donde se especifique el receptor al cual se dirige; en términos de satisfacer intereses en materia de cómputo de acuerdo al sector poblacional.

Los principales programas académicos a promover son:<sup>7</sup>

**El Programa de Actualización en Cómputo y Tecnología Informática**, ofrece más de 120 cursos anuales distribuidos en 16 áreas temáticas, con el objetivo fundamental de que el estudiante o profesional pueda aprender el uso de la herramienta que representa el cómputo, ya sea en apoyo a la realización de sus estudios o en sus actividades profesionales. Paralelamente estos cursos están abiertos para el público en general, siempre y cuando se haya concluido los estudios de nivel medio superior.

**El Programa de Capacitación para el Trabajo**, pretende formar y capacitar a los jóvenes que terminaron sus estudios de secundaria para generar en ellos las habilidades necesarias que les permitan incorporar sus conocimientos en cómputo como una herramienta de trabajo.

**El Programa de Actualización en Cómputo para el Personal Académico del Bachillerato**, proporciona al docente elementos de cómputo con la finalidad de que los

---

7 Información obtenida del folleto emitido por la Dirección de Cómputo para la Docencia de la DGSCA. Sin fecha de edición.

maneje en su actividad académica diaria y así pueda ofrecer una nueva óptica para sus alumnos.

**Los Programas Especiales para la Comunidad Universitaria**, se desarrollan como respuesta a peticiones expresas de dependencias universitarias; como por ejemplo el de alumnos sobresalientes de nivel bachillerato y licenciatura donde se ofrece un plan de capacitación que implica técnicas y herramientas de cómputo de actualidad.

**El Programa de Educación a Distancia**, propone cursos específicos haciendo uso de la red universitaria para evaluar y difundir formas alternativas de educación. Dependiendo del curso se determina el público al cual se dirige.

**El Programa de Cómputo para Niños**, se centra en aspectos prioritarios de la formación intelectual de los niños utilizando a la computadora como un medio para potenciar sus habilidades; entre sus actividades destacan las comprendidas en el subprograma de niños hipoacúsicos, en el cual se les brinda un apoyo pedagógico haciendo uso de la computadora como vehículo de aprendizaje.

Tanto los programas especiales para instituciones de educación superior, donde se instrumentan el desarrollo y diseño de sistemas de programas docentes en respuesta a demandas específicas de otras instituciones de educación superior; como los cursos institucionales y empresariales, estructurados de acuerdo a peticiones expresas de organismos y empresas que así lo solicitan, no se difunden por medios impresos ya que son propuestas concretas de trabajo que se determinan mediante convenios o contratos.

## **2. Eventos Académicos**

La manera en que la UNAM, a través de la DGSCA, contribuye al desarrollo tecnológico que requiere nuestra sociedad se canaliza de diferentes maneras una de ellas es lo relacionado a la docencia en cómputo y tecnología informática; otra es el apoyo de la Informática a todas las áreas de investigación de la UNAM por medio de grupos de trabajo que sustentan esta labor con recursos a la vanguardia tecnológica:<sup>8</sup>

\* **Supercómputo.**- procesos de cálculo matemático de gran magnitud que son necesarios en ciertas investigaciones.

---

8 Información obtenida del video promocional de la DGSCA. Realización llevada a cabo en octubre de 1993 por el Departamento de Difusión de la dependencia.

- \* Visualización.- traduce a imágenes los modelos matemáticos de las investigaciones que requieren de modelación, simulación y visualización.
- \* Servicios vía red.- acceso a diversos bancos de datos y enlaces a redes locales, regionales, nacionales e internacionales.
- \* Multimedia.- facilita la integración de texto, sonido, imágenes fijas, video y animación para elaborar programas educativos interactivos de difusión científica y cultural.

Esta serie de servicios que presta la DGSCA, se ofrecen como apoyo a la investigación y por lo general son promovidos a través del medio impreso. También se difunden los eventos académicos (talleres, pláticas y conferencias) donde se presentan los avances científicos y tecnológicos que, en la mayoría de los casos, se sustentan con estas modernas tecnologías.

La invitación que se hace a estos eventos académicos está abierta al público en general, pero implícitamente se dirige a los grupos de interés que hay detrás de cada disciplina.

La difusión de la cultura informática en la DGSCA se caracteriza por el uso del medio impreso, éste se encuentra contextualizado por un campo del discurso que gira en torno a dicha disciplina bajo diferentes propuestas: trípticos, dípticos, folletos, cateles, volantes y anuncios, con su correspondiente parte textual (estructurada con el lenguaje escrito en función de una coherencia y cohesión de ideas) y un diseño gráfico y editorial (disposición del espacio para el manejo de ilustraciones y de la composición tipográfica); y por último la definición del tono, ya sea formal o informal, e incluyendo el funcional que básicamente debe ser informativo o de exhortación (adecuación).

De esta manera el Departamento de Difusión transmite los mensajes que la DGSCA requiere para informar de sí misma y por ende de sus objetivos para impulsar la informática; a la vez de establecer intereses o significados comunes, con receptores a nivel masivo, en función del sentido que se le da a la información y haciendo uso de un canal de difusión como es el medio impreso para propiciar la incorporación del factor humano en éste ámbito.

# CAPÍTULO IV

## ANÁLISIS DE LA DIFUSIÓN IMPRESA DE LA DGSCA

La propuesta de difusión de la Dirección General de Servicios de Cómputo Académico canalizada a través del medio impreso, del cual hace uso para informar de aspectos varios sobre los diferentes servicios que ofrece en materia de cómputo y tecnología informática, supone implícitamente el manejo de los elementos que caracterizan todo acto comunicativo, a reserva del mensaje de retorno o *feedback* que no es posible controlar por completo, dada la falta de interacción directa entre emisor y receptor.

Por lo tanto, en este capítulo se corroboran algunas de las características básicas, en respuesta a un contexto específico, que permiten definir el tratamiento del mensaje a transmitir a través de los medios impresos: anuncio y cartel; todos éstos elaborados por el Departamento de Difusión de la DGSCA, con la participación de redactores y diseñadores que trabajan de manera conjunta.

Siguiendo la propuesta teórica planteada a lo largo de este trabajo, los conceptos de *estructura* y *función* soportan la metodología que permitió llevar a cabo la definición de las categorías de análisis. Es decir, la noción de elementos interactivos y el uso que se les da en respuesta a necesidades específicas, representan el eje en torno al cual se justifica la determinación de aspectos como: forma y contenido del texto, planteamiento de la imagen ilustrativa e imagen institucional (en términos de servicio, actualidad y constancia), obtenida por las formas de difusión utilizadas.

La instancia de interacción lingüística donde se involucran emisores y receptores que representa el texto, o como unidad semántica que transmite un sentido porque nos dice, informa o da la idea de algo; es un elemento del medio impreso que se determina haciendo uso de la herramienta codificadora que es lenguaje escrito, esto es, permite disponer las ideas de la fuente a partir de palabras o unidades significativas y distintivas representadas por símbolos visuales como las letras.

La existencia del texto en el medio impreso implica una forma y contenido como parte del tratamiento del mensaje. La forma de éste, es el resultado de la composición tipográfica, donde se determina el tipo y estilo de letra a utilizar, disposición del espacio y realce de encabezados que determinan las ideas de mayor significación; aspectos que en su conjunto permiten la legibilidad y atracción a la propuesta informativa que se pretende transmitir.

Por su parte, el contenido del texto estructurado por una serie de ideas, transmite el sentido o significado del mensaje, que a su vez depende del significado denotativo y/o connotativo, estructural y contextual.

Determinar lo que se quiere decir o informar ya sea describiendo o manifestando una forma de pensar en particular, o en función de la relación que guardan las palabras entre sí en la oración o frase, o en correspondencia al contexto de la situación (campo del discurso, modo y tono); implica el manejo de características propias del texto como: coherencia, cohesión y adecuación.

La coherencia supone que las relaciones que se establecen entre las ideas a transmitir, se definen estructurando el conocimiento de acuerdo al campo del discurso y a partir de un orden; por ende de una estructura que implica cohesión, dado que las palabras o unidades significativas que conforman las ideas están unidas de acuerdo a las funciones que desempeñan al interior de la frase o de la oración que se propone.

Entonces un texto es coherente respecto de sí mismo cuando hay cohesión, pero también debe ser coherente en relación al contexto de la situación; es decir, cuando corresponde al campo del discurso, al modo o medio y al tono (ya sea informal, formal o funcional).

Asimismo, la adecuación del texto permite establecer la interacción entre contexto de la situación y perfil del receptor.

El sentido del texto, visualizado bajo estas características, corresponde a los objetivos y propósitos de la fuente; motivo por el cual se retomarán estos parámetros para la categoría de texto contemplada en el análisis de la muestra representativa.

Ahora bien, como contraparte de la significación al interior del mensaje impreso, la ilustración a partir del manejo de un lenguaje gráfico apoya las ideas contenidas en el texto; en función de elementos que en interacción determinan la estructura de la ilustración, la cual abarca desde una fotografía, una pintura o un dibujo.

Dicha ilustración puede ser presentada desde un punto de vista concreto o abstracto, donde éste último implica un realce a las categorías básicas del aspecto que se desea ilustrar, por lo que se eliminan las que no son necesarias para comprenderlo.

Paralelamente a la función que tiene la ilustración, ya sea reforzar una explicación, como forma de entretenimiento o factor de influencia; es importante señalar que por lo general sensibilizan al lector, ya que apelan a su naturaleza subjetiva o emocional.

Precisamente por esa tendencia subjetiva es necesario el apoyo del texto o las palabras, las cuales permiten encaminar al lector directamente al objetivo de la fuente; es decir, la ilustración es un complemento significativo en el mensaje a transmitir que puede ser no muy eficaz si se le considera sin la participación del texto.

Por lo tanto, el manejo de elementos como tono, línea, contraste, equilibrio, proporción y color, determinan la estructura de esa unidad que es la ilustración, la cual interactúa con la forma y contenido del texto al interior del medio impreso.

El material impreso seleccionado para el análisis, se clasifica de acuerdo a objetivos y propósitos específicos de los cuatro pilares que fundamentan la estructura de la DGSCA: Dirección de Cómputo para la Docencia, Dirección de Cómputo para la Investigación, Dirección de Telecomunicaciones Digitales y Dirección de Cómputo para la Administración Académica; cada una de las cuales desempeña determinadas funciones en respuesta a necesidades específicas.

Dado que la Dirección de Cómputo para la Administración Académica desarrolla sistemas de información relacionados con la administración escolar a partir de convenios de colaboración con dependencias universitarias, no requiere material impreso de difusión para llevar a cabo dicha tarea, por tal motivo se excluyó del análisis.

La muestra representativa forma parte de material elaborado por el Departamento de Difusión durante casi un año (agosto 1992 - junio 1993). El análisis se centra en la revisión del texto, tanto en forma como en contenido, para verificar la correspondencia a objetivos y propósitos de la fuente, en este caso de las direcciones que conforman la DGSCA. También se da una revisión general a la ilustración. Por otra parte se analizan las formas de difusión para corroborar los canales informativos que han permitido ventilar la propuesta de servicio que proporciona cada una de las direcciones en la DGSCA.

Para el análisis sólo se seleccionaron el cartel y el anuncio, debido a que son los principales promotores de los diferentes servicios que ofrece la DGSCA; en cambio el tríptico y el folleto, cumplen la función de orientar detalladamente al lector interesado por el mensaje de los anuncios y carteles, y que acude a las instalaciones de la dependencia para solicitar más información al respecto.

La correspondencia entre objetivos o propósitos específicos de la fuente y el tratamiento del mensaje impreso (forma y contenido) deberá surgir según las funciones respectivas de las direcciones seleccionadas:

DIRECCIÓN	FUNCIÓN
Dirección de Cómputo para la Docencia	formar, capacitar y actualizar los recursos humanos que permiten el fomento y difusión de la cultura informática.
Dirección de Cómputo para la Investigación	apoya la labor de investigación de la UNAM con recursos como supercómputo y visualización.
Dirección de Telecomunicaciones Digitales	proporciona los servicios vía red, a partir de enlaces a redes locales, regionales, nacionales e internacionales utilizando los medios más modernos.

Dichas funciones forman parte del objetivo general de la DGSCA: promover el desarrollo del cómputo, facilitando y proporcionando el conocimiento y uso de la computación como herramienta de apoyo a múltiples actividades; por lo cual organizar y realizar eventos académicos donde se presenten los avances científicos y tecnológicos, se convierte en otra manera de promover la cultura informática y por ende implica una tarea de difusión.

La muestra representativa incluye 14 mensajes impresos, según la siguiente clasificación:

DIRECCIÓN	ANUNCIOS	CARTELES
Cómputo para la Docencia	5	3
Cómputo para la Investigación	3	1
Telecomunicaciones Digitales	1	1
Total	9	5

Los objetivos que se pretenden lograr al llevar a cabo dicho análisis son:

### **Objetivo General.**

Determinar los lineamientos que permiten definir la forma y contenido del mensaje impreso de la DGSCA como propuesta de difusión.



### **Objetivos Particulares.**

Establecer la correspondencia entre el significado contextual, denotativo y estructural que soporta el texto del mensaje, para rescatar el sentido del mismo.

Evaluar al lenguaje escrito como herramienta que permite disponer las ideas y propósitos del emisor, a partir de su estructura y funciones.

Establecer las características de la forma que adquiere el texto en el mensaje impreso.

Evaluar la función de la imagen ilustrativa como parte de la propuesta del mensaje.

Valorar la propuesta de difusión de la DGSCA en función de los medios que utiliza para darse a conocer.

En la medida en que estos objetivos sean llevados a cabo, podrán corroborarse las hipótesis planteadas para la presente investigación:

- \* El significado del mensaje impreso de la DGSCA está determinado por la forma y contenido del mismo.
- \* El texto del mensaje impreso de la DGSCA, definido a partir de la herramienta codificadora que representa el lenguaje escrito, soporta en primera instancia el sentido del contenido.
- \* El mensaje impreso de la DGSCA cumple únicamente funciones informativas y a través de ellas socializa las funciones institucionales: apoyo a la investigación, formación de recursos humanos y servicios vía red.
- \* El mensaje impreso de la DGSCA como propuesta de difusión, determina una imagen institucional, en términos de servicio, actualidad y constancia.

Para realizar el análisis se parte del contexto en el cual se ubica la DGSCA, asimismo se plasman los resultados en cuanto al sondeo sobre las formas de difusión de cada Dirección, para posteriormente estudiar los mensajes impresos seleccionados.

## **A. RELACIÓN UNAM-DGSCA**

Contribuir sustancialmente al desarrollo del país implica un compromiso de gran magnitud para la Universidad Nacional Autónoma de México. Bajo esta exigencia tiene la función y se responsabiliza de transmitir el conocimiento a un nivel superior, motivo por el cual se le considera la Máxima Casa de Estudios.

Esta óptica de propuesta educativa se reconoce como tal en la ley orgánica de esta Institución, misma que se cristaliza en el año de 1945 como resultado de un proceso social que tiene sus antecedentes a finales del siglo pasado y principios de éste; y donde se contemplaron aspectos relacionados con el positivismo y condiciones, por ende necesidades específicas del país.

Así, el desarrollo de la ciencia para la creación de tecnología propia y enseñanza de alto nivel académico se consideraron los aspectos fundamentales que permitirían contrarrestar las circunstancias adversas a la par de fortalecer un proyecto de nación.

Dichos ideales tendrían una razón de ser en la medida de que pudieran beneficiar a la sociedad en su conjunto. Es decir, detentar el conocimiento a un nivel puramente contemplativo no tiene sentido, en términos de contribución real al progreso del país; asimismo, debe propagarse o hacerse extensivo a la mayor parte de la población.

Esto último bajo la idea de enriquecer la cultura a partir de difundir el conocimiento universal, lo cual implica informar o transmitir este conocimiento, haciendo uso de distintos medios para lograrlo.

Las consideraciones hasta aquí planteadas, representan lo que hoy se concibe como las tres funciones básicas a desempeñar por la Universidad Nacional Autónoma de México: docencia, investigación y extensión de la cultura.

Dado que estos aspectos se contemplan como piezas fundamentales, en tanto que soportan incluso el proyecto a nivel nacional, es por lo que la manera en que sean encauzadas reportará trascendentales consecuencias de tipo social.

Por lo tanto, para llevar a cabo la tarea tan basta que tiene la Universidad se hace necesaria una estructura que en calidad de sistema, sopesa las múltiples y variadas actividades de la Institución para hacer realidad o cristalizar dichas funciones. De esta manera, se cuenta con Facultades, Centros Institutos y Direcciones.

Específicamente, la ejecución de actividades en cuanto a extensión de la cultura, es responsabilidad básicamente tanto de la Dirección General de Difusión Cultural de la UNAM como de la Dirección General de Información, para lo cual se hace uso de medios alternativos en el desempeño de sus funciones.

Sin embargo, de manera paralela existen organismos universitarios, dadas sus actividades, para los cuales es indispensable llevar a cabo esta labor informativa o de difusión de manera particular; tal es el caso de la Dirección General de Servicios de Cómputo Académico, DGSCA.

Esta Dirección, se incorpora a la estructura de la UNAM bajo la idea de ofrecer servicios relacionados con el área de la Informática: docencia, apoyo a la investigación y servicios vía red; dirigidos tanto a la comunidad universitaria como a sectores ajenos a la misma.

Considerando el avance tecnológico que prevalece en la actualidad, donde la Informática ha jugado un papel muy importante, se fundamenta la necesidad de incorporar el conocimiento de esta disciplina al bagaje universitario; justificado por el beneficio que reporta el cómputo y la tecnología informática a la propia Institución, como por la exigencia de formar recursos humanos con posibilidad de utilizar esta herramienta de trabajo en apoyo a sus labores y en múltiples actividades

La DGSCA es el organismo universitario por el cual se mediatiza este objetivo y así ofrece los servicios antes mencionados; mismos que requieren una labor de difusión o informativa, donde sean caracterizados o a manera de invitación puedan proponerse a un sinnúmero de receptores con necesidades en materia de cómputo.

