

"Una sociedad en la que todos pudieran hablar y nadie lo hiciera no duraría ni un día".

E. H. GOMBRICH

1.1 Comunicación, expresión y lenguaje

El hombre es una criatura que se comunica, así lo afirma H. Dalziel Duncan (citado en Ferrer, 1994:21) cuando señala que, por su naturaleza y para satisfacer sus necesidades, el hombre ha debido comunicarse con sus semejantes utilizando señales, movimientos o signos, pues nadie puede existir en un grupo o una sociedad sin alguna forma de comunicación.

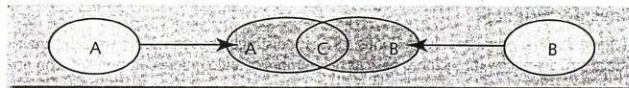
Comunicación

Comunicar es llegar a compartir algo de nosotros mismos. Es decir, es una cualidad racional y emocional específica del hombre que surge de la necesidad de ponerse en contacto con los demás, cuando intercambia ideas que adquieren sentido o significación de acuerdo con experiencias previas comunes. Varios autores¹ definen este fenómeno llamado comunicación. Según Ferrer (1994:25), consiste en

"la creación de significados compartidos a través de procesos simbólicos".

Lo anterior significa que (como afirma Wilbur Schramm,² 1972:17), aunque las personas tengan marcos de referencia distintos —porque piensen, vivan y hablen en forma diferente—, en el momento

¹ Cooley, Bryson, Mann, Oliver, Langer, Johnson, Montaigne, R. Wriglat, Simons, Berenstein e I. A. Richards, entre otros.
² Para Wilbur Schramm, uno de los principios básicos de la teoría general de la comunicación es que los signos pueden tener solamente el significado que la experiencia del individuo permita leer en ellos, ya que sólo es posible interpretar un mensaje dependiendo de los signos que conocemos y de los significados que hemos aprendido a atribuirles; esto es lo que constituye el "marco de referencia", y es en función de él como los individuos pueden llegar a compartir algún significado.



de establecer comunicación tienen un propósito de entendimiento, es decir, pretenden lograr algo en común por medio del mensaje que intentan compartir.

Los diversos modos en que los seres humanos intercambiamos ideas, desde la señal, el gesto o la imagen, hasta la palabra hablada o escrita —*todos los signos, símbolos y medios por los cuales transmitimos significados y valores a otros seres humanos*—, constituyen lo que llamamos *formas de expresión* (Paoli, 1985:67).

Expresión

La palabra *expresión* proviene del término latino *expressus* que significa "exprimido", "salido".

Para transmitir una expresión basta con sacarla, se dé o no la recepción por parte de otra persona. En cambio, el concepto de comunicación proviene del prefijo latino *cum* = con y *munus* = común, de donde se deriva *communis*, que quiere decir "comunidad" o "estado en común" (Fernández Collado y L. Dahnke [1986:3]).

Al revisar los conceptos de *expresión* y *comunicación*, la diferencia básica que observamos es la siguiente: para *expresar* basta con sacar algo de nosotros mismos; en cambio, para *comunicar* necesitamos tener la intención de compartir ese algo con otros; entonces, la comunicación no supone sólo sacar ideas o sentimientos y transmitirlos a otros, el verdadero sentido de la comunicación está en nuestra intención de enviar mensajes para provocar una respuesta en los demás, pues dicha respuesta es la que nos permitirá saber que fuimos comprendidos por los demás.

Con base en las definiciones citadas, hay comunicación cuando en una *expresión* que corresponde a la realidad de un sujeto hay *intercambio* de ideas con otro u otros; cuando existe la intención psicológica de unión; cuando dos o más individuos logran pensar y sentir en tal forma que las ideas de unos se vuelven bienes compartidos de los otros: se hacen comunes.

Lenguaje

El medio por el que nos comunicamos los seres humanos se llama lenguaje, el cual se puede definir como "un conjunto de signos estructurados que dan a entender una cosa" (Morris, 1985:37). En sus orígenes, el hombre se comunicaba con lenguajes no verbales, mediante su cuerpo y sus órganos sensoriales: la voz, el gesto, los movimientos, los ojos. Cada forma, sonido o identificación humana constituían una señal que identificaba a un hombre con otro, relacionaban una cosa con otra, iban de un territorio a otro; por eso el lenguaje es la "facultad propia del hombre para la expresión de sus ideas" (Blake y Haroldsen, 1980:7) y se considera "el vehículo primario para la comunicación" (Ferrer, 1994:25).

El *lenguaje* nace como el más trascendental de los inventos que ha desarrollado el hombre para comprender su mundo, y desempeña una función central en las sociedades civilizadas, pues influye tanto en su nivel de desarrollo y progreso como en el del conocimiento. Al igual que la comunicación, el lenguaje tiene una *naturaleza social*, pues los humanos tenemos facultad de hacernos entender por otros medios (sonidos, mímica, dibujos, etcétera, aunque ningún lenguaje funcionaría si no existiera la interacción humana, como dice Rafael Seco (citado en Fernández de la Torre, 1990:7):

"El lenguaje es el gran instrumento de comunicación de que dispone la humanidad, íntimamente ligado a la civilización, hasta tal punto que se ha llegado a discutir si fue el lenguaje el que nació de la sociedad, o fue la sociedad la que nació del lenguaje".



"Expresar" es simplemente "sacar"; es "manifestar nuestros pensamientos y las impresiones de nuestra realidad por medio de la palabra, gestos o actitudes"; "es la representación, a través de símbolos e imágenes, de una manifestación de nuestra propia individualidad, y puede estar dirigida o no a otro sujeto".

(E. Ander-Egg y J. Aguilar, 1985:17).



Funciones del lenguaje

Bühler (citado en *El lenguaje* de J. Roca Ponds, 1973:13) distingue tres funciones trascendentales del lenguaje, que acompañan a las intenciones básicas del hombre cuando quiere comunicarse con otros:³

1. **La función representativa:** es aquella por la cual el lenguaje llega a transmitir un contenido. Requiere un sistema de signos representativos de sucesos o cosas. Es propia solamente del hombre, que es capaz de simbolizar con ideas su realidad.
2. **La función expresiva:** es la que manifiesta el estado psíquico del hablante. A diferencia de la anterior, esta función también puede encontrarse en las expresiones de ciertos animales; por ejemplo, las aves cuyo canto no es un llamado a las aves vecinas, sino una expresión de su estado afectivo. En la comunicación del hombre dicha función se manifiesta con singular claridad y es notoria, sobre todo, en el lenguaje de los niños.
3. **La función apelativa o de llamada:** por medio de ésta se actúa sobre el oyente para dirigir o atraer su atención. Puede compararse con las señales de tránsito de las grandes ciudades o, por ejemplo, con el ladrillo del perro que ahuyenta. *El lenguaje es, en primer término, una llamada al oyente.*

El lenguaje verbal



"Es el atributo que distingue notablemente al hombre" (Blake y Haroldsen, 1980:7) y pertenece a la gente, a los grupos, a los países. Con el lenguaje verbal las ideas se traducen en palabras. Las palabras tienen que ver con los cambios de pensamiento y con la evolución de nuestros pueblos en todas sus actividades; tales cambios influyen en los distintos *modos de decir o nombrar las cosas*; surge así otro término ligado a la expresión, al lenguaje y a la comunicación humana: la *lengua* (Ferrer, 1994:23-25).