Si las actividades que desempeña la DGSCA no fueran difundidas o no se hicieran extensivas, su labor de servicio no se cumpliría como tal; de ahí la importancia en cuanto a promoverlas, haciendo uso de medios alternativos que permitan emitir un mensaje determinado.

Prácticamente, en la DGSCA, esta labor informativa se canaliza a través del medio impreso; por ende, la función básica del mensaje que contiene, es fundamentalmente informativa respecto a las actividades que se llevan a cabo en la dependencia. Obteniéndose como resultado del mismo, una idea de servicio, actualidad y constancia (éste último en términos de periodicidad, ya que de manera permanente se emite).

En tanto la DGSCA tiene como objetivo principal promover la cultura informática abarcando diferentes aspectos; la labor de difusión que se realiza en esta dependencia,

tiene la función de promover los servicios que proporciona (en términos informativos), esto es, exhortando ya sea para tomar cursos y/o hacer uso del cómputo y de la tecnología informática (servicios vía red) para apoyar la labor de investigación.

Bajo estos requerimientos se estructura la forma y contenido que conlleva el mensaje a transmitir, como una manera de propagar o hacer extensiva la aplicación de uno de los desarrollos que el propio conocimiento ha procurado al mundo actual: la computación.

## **B. DIRECCIÓN DE CÓMPUTO PARA LA DOCENCIA**

### **1. Formas de Difusión**

La organización y promoción de los diferentes cursos que organiza la Dirección de Cómputo para la Docencia se lleva a cabo en función de los programas académicos, que como objetivos particulares se ha trazado impulsar.

De esta manera desarrolla diversas actividades que soportan 8 programas dirigidos a diferentes sectores de la población, motivo por el cual es indispensable la difusión de los mismos.

También es importante considerar que la DGSCA cuenta con un centro de extensión ubicado fuera de ciudad universitaria, como una propuesta de mayor cobertura y donde se desarrollan 4 de los 8 programas académicos.

Ahora bien, solamente 6 de los 8 programas son promovidos haciendo uso del medio impreso: anuncios, carteles, trípticos y folletos. Esto se debe a que los programas especiales para instituciones de educación superior y los cursos institucionales y empresariales, es un servicio de capacitación en cómputo que se ofrece en términos de convenio o contrato; por tanto no se hace uso del medio impreso para difundirlos.

A continuación se especifica la cantidad o tiraje y tipo de medio utilizado por programa académico.

**PROGRAMA DE ACTUALIZACIÓN EN CÓMPUTO  
DGSCA-CIUDAD UNIVERSITARIA**

TRÍPTICO	5000 a 7000 calendarios cada semestre. 200 por curso (aprox. 57 al semestre).
CARTEL	500 cada semestre.
ANUNCIO	En la Gaceta de la UNAM y en el periódico Universal o Excelsior cada semana.
FOLLETO	2000 cada semestre.

**PROGRAMA DE ACTUALIZACIÓN EN CÓMPUTO  
PARA EL PERSONAL ACADÉMICO DEL BACHILLERATO**

TRÍPTICO	Para algunos cursos.
CARTEL	750 cada semestre.
ANUNCIO	En la Gaceta del Colegio de Ciencias y Humanidades (periodo interanual).
FOLLETO	1250 cada semestre.

**PROGRAMAS ESPECIALES PARA LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA  
(ALUMNOS SOBRESALIENTES)**

CARTEL	1000 cada semestre (nivel bachillerato). 1000 cada semestre (nivel licenciatura).
VOLANTE	1000 cada semestre (elaborados por la DGASC).

**PROGRAMA DE CÓMPUTO PARA NIÑOS**

TRÍPTICO	500 cada periodo de cursos (6 periodos al año).
ANUNCIO	En la Gaceta de la UNAM y en el periódico Universal o Excelsior antes de cada periodo.

## PROGRAMA DE EDUCACIÓN A DISTANCIA\*

TRÍPTICO 1000 por curso

\* Dependiendo del curso se selecciona el medio impreso. Sólo se ha llevado a cabo un curso (Enseñanza del medio a Docentes).

### DGSCA-COL. CONDESA (CENTRO NUEVO LEÓN)\*\*

TRÍPTICO	20 por curso (aprox. 45 cada semestre).
CARTEL (pequeño)	50 cada dos semanas (ubicados en estaciones del metro).
CARTEL	50 cada semestre (ubicados en dependencias universitarias, escuelas y comercios aledaños y en el Centro Bancomer).
ANUNCIO	En la Gaceta de la UNAM y en el periódico Universal o Excelsior cada semana. A la par del periódico Mercurio (local, de junio a noviembre).
FOLLETO	1000 cada semestre.

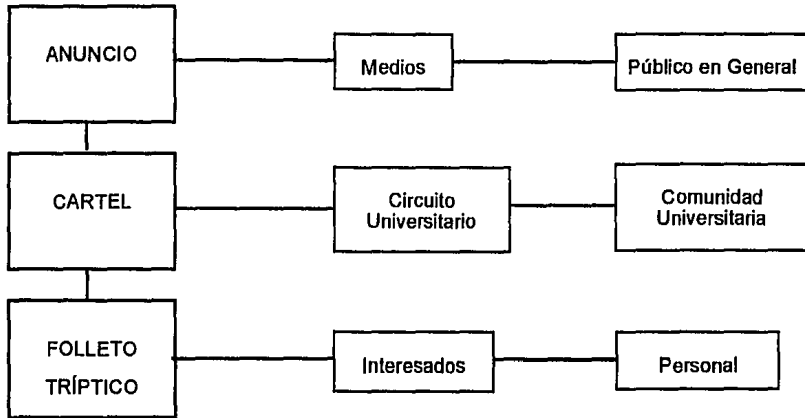
\*\* Se promocionan de manera conjunta los cuatro programas académicos que ofrece el Centro: Programa de Actualización en Cómputo, Programa de Capacitación para el Trabajo, Cómputo Infantil y Cursos Institucionales y Empresariales.

El proceso de difusión en la DGSCA respecto al medio impreso, implica proponer como información primaria el anuncio, por los medios en que se publica (Gaceta de la UNAM y periódicos Universal y Excelsior) y el cartel, dada su ubicación en diferentes partes (instalaciones de la UNAM principalmente); en tanto el tríptico y el folleto se consideran información secundaria o complementaria, la cual es solicitada por el interesado directamente en la dependencia.

Bajo esta óptica se justifican las formas de difusión seleccionadas para la muestra representativa que permitirá llevar a cabo el análisis de los mensajes impresos de la DGSCA.

La siguiente gráfica esquematiza el proceso antes mencionado:

## PROCESO DE DIFUSIÓN DE CURSOS Y EVENTOS



### 2. Análisis de los mensajes impresos (muestra)

Se revisaron 8 anuncios y tres carteles, éstos se enumeran a continuación agregando los medios de difusión, así como la temporalidad:

NO.	MENSAJE IMPRESO	MEDIOS DE DIFUSIÓN	TEMPORALIDAD DE LA DIFUSIÓN
1	Anuncio "Cursos Cómputo Académico"	Gaceta UNAM Periódicos Universal o Excelsior	Antes de la fecha de inicio
2	Anuncio "Cursos de Computación"	Gaceta UNAM Periódicos Universal o Excelsior	Semanal
3	Anuncio "Cursos Centro Nuevo León"	Gaceta UNAM Periódicos Universal o Excelsior	Semanal
4	Anuncio "Cómputo Infantil"	Gaceta UNAM Periódicos Universal o Excelsior	Antes de la fecha de inicio
5	Anuncio "Capacitación para el Trabajo"	Gaceta UNAM Periódicos Universal o Excelsior y Mercurio (local)	Antes de la fecha de inicio
6	Cartel "Cursos Nuevo León"	Distribución en instalaciones de la UNAM y zonas aledañas al Centro	Semestral
7	Cartel "Alumnos Sobresalientes"	Distribución en instalaciones de la UNAM (nivel medio superior y superior)	Semestral
8	Cartel "Escuelas Incorporadas"	Distribución en instalaciones de la UNAM (nivel medio superior y escuelas incorporadas)	Semestral



## a) Anuncio "Cursos Cómputo Académico"

### TEXTO-FORMA

El tipo de letra en general es *swiss* (sin patitas) acompañado de un estilo *bold* (negritas) o normal y bajo diferentes puntajes o medidas.

La mayor parte del texto está determinado con una posición inclinada y en dirección a una parte del titular; además del uso de letras mayúsculas.

El interlineado definido permite detectar una serie de frases dispuestas una tras otra, a partir de una línea invisible inclinada y un alineamiento a la derecha que conserva cada frase.

El uso de letras negras en fondo blanco y de letras blancas en fondo negro, proporciona un contraste que diferencia unos aspectos de otros.

En el encabezado principal se simula un tipo de letra manuscrita a la par de letra *swiss* (sin patitas); se encuentra seccionado en dos partes, las cuales implican letras blancas y negras en función del contraste antes mencionado.

### TEXTO-CONTENIDO

En el encabezado se informa implícitamente de la función básica del área de docencia: la capacitación.

Las frases e ideas que a continuación se presentan en dos bloques de texto diferentes, corresponden a diversas opciones de capacitación en cómputo de manera muy esquemática, porque se retoma el nombre del curso tal como se denomina y reconoce en el Programa de Actualización en Cómputo de la DGSCA.

La diferencia de forma entre un bloque y otro, radica en el interés de anteponer la promoción de los cursos que están en letras blancas a los que están en letras negras; sin embargo, solamente se promocionan aproximadamente el 10% de los cursos que ofrece dicho programa debido a que forman parte de la propuesta de un periodo determinado.

La serie de ideas o frases que definen las diferentes opciones en cómputo, implican palabras o unidades significativas que orientan al lector y permiten establecer intereses

en común; a la par de la existencia de otras que son tecnicismos propios del vocabulario que se maneja en el área de la Informática.

El orden o la coherencia del texto está determinado por el manejo de los elementos textuales de acuerdo a su importancia, primero el titular que resalta a todo el texto, después los cursos que tienen poca demanda y requieren mayor promoción, posteriormente los otros cursos que también están programados en el periodo definido y por último al final del texto encontramos los datos necesarios para solicitar información al respecto. Toda la propuesta del texto está contemplada bajo la ley del mínimo esfuerzo.

Esta coherencia del texto respecto de sí mismo, supone una cohesión que implica la unión de palabras o unidades significativas que se relacionan entre sí, con el apoyo de palabras conectoras o de enlace como son las preposiciones y las conjunciones, o sea, manejo de palabras "llenas" o "vacías" en interacción.

La coherencia respecto al contexto de la situación está implícita, dado que el texto trata sobre aspectos relacionados con la informática (campo del discurso); como anuncio está reforzando un servicio que la DGSCA ofrece en cuanto a capacitación se refiere; y se utiliza un tono informal dado que no se define una estricta construcción gramatical, principalmente porque el mensaje se dirige a todo público.

Asimismo, el tono funcional es básicamente informativo por el manejo implícito de significado denotativo en la determinación del sentido que tiene el mensaje.

Por último, la adecuación del texto está en función del campo del discurso que es la Informática y las palabras o conceptos como **cursos** y **computación** son los pilares textuales que le dan sentido al mensaje; en relación al canal utilizado (anuncio) se sintetiza y esquematiza la información, la cual implica reforzar un servicio de capacitación; de esta manera el tono es informal, por la estructura y manejo del lenguaje. Dicha adecuación cristaliza una propuesta informativa dirigida al público en general, siempre y cuando haya finalizado sus estudios secundarios.

#### *ILUSTRACIÓN*

Los dibujos utilizados refuerzan a las ideas propuestas en el texto, ya que representan dos herramientas necesarias para utilizar la computadora: un disco y un dispositivo de entrada de datos llamado "ratón".

La ilustración interactúa con el texto en función de la ubicación de una parte de éste al interior de los dibujos señalados; en el disco encontramos la primera parte del encabezado y en especial la letra **C** coincide con el centro del mismo, lo que a su vez se convierte en el punto de atracción.

En el dispositivo o "ratón" se encuentra el texto de las opciones en cómputo con menor demanda y que requieren mayor promoción; y en los botones que permiten activar funciones de este dispositivo, están ubicados tanto el logotipo de la UNAM como el de la DGSCA. Por último, como parte del cable del "ratón", están propuestos una serie de datos que permitirán al lector complementar la información respecto a lo que se está transmitiendo.

Los dibujos son proporcionales entre sí y respecto al encabezado; además, el contraste definido por el uso del blanco y el negro, permite resaltar nuevamente los elementos de mayor significación gráfica como son las dichas herramientas de cómputo y los logotipos en interacción con el texto por este contraste.

En general el diseño es asimétrico, dado que los elementos no guardan entre sí el mismo tamaño, forma o tono; y el manejo del espacio en blanco no es similar a lo largo de la superficie que contempla el anuncio.

En la siguiente página se presenta una reproducción del anuncio analizado.

# Cursos

de Computación

DISEÑO ASISTIDO POR  
COMPUTADORA CON  
AUTOCAD

SISTEMA OPERATIVO UNIX  
ELABORACION DE PANTALLAS  
Y ANIMACIONES MEDIANTE  
ANIMATOR

AUDITORIA INFORMATICA  
ANALISIS Y DISEÑO DE  
SISTEMAS

SISTEMA OPERATIVO MS-DOS

SISTEMA OPERATIVO MS-DOS AVANZADO  
AMBIENTE GRAFICO WINDOWS

PROCESAMIENTO DE PALABRA MEDIANTE WORD  
PROCESAMIENTO DE PALABRA MEDIANTE WORDPERFECT

ELABORACION DE PROGRAMAS EDUCATIVOS COMPUTARIZADOS  
MEDIANTE LINKWAY

HOJA DE CALCULO QUATRO PRO  
PRESENTACION GRAFICA CON STORY BOARD LIVE

EDICION GRAFICA CON HARVARD GRAPHICS  
PROGRAMACION CON DBASE IV

INFORMES: Oficina de Información y Relaciones de la DGSCA,  
Circuito Exterior, C.U. Tel. 622 85 02

DURACION: Marzo 8 a 19 INSCRIPCION: Marzo 1 al 4

## b) Anuncio "Cursos de Computación"

### TEXTO-FORMA

El tipo de letra utilizado es *swiss* (sin patitas) bajo diferentes estilos y puntajes o medidas.

El encabezado principal sobresale a todo el texto por el puntaje determinado y se diferencia del encabezado secundario, debido a que este último implica aparte de letra *swiss*, el estilo *italic* (letra inclinada), a la par de un puntaje de letra menor.

El texto está seccionado por bloques donde a su vez se definen títulos y subtítulos que mantienen la idea del encabezado principal; asimismo, el texto de cada bloque está propuesto por columnas donde se agrupan aspectos similares, resaltándose con estilo *bold* (negritas) los elementos informativos más importantes para el lector y que lo remiten a continuar informándose.

Al interior de dichos bloques el texto se encuentra en las columnas y alineado a la izquierda o a la derecha, en tanto los títulos y subtítulos están alineados al centro; y donde éstos últimos se diferencian entre sí por el uso de letras mayúsculas en el título, y subrayado a la vez de letras mayúsculas y minúsculas en el subtítulo.

Por la cantidad de texto vertido en el anuncio, abarca casi en su totalidad la superficie contemplada para el mismo; motivo por el cual, el interlineado es muy reducido y proporcional al tamaño de la letra que se usa en la mayor parte del texto.

### TEXTO-CONTENIDO

Los diferentes bloques de texto que se determinan en el anuncio, corresponden a opciones de capacitación en cómputo de distintos programas académicos, a la vez de que están programados en distintas instancias universitarias pero que dependen de la DGSCA.

Los títulos y subtítulos de cada bloque remiten al programa de capacitación de que se trata, así como al lugar donde se ofrecen dichos cursos. Por lo tanto, es posible corroborar una propuesta informativa que abarca diferentes objetivos de la Dirección de Cómputo para la Docencia; a la vez de que se incorpora un texto que alude a la venta de los manuales que se elaboran por profesores de la dependencia y que son editados en el Departamento de Difusión, como una labor de apoyo a la enseñanza en la DGSCA.

Dada la cantidad de información que es necesario incorporar cada semana para promocionar diferentes programas académicos, eventos y otros servicios que ofrece la dependencia, el texto es planteado de manera esquemática, a partir de una serie de ideas o frases que se relacionan con el título y subtítulo de cada bloque, los cuales a su vez interactúan con el encabezado principal y el secundario.

La coherencia del texto respecto de sí mismo la encontramos contemplada por bloque y en relación al contexto de la situación por el campo del discurso que es la Informática.

La cohesión o unión de elementos se determina en función del uso de unidades significativas correspondientes al lenguaje estándar o de uso común, a la par de un manejo de tecnicismos que pertenecen al lenguaje de esta disciplina.

Por tanto, la adecuación del texto deja implícito el campo del discurso al cual se alude haciendo uso principalmente de ideas o conceptos como **cursos, cómputo o computación, programa, actualización y capacitación para el trabajo** como una manera de definir el sentido del mensaje en su conjunto.

Asimismo, el texto está adecuado para un anuncio ya que se manejan ideas esquemáticas debido a que solamente se trata de reforzar una información ya conocida de antemano; por lo tanto el tono es informal, en tanto no existe un manejo del lenguaje que implique una estricta construcción gramatical.

Por su parte, el tono funcional se reconoce como informativo debido a que se utiliza el significado denotativo implícitamente, para conformar el sentido del mensaje.

A su vez, la determinación de un lenguaje común independientemente de los tecnicismos, no alude a un receptor en especial; lo cual permite al lector identificarse con alguna propuesta informativa de acuerdo a sus necesidades e intereses.

#### *ILUSTRACIÓN*

El soporte al titular o encabezado principal, se encuentra dado por la propuesta de una serie de dibujos, que correspondiendo a la secuencia del movimiento ocular, se anteponen como la principal imagen visual gráfica.

El contraste determinado por el fondo negro y figuras blancas hacen más significativas a éstas, donde la capacitación en cómputo aludiendo inclusive al sector infantil, se propone

como algo acertado; mismo que se hace palpable mediante computadoras, tortugas, discos, lápices y palomeado.

También como parte de la ilustración se disponen los logotipos tanto de la UNAM como de la DGSCA, en el área superior izquierda y superior derecha respectivamente; es decir, donde son visibles fácilmente al lector y le permiten informarse en cuanto a qué institución y dependencia universitaria le está haciendo la propuesta de capacitación.