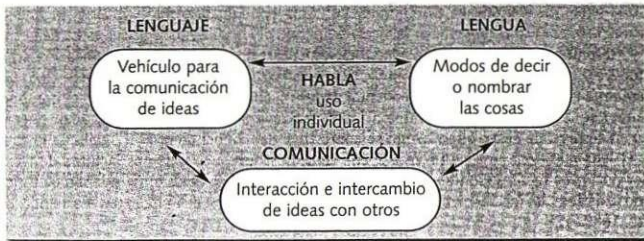
Lengua

Es la manera en que un grupo o una sociedad utilizan el lenguaje verbal acorde a su región, forma de vivir y comportarse.

Como explica Ferdinand de Saussure, el habla es el uso, el instrumento individual, y la lengua la estructura, el tejido gramatical, el pensamiento organizado de un pueblo o una sociedad; la lengua es la que une a las personas y, en gran medida, hace a una nación (Ferrer, 1994:29).

Es así como expresión, lenguaje, lengua y habla se funden en el concepto de comunicación; el lenguaje es "el sistema de signos articulado que denota un significado y sirve como vehículo para la interacción". La lengua es "la red compleja, cambiante, de adaptaciones diversas, según el modo de vivir de cada pueblo" (Edward Sapir, citado por Ferrer, 1994: 20-30). El habla y la expresión son de *uso individual*. De aquí la frase popular: *Quien no habla con los demás y como los demás, corre el riesgo de no ser entendido.*

La lengua es el habla de las mayorías; es el reflejo del acontecer cotidiano y del decir coloquial de la gente. (Ferrer, 1994:23-25).



³ Bühler (citado en *El lenguaje* de J. Roca Ponds, p.13) habla sobre estas funciones con un sentido biológico o genético del lenguaje, que son trasladadas a la actividad psíquica del hombre y en especial a su facultad de hablar.

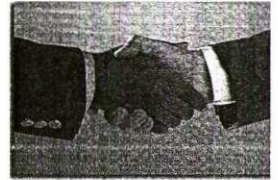
1.2 Naturaleza social de la comunicación

La comunicación es un fenómeno social en constante dinamismo y alteración, porque está sujeta a los cambios de pensamiento del hombre, a las modificaciones del lenguaje a través del tiempo y a los efectos que la misma dinámica del proceso va provocando en los individuos o grupos que interactúan.

En un valioso estudio sobre el tema, Ray L. Birdwhistell escribió: "La comunicación, para mí tanto ayer como hoy, es la estructura dinámica que sostiene el orden y la creatividad en el seno de la interacción social" (citado en Ferrer, 1994:29).

Fernández Sotelo (1990:14) hace referencia a la naturaleza social de la comunicación, describiendo cuatro características que la definen: 1. se integra con personas; 2. es transaccional; 3. es dinámica; 4. influye recíprocamente.

1. **Se integra con miembros o personas** que tienen la posibilidad de relacionarse y conocerse. Esto implica que necesita existir la posibilidad de reunión, para que la comunicación se vuelva realidad, manifestándose en sentido plural. Es *el otro* quien nos dará un sentido, y solamente compartiendo se puede buscar ese momento de unión para lograr el fin común y ponerle significado a las expectativas y respuestas de ambos.
2. **Es transaccional** por la interacción de personas que pueden comunicarse entre sí y lograr entenderse, pues sin el intercambio de ideas no lograríamos compartir experiencias personales, ni habría conceptos como humanidad, fraternidad, cooperación, etcétera; tampoco existiría la ciencia y viviríamos en un mundo en donde la vida no tendría sentido. El enfoque transaccional condiciona, en gran medida, la forma de sentir del hombre en relación con el mundo que le rodea y con el ambiente en el que se tiene que comunicar.
3. **Es dinámica** porque la comunicación fluye en forma continua, en un dinamismo de fuerzas en cambio constante que no pueden considerarse elementos inmutables o fijos en el tiempo y el espacio. La comunicación permite vislumbrar una cantidad de particularidades que interactúan de manera siempre dinámica, variable e irrepetible, afectando en diversas formas a los participantes del proceso.
4. **Afecta recíprocamente**; si ya quedó claro el carácter personal, transaccional y dinámico de la comunicación, no será difícil entender que el hombre no está solo, que hay otros seres conviviendo con él y, como por instinto tiene conciencia de sí mismo, de igual modo debe tener algún propósito respecto de los demás para ser. El sentido de la existencia humana tiene su base primordial en el encuentro con los demás y su efecto. Los hombres, por el hecho de necesitarse, encontrarse y comunicarse, estarán conscientes de que toda relación humana implica una influencia recíproca y efectos mutuos.



De acuerdo con tales características de su naturaleza social y los conceptos relacionados que hemos tratado la comunicación humana es:

- compartir con otras personas
- lograr significados comunes
- ejercer una influencia recíproca
- vivir en comunión
- tener una interacción continua

1.3 El proceso de la comunicación

No hay una fórmula que determine que la comunicación ocurre siempre igual entre las personas. Las situaciones sociales que vivimos a diario y los acontecimientos o hechos van cambiando al igual que el pensamiento y el vivir de la gente. La interacción humana va transcurriendo día con día, con resul-

tados que afectan los pensamientos y las conductas personales a la vez que provocan nuevas interacciones, por lo que es posible pensar en la comunicación como en un *proceso* de fases sucesivas en el tiempo, debido a que está siempre en continuo cambio. La dinámica de la comunicación, al igual que un proceso, se define como "conjunto de las fases sucesivas de un fenómeno en el tiempo" (*Diccionario enciclopédico*, 1996:1311).