Asimismo, el uso de recuadros o figuras geométricas permiten la clasificación de la información de acuerdo a los lugares donde se imparten los cursos, así como la determinación de servicios que en este caso es la venta de manuales; y delimitación a base de recuadros también, formando parte de otros mayores, para denotar datos importantes.

En la siguiente página se presenta una reproducción del anuncio analizado.



# Cursos de Computación

La Secretaría de Servicios Académicos y  
La Dirección General de Servicios de Cómputo Académico  
INVITAN



## CURSOS DGSCA - CU

### Programa de Actualización en Cómputo

curso	horario	curso	horario
Sistema operativo MS-DOS	8-10	Hoja electrónica EXCEL	15-17
Sistema operativo MS-DOS	15-17	Introducción a las Bases de Datos	10-12
MS-DOS avanzada	8-10	HARVARD GRAPHICS	18-20
Sistema operativo UNIX	8-10	AUTOCAD (2D)	15-17
Ambiente gráfico WINDOWS	8-10	LINKWAY	10-12
Procesador de palabras WORD	12-14	CRAY para principiantes	14-16
Ventura	17-19		

Inscripciones: 28 junio al 2 de julio

Duración: 2 al 13 de agosto

Introducción a la computación y al uso de computadoras personales

Inscripción: junio 25 al 30 Duración: agosto 9 al 27 (30 hrs.)

Informes e inscripciones: Oficina de Información y Relaciones de la Dirección General de Servicios de Cómputo Académico, Ciudad Universitaria, frente a la Facultad de Contaduría y Administración de 9:00 a 14:00 horas, o pedir informes al teléfono 622 85 02.

## CURSOS DGSCA - Centro Nuevo León

### Programa de Actualización en Cómputo

curso	horario	curso	horario
Introducción a Unix	8-10	Sistema operativo MS-DOS	8-10
Quattro Pro	19-21	Word	10-12
Comandos de Dbase IV	19-21	Wordperfect	8-10
El paquete estadístico SPSS	8-10	Duración: julio 5 al 16	
Ventura	8-10	Módulo de Introducción a la Computación y al uso de computadoras personales	
Duración: julio 19 al 30		Duración: julio 5 al 23	

### Programa de Capacitación para el Trabajo

Introducción a la computación y taller de redacción con Word5

Duración: julio 26 a agosto 13

Informes e inscripciones: dos semanas antes de cada curso, de lunes a viernes, de 9:00 a 19:30 horas, en la calle de Nuevo León no. 167, col. Condesa, o a los teléfonos 553 34 35 y 553 95 25.

## CURSOS DGSCA - DCAA edificio IIMAS

### Para personal administrativo y académico

curso	horario	inscripción	duración
T-27	7-9	junio 21 al 24	junio 28 a julio 2
Utilerías de la Serie A	7-9	junio 28 a julio 1	julio 26 al 30
Servicios que proporciona			
Red UNAM	18:00-20:30	junio 28 a julio 1	julio 26 al 30
Work Flow Languaje	9-11	junio 28 a julio 1	julio 26 a agosto 13
Diseño de bases de datos relacionales	9-11	junio 28 a julio 1	julio 26 a agosto 13

Informes e inscripciones: Oficina de Información y Relaciones de la Dirección General de Servicios de Cómputo Académico, Ciudad Universitaria, frente a la Facultad de Contaduría y Administración de 9:00 a 14:00 horas, o pedir informes al teléfono 622 85 02.

## CURSOS DE COMPUTO INFANTIL

### DGSCA-CU

Taller de cuentas con LOGO  
Para niños de 1o y 2o de primaria  
horario: 10:00-12:00

Dibujos geométricos con LOGO  
Para niños de 3o y 4o de primaria  
horario: 10:00-12:00

Taller de LINKWAY  
Para niños de 5o y 6o de primaria  
horario: 12:00-14:00

Taller de ARTES Y LETRAS  
Para niños de secundaria  
horario: 12:00-14:00

Inscripción: 28 de junio al 2 de julio  
y del 26 al 30 de julio

Duración: 2 al 13 de agosto  
Cursos de 20 horas, de lunes a viernes

Informes: 622 85 02

### DGSCA - Centro Nuevo León

Taller de cuentas con LOGO  
Para niños de 3o, 4o y 5o de primaria  
horario: 10:00-12:00

Taller de redacción con WORD  
Para niños de secundaria  
horario: 12:00-14:00

Inscripción: 5 al 16 de julio  
Duración: 19 al 30 de julio  
Cursos de 20 horas de lunes a viernes

Informes: 553 34 35 y 553 95 25 ó dirigirse al Centro Nuevo León en Av. Nuevo León # 167 esq. con Mexicali, Col. Condesa

## A LA VENTA

### GUIAS Y TEXTOS DE COMPUTO

BITNET  
WORDS  
WORDPERFECT  
WORDPERFECT 5.1  
UTILERIAS UNIX  
AUTOCAD 2D  
MS-DOS AVANZADO  
INFORMES: 622 85 02



### c) Anuncio "Cursos Centro Nuevo León"

#### TEXTO-FORMA

El manejo en cuanto a tipo de letra implica tanto la fuente *dutch* y *swiss* (con y sin patitas respectivamente).

El encabezado principal y el secundario, a partir de letra *swiss* y un estilo *bold* (negritas) en el primero y normal en el segundo, se encuentran centrados e implican imágenes visuales textuales que resaltan en relación a otros títulos, principalmente por la determinación de un puntaje o medida mayor de la letra y uso de letras mayúsculas y minúsculas.

La mayor parte del texto está contemplada en bloques, a los cuales les antecede un título subrayado que está definido con letra *dutch* (con patitas) y estilo *bold* (negritas); dicho subrayado, a su vez enmarca la zona donde está ubicado el texto e información que le corresponde a cada idea sugerida por los títulos.

Dada la cantidad de texto y el manejo de otros elementos al interior de la estructura del anuncio, se hace uso de un puntaje menor para la mayor parte de éste; el cual a su vez es proporcional al interlineado definido. Asimismo, las columnas que seccionan cada bloque de texto y que contienen datos alusivos a las diferentes opciones en cómputo, son proporcionales al tamaño de la letra utilizado.

#### TEXTO-CONTENIDO

El encabezado principal denota la idea fundamental a transmitir y el secundario define el lugar donde se ofrecen dichos cursos, en este caso un centro de extensión de la DGSCA que depende de la Dirección de Cómputo para la Docencia y donde se proporciona exclusivamente capacitación en cómputo a diferentes niveles.

Los títulos de cada bloque de texto interactúan con el titular, en función de que todos corresponden a los programas académicos promovidos por dicho centro.

Cada sección del texto está propuesta por una serie de frases donde resaltan aparte de las unidades significativas, una serie de tecnicismos correspondientes al lenguaje que se maneja en Informática; además del uso de oraciones donde se considera necesario proporcionar más información al respecto, como la que está ubicada al final del anuncio

donde se hace una invitación al lector para que adquiera una información más detallada respecto al servicio que se ofrece.

Las ideas que implican los títulos de cada bloque de texto interactúan con el encabezado principal a la par del secundario, haciendo posible que el lector establezca una relación y se forme una idea de lo que se le está informando; dicha correspondencia permite a su vez generar un interés respecto al contenido de cada bloque de texto, los cuales están sugeridos para diferentes sectores poblacionales que tienen ciertas necesidades específicas en materia de cómputo.

La coherencia respecto al contexto de la situación radica en la interrelación con el campo del discurso que es la Informática; en cuanto a sí mismo, el texto tiene un orden que se justifica por la falta de demanda que tienen unos programas respecto a otros, motivo por el cual es necesario promoverlos en primera instancia.

Por su parte la cohesión del texto permite que las diferentes ideas o frases y las oraciones que se determinan, estén unidas por una serie de palabras o unidades significativas que van definiendo las ideas principales o elementos de mayor significación textual representadas por el encabezado principal, el secundario y los títulos de cada bloque; a la par de ideas secundarias que determinan las opciones de capacitación en cómputo y los datos complementarios a cada curso.

Así el texto se adecua al campo del discurso que es la Informática, además de hacer uso de ideas o conceptos como  **cursos, cómputo o computación, programa, actualización y capacitación para el trabajo** que permiten definir el sentido o significado que se intenta transmitir en el mensaje. A la vez el texto se adecua al canal utilizado que es un anuncio, a partir de una propuesta esquemática que tiene la función de reforzar una información. De esta manera el tono que se maneja es informal debido a que no se plantea una rígida construcción gramatical; lo cual hace posible establecer la comunicación con diferentes sectores poblacionales.

Por tanto, el tono funcional del presente mensaje es informativo, en la medida que se utiliza el significado denotativo para determinar el sentido del mismo.

#### ILUSTRACIÓN

Como parte de la propuesta gráfica, la figura que resalta a todos los elementos ilustrativos es el cuadrado ubicado por arriba del titular, donde se alude a un disco (herramienta para guardar información) y a una parte de un lápiz incluidos en cuadrados más pequeños que

a su vez estructuran el cuadrado mayor; el cual como unidad proporciona la idea de aprendizaje en cómputo, además de que representa el elemento gráfico con mayor significación.

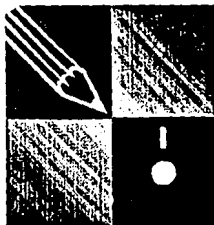
Paralelamente a esta figura geométrica se encuentran ubicados los logotipos tanto de la UNAM como de la DGSCA en la esquina superior izquierda y superior derecha respectivamente; propuesta visual informativa en cuanto a la institución y dependencia universitaria que ofrece dicho aprendizaje.

Asimismo, están ubicados una serie de dibujos en relación directa con un determinado bloque de texto, los cuales pretenden definir el sector poblacional al cual se dirige cada programa académico.

Las figuras en interacción con los bloques de texto son proporcionales entre sí y son determinadas bajo un equilibrio simétrico. Además, por la idea que representan interactúan con el cuadrado, el cual lo hace a su vez con el titular en función de un contraste soportado por el uso del negro y del medio tono en un fondo blanco.

Por último, los márgenes de la superficie que abarca el anuncio están definidos por dibujos alusivos a discos, también dispuestos a partir de un contraste (uso de negro en fondo blanco); propuesta gráfica que refuerza la información que transmiten las figuras antes mencionadas y por ende la que implica el texto.

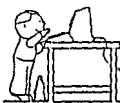
En la siguiente página se presenta una reproducción del anuncio analizado.



**COMPUTO**  
academico  
2011

# Cursos de Computación

Centro de Extensión en Cómputo y Telecomunicaciones Nuevo León



## CURSOS INFANTILES

Curso	Para niños de:	Horario	Inscripción	Duración
Taller de cuentos con LOGO	3º, 4º y 5º de primaria	10:00-12:00	5-16 jul	19-30 jul
Taller de redacción con WORD	secundaria	12:00-14:00		
Taller de LOGO para pequeños	2º y 3º de primaria	10:00-12:00	26 jul-6 ago	9-20 ago
Elaboración de un cuento con STORYBOARD	4º, 5º y 6º de primaria	12:00-14:00		

Cursos de 20 horas, de lunes a viernes. COSTO: \$150.00

## PROGRAMA DE ACTUALIZACION EN COMPUTO

Duración	19-30 Jul	2-13 Ago	16-27 Ago	Duración	19-30 Jul	2-13 Ago	16-27 Ago
Acción al sistema operativo UNIX	8-10			Hoja electrónica de cálculo LOTUS 123			8-10
Ente gráfico WINDOWS			19-21	Hoja electrónica de cálculo de QUATTRO PRO	19-21	10-12	
Manejo de palabra mediante WORD		8-10		Comandos del manejador DBASE III PLUS		17-19	
de palabra mediante WORDPERFECT		19-21		Comandos del manejador DBASE IV	19-21		
por computador/a mediante VENTURA	8-10			Manejador de bases de datos INFORMIX 4GL		8-10	
avanzada con VENTURA		8-10	8-10	El paquete estadístico SPSS	8-10		



Duración	23 ago-10 sep
Módulo de Introducción a la computación y al uso de computadoras personales	8-10, 10-12, 17-19, 19-21

Las inscripciones se realizarán dos semanas antes del inicio de cada curso. Clases de lunes a viernes.  
Al término de cada curso se hace entrega de una constancia avalada por la UNAM.

## PROGRAMA DE CAPACITACION PARA EL TRABAJO

Dirigido a jóvenes que terminaron sus estudios de secundaria. Consta de un módulo básico y cinco líneas de especialización a elegir. Al término de cada curso se entrega una constancia avalada por la UNAM con registro de la Secretaría del Trabajo.

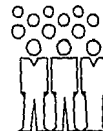


MÓDULO BÁSICO	TERCER PERIODO		CUARTO PERIODO	
	Duración	Horario	Duración	Horario
Introducción a la computación y taller de redacción con WORDS	26 jul-13 ago	10-12	6-28 sep	8-10
El sistema operativo MS-DOS	30 ago-10 sep	12-14	11-22 oct	10-12
Introducción a las hojas electrónicas de cálculo mediante LOTUS 123	4-15 oct	15-17	8-19 nov	15-17
Introducción a los manejadores de bases de datos mediante DBASE III PLUS	3-16 nov	19-21	1-14 dic	17-19
Introducción a la graficación asistida por computadora mediante STORYBOARD	29 nov-10 dic		17-28 ene-94	19-21

Las inscripciones se realizarán dos semanas antes del inicio de cada curso. Clases de lunes a viernes. COSTO: \$280.00

## CURSOS INSTITUCIONALES Y EMPRESARIALES

Programas de capacitación diseñados de acuerdo a las necesidades específicas de instituciones o empresa que lo soliciten.



### INFORMES E INSCRIPCIONES:

Departamento de Información y Relaciones del Centro de Extensión en Cómputo y Telecomunicaciones Nuevo León, ubicado en Av. Nuevo León # 167, esq. con Mexicali, Col. Condesa, a tres cuadas del metro Chilpancingo, de lunes a jueves de 9:00 a 19:00 horas, o comunicarse a los teléfonos 553 34 35 y 553 95 25.

Visite nuestras instalaciones, nosotros le asesoraremos de acuerdo a sus necesidades, o bien, solicite un folleto de información general sobre los servicios que presta este Centro.

#### **d) Anuncio "Cómputo Infantil"**

##### *TEXTO-FORMA*

Se hace uso de letra *swiss* (sin patitas) en general, así como del estilo *bold* (negritas) en algunas partes que requieren ser resaltas. El puntaje o medida de la letra es el mismo, a reserva del encabezado principal y el secundario.

El texto se encuentra seccionado en dos bloques, los cuales corresponden a propuestas informativas diferentes; motivo por el cual a cada uno de éstos les antecede un título, definido por el uso de mayúsculas y estilo *bold*.

El encabezado principal se encuentra ubicado aproximadamente en la esquina superior izquierda, o sea en respuesta a la secuencia del movimiento ocular, permitiendo de esta manera que sea más fácilmente detectable por el lector.

Por su parte el encabezado secundario está centrado a la derecha y seccionado a su vez en dos partes, debido al manejo de dos ideas diferentes como parte del mismo.

El interlineado del texto definido al interior de los bloques es proporcional al tamaño de la letra que se utiliza y en relación a la superficie de éstos, obteniendo así mayor legibilidad.

##### *TEXTO-CONTENIDO*

En el encabezado principal se propone la idea de uno de los objetivos de la Dirección de Cómputo para la Docencia, que es promover el aprendizaje del cómputo a nivel infantil. La función que tiene el encabezado secundario, es complementar la información del principal determinando cuáles son los organismos universitarios que promueven dichos cursos.

Los títulos correspondientes a los bloques de texto enfatizan el lugar donde se proporciona el servicio de capacitación. Encontramos dos opciones relacionadas con la misma dependencia (DGSCA), la primera implica las instalaciones de ciudad universitaria, y la segunda alude al centro de extensión que depende de la DGSCA y que se encuentra ubicado en la Colonia Condesa. Osea, se hace uso del mismo anuncio para promover el Programa de Cómputo Infantil en dos instalaciones diferentes.

Posterior a cada título y como parte del mismo bloque de texto, se determinan una serie de ideas y datos complementarios a las mismas, que corresponden a diferentes opciones de capacitación en cómputo programadas para dos periodos distintos.

El lenguaje utilizado implica el manejo de tecnicismos alusivos al área de la Informática, a la par de un lenguaje estandarizado o de uso común para definir dichas frases o ideas.

La coherencia del texto respecto al contexto de la situación deja implícito un campo del discurso relacionado con la Informática. Respecto de sí mismo, en el texto se propone un orden que está fundamentado en el encabezado principal y donde se determina que el anuncio gira en torno a la idea de cómputo infantil; después el encabezado secundario define quién ofrece el servicio; por su parte los títulos de cada bloque de texto, el lugar donde se dan los cursos a nivel infantil; y posteriormente las ideas de cada bloque, los cursos programados.

Entonces la cohesión está dada por la unión de palabras o unidades significativas que permiten ensamblar y por ende estructurar las diferentes ideas o frases de cada uno de los aspectos que determinan el orden antes señalado.

Así, el texto se adecua al campo del discurso de la Informática principalmente por la utilización de ideas o conceptos como **cursos y cómputo infantil**, que a su vez implican los elementos de mayor significación y por ende representan el sentido que el mensaje en su conjunto transmite.

También el texto se adecua al canal utilizado (anuncio) ya que está propuesto a base de ideas esquemáticas que solamente refuerzan una información; de esta manera se define un tono informal, dado que en el manejo del lenguaje no se vislumbra una rígida construcción gramatical.

Paralelamente el tono funcional es eminentemente informativo, en tanto se hace uso del significado denotativo para vertir el sentido del mensaje.

#### *ILUSTRACIÓN*

El elemento de mayor significación en cuanto a gráfico se refiere interactúa con el encabezado principal, figura que en su conjunto denota una idea infantil dado que se define la mano de un niño sosteniendo un globo, lo cual a su vez complementa la idea del titular.