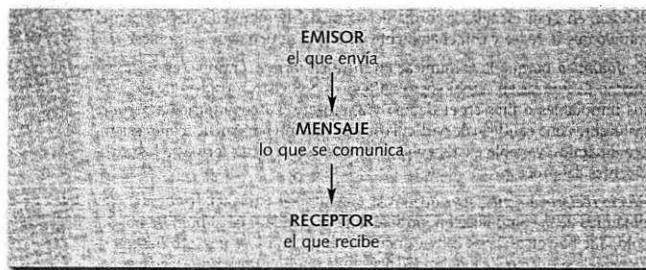
Para comprender mejor y estudiar cómo ocurre esta dinámica, cuáles elementos la componen y cómo es la relación entre ellos, es necesario "detener" el proceso de comunicación y observarlo cuidadosamente; identificar sus componentes, analizar sus relaciones, pero manteniéndolo detenido o *estático* en el tiempo, como si tomáramos una fotografía en donde todos y cada uno de los elementos registrados han quedado fijos por un instante; no hay que olvidar que lo captado es sólo un instante o momento de la dinámica completa de todo el proceso de comunicación (cfr. Berlo, 1980:20-27).

Para analizar cada uno de los componentes, sus interrelaciones y la influencia entre ellos, los estudiosos de la comunicación han representado la dinámica de este proceso en algunos *modelos*.

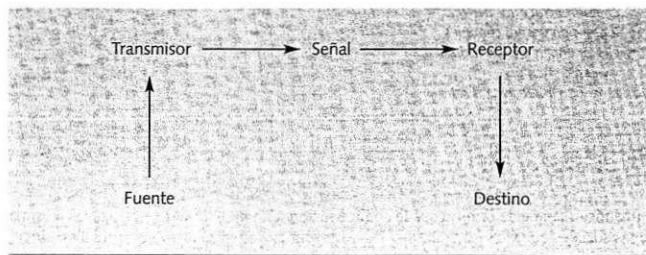
Modelos de comunicación

El término *modelo* proviene del latín *modulus*, que significa *molde*; "es aquello que se imita, es la reproducción de un objeto o una realidad" (*Diccionario Santillana*, 1995:961). Los modelos de comunicación sirven para representar la relación y dinámica entre los componentes del proceso comunicativo. Algunos muestran más que otros; sin embargo, en todos ellos se destacan tres elementos indispensables para que se produzca la comunicación: 1. *emisor*, 2. *mensaje* y 3. *receptor*.

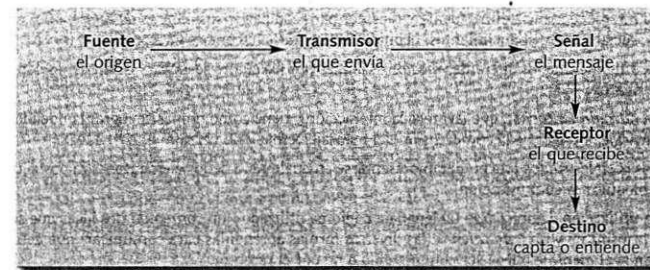
Estos elementos se representan en un modelo unidireccional que se considera básico en los estudios de la comunicación (Paoli, 1985:28).



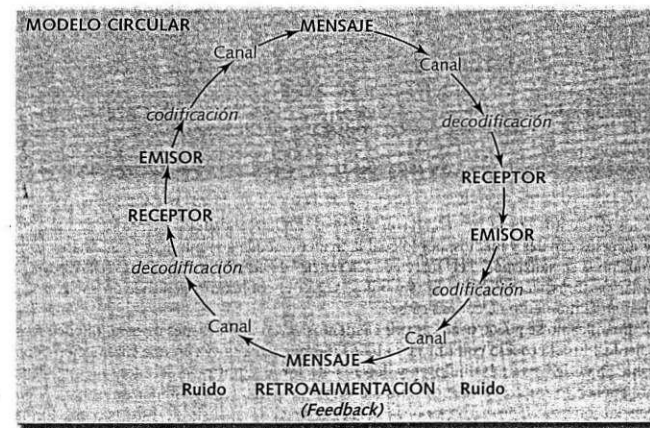
De los modelos básicos, uno de los más utilizados ha sido el desarrollado por el matemático Claude Shannon (1947) y difundido por Warren Weaver (1948) para demostrar la comunicación electrónica (citados en Berlo, 1980:23-24). Este modelo, denominado Shannon-Weaver, incluye los siguientes componentes:



Schannon y Weaver⁴ descubrieron la utilidad del modelo para describir la comunicación humana de la siguiente manera:



A partir de este modelo, otros estudiosos comienzan a representar el proceso de comunicación de una forma más compleja, entre ellos Schramm, Westley y McLean, Fearing y Johnson (citados en Berlo, 1980:24), quienes introducen la noción de *circULARIDAD* con base en la respuesta o *retroalimentación*⁵ que implicaba el modelo. También se añaden tres elementos: la *codificación*, o construcción de ideas del emisor para expresar un mensaje; la *decodificación* o interpretación del mensaje por parte del que escucha, y el *ruido*, que se refiere a los obstáculos que pueden presentarse en el proceso y que impiden su efectividad. Con el modelo circular se pone énfasis en que toda acción comunicativa y el modo de efectuarla producen un efecto en el receptor, quien llegará a reaccionar de alguna forma provocando, a la vez, una nueva interacción comunicativa.

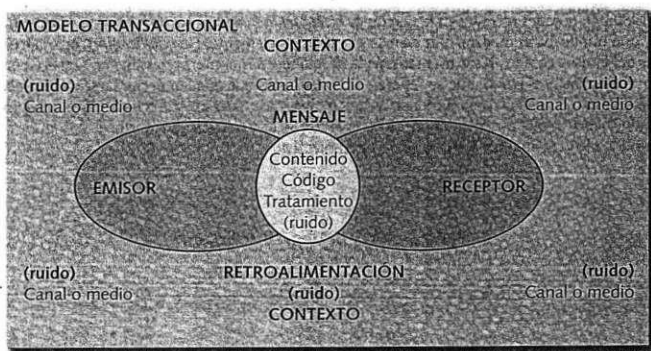


⁴ Schannon y Weaver. *The mathematical theory of communication*. University of Illinois, Urbana, 1949 (citado por Schramm, 1971:23).

⁵ Traducción del término en inglés *feedback*, acuñado para expresar el sentido de respuesta en la transacción del proceso de comunicación. El *feedback*, o mensaje de retorno, puede partir no sólo del que lo recibe. El mensaje mismo puede ser fuente de retroalimentación; por ejemplo, un escritor, al corregir su obra, encuentra elementos para, según su criterio, decir mejor las cosas (Paoli, 1985:30-31).

Los modelos circulares más actuales han completado el enfoque de intercambio y de influencia recíproca entre los participantes del proceso —por lo que se han dado en llamar *transaccionales*— y destacan los siguientes elementos:

- La interdependencia entre fuente y receptor para compartir sus *marcos de referencia*.⁶ cultura, socialización, conocimientos, habilidades, actitudes, creencias y valores.
- La influencia de los diferentes *medios* o *canales* por los cuales se envían los mensajes constantemente.
- La *retroalimentación*, que favorece la interacción y tiene como propósito lograr la fidelidad del mensaje, a través de la comprensión del mensaje verbal y no verbal.
- Los posibles *ruidos* que pudieran presentarse en cualquiera de los elementos para obstaculizar o bloquear la comunicación.
- La utilización de un *código* (el lenguaje o idioma utilizado), un *contenido* (las ideas que se van a transmitir) y un *tratamiento* (las diversas formas aprendidas para comunicar) que determinan si el mensaje puede ser comprendido o no por el receptor.
- La influencia del contexto social o el ambiente físico y psicológico en donde se realiza la comunicación.



Todos los elementos que se presentan son variables. En la realidad, los mensajes siempre viajan a través de diversos canales y medios, por lo cual la manera en que se juntan, se relacionan y cambian, de acuerdo con la socialización o el "marco de referencia" de las personas, quienes le atribuyen significados a las palabras, las señales o los símbolos, según el contexto o la situación social en que se encuentren en el momento de comunicarse.

En tal dinámica no se puede decir que los elementos vayan uno después de otro, ni que éstos sean independientes. En el proceso comunicativo todos intervienen a la vez en una interacción constante e irreplicable en el tiempo; todos influyen y llegan a afectar el significado del mensaje o la identificación entre emisor y receptor, es por eso que todos los componentes son importantes para el conocimiento de la comunicación y ninguno debe excluirse en el análisis de este proceso humano e intangible.

⁶ Wilbur Schramm menciona que "uno de los principios básicos de la teoría general de la comunicación [es] que los signos pueden tener solamente el significado que la experiencia del individuo le permita leer en ellos", ya que sólo podremos interpretar un mensaje dependiendo de los signos que conocemos y de los significados que hemos aprendido a atribuirles. Para Schramm esto constituye un "marco de referencia" (citado en Paoli, 1985:28).

Los componentes de la comunicación

Para examinar cada elemento del modelo transaccional, vamos a tomar como referencia a David K. Berlo, quien en su libro *El proceso de la comunicación* (1980:24-25) hace referencia a todos y cada uno de ellos:

1. **La fuente (codificador).** Es el origen del mensaje; puede ser cualquier persona, grupo o institución, que genere un mensaje para transmitirlo.
2. **El emisor también codifica.** Es la persona que emite o envía el mensaje. Fuente y emisor se consideran un solo elemento cuando la persona que idea y crea el mensaje es la misma que lo transmite.
3. **El receptor (decodificador).** Es la persona o el grupo de personas a quien o a quienes se dirige el mensaje. Es el destinatario o la audiencia objetivo de la comunicación y todo aquel que capte el mensaje. Al igual que el emisor, el receptor cuenta con capacidades para *decodificar*⁸ el mensaje y responder a la comunicación; entre ellas están:
 - a) **Habilidades comunicativas:** implican oír, procesar información, leer, escribir, hablar, etcétera.
 - b) **Conocimientos:** sobre el tema, la gente, la situación o sobre sí mismo.
 - c) **Actitudes:** para juzgar a la fuente y al emisor, el tema, la situación.
 - d) **Sistema social:** grupo al que se pertenece; región o país en donde han vivido emisor y receptor.
4. **El mensaje.** Es el contenido expresado y transmitido por el emisor al receptor, el cual está integrado por tres elementos:
 - a) **El código:** es el sistema estructurado de signos, como son los lenguajes español, inglés, chino, alemán, francés, etcétera, o bien, otros tipos de lenguajes como el de la música.
 - b) **El contenido:** son las ideas que constituyen el mensaje; es lo que se comunica.
 - c) **El tratamiento:** es la elección de un "estilo" o modo de decir las cosas, con el objetivo de facilitar la comprensión del mensaje, debido a la probabilidad de que, si el lenguaje es inapropiado, el contenido de ideas puede no tener significado para el receptor.
5. **El canal.** Es el *medio* o *vehículo* por el cual se envía y viaja el mensaje. Una carta es un medio escrito que viaja a través de un sistema de correo, fax o de una persona; un libro, el cine, la televisión, el periódico, una revista, la computadora son medios que transmiten mensajes. Los mismos sentidos físicos son canales que transportan información al cerebro. La voz es un medio que usamos para enviar mensajes que viajan por el aire hasta llegar a los oídos del receptor, etcétera. Podemos usar un gran número de canales o tipos de medios, aunque no hay que olvidar que cuanto más directo sea el canal utilizado, y más sentidos se estimulen, mayor impacto producirá el mensaje en el destinatario.
6. **La retroalimentación.** Es el elemento clave que propicia la interacción o transacción entre el emisor y el receptor, ya que ambas partes se aseguran de que el mensaje fue recibido y comparado. Se da gran cantidad de retroalimentación no verbal cuando las personas se hablan cara a cara, en forma *directa* e *inmediata*; llega a haber retroalimentación posterior al acto comunicativo, es decir, en forma *mediata* y *a través de diversos medios*, como puede ser algún mensaje por carta, por teléfono, fax, correo electrónico, etcétera. También el mensaje mismo es fuente de retroalimentación, fenómeno que ocurre cuando una persona está escribiendo y, después de leer su texto, corrige errores para mejorar el lenguaje o su comunicación.
7. **El ruido.** Son barreras u obstáculos que se presentan en cualquier momento del proceso y provocan malos entendidos, confusiones, desinterés; incluso, impiden que el mensaje llegue a su destino. Los ruidos más comunes que alteran la situación comunicativa se clasifican de acuerdo con el elemento del proceso de comunicación al que afectan en forma directa; tenemos varios tipos:
 - a) **Ruido psicológico:** se presenta en el emisor y el receptor. Es un estado anímico mental o emocional producido por la situación que se vive; por ejemplo, tensión, tristeza, angustia, enojo, apatía, etcétera.

⁷ Codificar: Formular un mensaje siguiendo las reglas de un código.

⁸ Decodificar: Interpretar o traducir la información que se recibe a través de un lenguaje. (Definiciones del Diccionario enciclopédico Océano, 1996.)