También se encuentra definido un rectángulo con posición vertical donde se encuentra incorporado el texto (a reserva del titular); la propuesta de columnas a partir del uso de líneas, hace posible la clasificación de la información al interior de cada bloque e inclusive entre uno y otro. Sin embargo, la definición de este gráfico permite contemplar al texto como una unidad en sí misma que agrupa toda la información respecto a los cursos.

Por último, los logotipos tanto de la UNAM como de la DGSCA, ubicados en la esquina superior derecha y en la inferior izquierda respectivamente (colocados simétricamente), forman parte de la estructura del anuncio e interactúan con los demás elementos (gráficos y textuales) en función de la delimitación del mismo, la cual está determinada por un rectángulo con posición vertical y puntas redondeadas que permite visualizar dicho canal informativo como una unidad.

En la siguiente página se presenta una reproducción del anuncio analizado.



# Cómputo Infantil

La Secretaría de Servicios Académicos y  
La Dirección General de Servicios de  
Cómputo Académico

INVITAN

## CURSOS INFANTILES EN DGSCA - CU

Curso	Para niños de:	Horario	Insc.	Dur.
Taller de cuentos con LOGO	1º o 2º de primaria	10:00-12:00	28 jun- 2 jul y 28-30 jul	2-13 ago
Dibujos Geométricos con LOGO	3º o 4º de primaria	10:00-12:00		
Taller de LINKWAY	5º o 6º de primaria	12:00-14:00	2-13 ago	18-27 ago
Taller de ARTES Y LETRAS	secundaria	12:00-14:00		
Taller de computación para pequeños	preescolar (5 y 6 años)	10:00-11:30		
Elaboración de un cuento con STORYBOARD	3º o 4º de primaria	10:00-12:00	2-13 ago	18-27 ago
Taller de redacción con WORD	5º o 6º de primaria	12:00-14:00		
Taller de LINKWAY	secundaria	12:00-14:00		

Cursos de 20 horas, de lunes a viernes. COSTO: N\$ 150.00  
INFORMES al 622 82 02

## CURSOS INFANTILES EN DGSCA - CENTRO NUEVO LEÓN

Curso	Para niños de:	Horario	Insc.	Dur.
Taller de cuentos con LOGO	3º, 4º o 5º de primaria	10:00-12:00	5-16 jul	19-30 jul
Taller de redacción con WORD	secundaria	12:00-14:00		
Taller de LOGO para pequeños	2º o 3º de primaria	10:00-12:00	28 jul- 8 ago	9-20 ago
Elaboración de un cuento con STORYBOARD	4º, 5º o 6º de primaria	12:00-14:00		

Cursos de 20 horas, de lunes a viernes. COSTO: N\$ 150.00  
INFORMES al 553 34 35 y al 553 95 25, o dirigirse al Centro Nuevo León en Nuevo León # 167 esq. con Mexicali, Col. Condesa.



## e) Anuncio "Capacitación para el Trabajo"

### TEXTO-FORMA

La mayor parte del texto está definida con letra *swiss* (sin patitas), estilo *bold* (negritas) y normal, a la vez del manejo de varios puntajes o medidas; lo cual permite resaltar los elementos de mayor significación y establecer la diferencia entre unos aspectos y otros.

En el encabezado principal se hace uso de letra tipo *dutch* (con patitas), estilo *bold* (negritas) y se dispone con letras minúsculas a reserva de la primera; además, está determinado en forma inclinada y parte de los márgenes desplazándose hacia abajo, proponiendo así un punto de atracción visual de la propuesta informativa.

El interlineado a lo largo del texto también permite establecer la diferencia entre unas ideas y otras, así como el alineado tanto a la derecha, izquierda y centrado.

### TEXTO-CONTENIDO

El texto en su conjunto por la información que transmite, corresponde a uno de los objetivos que tiene el Centro de Extensión en Cómputo y Telecomunicaciones Nuevo León; el cual depende de la Dirección de Cómputo para la Docencia y tiene entre sus actividades promover el Programa de Capacitación para el Trabajo, dirigido a la población juvenil que ha finalizado sus estudios de secundaria.

En el encabezado principal se hace uso de una oración interrogativa donde se alude al resultado final después de obtener dicha capacitación, por ende es el elemento de mayor significación en cuanto a texto se refiere.

Posteriormente se determinan una serie de ideas o frases (a reserva de la parte final que implica una oración por el manejo de más elementos informativos); en primer lugar una invitación para capacitarse al lector, después opciones para especializarse en alguna área de cómputo y así poder aplicar sus conocimientos como una herramienta de trabajo, y por último datos complementarios en cuanto a periodos y ubicación del lugar donde se ofrece dicho servicio de capacitación.

La coherencia del texto respecto al contexto de la situación corresponde al área de la Informática; y en relación a sí mismo, depende del orden contemplado en la determinación de las ideas de acuerdo al grado de importancia.

Cada idea o frase a su vez es el resultado de la cohesión o interrelación de palabras o unidades significativas y uso de palabras ensambladoras; es decir, disposición de palabras "llenas" o "vacías" con función léxica y gramatical o únicamente gramatical.

El texto se adecua al campo del discurso que es la Informática a partir de ideas como **herramienta de trabajo y capacitación en cómputo** que permiten definir el sentido del mensaje en su conjunto; a la vez se adecua al canal informativo (anuncio) porque refuerza una información con base en ideas esquemáticas.

Paralelamente encontramos una adecuación del texto respecto al perfil del receptor (población juvenil), por el manejo del lenguaje donde se incluyen palabras de trato directo sin formalismos, y determinación de ideas esquemáticas en general que no implican una rígida construcción gramatical (a reserva del encabezado y de la parte final del texto), por lo que el tono definido es informal.

Por su parte, el tono funcional es casi en su totalidad informativo (a reserva de una idea connotativa "nueva herramienta de trabajo"), porque prevalece el uso del significado denotativo para determinar el sentido del mensaje en su conjunto.

#### *ILUSTRACIÓN*

La propuesta del elemento de mayor significación gráfico-visual, está representada por un dibujo que alude a espectadores juveniles observando en dirección al encabezado principal; motivo por el cual se establece una interacción gráfico-textual, que a su vez se relaciona con el texto restante.

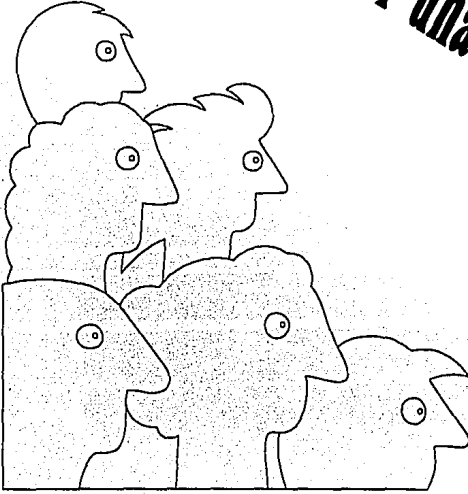
Por su parte, la ubicación de los logos de la UNAM y de la DGSCA alineados al margen derecho, permite una interacción con dicha figura y por ende con el encabezado principal; de esta manera es posible obtener la información sobre qué institución y dependencia universitaria transmite el mensaje.

Por último, la figura de los adolescentes es proporcional al texto, y el diseño del anuncio es simétrico de la mitad para arriba y asimétrico de la mitad para abajo.

En la siguiente página se presenta una reproducción del anuncio analizado.



*¿Te gustaría conocer una nueva herramienta de trabajo?*



## Inscríbete a los cursos de "CAPACITACIÓN PARA EL TRABAJO EN EL ÁREA DE CÓMPUTO"

### Áreas de Especialización:

- 1.- Edición Asistida por Computadora.
- 2.- Diseño Asistido por Computadora.
- 3.- Métodos, Técnicas y Lenguajes de Programación.
- 4.- Técnicas y Herramientas para el Desarrollo y Uso de las Bases de Datos.
- 5.- Técnicas y Herramientas para la Graficación por Computadora.

### Inscripciones al MÓDULO BÁSICO

- Primer período 13 al 21 de enero de 1993.
- Segundo período 15 al 25 de febrero de 1993.

Para mayores informes, acudir al Centro Nuevo León de Extensión en Cómputo y Telecomunicaciones, ubicado en la calle de Nuevo León #167, colonia Condesa, esquina con Mexicali a una cuadra del metro Chilpancingo, o comunicarse a los teléfonos 553 3435 y 553 9525.

## **f) Cartel "Cursos Nuevo León"**

### **TEXTO-FORMA**

El tipo de letra utilizado a lo largo de la superficie del cartel es *swiss* (sin patitas) bajo diferentes puntajes o medidas y está definido con el color blanco.

El encabezado principal, seccionado en tres partes (o líneas), alineado a la derecha y dispuesto con letras minúsculas se encuentra ubicado un tanto al centro pero también con tendencia a la esquina superior izquierda.

A reserva de que es posible visualizar otro encabezado en la parte superior del cartel, se considera principal al antes mencionado, debido tanto al ancho de las letras que lo estructuran como al seccionamiento del mismo, por ende al interlineado que es bastante amplio.

Por lo tanto, el encabezado de la parte superior se convierte en la idea secundaria respecto al titular; el cual implica uso de letras mayúsculas y minúsculas con un menor valor de anchura y dispuestas en un fondo negro. El manejo de letra blanca en dicho fondo, permite definir un contraste que a su vez se da respecto al fondo azul que cubre por completo la superficie del cartel.

Además, por la ubicación del encabezado principal se hace viable establecer una estrecha interacción con la mayor parte del texto.

Dicho texto está dividido en bloques que son reconocidos por los títulos que les anteceden; definidos éstos últimos, por un subrayado, uso de mayúsculas y minúsculas y un puntaje de letra mayor al que tiene el texto que a continuación se presenta. A la vez, se hace uso de un interlineado pequeño ante la cantidad de texto que contempla el mensaje.

### **TEXTO-CONTENIDO**

El Centro de Extensión en *Cómputo y Telecomunicaciones* Nuevo León se creó por la necesidad de promover la cultura informática fuera del ámbito universitario y así dar acceso a otros sectores poblacionales; por lo mismo y debido a su reciente creación (1991 a la fecha) es indispensable realizar propuestas informativas de difusión donde se ventilen las diferentes opciones de capacitación que ofrece este Centro, el cual depende de la Dirección de *Cómputo para la Docencia*.

De esta manera el elemento de mayor significación textual es el encabezado principal que se ve reforzado por el secundario, donde se determina la idea de capacitación y se especifica quién ofrece los cursos.

Así, los tres títulos de la otra parte del texto indican los programas académicos (excepto cómputo infantil) que promueve este centro; por tanto, el texto que se propone a continuación de cada uno representa las diferentes opciones en cómputo, a la vez de datos complementarios a éstas. La forma en que se estructura la información en cuanto a los cursos institucionales y empresariales no es similar a la de los otros programas, debido a que no se contempla como un servicio que no se proporciona de la misma manera al interesado.

La coherencia del texto respecto al contexto de la situación corresponde al área de la Informática; respecto de sí mismo y por el orden que implica, está propuesto a partir de la idea que implica el encabezado secundario y el principal y por la interacción que establece éste último con la mayor parte del texto.

Este orden a su vez supone cohesión textual o interrelación de palabras o unidades significativas con función léxica y gramatical o solamente gramatical; lo que da por resultado un planteamiento de ideas o frases esquemáticas e inclusión de algunas oraciones como soporte explicativo a cada uno de los títulos de los bloques de texto, a la par del uso de tecnicismos alusivos al área de la Informática.

Con base en lo anterior, la adecuación del texto está dada por el manejo de aspectos relacionados con dicha disciplina y donde ideas o conceptos como **cursos, cómputo o computación, programa, actualización y capacitación para el trabajo** fundamentan a nivel básico el sentido que en su conjunto tiene el mensaje. Paralelamente la adecuación del texto determina un tono informal debido a la casi inexistente rigidez gramatical; y se sabe a quién está dirigida la propuesta informativa, por la explicación que a continuación de cada título se determina.

En cuanto al tono funcional se tipifica como informativo, dado que resalta la utilización de significado denotativo para plantear el sentido del mensaje como tal.

Por último, la adecuación respecto al canal informativo utilizado (cartel) el cual tiene la función de atraer, supone que la cantidad de texto utilizada aun cuando esté propuesta en forma esquemática, se justifica debido a que ante algo novedoso es necesario informar con más detalle.

El cartel se elaboró utilizando papel couche paloma brillante (doble cara) de 90 grs. y tiene un tamaño de 50 cms. de largo por 40 cms. de ancho.

El largo o alto del cartel define un formato de retrato u orientación vertical, y el diseño se determina con base en tres tintas (negra, azul y roja); en cuanto al blanco implica ausencia de color, por el papel del cual se hizo uso.

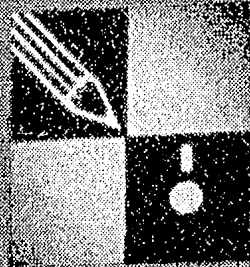
La propuesta gráfica está determinada sobre un fondo azul haciendo aun más visible el color blanco de la letra, así como el recuadro que se encuentra en la parte superior, las figuras geométricas y los logotipos.

El cuadrado ubicado en la parte superior, en interacción con el encabezado principal y secundario y por ende con la otra parte del texto, es una figura que en sí misma es una unidad; la cual nos transmite la idea de aprendizaje y de cómputo, por las imágenes alusivas a un lápiz y a un disco que contiene. Dicho cuadrado es el elemento de mayor significación gráfica, reforzándose aún más por el contraste definido al interior del mismo (gris y negro).

La línea roja dispuesta al centro y que resalta por su color, permite la interacción entre el encabezado principal y el texto correspondiente a los programas académicos, incluyendo el área de informes.

Por su parte los logotipos transmiten al lector la información gráfica sobre qué institución y dependencia universitaria respalda la propuesta de capacitación del Centro Nuevo León.

En la siguiente página se presenta una reproducción del cartel analizado.



# CURSOS de computación

## Programa de Extensión en Computo y Telecomunicaciones

El Centro de Extensión en Computo y Telecomunicaciones ofrece una serie de cursos de actualización y capacitación en el uso de computadoras y telecomunicaciones. Los cursos están diseñados para proporcionar a los participantes conocimientos prácticos y teóricos en áreas clave de la tecnología de la información. Los cursos se imparten en un horario flexible que permite a los participantes asistir de acuerdo a sus necesidades laborales y académicas. El programa incluye cursos de introducción a la computación, procesamiento de datos, programación en lenguaje de alto nivel, redes de computadoras, y telecomunicaciones. Los cursos son impartidos por personal altamente calificado y cuentan con recursos tecnológicos de última generación. El costo de los cursos es accesible y se ofrecen becas para estudiantes con recursos limitados. Para más información, contacta al Centro de Extensión en Computo y Telecomunicaciones.

## Temas del programa de estudio

El programa de estudio abarca los siguientes temas: fundamentos de computación, hardware y software, sistemas operativos, bases de datos, programación en lenguaje de alto nivel, redes de computadoras, telecomunicaciones, y seguridad de la información. Los cursos están diseñados para proporcionar a los participantes conocimientos prácticos y teóricos en áreas clave de la tecnología de la información.

## Objetivos del programa de estudio

Los objetivos del programa de estudio son proporcionar a los participantes conocimientos prácticos y teóricos en áreas clave de la tecnología de la información, desarrollar habilidades de análisis y resolución de problemas, y fomentar el espíritu de investigación y la creatividad. Los cursos están diseñados para proporcionar a los participantes conocimientos prácticos y teóricos en áreas clave de la tecnología de la información.



## g) Cartel "Alumnos Sobresalientes"

### TEXTO-FORMA

El tipo de letra usado es *swiss* (sin patitas) bajo diferentes puntajes o medidas y estilo *bold* (negritas) en dos casos.

El encabezado principal ubicado en la parte superior casi al centro, se encuentra definido con letras minúsculas y un tipo de letra *swiss* más informal que la otra parte del texto. Se encuentra seccionado en tres partes y la amplitud de la interlínea permite visualizar tres niveles del mismo; lo cual también está en función de los contrastes propuestos: letra negra sobre fondo blanco, letra negra sobre fondo amarillo y letra amarilla sobre fondo blanco. La primera línea de este encabezado se ve matizada aún más debido a la definición de la letra inicial en color amarillo y contorno negro sobre fondo blanco.

El texto que está dispuesto a continuación del encabezado es posible diferenciarlo dados los puntajes contemplados, así como por el uso de letras mayúsculas y minúsculas o solamente minúsculas y estilo *bold* para la línea de texto centrada que se encuentra aproximadamente en la parte inferior.

Encontramos cuatro títulos en esta parte del texto que están definidos con letra mayúscula y determinados en dos columnas, quedando alineados dos a la izquierda y dos a la derecha junto con el texto que les corresponde a su vez.

### TEXTO-CONTENIDO

Como parte de las funciones de la Dirección de Cómputo para la Docencia también se encuentra la de planear programas especiales para la comunidad universitaria. En este caso el programa está contemplado para alumnos sobresalientes de nivel bachillerato e implica un plan de capacitación en donde se adquieren conocimientos sobre técnicas y herramientas de cómputo de actualidad. Dicho programa lo coordina tanto la DGSCA como la Dirección General de Apoyo y Servicios a la Comunidad (DGASC).

Por lo tanto el encabezado principal se convierte en el elemento de mayor significación textual por la idea que sugiere, misma que se ve reforzada por la forma que adquiere.

La información textual que a continuación se presenta detalla más la idea anterior y especifica el programa académico que se está promoviendo; después encontramos dos



columnas de texto donde se resaltan unos títulos que son alusivos a la capacitación en cómputo que se ofrece, y por último se determina información complementaria para aquel lector interesado en la propuesta informativa básica.

La coherencia del texto respecto al contexto de la situación implica un campo del discurso acorde a la Informática; en cuanto a sí mismo, está propuesto por el orden de ideas antes mencionado.

La cohesión o unión de elementos está definida a partir de ideas esquemáticas o frases y algunas oraciones que también se estructuran mediante palabras o unidades significativas con función léxica y gramatical o únicamente gramatical.

Por lo tanto, el texto se adecua al campo del discurso que es la Informática bajo la idea central **apoyo en cómputo para alumnos sobresalientes del nivel bachillerato**, en función de la cual se determina el sentido del mensaje.