- b) *Ruido fisiológico*: consiste en molestias o incapacidades del organismo humano del emisor y el receptor; por ejemplo, pérdida de la vista, del oído, ronquera, malestares o dolores corporales, hambre, cansancio, falta de respiración y cualquiera otra.
- c) *Ruido semántico*: se presenta en el mensaje, en su contenido; las palabras empleadas pueden tener un significado confuso, equivocado o desconocido por el receptor.
- d) *Ruido técnico*: se presenta en el medio o canal que transmite el mensaje; por ejemplo, manchones de tinta en textos impresos, palabras ilegibles o borrosas, falta de sonido en el radio, interferencias en el sonido y la imagen del televisor o la computadora.
- e) *Ruido ambiental*: son alteraciones naturales del ambiente, como lluvia, truenos, calor, frío, etcétera, y alteraciones artificiales producidas por máquinas y artefactos como aviones, autos, martillos, campanas, teléfonos y muchos más.
8. *El contexto*. Se refiere al ambiente físico, la situación social y el estado psicológico en que se encuentran emisor y receptor en el momento de la comunicación.
- a) *Físico*: se refiere al lugar o a las condiciones físicas en que se realiza el proceso de comunicación; por ejemplo, una sala muy elegante, un jardín al aire libre en un día soleado, un museo muy antiguo, una calle muy transitada, un auditorio, etcétera.
- b) *Social*: tiene que ver con las diferentes áreas o los campos de actividad de una sociedad; por ejemplo, contextos de negocios, laboral, académico, religioso, cultural, político, etcétera. Las normas, los hábitos y los patrones de conducta de los grupos son determinados por el contexto social; el lenguaje y los significados varían conforme a la interpretación que hacen las personas de acuerdo con la situación social y cultural en donde se realice la comunicación.
- c) *Psicológico*: es el "estado" o "ambiente" emocional que se genera debido al carácter, los comportamientos o las actitudes del emisor y receptor; por ejemplo, en una junta de trabajo puede haber tensión por un fuerte conflicto; en una fiesta de cumpleaños, llega a haber un ambiente muy relajado y alegre, etcétera.

1.4 Clasificación de la comunicación

Hay varias formas de clasificar la comunicación para estudiarla, pero la mayoría de los autores (cfr. Hybels y Weaver, 1976; R. Miller, 1978; Blake R. y Haroldsen, 1983; Berlo, 1980) han elaborado tipologías, cuyos elementos de categorización son los principales componentes que hemos analizado en el proceso de comunicación y que funcionan como variables en cada situación.

1. Emisor y receptor

De acuerdo con el número de participantes que intervienen en el proceso comunicativo como emisores y receptores, tenemos los siguientes tipos de comunicación:

- Intrapersonal: consigo mismo.
- Interpersonal: entre dos personas.
- Grupal: en un grupo pequeño (tres o más personas).
- Pública: una persona o un grupo ante un público.
- Masiva: una persona o un grupo hacia un número indeterminado de personas a través de diversos medios.

2. Medio

Pueden considerarse tantos tipos de comunicación como recursos existan para la transmisión y recepción de los mensajes, pero la clasificación más significativa, de acuerdo con el medio empleado, es:

- Verbal: oral y escrita.
- No verbal: visual, auditiva, kinésica y artefactual.
- Electrónica: los recursos que la tecnología permita para establecer comunicación con otros.

3. Mensaje

- a) *Por el contenido* (idea, tema o asunto) y el destino al que se envía, la comunicación puede ser:
- Pública: tema o asunto que se hace o es factible de hacerse del conocimiento de todos los individuos.
 - Privada: tema o asunto cuyo contenido es restringido al conocimiento de uno o varios individuos relacionados con el mismo.
- b) *Por el tratamiento* (el modo de decir o nombrar las cosas) del lenguaje usado en la comunicación, ésta es:
- Culta: los lenguajes académico, especializado, técnico.
 - Estándar: el lenguaje que habla y entiende la mayoría de los individuos que conforman una sociedad o un país.
 - Coloquial: el lenguaje más personalizado o familiar entre personas cuya interacción es cercana (amigos).
 - Popular: el lenguaje común, vulgar, propio de todos los hablantes de pueblos, regiones o grupos específicos. Puede llegar a ser obsceno.

4. Contexto

De acuerdo con el lugar, la situación social y el ambiente psicológico en el que se produce la comunicación, puede ser:

- Formal: está sujeta al orden, las normas y los papeles establecidos por el grupo en cierto nivel o estrato de la sociedad.
- Informal: es espontánea, más natural, de acuerdo con gustos y preferencias individuales.

Para comprender cómo se aplican los tipos de comunicación en una situación en particular, hagamos el siguiente análisis:

Situación de comunicación:

Estamos en un auditorio escolar, en donde el director informa a los padres de los estudiantes acerca de algunas medidas adecuadas para incrementar la seguridad escolar; les habla en forma objetiva y clara, mostrándoles algunos ejemplos prácticos.

Análisis de los tipos de comunicación que se generan de acuerdo con cada componente del proceso:

- Análisis del CONTEXTO:
Estamos en un *auditorio escolar...* (lugar, situación social y psicológica)
= *Comunicación formal*
- Análisis del EMISOR y RECEPTOR:
En donde el *director* está informando a los *padres de los estudiantes...* (quién envía el mensaje y quién lo recibe)
= *Comunicación pública*
- Análisis del MEDIO o CANAL:
En una *conferencia...* con algunos ejemplos
= *Comunicación verbal oral*
- Análisis del MENSAJE en cuanto a CONTENIDO:
Sobre *medidas adecuadas para incrementar la seguridad...* (idea-tema)
= *Comunicación pública*
- Análisis del MENSAJE en cuanto a TRATAMIENTO:
Hablando en forma objetiva y clara, que entienden todos los escuchas
= *Comunicación con nivel de lenguaje estándar*



Hacer ejercicios como éste, mediante el análisis de los procesos comunicativos que vivimos a diario, resulta útil para aprender a realizar ciertas adaptaciones o los cambios que sean necesarios para lograr mayor efectividad en diferentes contextos.

1.5 Propósitos generales de la comunicación

Cuando las personas tienen la intención de comunicarse, seguramente es porque hay algún propósito para hacerlo.