En cuanto al canal informativo utilizado (cartel), se adecua el texto bajo la definición de ideas esquemáticas a la par de oraciones, lo cual hace abundante la cantidad del mismo; situación que se justifica debido a la necesidad de informar más en detalle sobre el programa.

De esta manera el tono es informal y formal, uso y no uso de rígida construcción gramatical; y de acuerdo al perfil del receptor (alumnos de bachillerato), encontramos un manejo de lenguaje que implica un trato directo e informal.

Respecto al tono funcional se manifiesta como informativo, con base en el uso de significado denotativo para estructurar el sentido que tiene el mensaje.

#### *ILUSTRACIÓN*

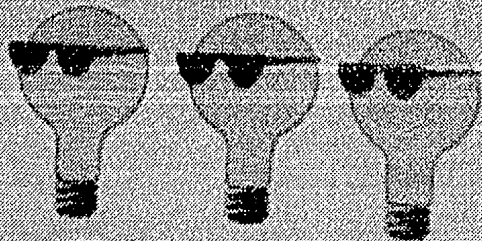
En la realización del cartel se hizo uso de papel couche paloma brillante (una cara) de 90 grs., mide 54 cms. de alto por 28 cms. de ancho y está impreso a dos tintas (negra y amarilla).

Los colores definidos en la propuesta gráfica (la cual implica un formato de retrato) contrastan entre sí y con el fondo blanco de la superficie del cartel, permitiendo la interacción con el encabezado principal.

Dicha propuesta (abstracta) implica dibujos que suponen cabezas humanas con lentes oscuros (toque juvenil), las que a su vez son focos y sugieren la idea de sobresaliente. De esta manera las dos primeras ideas del encabezado se ven reforzadas por dicha propuesta gráfica.

Asimismo, en la parte inferior del cartel se encuentran dispuestas unas flechas en contraste por color con el fondo, donde son ubicados los logotipos de la UNAM, de la DGSCA y de la Dirección General de Apoyo y Servicios a la Comunidad; transmitiéndose así, la información gráfica que alude a la institución y dependencias universitarias que ofrecen el servicio de capacitación.

En la siguiente página se presenta una reproducción del cartel analizado.



# alumnos sobresalientes

del nivel bachillerato de la unam 1993

Alumnos del Colegio de Ciencias y Humanidades, Unidad Cuernavaca, del Estado de Morelos



## **h) Cartel "Escuelas Incorporadas"**

### **TEXTO-FORMA**

El tipo de letra utilizado es *swiss* (sin patitas) bajo diferentes puntajes o medidas.

El encabezado principal ubicado en la parte superior del cartel se encuentra seccionado en cinco bloques de texto en posición vertical, donde se determinan una, tres y cinco líneas; los tres primeros están definidos con letra minúscula y un puntaje y anchura mayor al de los otros dos, a la vez de que están propuestos con color gris (los dos primeros) y blanco (tercer bloque) además de un relleno a tres vocales: verde (la central de las tres líneas) y rosa (la de la primera y última línea). El cuarto y quinto bloque están determinados con letra de menor puntaje y anchura, a la par de color blanco para los mismos.

La otra parte del texto también está definido en color blanco y por bloques, los cuales corresponden a tres aspectos diferentes; a su vez, se hace uso de dos columnas que permiten resaltar tres títulos a partir de letras mayúsculas, mismos que se encuentran seccionados en cuatro y tres líneas, y tienen un puntaje mayor respecto al texto que les corresponde.

### **TEXTO-CONTENIDO**

La Dirección de Cómputo para la Docencia tiene entre sus actividades promover la cultura informática, en cuanto a capacitación se refiere, a diferentes sectores poblacionales; por lo tanto, es necesaria la difusión (en este caso impresa) de los programas especiales tanto para la comunidad universitaria como para instituciones de educación superior.

De esta manera, el encabezado se convierte en el elemento de mayor significación textual debido a que la idea transmitida corresponde a una mayor cobertura docente o de enseñanza en cómputo.

Los tres aspectos que implican la otra parte del texto señalan el sector poblacional al que se dirige la capacitación; a la vez de que se determinan opciones en cómputo para cada uno de éstos, así como datos complementarios para aquel lector interesado.

La coherencia del texto respecto al contexto de la situación se adapta al campo del discurso que es la Informática; respecto de sí mismo, supone un orden donde primero se especifica una idea de mayor cobertura, después los sectores poblacionales a la par de

las opciones de capacitación en cómputo y datos relacionados con éstas, y por último la información complementaria.

Los diferentes aspectos planteados a partir de ideas esquemáticas o frases y dos oraciones, implican una cohesión o unión de elementos donde las palabras o unidades significativas cumplen una función léxica y gramatical o solamente gramatical.

Por lo tanto, la adecuación del texto al campo del discurso que es la Informática se apoya en ideas como **difusión del cómputo** y **programa de apoyo** para definir el sentido del mensaje; y la adecuación del texto respecto al canal informativo utilizado (cartel) se logra haciendo uso de ideas esquemáticas o frases en general, por lo que se cristaliza un tono informal del mismo.

También se contempla un tono funcional informativo, que implica un manejo de significado denotativo para proponer el sentido del mensaje.

#### *ILUSTRACIÓN*

Para realizar el cartel fue utilizado papel couche paloma brillante (doble cara) de 200 grs. y se dispuso bajo un tamaño de 56 cms. de largo por 40 cms. de ancho.

Está definido por un formato de retrato u orientación vertical y se imprimió a tres tintas (verde oscuro, verde claro y rosa).

El fondo color verde oscuro que contempla toda la superficie del cartel permite un contraste tanto con la letra gris como con la blanca que se utiliza.

La principal propuesta gráfica del cartel se define con base en tres círculos (uno color verde claro y dos color rosa), contrasta a su vez con el fondo; a la par de que interactúa con el encabezado principal, debido al relleno y color de las tres letras vocales que resaltan. Asimismo y por la ubicación que tienen estos tres círculos, es posible una interacción con los títulos de la otra parte del texto.

Por último, se proponen tres logotipos en la parte inferior del cartel que corresponden a la institución (ubicado al centro) y dependencias universitarias (laterales) que ofrecen dicho servicio de capacitación.

En la siguiente página se presenta una reproducción del cartel analizado.



## C. DIRECCIÓN DE CÓMPUTO PARA LA INVESTIGACIÓN

### 1. Formas de Difusión

La Dirección de Cómputo para la Investigación apoya la labor de investigación de la UNAM a partir de grupos de trabajo que ofrecen el servicio de supercómputo, visualización, servicios vía red.

Paralelamente a dicha labor esta dirección organiza eventos académicos y también ofrece capacitación en cómputo de alto nivel; motivo por el cual, se hace necesaria una promoción o difusión de estos servicios.

A continuación se especifica la cantidad o tiraje y tipo de medio utilizado por servicio.

#### CURSOS (dos por mes)

TRÍPTICO	2000 a 4000 por mes.
CARTEL	Ubicado en el lugar uno o dos días antes.
ANUNCIO	En la Gaceta de la UNAM antes de la fecha de inicio del curso.
FOLLETO	2000 por semestre (actividades de la Dirección).
VOLANTE	5000 a 7000 por curso.

#### EVENTOS ACADÉMICOS (1 ó 2 por mes)\*

TRÍPTICO	2000 a 4000 por mes.
CARTEL	Ubicado en el lugar uno o dos días antes.
ANUNCIO	Promocional por radio.

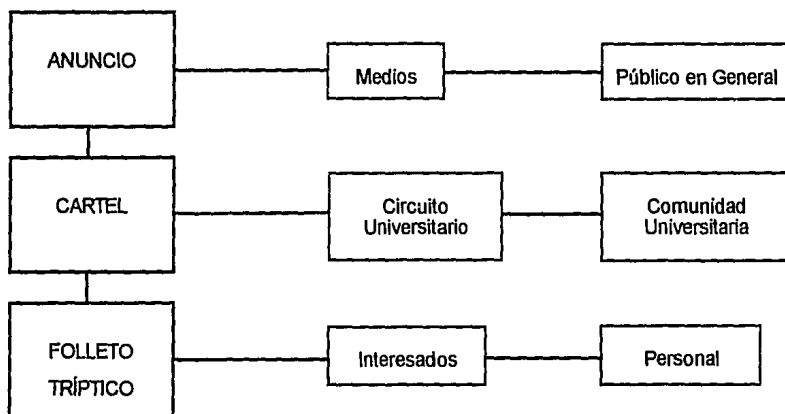
\* También se promociona mediante correo electrónico o vía red (usuarios con clave enlazada a la RedUNAM), e invitación personal o por correo a todas las universidades estatales.

El proceso de difusión en la DGSCA respecto al medio impreso, implica proponer como información primaria el anuncio, por los medios en que se publica (Gaceta de la UNAM y periódicos Universal y Excelsior) y el cartel, dada su ubicación en diferentes partes (instalaciones de la UNAM principalmente); en tanto el tríptico y el folleto se consideran información secundaria o complementaria, la cual es solicitada por el interesado directamente en la dependencia.

Bajo esta óptica se justifican las formas de difusión seleccionadas para la muestra representativa que permitirá llevar a cabo el análisis de los mensajes impresos de la DGSCA.

La siguiente gráfica esquematiza el proceso antes mencionado:

### PROCESO DE DIFUSIÓN DE CURSOS Y EVENTOS



## 2. Análisis de los mensajes impresos (muestra)

Se revisaron tres anuncios y un cartel, éstos se enumeran a continuación, agregando los medios de difusión, así como la temporalidad:



NO.	MENSAJE IMPRESO	MEDIOS DE DIFUSIÓN	TEMPORALIDAD DE LA DIFUSIÓN
1	Anuncio "Marzo"	Gaceta UNAM	Antes de la fecha del evento
2	Anuncio "Apoyo a Proyectos de Investigación"	Gaceta UNAM	Antes de la fecha del evento
3	Anuncio "Supercómputo"	Gaceta UNAM	Antes de la fecha del evento
4	Cartel "Supercómputo"	Distribución en instalaciones de la UNAM	Antes de la fecha del evento

### a) Anuncio "Marzo"

#### TEXTO-FORMA

En general se hace uso del tipo de letra *swiss* (sin patitas), estilo *bold* (negritas) en algunas partes y se mantiene el puntaje o medida de la misma a reserva del titular.

El encabezado principal se encuentra compactado y seccionado en tres partes o líneas, a la vez de que se hace uso de un tipo de letras *swiss* más moderno; dicho seccionamiento permite ubicarlo en la contraesquina del lado izquierdo, respondiendo de esta manera a la secuencia del movimiento ocular (preferencia del lado izquierdo sobre el derecho y de la parte superior respecto a la inferior).

Independientemente del encabezado, el texto está dispuesto en dos columnas donde se mantiene un interlineado constante, a reserva de ciertos espacios donde hay cambio de idea; además se incluyen efectos especiales, en este caso punto negros, para resaltar algunos aspectos.

Dado que la labor a realizar por la Dirección de Investigación implica también la organización de eventos académicos, donde se ventilen los avances científicos y tecnológicos en materia de cómputo, es por lo que se hace necesaria una labor de difusión al respecto.

Por tanto, el encabezado principal es el elemento de mayor significación en cuanto a texto se refiere, ya que se determina el aspecto sobre el cual se va a informar haciendo alusión a un periodo respecto al mismo; la idea propuesta como tal, implica un punto de atracción porque invita al lector a continuar informándose.

Las oraciones, frases o ideas esquemáticas y datos complementarios que conforman el texto responden a la necesidad de promocionar el servicio de visualización como herramienta del supercómputo, que proporciona la Dirección de Cómputo para la Investigación en apoyo a la labor de investigación que se realiza en la UNAM.

De esta manera, en la propuesta informativa implícitamente se ofrece un servicio, pero la determinación del texto explícitamente propone la invitación a un evento académico organizado por el área de investigación de la DGSCA.

La coherencia del texto respecto al contexto de la situación implica el campo del discurso alusivo a la Informática, pero en este caso no cubre la actividad de docencia de la dependencia sino la correspondiente a la organización de eventos académicos.

En cuanto a sí mismo, el texto tiene coherencia dado el orden que guarda al interior del anuncio: primero la invitación al evento, oración que permite exponer el objetivo del mismo; después la referencia y el listado de los expositores, que en este caso está definido por marcas de computadoras con prestigio (para hacer más atractivo el anuncio) a la par del periodo en el que se llevará a cabo su exposición; posterior a esto y como parte de la columna ubicada del lado derecho, la determinación de las actividades que contemplará dicho evento, a partir de ideas esquemáticas; y por último, el complemento de la información que requiere el lector de dicho anuncio.

La cohesión del texto se realiza bajo la unión de palabras o unidades significativas con función lexica y gramatical o únicamente gramatical; a la par de tecnicismos correspondientes al área de la Informática.

Por lo tanto, la propuesta informativa se adecua al campo del discurso de dicha disciplina a partir de la idea principal **visualización** para de ahí definir el sentido del mensaje en su conjunto; en cuanto al canal informativo, se adecua definiendo los aspectos más importantes y de interés para el lector.

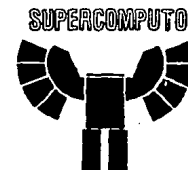
Respecto al tono del texto, de entrada y al final del mismo es formal por el uso de oraciones o uso de una rígida construcción gramatical, y en parte es informal por la definición de ideas esquemáticas. En tanto el tono funcional se vislumbra como informativo, en términos de que el significado denotativo es preponderante para definir el sentido del mensaje.

#### *ILUSTRACIÓN*

Los logotipos tanto de la DGSCA como del área de supercómputo, ubicados en la contraesquina superior derecha e inferior izquierda respectivamente, interactúan con el texto y por ende con el encabezado principal a partir de la definición de un rectángulo con puntas redondeadas que delimita la superficie del anuncio; mismo que por el marcado color negro de la línea, contrasta en especial con el fondo blanco y con los elementos que también están definidos de la misma forma.

En la siguiente página se presenta una reproducción del anuncio analizado.

# Marzo mes de la Visualización



La Dirección General de Servicios de Cómputo Académico invita al Mes de la Visualización, que se inaugurará el día 2 de marzo de 1992 a las 11:00 horas, donde se expondrán diferentes aplicaciones gráficas operadas con las ventajas de las estaciones de trabajo y el poder de la supercomputadora CRAY YMP/432.

El evento contará con la presencia de diferentes empresas expositoras de renombre mundial, como son:

- Silicon Graphics: 2 al 6 de marzo
- Sun: 7 al 11 de marzo
- NeXT: 12 al 16 de marzo
- Hewlett Packard: 7 al 19 de marzo
- DEC: 20 al 24 de marzo
- Macintosh y PCs: 25 al 27 de marzo
- IBM: 28 al 31 de marzo

Las actividades a llevarse a cabo incluyen:

- Exposición de las estaciones de trabajo
- Presentación del medio ambiente sobre el que operan las estaciones de trabajo
- Demostración de las aplicaciones gráficas existentes
- Conectividad entre los equipos y la supercomputadora
- Pláticas sobre temas de vanguardia en supercómputo y visualización

#### Lugar del evento:

Laboratorio de Visualización, primer piso de la Dirección General de Servicios de Cómputo Académico en la U.N.A.M. (Cd. Universitaria).

Para mayores informes o relación de conferencias, acudir a la Oficina de Información y Relaciones en D.G.S.C.A., circuito exterior, C.U. (frente a la Facultad de Contaduría y Administración) de lunes a viernes de 9:00 a 14:00 y de 17:00 a 21:00 horas (tel. 622-8502), o comunicarse al 622-8500 con Lourdes Lara (Atención a Usuarios).

## b) Anuncio "Apoyo a Proyectos de Investigación"

### TEXTO-FORMA

Independientemente del encabezado principal y el secundario, el tipo de letra utilizado es *dutch* (sin patitas) bajo el mismo puntaje o medida.

La mayor parte del texto, que incluso se encuentra alineado a la izquierda (espacio más proporcional entre letras) está seccionado en dos partes; al primer bloque de texto le corresponde una interacción más estrecha con el encabezado principal, el cual implica el manejo de un tipo de letra *swiss* (sin patitas) más moderno y estilo *bold* (negritas) así como un puntaje de letra mayor a todo lo demás. La apertura del espacio entre letras en cuanto al encabezado principal, permite determinar una extensión del mismo que coincide con los márgenes que delimitan la superficie del anuncio.

La diferencia que se establece entre el encabezado principal y el secundario está en función del uso de mayúsculas y minúsculas o sólo mayúsculas respectivamente; y entre un bloque de texto a otro, la seriación de oraciones por medio de guiones en cuanto al que interactúa con el encabezado secundario.

### TEXTO-CONTENIDO

Dado que el objetivo principal de la Dirección de Cómputo para la Investigación es apoyar la labor de investigación de la UNAM, a partir de grupos de trabajo que disponen de recursos como supercómputo, visualización y servicios vía red; se hace necesario ventilar esta información para que los grupos de interés puedan estar enterados al respecto.

Por lo tanto, la idea propuesta en el encabezado principal se contempla como el elemento de mayor significación textual independientemente de la forma que adquiere el mismo.

Posteriormente se plantean dos oraciones que explican la idea principal antes mencionada; después encontramos una palabra final que permite la interacción con el encabezado secundario, y así se establece la interrelación con el próximo bloque de texto.

Este último a su vez está definido por una serie de oraciones que corresponden a diversos aspectos en cuanto a las bases de la convocatoria se refiere, así como información complementaria que cierra con el dato telefónico donde el lector obtendrá más detalles sobre el mensaje propuesto.

La coherencia del texto respecto al contexto de la situación gira en torno al manejo implícito de la Informática, que en este caso está relacionada con la herramienta que representa el supercómputo, la cual permite los procesos de cálculo matemático que son necesarios en ciertas investigaciones (mil trescientos millones de operaciones por segundo).

En cuanto a sí mismo, el texto tiene coherencia por el orden de ideas definido que está en función del encabezado principal; así, conocer qué institución y organismo universitario promueven dicho apoyo, a quién lo dirigen y para cuándo y en qué condiciones está propuesto se convierten en las ideas que van determinando dicho orden.

Esta coherencia interna del texto, a su vez es posible mediante la cohesión o unión de palabras o unidades significativas que tienen función léxica y gramatical o solamente gramatical; lo que permite la estructuración de las oraciones que contiene el mismo.

De esta manera, el texto del anuncio se adecua al campo del discurso que es la Informática bajo la idea central **apoyo a proyectos de investigación** en torno de la cual gira el sentido del mensaje propuesto.

En cuanto al tono del texto, se adecua al formal (rígida construcción gramatical) principalmente porque está dirigido al personal académico de la UNAM; por ende, la no utilización de frases o ideas esquemáticas (como en la mayoría de los anuncios) implica que no se requiere reforzar únicamente la información sino que debe explicarse en detalle debido al tema, por lo que se justifica la abundancia del texto.

El tono funcional se perfila como informativo, con base en el uso implícito del significado denotativo para determinar el sentido que proporciona el mensaje.

#### ILUSTRACIÓN

En respuesta a la necesidad del manejo de una mayor cantidad de texto, la propuesta gráfica establece una estrecha interacción con los elementos textuales; esto es, a partir de definir un individuo en interrelación con la computadora encontramos parte del texto incorporado en ésta última y por ende en el individuo.

Aún cuando se trata de un dibujo que está ubicado al centro y contempla grandes proporciones respecto a la superficie del anuncio, no resalta más que el texto debido al tenue contorno que lo delimita.

Por otra parte el anuncio se vislumbra como unidad, en función de que la primera y última letra del encabezado principal coinciden con la delimitación geométrica, permitiendo de esta manera que los bloques de texto se concideren como parte de lo mismo. A la par, el logotipo de la DGSCA queda integrado a esta delimitación, haciéndolo elemento partícipe de esta unidad.

En la siguiente página se presenta una reproducción del anuncio analizado.

# Apoyo a Proyectos de Investigación

Con el propósito de apoyar el desarrollo de la investigación relacionada con el supercómputo, la UNAM suscribió el 26 de marzo de 1991 un convenio de investigación y desarrollo con la Compañía Cray Research Inc., proveedora del equipo de supercómputo de la Universidad. En virtud del mismo, el Comité Académico de Supercómputo convoca al personal académico de la UNAM a presentar solicitudes de apoyo económico para el primer semestre de 1993, a proyectos de investigación que requieran la utilización del equipo antes mencionado, sobre las siguientes:

## BASES

- Podrán ser objeto de apoyo proyectos de investigación en áreas como ciencias químicas, biológicas, físicas, matemáticas, de la computación y de materiales e ingenierías, entre otras.
- Los proyectos que reciban apoyo serán seleccionados con base en su calidad académica y en particular, a su relevancia para la utilización de servicios de supercómputo.
- El responsable de cada proyecto deberá ser miembro del personal académico de la UNAM.
- La duración de los apoyos otorgados será de un año.
- Las propuestas de apoyo financiero serán evaluadas por un Jurado, designado conjuntamente por la UNAM y Cray Research Inc.
- Las propuestas deberán ser presentadas de acuerdo con los formatos que estarán disponibles en la Oficina de Información y Relaciones de la DGSCA, a partir del día siguiente a la publicación de esta convocatoria.

En caso de hacerse adquisiciones de herramientas de programación con los fondos otorgados bajo la presente convocatoria, dichas herramientas deberán quedar permanentemente a disposición de los usuarios del servicio de supercómputo, a más tardar al término del proyecto.

Para este programa, la Universidad cuenta con un apoyo de Cray Research Inc. por 200,000 dólares E.U. anuales, por un periodo de cinco años. Para mayores informes, diríjase a la Dirección General de Servicios de Cómputo Académico, al Consejo Asesor de Cómputo, o a los miembros del Comité Académico de Supercómputo.

Informes al tel: 622-85-29 y 622-85-82.





### c) Anuncio "Supercómputo"

#### TEXTO-FORMA

El texto se encuentra determinado en una posición inclinada y está seccionado en dos bloques a los que antecede un titular, por lo que la propuesta informativa implica dos aspectos.

El encabezado del primer bloque de texto a su vez está dividido en dos partes e implica el uso de letra *swiss* (sin patitas), estilo *bold* (negritas) y determinación de mayúsculas y minúsculas para estructurarlo. Para la definición del texto que a continuación se expone, se maneja letra *swiss* y estilo *bold* bajo un puntaje de letra específico.

La diferencia respecto al segundo titular y por ende con el bloque de texto que le corresponde, radica en el uso de un tipo de letra *swiss* más delgado así como letra *dutch* (con patitas) y estilo *bold* para el resto del texto.

#### TEXTO-CONTENIDO

Dado que las actividades de la Dirección de Cómputo para la Investigación se fundamentan por el apoyo a la labor de investigación en la UNAM a partir de grupos de trabajo como supercómputo, visualización y servicios vía red; la presente propuesta informativa, contempla aspectos relacionados con dichas actividades.

Así, el primer titular del anuncio supone una labor de docencia que también cubre esta dirección, donde se proporciona una capacitación en cómputo de alto nivel, ya que se trata de una herramienta tecnológica a la vanguardia recién adquirida por la dependencia.

Con base en esto, los dos titulares representan los elementos de mayor significación en cuanto a texto se trata, debido a que uno determina un servicio de capacitación, y el otro contempla datos relacionados con el servicio que se ofrece mediante la RedUNAM.

La coherencia del texto respecto al contexto de la situación se corrobora a partir del manejo implícito de información alusiva a la Informática.

En cuanto a sí mismo, el texto es coherente por el orden que guardan las ideas para informar de los dos aspectos considerados en el anuncio. Respecto al primero y a partir de la idea de cursos y tipo de los mismos, se desglozan dos objetivos en función de frases

u oraciones a la par de que se incluyen datos complementarios a dichos cursos. El segundo aspecto determinado por la idea del titular, implica a su vez una explicación de dicho servicio haciendo uso de oraciones.

Para la cohesión del texto se utilizan palabras o unidades significativas con función léxica y gramatical o solamente gramatical; así como un lenguaje estándar o de uso común y algunos tecnicismos alusivos a la Informática que en especial se relacionan con el área de redes.

De esta manera la adecuación del texto corresponde al campo del discurso de dicha disciplina y está en función de ideas o conceptos como **cursos**, **supercómputo**, **servicio** y **RedUNAM** que determinan el sentido del mensaje que se desea transmitir.

Asimismo, el texto se adecua al canal utilizado en vista de que un anuncio requiere de información sintetizada para definirlo. En cuanto al tono, independientemente de los datos complementarios, es formal por el manejo de una construcción gramatical más consistente que una frase. Paralelamente el tono funcional utilizado es informativo, a partir del manejo de significado denotativo en la determinación del sentido que sustenta el mensaje.

Por último, la adecuación del texto respecto al perfil del receptor determina palabras o conceptos que son detectados por un sector poblacional relacionado con la investigación; que a su vez, tiene necesidad de apoyarse en una herramienta tecnológica como la supercomputadora Cray para solventar su actividad profesional.

#### *ILUSTRACIÓN*

El logotipo de supercómputo, mismo que es un dibujo representativo de la figura de la Cray, interactúa con el primer titular para reafirmar la idea sobre el tipo de cursos.

El texto se encuentra seccionado en dos bloques por una franja o grieta definida mediante un degradado (cambio de gris a negro transitoriamente); en realidad como gráfico no complementa ningún elemento textual, debido a que no representa una idea concreta.

Por su parte, el logotipo de la DGSCA propuesto al final del texto refuerza la información contemplada a lo largo del anuncio, ya que gráficamente se visualiza qué dependencia universitaria promueve dichos servicios.

En la siguiente página se presenta una reproducción del anuncio analizado.



## Cursos de Supercómputo Cray para principiantes

Objetivos  
-Adquirir los conocimientos básicos que le permitan interactuar con el Sistema Operativo Unicos de la Cray.  
-Aprovechar algunos de los recursos que la Supercomputadora pone a su disposición como la transferencia de archivos entre la Cray y otros equipos, así como el empleo de los subsistemas de colas y cartuchos.

Profesor: Fis. Alfredo Santillán.  
Inscripción: Una semana antes del inicio del curso.  
Duración: Del 15 al 19 de marzo de 1993.  
Horario: De 4:00 p.m. a 8:00 p.m.

Información: En la Oficina de Supercómputo de la DGSCA, de lunes a viernes, de 9:00 a 14:00 horas. Tels. 622-85-29, 622-85-82.

## Servicio del Sistema Nacional de Investigadores en REDUNAM

A partir del 1 de marzo de 1993 están disponibles los programas de cómputo para computadoras con Sistema Operativo Dos que emplea el S.N.I. para recibir solicitudes. Estos programas se obtienen empleando el comando "ftp" con clave "anonymous" en el Directorio /pub/sni en donde también reside el archivo LEAME que contiene las instrucciones necesarias para efectuar la transferencia correspondiente.

Para obtener información sobre este servicio puede hablarse con la Srita. Lourdes Lara al 622-8500.



#### **d) Cartel "Supercómputo"**

##### *TEXTO-FORMA*

El tipo de letra es *swiss* (sin patitas) bajo diferentes puntajes o medidas.

El encabezado principal ubicado en la parte superior del cartel se encuentra dispuesto con letras minúsculas y seccionado en dos partes; la primera línea del mismo implica un color blanco en contraste con el fondo azul, y en la segunda línea se maneja un tono verde que también contrasta con la primera y no es tan notoria respecto al fondo.

La única diferencia entre el encabezado principal y el secundario es la ubicación de éste último en la parte inferior de la superficie definida en color azul, además de una extensión en tres partes.

En cuanto al texto propuesto en la parte inferior del cartel, proporciona un contraste por el uso de letra color azul en fondo blanco a la par de una alineación al centro.

##### *TEXTO-CONTENIDO*

En respuesta a las funciones que desempeña la DGSCA y ante la necesidad de actualización en cuanto a tecnología informática, la Dirección de Cómputo para la Investigación también lleva a cabo la organización de eventos académicos donde se ventilan los avances científicos y tecnológicos en materia de cómputo.

Así, su labor de apoyo a la investigación mediante supercómputo, visualización y servicios vía red se intensifica aún más en vista de la organización de estos eventos académicos.

De esta manera se justifica la promoción de eventos como los señalados en el cartel, por ende el encabezado principal (primera idea) y el secundario (primera idea) se convierten en los elementos de mayor significación textual.

La coherencia del texto respecto al contexto de la situación supone un manejo del campo del discurso alusivo a la Informática; en cuanto a sí mismo, el texto está definido de acuerdo a un orden de ideas: encabezado principal con una idea básica y otra complementaria (fecha del evento); encabezado secundario con una idea básica y otra complementaria; después información del lugar donde se llevarán a cabo los eventos; y por último, datos complementarios para el lector interesado en el mensaje transmitido.

Por tanto, la cohesión del texto o unión de elementos para estructurar las ideas que determinan el orden antes mencionado, implica la interrelación de palabras o unidades significativas con función léxica y gramatical o solamente gramatical.

Para la adecuación del texto se utilizan conceptos como **supercómputo** y **visualización** alusivos al campo del discurso de la Informática, a la par de conceptos como **reunión** y **conferencia** para determinar el sentido del mensaje en su conjunto.

También se adecua al canal informativo utilizado (cartel) a partir de ideas esquemáticas que en total determinan una reducida cantidad texto, lo que matiza a su vez un tono informal en cuanto a éste. Asimismo y por lo conceptos contemplados, se adecua a un público receptor involucrado con la investigación.

A su vez, el manejo implícito de significado denotativo permite corroborar un tono funcional básicamente informativo, para determinar el sentido del mensaje.

#### ILUSTRACIÓN

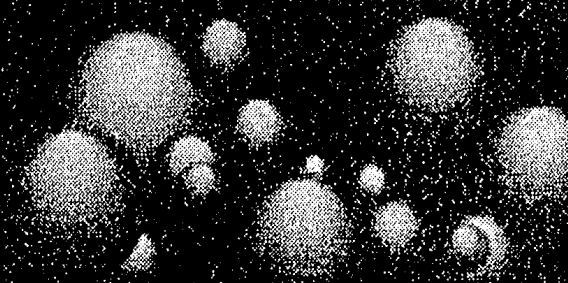
El papel usado para el cartel fue couche paloma brillante (doble cara) de 200 grs. y el tamaño especificado es de 60 cms. de alto por 42 cms. de ancho. Utilizando un formato de retrato, la propuesta gráfica implica una impresión de selección de color; esto es, en función de tres tintas básicas (cyan o azul, amarillo y magenta o rojo) y color negro, se obtiene una gama de colores.

La superficie color azul que abarca la mayor parte de la superficie del cartel es una propuesta donde interactúan elementos textuales (específicamente encabezados) y elementos gráficos; por tanto el dibujo alusivo a las moléculas, bajo color azul, violeta y blanco en contraste con el fondo negro transmite la idea de investigación y por tanto refuerza el concepto de supercómputo y el de visualización. Asimismo, el recuadro color negro donde son definidas las moléculas contrasta a su vez con el fondo azul; además de que se encuentra incorporado el símbolo o logotipo de supercómputo, mismo que sólo es visible al observar el cartel a contraluz.

Posterior a la superficie azul encontramos el logotipo de la UNAM y al final del cartel, o sea a continuación del texto relacionado con los datos complementarios, están ubicados tres diferentes logotipos; situación que permite al lector informarse gráficamente respecto a la institución y dependencia universitaria, así como de las empresas que promueven dichos eventos.

En la siguiente página se presenta una reproducción del cartel analizado.

# 2a. reunión de supercómputo



# 2a. conferencia latinoamericana de visualización científica



**Palacio de Minería**  
Ciudad de México

Fecha límite para recepción de resúmenes 20 de julio de 1982

INFORMES: Dirección General de Servicios de Cómputo Académico, Oficina de Información y Relaciones  
Tel. (525) 522 85 02, Fax: (525) 522 85 43, Servet. LUCEYSUWAM VM1



SECRETARÍA DE ENERGÍA



## D. DIRECCIÓN DE TELECOMUNICACIONES DIGITALES

### 5.3.1 Formas de Difusión

El objetivo principal de la Dirección de Telecomunicaciones Digitales es dotar a la Universidad de una moderna infraestructura de telecomunicaciones y computación, por lo cual sus actividades se definen en función del mantenimiento y supervisión de la red de cómputo universitaria, utilizando para ello, los medios más modernos para ofrecer servicios de telecomunicaciones como es el sistema telefónico digital y los enlaces a redes locales, regionales, nacionales e internacionales.

La red universitaria (RedUNAM) al eliminar distancias y permitir el intercambio de información entre usuarios, es un servicio que requiere de promoción ya que paralelamente también es posible tener acceso a bancos de datos como el herbario nacional, la hemeroteca electrónica, el tratado de libre comercio y el catálogo de sistema de bibliotecas, entre otros. Actualmente se da servicio a 2500 usuarios que cuentan con clave de correo electrónico para acceder a la red de cómputo; sin embargo, es necesario elaborar propuestas de difusión ya que dicha red tiene capacidad para soportar un servicio que abarque un número mayor de usuarios.

A continuación se especifica la cantidad o tiraje y tipo de medio utilizado para promover este servicio.

TRÍPTICO	100 de cada uno de los cuatro servicios.
----------	--

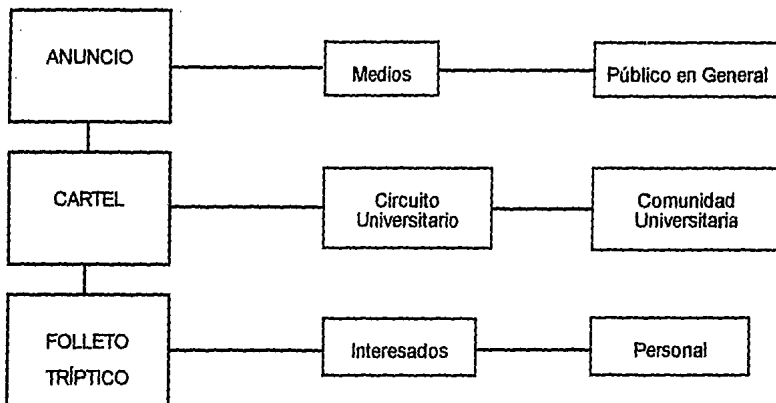
ANUNCIO	En la Gaceta de la UNAM (inserción de gráficos y artículos).
---------	---

El proceso de difusión en la DGSCA respecto al medio impreso, implica proponer como información primaria el anuncio, por los medios en que se publica (Gaceta de la UNAM y periódicos Universal y Excelsior) y el cartel, dada su ubicación en diferentes partes (instalaciones de la UNAM principalmente); en tanto el tríptico y el folleto se consideran información secundaria o complementaria, la cual es solicitada por el interesado directamente en la dependencia.

Bajo esta óptica se justifican las formas de difusión seleccionadas para la muestra representativa que permitirá llevar a cabo el análisis de los mensajes impresos de la DGSCA.

La siguiente gráfica esquematiza el proceso antes mencionado:

### PROCESO DE DIFUSIÓN DE CURSOS Y EVENTOS



### 2. Análisis de los mensajes impresos (muestra)

Se revisaron un anuncio y un cartel, los cuales se enumeran a continuación, agregando los medios de difusión, así como la temporalidad:

NO.	MENSAJE IMPRESO	MEDIOS DE DIFUSIÓN	TEMPORALIDAD DE LA DIFUSIÓN
1	Anuncio "Enlaces en el país y en el extranjero"	Gaceta UNAM	Esporádica
2	Cartel	Distribución en	Esporádica



## a) Anuncio "Enlaces en el país y en el extranjero"

### TEXTO-FORMA

El tipo de letra utilizado es *swiss* (sin patitas), estilo normal y *bold* (negritas) bajo dos medidas o puntajes y uso de mayúsculas y minúsculas.

El encabezado principal se encuentra ubicado en la parte superior y centrado, a la par de que es posible visualizar un seccionamiento del mismo abarcando así dos líneas; por su parte tanto el interlineado como el espacio entre letras es más amplio respecto a la otra parte del texto, por lo cual se hace aún más legible para el lector.

Asimismo, el contraste definido a partir del uso de letra negra en fondo gris, permite resaltar los elementos textuales del anuncio.