Las funciones básicas del lenguaje (representativa, expresiva y apelativa) se usarán para cumplir los *propósitos generales de la comunicación*. Douglas Ehninger, Alan H. Monroe y Bruce E. Gronbeck, en su libro *Principles and Types of Speech Communication* (1981:66-69), citan cuatro propósitos generales:

Propósitos generales de la comunicación

1. Informar (función representativa)
2. Entretener (función expresiva)
3. Persuadir (función apelativa)
4. Actuar (función apelativa/directiva)



El propósito general de informar utiliza la *función representativa* del lenguaje, ya que con él se intenta explicar algún suceso o término, describir relaciones entre conceptos o bien instruir sobre algún proceso o conocimiento. Algunos tipos de comunicación oral que se consideran informativos son, por ejemplo, las instrucciones, los informes, las demostraciones, las explicaciones sobre funcionamiento de máquinas, etcétera.

El propósito general de entretener usa la *función expresiva* del lenguaje, ya que con él se intenta lograr el encuentro y la comprensión entre hablante y oyente a través de la propia naturaleza social del lenguaje. Cumple el fin humano—origen de la comunicación—, que es precisamente acercarse a otros, compartir alguna idea, sólo para llegar a un entendimiento o una identificación. Algunos ejemplos de comunicación oral con este propósito son una charla de café, el humor característico de un comediante ante una audiencia, las confidencias de dos amigos, la narración de experiencias personales de un jefe a sus empleados durante una reunión, etcétera.

El propósito general de persuadir usa la *función apelativa* del lenguaje, ya que la persona, al comunicarse, quiere influir, hacer un llamado al pensamiento del oyente para formar alguna idea, provocar un cambio de actitud o reforzar creencias y valores. Este propósito se dirige al convencimiento racional y emotivo de las personas para que piensen de cierta manera. Ejemplos que manifiestan este propósito de la comunicación oral son: convencer a la gente de no utilizar productos que dañen nuestro planeta; participar en una discusión y expresar nuestros puntos de vista a favor o en contra; hacer que un público crea en los beneficios de cuidar la salud, etcétera.

Pueden ser muchos los objetivos que la gente tenga para comunicarse en forma más específica, pero los propósitos generales representan las intenciones que tienen las personas al comunicarse oralmente.

El propósito general de actuar, que se realiza también mediante la *función apelativa* o *directiva*, que intenta dirigir o llevar al oyente a un grado de motivación que lo impulse a realizar alguna acción. Este propósito se considera también persuasivo, ya que procura influir en las creencias o actitudes de las personas, pero mediante argumentos bien estructurados que atiendan a las necesidades o expectativas del oyente; el comunicador tratará de "mover" el pensamiento de aquél para que decida actuar. Ejemplos de este tipo de propósito en la comunicación oral son la cátedra de un maestro que motiva a sus alumnos para que estudien más sus materias; el entrenador que motiva a sus deportistas para que obtengan el triunfo; el jefe que promueve a sus empleados para que sean más productivos, etcétera.

Pueden ser muchos los objetivos que la gente tenga para comunicarse en forma más específica, pero los propósitos generales representan las intenciones que tienen las personas al comunicarse oralmente.



1.6 Comunicación oral y escrita

Cuando tenemos el propósito de comunicarnos, logramos hacerlo mediante dos tipos de comunicación que utilizan el lenguaje verbal: hablar y escribir.

Desde niños aprendemos a hablar y después, a partir de la educación escolar formal, a escribir; por eso, hablar puede parecerse un proceso más fácil que escribir, debido a que la palabra escrita está sujeta a una estructura o sintaxis, a una ortografía, etcétera; sin embargo, escribir bien resulta de mucha utilidad para ordenar ideas y manejar con mayor precisión el vocabulario en el momento de hablar, porque los errores y las deficiencias al escribir generalmente se reflejan al hablar; aunque las dos habilidades son procesos comunicativos diferentes en cuanto a conocimientos y habilidades, ambas son producto de un *razonamiento verbal* y son, por lo tanto, complementarios, aunque con diferencias notables que conviene analizar para entender mejor la comunicación oral.

- *La comunicación oral está ligada a un tiempo, es siempre dinámica en un continuo ir y venir.* Normalmente, las personas interactúan hablando y escuchando; el hablante tiene en mente al oyente y el oyente al hablante. *La comunicación escrita está ligada a un tiempo y espacio, es más estática, y permanece.* En general, el escritor está lejos del lector, además, a menudo no sabe quién será el que reciba el mensaje (como en la mayoría de los libros). La comunicación escrita permanece en el tiempo y el lector puede leer o "escuchar" al autor cuantas veces quiera. La comunicación escrita se hace más dinámica cuando se asemeja a la oral, como en el caso de las cartas personales y de los mensajes a través de la computadora, en los que escribimos casi igual que como hablamos.
- *La comunicación oral tiene la capacidad de utilizar la voz, los gestos y todos los recursos de expresividad de movimientos del hablante.* La entonación de la voz, la gesticulación y los movimientos ayudan a interpretar con más exactitud el significado de los mensajes; lo apoyan y complementan. *La comunicación escrita sólo utiliza signos lingüísticos* para denotar "expresiones" o "estados de ánimo"; tiene una estructura gramatical; por lo tanto, tiende a ser más formal que la hablada. Cuanto más conocimiento haya del lenguaje y su gramática, mayor será la probabilidad de redactar o escribir correctamente.
- *En la comunicación oral cometemos muchos errores;* usamos vocabulario con significados y pronunciación incorrectos; decimos frases incompletas; usamos repeticiones, redundancias, etcétera; sin embargo, para el escucha muchos de ellos pasan inadvertidos, por la rapidez o naturalidad del habla. *En la comunicación escrita tratamos de evitar errores* de cualquier tipo, ya sea de construcción sintáctica o de ortografía. Las repeticiones y redundancias se hacen notables, así como la escasez o pobreza de vocabulario.

El siguiente cuadro de Chávez (1993:104) resume las principales diferencias entre la comunicación oral y la escrita:

COMUNICACIÓN ORAL	COMUNICACIÓN ESCRITA
Es espontánea	Es más reflexiva o razonada
Se rectifica	No lo admite (se tiene que hacer un nuevo texto)
Utiliza modismos, dichos, etcétera	Los utiliza sólo en lo literario
Hay acción corporal	No la hay (utilizamos signos)
Se repiten palabras	Se evitan repeticiones y redundancias
Es casi siempre informal	Se seleccionan el lenguaje y la forma
Es dinámica	Se hace estática o dinámica
Se amplía con explicaciones	Debe ser precisa y concisa
Rompe la sintaxis	Se cuida la sintaxis; se estructura
Utiliza nuevos significados	Se evitan en textos formales



Reconocer las características de la comunicación escrita ayuda a desarrollar y mejorar la comunicación oral. Por ejemplo:



- Con la lectura de textos se incrementa el nivel de lenguaje y se amplía el vocabulario, ya que algunas palabras las conocemos sólo en su forma escrita, debido a que el lenguaje al escribir es más culto o formal que el que generalmente usamos al hablar.
- Cuando estudiamos una lengua extranjera, conocemos mejor su gramática por medio de la escritura, en tanto que practicamos la pronunciación oralmente.
- Al leer un texto visualizamos la ortografía de las palabras y eso ayuda a corregir errores en la pronunciación.

El uso de la comunicación, tanto en la forma oral como en la escrita, presenta muchas variaciones de acuerdo con la cultura, clase social, profesión o actividad de las personas, como veremos más adelante; pero no se puede negar que todos necesitamos hablar y escribir para transmitir a otros nuestras ideas por medio del lenguaje; éste, al ser interpretado y comprendido, habrá cumplido su propósito esencial: comunicar.

Resumen

El hombre es un ser social por naturaleza, por lo cual para alcanzar sus metas y objetivos requiere de la comunicación con sus semejantes. Las personas necesitan compartir lo que observan, piensan y sienten a través de un lenguaje; por eso la comunicación se define como la creación de significados compartidos por medio de diversos fenómenos simbólicos.

Examinando la comunicación como proceso social, se distingue su dinamismo, ese movimiento continuo que pone énfasis en las características de su naturaleza: dinámica, transaccional, personal y afectiva. De acuerdo con tal naturaleza, el ser humano también presenta características propias para la comunicación, ya que él mismo se considera un sistema generador de mensajes con capacidad para recibir información, procesarla y transmitirla.

El lenguaje, como la comunicación, se considera de naturaleza social, pues nace en la gente y propicia la interacción de los grupos y la formación de sociedades. Los dos se complementan, ya que el lenguaje es un mero instrumento para comunicarse y la comunicación necesita del lenguaje para funcionar.

Al hablar de comunicación oral hablamos también de la lengua o el modo particular de expresarse de un grupo o pueblo.

Para estudiar y comprender mejor cómo funciona la comunicación humana, es necesario detener la dinámica del proceso y observar cada uno de los elementos que la componen mediante la representación de modelos. Los modelos sirven para ver la interrelación de los componentes y sus efectos o resultados tendientes a la aceptación o el rechazo de la comunicación. Diversos modelos

demuestran estos componentes; entre los que se consideran básicos son: el emisor, quien envía el mensaje; el mensaje, con su contenido y tratamiento; el receptor, quien recibe el mensaje. Se añaden a éstos, los elementos que indican la respuesta y fidelidad del mensaje, como son la retroalimentación y el posible ruido, los medios o canales utilizados para hacer llegar hasta el destinatario el mensaje y, finalmente, el contexto social; todos son variables y producirán un efecto en los resultados del proceso.

La comunicación humana, como proceso, se distingue por su dinamismo o movimiento continuo que pone énfasis en las características de su naturaleza social, integrada por personas que mediante transacciones de ideas influyen entre sí y se integran como miembros de un grupo, el cual, para satisfacer sus expectativas y cumplir objetivos, se comunica con el propósito de informar, de entretener, de persuadir o de actuar.

En la comunicación humana encontramos dos formas de manejar el lenguaje verbal: la oral y la escrita. Ambas utilizan el razonamiento verbal, pero se diferencian en cuanto el uso de habilidades por parte de las personas para la transmisión de sus ideas. La comunicación escrita es más razonada, estructurada y hasta cierto punto estática y permanente; en cambio, la comunicación oral se distingue por su dinamismo, su espontaneidad y su rapidez para expresar ideas, aunque las personas cometen muchos errores al hablar, como son las repeticiones, las frases incompletas o las fallas de pronunciación.

El lenguaje como vehículo primario de comunicación, sea oral o escrito, es el que cumple con esa función vital para el ser humano de compartir sus ideas y sentimientos con otros.

Definición de conceptos

Después de estudiar el Capítulo 1, escriba las siguientes definiciones:

1. Comunicación efectiva

2. Competencia comunicativa

3. Comunicación

4. Lengua

5. Lenguaje

6. Expresión

7. Funciones del lenguaje

8. Propósitos generales de la comunicación

9. Componentes del proceso de la comunicación

10. Contexto

Preguntas para estudio

1. ¿Qué es la comunicación humana?
2. ¿Por qué se considera importante la comunicación oral en nuestra sociedad, sobre todo para el funcionamiento de instituciones y organizaciones?
3. ¿Qué es un lenguaje? ¿Qué es una lengua? ¿Cuál es la diferencia principal entre estos dos conceptos?
4. ¿Cuáles son las principales características de la naturaleza social de la comunicación?
5. ¿Cuáles son los componentes que pueden intervenir en un proceso de comunicación?
6. ¿Qué es la retroalimentación? ¿A qué se refiere el concepto de "ruido" y cuántos tipos de ruidos puede haber en un proceso de comunicación?
7. ¿Es importante considerar el contexto para tener un proceso de comunicación efectivo?
8. ¿Recuerda alguna experiencia comunicativa en la que haya tenido éxito? ¿Qué elementos del proceso comunicativo considera que causaron el éxito?
9. ¿Qué problemas en nuestra sociedad se podrían solucionar por medio de la comunicación oral?
10. ¿Cuáles diferencias entre la comunicación oral y escrita le parecen más importantes considerar para tratar de mejorar y desarrollar las habilidades para hablar?

Ejercicios de aprendizaje

1. Dibuje el modelo básico de comunicación con sus elementos principales.



2. Dibuje una situación de comunicación donde utilice todos los componentes del modelo transaccional indicando quién o qué representa cada uno de los elementos y estableciendo un propósito comunicativo para esa situación.



3. Describa brevemente una situación y realice un análisis de los tipos de comunicación que se generan de acuerdo con cada componente que interviene en el proceso: a) análisis del contexto, b) análisis del emisor y receptor, c) análisis del medio y canal, d) análisis del mensaje en cuanto al contenido, e) análisis del mensaje en cuanto al tratamiento.

Situación de comunicación

a) Tipo de comunicación

b) Tipo de comunicación

c) Tipo de comunicación

d) Tipo de comunicación

e) Tipo de comunicación

4. Describa un ejemplo de un proceso de comunicación que tenga como propósitos: a) informar, b) entretener, c) persuadir, d) actuar.

a)

b)

c)

d)

5. Describa dos ejemplos de procesos comunicativos donde se presente algún "ruido". Escriba el tipo de ruido que se presenta y en qué consiste.