### TEXTO-CONTENIDO

Dado que la labor de la Dirección de Telecomunicaciones Digitales está encaminada a proporcionar la infraestructura que la comunidad universitaria requiere en cuanto a tecnología informática, por tanto su objetivo principal es facilitar el intercambio de información entre usuarios eliminando distancias, lo cual es posible mediante enlaces a redes locales, regionales, nacionales e internacionales.

De esta manera encontramos una convergencia respecto a la labor que desempeña el área de investigación y la de telecomunicaciones. La primera ofrece servicios vía red que implican en primera instancia tener acceso a bases de datos como el herbario nacional, la hemeroteca electrónica, el tratado de libre comercio y el catálogo de sistema de bibliotecas, entre otros. En tanto la segunda hace uso de medios como el cable de fibra óptica, microondas, estaciones de radio y satelitales para estructurar la red universitaria: RedUMAM.

De esta manera en el encabezado principal se define la idea básica y por ende el objetivo primordial de la Dirección de Telecomunicaciones, motivo por el cual se convierte en el elemento de mayor significación textual.

La demás parte del texto ubicada en el gráfico, implica el manejo de palabras o unidades significativas que determinan nombres propios de diferentes estados de la república mexicana, con los cuales se puede establecer contacto mediante la red universitaria.

La coherencia del texto respecto al contexto de la situación está propuesta con base al campo del discurso de la Informática; respecto a sí mismo, guarda un orden de ideas que se desprende del encabezado principal.

La cohesión o unión de elementos textuales está dada principalmente en el encabezado, el cual como frase supone una estructura sintáctica donde se interrelacionan palabras o unidades significativas con función léxica y gramatical o únicamente gramatical.

Por tanto el texto se adecua al campo del discurso de la Informática en función del concepto **enlaces** y palabras como **país** y **extranjero** para fundamentar el sentido del mensaje; a la vez de que se adecua al canal utilizado (anuncio) en vista de una propuesta textual esquemática, por ende el tono es informal y funcionalmente hablando es informativo por el uso del significado denotativo para proponer el sentido del mensaje.

#### *ILUSTRACIÓN*

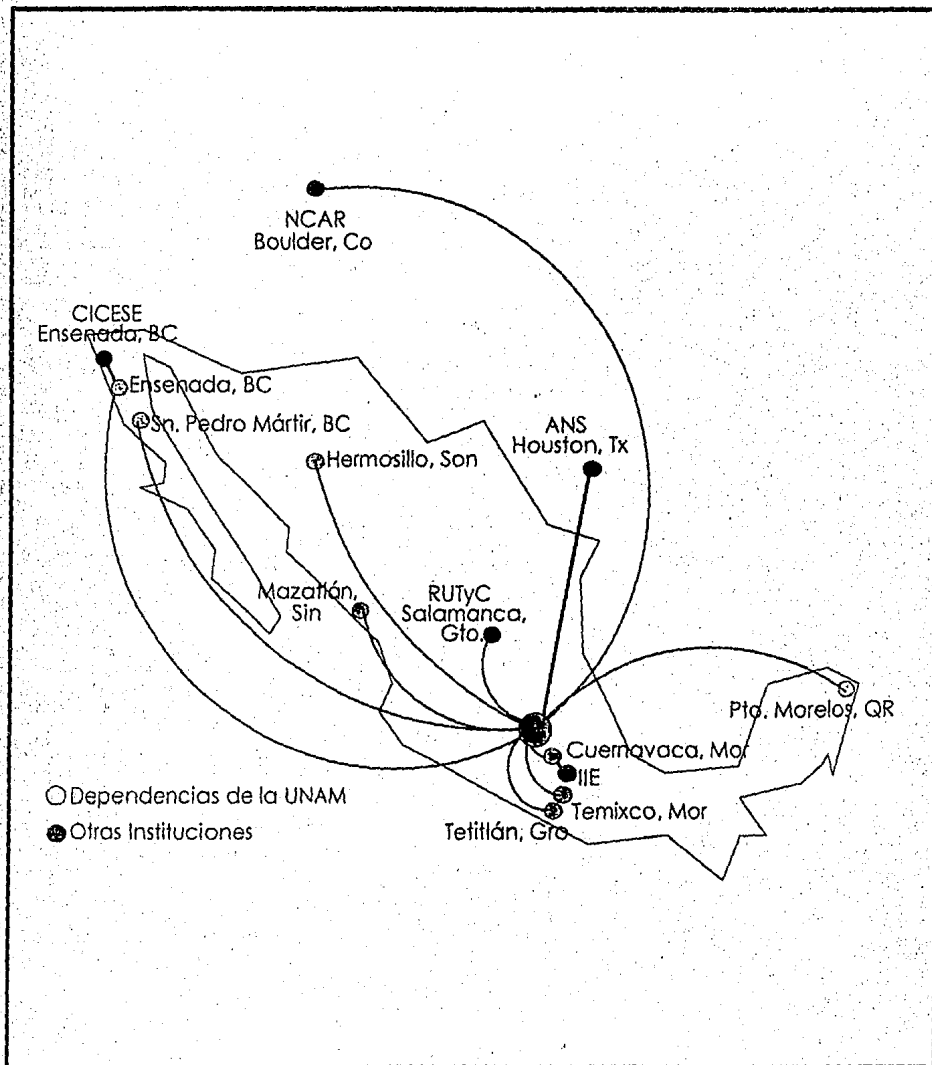
La propuesta gráfica abarca la mayor parte de la superficie del anuncio y sugiere mediante un dibujo la silueta de la república mexicana, la cual interactúa con el texto a partir de líneas curvadas y uso de círculos pequeños (negros y transparentes) que permiten definir la ubicación específica del lugar señalado.

Este dibujo y el texto alusivo a los diferentes lugares de la república se encuentran delimitados por un cuadrado transparente remarcado con una línea negra, el cual permite mantener el contraste definido a lo largo del anuncio (uso de negro en fondo gris).

Por último, el logotipo de la DGSCA y una leyenda textual que pretende determinar la imagen de la UNAM, transmite al lector información gráfica en cuanto a la institución y dependencia universitaria que ofrece el servicio de redes propuesto a lo largo del mensaje.

En la siguiente página se presenta una reproducción del anuncio analizado.

# Los enlaces en el país y el extranjero



UNAM  
HOY

COMPUTO  
ACADÉMICO  
UNAM

## **b) Cartel "Participación en RedUNAM"**

### *TEXTO-FORMA*

La letra utilizada implica un tipo swiss (sin patitas) propuesta en diferentes puntajes o medidas, así como manejo de letras mayúsculas y minúsculas.

El contraste definido en cuanto a letra blanca y roja en fondo negro, y de letra negra y roja en fondo blanco, para la determinación del texto en diferentes partes, permite ubicar aspectos varios.

Específicamente el texto realizado a partir de letra roja en fondo negro y ubicado al centro del rectángulo negro, se reconoce como el encabezado principal, en función de un contraste más atractivo por la combinación de estos colores.

Asimismo, dado que es un encabezado extenso, se secciona en tres líneas utilizando una interlínea amplia que posibilita mayor legibilidad; a la par de que interactúa especialmente con el número telefónico (donde puede solicitar informes el lector interesado) por el color usado para este dato.

### *TEXTO-CONTENIDO*

Como una manera de fomentar la formación de recursos humanos, la Dirección de Telecomunicaciones Digitales contempla un programa con miras a incorporar a sus actividades, estudiantes de áreas específicas bajo la idea de becarios, servicio social y tesisistas.

De esta manera, en el encabezado principal se proponen los elementos de mayor significación textual, dado que se define sobre qué idea se adquirirá la formación en cómputo.

Por tanto, la coherencia del texto en relación al contexto de la situación implica un manejo de conceptos relacionados con la Informática como campo del discurso. Respecto a sí mismo, el texto está definido bajo un orden de ideas: primero la especialidad que se requiere, después una invitación a incorporarse ya sea como becario, servicio social o tesisista, y por último los datos complementarios para mayor información al respecto.

Así, la cohesión del texto o unión de elementos considerando dicho orden está en función de oraciones y frases o ideas esquemáticas, donde se interrelacionan palabras o unidades significativas que tienen función léxica y gramatical o únicamente gramatical.

De esta manera, la adecuación del texto se define por el uso de conceptos como **electrónica, eléctrica, telecomunicaciones, computación y red**, propuestas alusivas al campo del discurso que es la Informática; además de conceptos o ideas como **becarios, servicio social y tesis** para disponer el sentido del mensaje como tal.

Asimismo, se adecua al canal utilizado (cartel) a partir de una reducida cantidad de texto, donde se especifican las ideas básicas a transmitir.

En cuanto al tono, se determina informal por la propuesta de palabras de trato directo con el receptor, que además se intensifica por el uso de mayúsculas y minúsculas; lo cual en su conjunto permite vislumbrar un mensaje dirigido a una población juvenil con estudios universitarios.

Por último, el tono funcional es informativo en vista del uso de significado denotativo, para estructurar el sentido que tiene el mensaje.

#### *ILUSTRACIÓN*

Este cartel fue elaborado utilizando papel couche paloma brillante (una cara) que tiene un peso de 200 grs.

Con base en un formato apaisado (orientación horizontal) la superficie del cartel tiene 41 cms. de ancho por 30 de largo, e implica dos tintas (negra y roja) además de ausencia de color en algunas partes del texto, dado que el papel es de color blanco.

A partir de esta propuesta de color se define un rectángulo negro que abarca la mayor parte de la superficie del cartel, y donde se incorporan elementos textuales que a su vez interactúan (principalmente el encabezado principal) con un dibujo que simula el mundo, determinado por color blanco y negro en contraste.

Asimismo, al interior de este dibujo encontramos elementos textuales y gráficos en interacción, reforzando de esta manera la idea del encabezado principal; esto es, la silueta alusiva al continente americano y las palabras **voz y datos**, son aspectos relativos a la red de telecomunicaciones y a la parte geográfica a la que se está haciendo referencia.

De esta manera, en dicho rectángulo se plantea la mayor parte del mensaje, el cual se hace atractivo por el contraste de color entre rojo, blanco y negro; y como una forma de establecer la interrelación en cuanto a los elementos de la parte superior con los de la inferior, se define un contraste a la inversa (letras negras y rojas sobre fondo blanco).

Posterior al texto que se encuentra en la esquina inferior izquierda, se encuentra ubicado el logotipo de **Cómputo Académico**; informándose de manera gráfica al lector sobre la dependencia universitaria que hace la invitación a incorporarse a las actividades del área de telecomunicaciones de la DGSCA.

En la siguiente página se presenta una reproducción del cartel analizado.

Si perteneces al área de electrónica, eléctrica,  
telecomunicaciones o computación...

¿Te gustaría participar en la Red  
Integral de Telecomunicaciones  
más grande de Latinoamérica?

Plan de Becarios  
Servicio Social  
Tesistas

Infórmate en la Dirección  
General de Servicios de  
Cómputo Académico.

Lic. Gabriela Utrata  
Tel: 622 86 05

 Consejo  
de Informática

## E. CONCLUSIONES PARCIALES

De manera general, como resultado del análisis realizado a la muestra seleccionada pueden perfilarse algunas características del tratamiento del mensaje impreso que la Dirección General de Servicios de Cómputo Académico (DGSCA) emite para transmitir la información en cuanto a sus actividades y servicios que ofrece.

Para definir la legibilidad del texto y como resultado de la composición tipográfica, la forma del éste implica un mayor uso del tipo de letra *swiss* (sin patitas) independientemente de diversos puntajes o medidas, anchura o estilos (*light*, *bold*, *itálic* o *normal*).

Los encabezados ya sea principales o secundarios destacan a la mayor parte del texto en función de técnicas como uso de color, letras negras sobre fondo de color blanco y letras blancas sobre fondo de color, así como letras hechas a mano. Asimismo, dichos encabezados responden a la secuencia del movimiento ocular al momento de leer información; esto es, después de abandonar la fijación inicial se prefiere la posición izquierda sobre la derecha y la superior sobre la inferior.

La disposición del espacio, por ende interlineado, manejo de columnas, márgenes, posición vertical u horizontal del texto y alineamiento del mismo, se determina considerando la cantidad de texto que se va a incorporar a la pieza impresa; lo que a su vez permite hacer una propuesta de diseño simétrica o asimétrica.

En cuanto al contenido del texto o conjunto de ideas a transmitir existe la tendencia a definirlo en función de la ley del mínimo esfuerzo; es decir, manejo de un mayor número de frases a comparación de oraciones donde se hace necesaria una rígida construcción gramatical.

A partir de un contexto definido por objetivos y propósitos específicos, los encabezados son los elementos de mayor significación textual, en tanto representan el punto de arranque que permite disponer el orden o coherencia de los otros elementos textuales a incorporar.

Dicha coherencia del texto respecto de sí mismo, supone una cohesión o unión de palabras o unidades significativas con función léxica y gramatical o solamente gramatical, al interior tanto de cada idea o frase esquemática como de las oraciones, que aunque mínimas, también se determinan.



La coherencia respecto al contexto de la situación hace necesario establecer la correspondencia entre campo del discurso, modo o medio y tono a utilizar.

Por lo tanto, la adecuación del texto responde a aspectos relacionados con el área de la Informática, ya sea haciendo uso de palabras o tecnicismos propios de esta disciplina que interactúan con ideas o conceptos alusivos a los servicios u objetivos que la DGSCA se propone llevar a cabo.

Así, ideas o conceptos como **cursos o capacitación, cómputo o computación, programa, actualización, capacitación para el trabajo, herramienta de trabajo, seminarios o pláticas, reunión, conferencia, supercómputo, visualización, comunicaciones, redes, enlaces en el país y en el extranjero**; son los pilares textuales en torno a los cuales se define el contenido de los mensajes impresos. Por lo tanto, el sentido o significado a transmitir, o sea lo que se quiere decir o de lo que se desea informar, se encuentra propuesto en la parte textual principalmente.

La adecuación del texto de acuerdo al modo o canal informativo utilizado se da a partir de ideas esquemáticas básicamente, a reserva de algunas oraciones. Esto se debe a que la función del anuncio y del cartel es la de introducir o reforzar una información y de atraer al lector respectivamente; motivo por el cual es necesario sintetizar dicha información al mínimo y disponerla con base a una estructura que corresponda a la superficie que implica cada uno de estos canales, los cuales a su vez son propuestos en espacios diferentes para que los receptores los ubiquen en diferentes partes.

Asimismo, dichas ideas esquemáticas definen un constante tono informal en la adecuación del texto (osea no se utiliza una rígida construcción gramatical), a reserva de las oraciones que aunque escasas, algunas veces le dan un toque formal al mensaje impreso.

También la adecuación incluye un tono funcional básicamente informativo o de exhortación, dado el manejo implícito del significado denotativo para estructurar el contenido textual o sentido del mensaje, como resultado del uso de lenguaje escrito para encodificarlo.

Por su parte la ilustración, determinada fundamentalmente a partir de dibujos o elementos gráficos como círculos, rectángulos, líneas, etc., también son elementos informativos visuales pero que en ausencia del texto no podrían definir el sentido básico del mensaje; es decir, se transmitiría una idea expuesta al libre albedrío del receptor que no permitiría encaminarlo hacia el objetivo de la fuente.

De esta manera, la ilustración de la pieza impresa que se emite en la DGSCA complementa la información que se desea transmitir, en tanto implica un mensaje paralelo; osea es la contraparte de la significación o significado que se desea hacer llegar al receptor.

Sin embargo, es un elemento atractivo que sensibiliza y llama la atención del lector (por el color utilizado o los dibujos definidos), el cual se interesará por el mensaje a partir del contenido del mismo.

También como parte de la propuesta gráfica se contemplan los logotipos tanto de la UNAM como de la DGSCA a la par de otros (dependiendo del mensaje); elementos importantes a considerar, debido a la carga informativa que representan para el lector o receptor que requiere saber quién le está transmitiendo la propuesta informativa.

Bajo estos lineamientos se lleva a cabo el tratamiento del mensaje impreso que se emite en la DGSCA, donde interactúan elementos gráficos y textuales al interior de la estructura que implica la pieza impresa; la cual como unidad, representa la forma básica de difusión utilizada en la dependencia para informar de los diferentes servicios de cómputo que ofrece a diversos sectores poblacionales.

Esto último, no es índice de que se elabore la propuesta de difusión en su totalidad bajo expectativas o estímulos específicos del sector poblacional al que se le ofrece determinado servicio, sino en términos informativos en cuanto a promoción de las actividades o funciones que tiene la DGSCA; es decir, no se pretende convencer ni manipular como suele suceder con la publicidad (donde es preponderante el uso del significado connotativo para estructurar el mensaje), dado que únicamente a nivel textual se determina el posible beneficiario del servicio, lo cual algunas veces se refuerza con una ilustración. En ausencia de ésta última, la propuesta gráfica (color y uso de gráficos) pretende exclusivamente atraer, bajo la idea de resaltar aspectos significativos.

La elaboración o diseño del medio impreso en su conjunto (anuncio, cartel, tríptico y folleto) forma parte de las actividades que desempeña el Departamento de Difusión; mismo que es definido con base en una propuesta particular de trabajo conjunto entre diseñador y redactor o corrector de estilo.

Dicha situación implica obtener distintos resultados en cada elaboración, que puede ser satisfactoria en términos de creatividad; pero también perjudicial por no transmitir una imagen específica, mediante la cual pudiera ser identificada cualquier propuesta informativa que emitiera la DGSCA a partir del medio impreso.

## CONCLUSIONES

La información no es sólo un conjunto de palabras o datos apilados uno tras otro, es todo un proceso psicológico, lógico y por ende lingüístico en términos de lenguaje verbal; esto es, al comunicarnos con los demás en cuestiones de segundos relacionamos ideas, las ordenamos, les damos un nombre y las concebimos de determinada manera.

Esta reflexión de entrada nos sugiere la idea de estructura, por los elementos e interacción que permiten cristalizar un pensamiento, el cual al exteriorizarlo nos sirve para establecer la comunicación.

Ahora bien, cómo se lleva a cabo dicho proceso mental no es propósito del presente trabajo, pero sí el resultado del mismo: cómo nos comunicamos con los demás, qué elementos utilizamos para hacerlo y cómo lo concebimos al proyectarlo.