Ejemplo 1

Ejemplo 2

Prácticas de comunicación oral

Práctica 1: El noticiero

Lea con detenimiento una noticia del periódico en dos lenguajes distintos; por ejemplo inglés y español o inglés y francés. Después de haber leído, pida retroalimentación sobre la sensación de escuchar los dos tipos de lenguajes.

Práctica 2: Dos dibujos de lo mismo

Pida a una persona que le dé instrucciones oralmente sobre cómo hacer algún dibujo, pero sin verlo a la cara (de espaldas a usted). Usted dibujará todo sin hacer ninguna pregunta. Posteriormente, pídale que le repita otra vez las mismas instrucciones, pero ahora viéndolo a la cara; usted, al dibujar, podrá hacerle preguntas. Al terminar, analicen juntos cómo se dio el proceso de comunicación en los dos casos, y cuál dibujo resultó más exacto y por qué.

Práctica 3: Hablar en público

Relate una experiencia en la que haya tenido que dar un discurso o hablar durante una competencia de ora-

toria, exposición de clase, ceremonia, celebración, concurso, etcétera. Platique a sus compañeros cómo fue: ¿Quiénes formaban el público? ¿Cómo era el mensaje? ¿Qué lenguaje usó? ¿Cuál era el contexto? ¿Hubo retroalimentación por parte del público? ¿Qué resultado obtuvo? ¿Cómo se sintió? ¿Volvería a repetir una experiencia como ésa?

Práctica 4: Teléfono descompuesto

Reúna a un equipo de amigos y juegue al "teléfono descompuesto". Formen una fila; la persona que ocupe el primer lugar deberá generar un mensaje breve que dirá al oído del compañero contiguo en forma rápida. Ese compañero deberá pasarlo al siguiente, y así sucesivamente. Al finalizar, examinen qué pasó con el mensaje. ¿Se transmitió con fidelidad? ¿Se distorsionó? ¿Cambió? ¿No se transmitió? Discutan en grupo el proceso ocurrido entre el mensaje dado por la primera persona y el mensaje que recibió la última.

Casos para estudio y análisis

Programas de intercambio internacional

En una universidad de la ciudad de México, un alumno fue seleccionado por su profesor para que, en el evento El Día de la Información de las Carreras Profesionales, diera un mensaje a los alumnos de nuevo ingreso, para promover los programas de intercambio internacional de estudiantes. El joven elegido era un estudiante de origen extranjero de habla inglesa, quien había llegado un año antes a este país en uno de los programas de intercambio de la universidad.

El profesor le pidió que en su mensaje promoviera y exaltara ciertos valores como la tolerancia, el respeto a la diversidad cultural, el aprecio por el estudio de idiomas y el esfuerzo personal para destacar en otras sociedades, y así lograra presentar una visión global de nuestro entorno.

Durante el evento, después de presentarse, el estudiante habló de los procesos que tuvo que enfrentar en su universidad de origen para llegar a la universidad en este país. En seguida estuvo narrando experiencias personales en el año de su estancia. Luego, en forma de lista, mencionó las cualidades que debían desarrollar los estudiantes para sentirse bien en un país extranjero, al mismo tiempo que un asistente entregaba algunos folletos impresos con información de los programas de estudio. Finalmente, destacó varios aspectos económicos que los alumnos tenían que considerar para cubrir sus estudios universitarios y su permanencia en el país donde vivirían temporalmente.

A causa de la deficiente dicción y del mal uso de algunas palabras del español, la exposición oral del estudiante no pudo ser comprendida a la perfección por sus compañeros; además que mostró gran intranquilidad y nerviosismo durante su mensaje oral. Así, los receptores, sintiéndose defraudados, al salir opinaron que su actuación fue muy mala en el evento.

Preguntas

Todas las preguntas deberán responderse con explicación fundamentada en los conceptos estudiados en el capítulo.

1. ¿Cuál es el problema que se presenta en ese caso?
2. ¿Cuál es el propósito de comunicación del mensaje dado por el alumno?
3. ¿Por qué no se logró establecer un proceso de comunicación efectivo?
4. ¿Qué aspectos influyeron para que los receptores de este mensaje se sintieran defraudados de lo que escucharon?
5. ¿Se logró el objetivo que tenía en mente el profesor?
6. ¿Cumplió el alumno con lo encomendado?

Bibliografía

- Ander-Egg y Aguilar. *Técnicas de comunicación oral*. Humanitas, Buenos Aires, 1985.
- Aries, Philippe y George Duby. *Historia de la vida privada de las sociedades. Del Imperio Romano al año mil*. Santillana, 1987. Reimpresión, marzo de 1993.
- Blake, R. y E. Haraldsen. *Taxonomía de la comunicación*. Paidós Comunicación, 1983.
- Berlo, David K. *El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y a la práctica*. El Ateneo, Buenos Aires, 1980.
- Chávez, Fidel. *Redacción avanzada*. Alhambra Universidad, México, 1993.
- Diccionario enciclopédico Oceano Uno Color*. Barcelona, 1996.
- Diccionario de las ciencias de la educación*. Aula Santillana, Santillana, México, 1995.
- Ehringer, Douglas, Alan Monroe, Bruce E. Gronbeck. *Principles and Types of Speech Communication*. Scott, Foresman and Company, 8ª ed., Estados Unidos, 1978.
- Fernández, Alberto V. *Arte de la persuasión oral. Teoría y práctica de la comunicación por la palabra*. Astrea, Buenos Aires, 1991.
- Fernández Collado, Carlos y Gordon L. Dahnke. *La comunicación humana*. McGraw-Hill, México, 1986.
- Fernández Sotelo. *La comunicación en las relaciones humanas*. Trillas, México, 1990.
- Fernández de la Torre, G. *Comunicación oral*. Norma, Colombia, 1992.
- Ferrer, Eulalio. *El lenguaje de la publicidad*. Fondo de Cultura Económica, México, 1994.
- Hybels, Sandra y Richard L. Weaver. *La comunicación*. Logos Consorcio Editorial, México, 1976.
- Miller, G. R. *Interpersonal Communication: A Conceptual Perspective*. *Communication*, 1975, vol. 2: 93-105.
- Morris, Charles. *Fundamentos de la teoría de los signos*. Paidós Comunicación, Edición en castellano, 1985.
- Paoli, J. Antonio. *Comunicación e información. Perspectivas teóricas*. Trillas, México, 1985.
- Roca Pons, J. *El lenguaje*. Teide/Barcelona, España, 1973.
- Schramm, Wilbur. *La ciencia de la comunicación humana*. Roble, México, 1972.