Por tanto, el acto comunicativo como un proceso donde se involucran emisor y receptor a partir de experiencias comunes y haciendo uso de un código afin a ambos para disponer e interpretar el mensaje transmitido, es la base estructural traspolable a cualquier propuesta comunicativa ya sea personal, grupal, institucional o de difusión.

En este marco y bajo la idea de estructura, la comunicación impresa como medio de difusión conlleva los elementos propios del acto comunicativo: fuente o emisor, codificador, mensaje, canal, decodificador y receptor o lector; a reserva del mensaje de retorno o *feedback*, dadas las condiciones que delimitan a este medio transmisor de información. Dichos elementos interactúan entre sí en una dinámica que les confiere determinadas funciones.

La fuente o emisor, representada por una institución o grupo humano organizado con base en propósitos específicos encodifica o dispone las ideas a partir de un código; lo cual es determinado por el diseñador y escritor o redactor, mediante el lenguaje gráfico y el lenguaje textual respectivamente.

Dicha participación implica una propuesta en estrecha correspondencia, dado que la forma y contenido representan una unidad indisoluble que debe ser planteada lógicamente.

Como parte del mensaje impreso, la ilustración juega un papel muy importante y atractivo para el lector o receptor, pero puede reportarle ideas subjetivas; por lo mismo, la dependencia del lenguaje gráfico respecto al lenguaje textual es un hecho en términos informativos, ya que la sensibilidad que aflora puede no corresponder a los objetivos de la fuente o emisor.

Esta conjetura propició un planteamiento de los elementos que estructuran el lenguaje escrito, como código o conjunto de signos que permite estructurar básicamente el significado o sentido del mensaje impreso.

Dado que el lenguaje textual deviene del verbal, implica un conjunto de signos lingüísticos que nos permiten determinar el significante (imagen acústica) y significado (imagen conceptual) de las cosas; dichos signos están representados por símbolos visuales (letras que forman palabras, vía economía del lenguaje) en el lenguaje escrito.

Como herramienta codificadora, el lenguaje escrito se estructura en función de unidades significativas (monemas o palabras) y éstas a su vez a partir de unidades distintivas (fonemas o letras).

Para determinar el significado o sentido que tiene la información textual del mensaje impreso es necesario combinar e interrelacionar las unidades significativas o palabras, mediante las funciones gramaticales que desempeñan al interior de la frase u oración que se va definiendo.

Ante esto fue importante considerar la diferencia entre función léxica y gramatical; es decir, existen palabras "llenas" con contenido y palabras "vacías" que posibilitan el ensamble del escrito.

Pero el mensaje no sólo implica el significado estructural (relación signo-signo), sino que puede proyectar un significado denotativo (relación entre palabra-signo y los objetos existentes en el mundo físico), y/o connotativo (relación entre signo y un objeto a partir de la perspectiva de las personas); significados que determinan el uso de las funciones objetiva-cognoscitiva y subjetiva-afectiva del lenguaje respectivamente.

Asimismo, para la elaboración o estructuración del mensaje es necesario hacer hincapié en el significado contextual, o sea cuál es el entorno de la información a transmitir o contexto de la situación; lo cual genera el paso del lenguaje escrito al mensaje impreso.

Esta aseveración se manifiesta porque se conceptúa al texto como la instancia de interacción lingüística donde se involucran emisores y receptores; dicha posibilidad de involucrarse está en función de la estructura social y por ende del grupo al que se pertenece. Aspectos como la educación, la profesión, la situación económica, la raza, la religión, etc. determinan una estratificación y la posibilidad de interrelación grupal a nivel social.

Bajo esta óptica, el lenguaje se adapta a las necesidades comunicativas de los diferentes grupos sociales, principalmente por el uso de tecnicismos de algunos. Paralelamente también es factible un lenguaje estándar, normalizado, de sentido común que nos compete a todos; el cual nos permite establecer un mínimo de significado, para que sea posible entablar relaciones sociales fuera del grupo o los grupos a los que pertenecemos.

Entonces, el significado contextual del mensaje impreso debe contemplar las siguientes interrogantes: quién lo dice y a quién; así como características de coherencia, cohesión y adecuación.

Lo anterior indica que es necesario un orden de los elementos, mismo que surge por la unión de unidades significativas con función léxica y gramatical; a la par, se hace indispensable adecuar el texto al campo del discurso (o sea de lo que se está informando), también de acuerdo al modo o medio que se está utilizando y por último bajo el tono en que se considera sea propuesto el mensaje.

Por lo tanto, se hizo necesario describir a la fuente o emisor, que en este caso es la DGSCA, para sopesar la propuesta de difusión que requiere esta dependencia universitaria; en función de los objetivos que la justifican como un organismo básicamente de servicios en materia de cómputo, para beneficio de diferentes sectores poblacionales (infantil, juvenil, universitario, académicos, sector público y privado y público en general).

Promover la cultura informática a gran escala como fin primordial abarcando servicios como docencia, apoyo a la investigación y tecnología informática, exige a sí mismo una difusión acorde a las circunstancias; sin embargo, en la DGSCA se limita al uso del medio impreso, aunque ya se consideran actualmente medios alternativos de difusión como videos y promocionales por radio y televisión.

Considerando la importancia que tiene el contexto en la determinación de lineamientos básicos para estructurar el mensaje impreso, además de caracterizar a la DGSCA, fue importante hacer una revisión de las funciones sustantivas que tiene la Universidad (este punto encabeza el análisis contemplado), para ubicar a esta dependencia universitaria

como colaboradora en ese proyecto educativo; lo cual a su vez, permitió sopesar la labor de difusión, en términos de la importancia que tiene y la manera cómo debe ser encauzada: la extensión de la cultura implica propagar el conocimiento y llevar a cabo una labor informativa o de promoción.

Retomando la estructura de la dependencia, en segundo término el análisis consistió en especificar las formas de difusión que se utilizan para informar de actividades y servicios que proporcionan las diferentes direcciones de la DGSCA.

Independientemente del tiraje, que podría ser mayor dadas las necesidades de difusión que se tienen, pudo corroborarse que la forma de difusión se reduce básicamente al uso del medio impreso y que además las diferentes vertientes de éste (folleto, tríptico, cartel y anuncio), no se abarcan en su totalidad para promover los servicios.

Además, el anuncio circula básicamente en la Gaceta de la UNAM y en el periódico Universal o Excelsior (no en los dos de manera conjunta); esto, por un lado limita la información a la comunidad universitaria, por el otro aunque son los periódicos capitalinos con más tiraje y considerando que un promedio de 140,000 ejemplares circulan en el D.F. aun así se llega a poca población, a diferencia de los alcances que tienen la radio y la televisión como medios de difusión.

En cuanto al cartel, se distribuye básicamente en las instalaciones de la UNAM a reserva de algunos intentos de ubicación en otras partes; esto también va en detrimento de abarcar otros sectores de la población, ajenos a la comunidad universitaria.

Tanto la circulación del anuncio como la distribución del cartel, por principio de cuentas, manifiestan una falacia, esto es, el mensaje se dirige a diferentes sectores poblacionales y se define como para el público en general (bajo ciertos requisitos); sin embargo ante dicha situación, la información se transmite prácticamente a la comunidad universitaria y a aquellos lectores de los periódicos antes mencionados. Entonces el ámbito de acción de la DGSCA se reduce considerablemente.

Posteriormente el análisis se centró en el mensaje, donde las categorías para llevarlo a cabo se fundamentan en conceptos como estructura y función y a partir de la definición que lo especifica de la siguiente manera: expresión de ideas (contenido) manifestadas en determinada forma (tratamiento) mediante el empleo de un código.

Así, las diferentes unidades impresas seleccionadas para la muestra representativa fueron analizadas en cuanto a la forma del texto bajo aspectos como: disposición del

espacio y composición tipográfica. También fue cotejado el contenido del texto, en función de la coherencia, cohesión y adecuación que debe contemplar el mismo para determinar el sentido del mensaje. Asimismo, se revisó la ilustración con miras a corroborar su interacción con el texto y la función complementaria de significación que provee al mensaje en su conjunto.

Se concluye que la forma del texto en general permite vislumbrar los diferentes aspectos que contiene el mensaje, o sea son legibles en parte para el lector; es decir, contribuye a la comprensión del mensaje porque lo hace más fácilmente visible.

La composición tipográfica implica el manejo de la letra swiss básicamente (se considera un tipo de letra informal) para dar uniformidad, lo cual se contempla bajo diferentes estilos (light, italic, bold) y puntajes en la medida que se requiere resaltar aspectos significativos como es el caso de los titulares, especialmente el encabezado principal y secundario, donde queda sugerido el contenido del texto; en el caso del cartel, el color permite un mayor contraste de estos elementos relevantes.

Paralelamente, el espacio entre letras y palabras se considera proporcional dado el uso de alineamiento a la izquierda, derecha y centrado, lo que da por resultado el ancho de la columna, por ende el de los márgenes; en tanto, el espacio propuesto entre líneas y párrafos está definido en función del tamaño de la letra, por lo cual también es proporcional.

Lo anterior se organiza de acuerdo a la disposición del espacio; sin embargo, se percibe un problema en relación al manejo de la información, algunos casos (anuncio y cartel) ventilan información de varias cosas a la vez, esto podría ser problema de presupuesto pero también de planeación o de perspectiva al respecto; o sea, una menor cantidad de texto y aludiendo a un sólo aspecto en el mismo espacio, podría ser más llamativo y comprensible para el lector así como adecuarse por completo al medio.

Por su parte, el contenido del texto se manifiesta coherente respecto al contexto de la situación, dado que corresponde a los objetivos o propósitos específicos de la fuente en cuanto a informar sobre los servicios en Informática que se ofrecen, por lo cual se utilizan tecnicismos propios de esta disciplina a la par de un lenguaje estandarizado; dando pie para ordenar los elementos de manera lógica y de acuerdo a su importancia.

Esto último permite obtener una coherencia del texto respecto de sí mismo por la cohesión o unión de palabras, a partir de unidades significativas con función léxica y gramatical que

soportan principalmente frases o ideas esquemáticas a reserva de algunas oraciones para estructurar la parte textual del mensaje.

Como consecuencia la adecuación del texto se adapta al campo del discurso (Informática). Respecto al medio o canal utilizado se adapta en tanto el anuncio y el cartel permiten introducir o reforzar una información así como atraer al lector (esto último en mayor grado respecto al cartel), la propuesta de texto abundante se justifica ante algo novedoso por tratar. Por lo tanto, el tono del texto es eminentemente informal, dada la casi inexistente rigidez gramatical.

También para la adecuación del texto se utiliza un tono funcional básicamente informativo, en términos de que es preponderante el manejo de significado denotativo para determinar el sentido que tiene el mensaje, o sea lo que se quiere transmitir; en este caso, dar a conocer cuáles son los servicios que proporciona la DGSCA (exhortación a ser utilizados). Dado ese tono con matiz informativo, es por lo que de manera textual se especifica a quién está dirigido tal o cual servicio: no se pretende manipular o convencer.

La ilustración (en calidad de dibujos) tiene la función de complementar la información que implica la parte textual; en algunos casos haciendo alusión al receptor al cual se dirige el mensaje, y en otros especificando quién está ofreciendo los servicios propuestos. El uso de gráficos prácticamente tiene la función de resaltar aspectos significativos, a partir de líneas que articulan formas (cuadrados, círculos, triángulos y figuras irregulares). El equilibrio y la proporción son aspectos fundamentales para incorporar la ilustración o definir los gráficos, considerando que son elementos en estrecha interacción con el texto y la función complementaria que cumplen.

La remarcada función del cartel en cuanto a atraer, se apoya en papel llamativo y colores tanto atractivos como contrastantes (fuente de todo significado); también bajo la idea de que interactúen forma y contenido del texto, en términos de resaltar aspectos significativos.

La idea final que reporta el mensaje impreso que se emite en la DGSCA apela en parte a su contenido, esto es, servicio y actualidad, desde el punto de vista de que la Informática es una disciplina que se empieza a vislumbrar y hacer accesible a todos niveles y en todos los ámbitos; la contraparte de esa idea, se infiere por la propuesta continua de anuncios y carteles, o sea hay constancia ya que se elaboran de manera permanente.

Todo esto conlleva a una imagen de la UNAM (dado que la labor de la DGSCA es un soporte a las tareas que tiene la institución), aunque se manifiesta únicamente en la



Gaceta universitaria y en los periódicos ya sea Universal y Excelsior; es decir, a nivel gráfico no hay propuesta de imagen, sino como resultado del contenido textual del mensaje y periodicidad del mismo.

De esta manera y como resultado del análisis llevado a cabo, la planeación de la propuesta informativa a nivel difusión de la DGSCA, es vital para disponer todos y cada uno de los aspectos que son necesarios vertir en el mensaje impreso que se emite.

Asimismo, se hace indispensable la utilización de medios alternativos de difusión con miras a abarcar un mayor número de receptores, considerando que el cómputo y la informática como tecnologías innovadoras, modernas y de actualidad, son bienes que deben ser accesibles a la mayor parte de la población y no restringirse a ciertos grupos.

Por lo tanto, la comunicación eficaz es de hoy y de siempre, debe de responder a la necesidad imperante que tiene el ser humano de informarse respecto al medio ambiente que le rodea y los medios de difusión son determinantes para lograr ese fin.

Bajo esta óptica, la DGSCA, considerando sus funciones y como dependencia universitaria, sustenta una parte de las tareas que tienen la UNAM; en materia informativa o de difusión, cumple el objetivo con ciertas limitantes principalmente por los espacios donde ventila su propuesta, lo cual va en detrimento del beneficio al que tiene derecho la población en su conjunto; la exigencia es entonces: difusión con verdaderos alcances.

## BIBLIOHEMEROGRAFÍA

- Baena, Guillermina. *Instrumentos de Investigación*. 13a. ed. México. Editores Mexicanos Unidos. 1986. 134 págs.
- Berlo, David K. *El proceso de la comunicación*. 3a. ed., 14a. reimpresión. México. Editorial El Ateneo. 1992. 239 págs.
- Cassany, Daniel. *Describir el Escribir, Cómo se aprende a escribir*. 1a. ed., 1a. reimpresión. España. Ediciones Paidós, Colección Paidós Comunicación, No. 37. 1987-1988, 1991. 194 págs.
- González Reyna, Susana. *Manual de redacción e investigación documental*. 4a. ed., 1a. reimpresión. México. Editorial Trillas. 1991. 181 págs.
- Gregory, Michael. Carroll, Sussane. *Lenguaje y Situación*. 1a. ed. México. Fondo de Cultura Económica. 1986. 178 págs.
- Guiraud, Pierre. *La Semántica*. 2a. ed., 2a. reimpresión. México. Fondo de Cultura Económica (Breviarios No. 153). 1976, 1983. 142 págs.
- Guiraud, Pierre. *La Semiología*. 19a. ed. México. Siglo Veintiuno Editores. 1992. 133 págs.
- Krauze, Enrique. Alvarado, Lourdes et al. *Memoria del Segundo Encuentro sobre Historia de la Universidad*. 1a. ed. México. Coordinación de Humanidades, (CESU) UNAM. 1986. 155 págs.
- Lyons, John. *Lenguaje, Significado y Contexto*. 1a. ed., 1a. reimpresión. España. Ediciones Paidós, Colección Paidós Comunicación No. 6. 1981, 1991. 263 págs.
- Martinet, André. *Elementos de Lingüística General*. 3a. ed. España. Editorial Gredos. 1984. 279 págs.
- Moles, Abraham A. Rohmer, Elisabeth. *Teoría estructural de la comunicación y sociedad*. 1a. ed., 1a. reimpresión. México. Editorial Trillas. 1983, 1991. 207 págs.
- Moreno de Alba, José G. *Estructura de la Lengua Española*. 1a. ed., 1a. reimpresión. ANUIES. México. 1973. 37 págs.
- Mounin, Georges. *Claves para la Lingüística*. 1a. ed. España. Editorial Anagrama. 1976. 139 págs.

- Mounin, Georges. *Claves para la Semántica*. 1a. ed. España. Editorial Anagrama. 1972. 233 págs.
- Ortiz Dueñas, Teodoro. *Gramática estructural. Ortografía. Redacción*. 1a. ed. México. Editorial Trillas. 1993. 284 págs.
- Paoli, J. Antonio. *Comunicación e Información*. 3a. ed., 6a. reimpresión. México. Editorial Trillas. 1983, 1990. 138 págs.
- Rojas Soriano, Raúl. *Guía para realizar investigaciones sociales*. 9a. ed. México. Plaza y Valdés. 1992. 286 págs.
- Romero Alvarez, Ma. de Lourdes. *Técnicas modernas de redacción*. 1a. ed. México. Editorial Harla. 1991. 211 págs.
- Saussure, Ferdinand de. *Curso de Lingüística General*. 5a. ed. México. Editorial Fontamara. 1992. 319 págs.
- Schramm, Wilbur. *La ciencia de la comunicación humana*. 1a. ed. México. Editorial Grijalbo. 1982. 191 págs.
- Taborga Torrijo, Huáscar. *¿Cómo hacer una tesis?*. 1a. ed. México. Editorial Grijalbo. 1982. 220 págs.
- Toussaint, Florence. *Crítica de la información de masas*. 3a. ed., 1a. reimpresión. México. Editorial Trillas. 1990, 1991. 94 págs.
- Turnbull, Arthur. T. Baird, Russell N. *Comunicación Gráfica*. 2a. ed., 1a. reimpresión. México. Editorial Trillas. 1990, 1992. 429 págs.
- Universidad Nacional Autónoma de México. *Pasado, Presente y Futuro de la Computación (30 Aniversario de la Computación en México. Memoria)*. 1a. ed. México. Dirección General de Servicios de Cómputo para la Administración. 1988. 2 tomos 1807 págs.
- Universidad Nacional Autónoma de México. *Universidad y Política en América Latina*. 1a. ed. México. Secretaría General Académica. 1987. 302 págs.
- Guerra Ortiz, Víctor. "Cómputo, Informática y Telecomunicaciones". *Coloquio la Ciencia y la Tecnología para el futuro de América Latina*. México. DGSCA-UNAM. Diciembre 1990.