

PAQUETE DIDÁCTICO

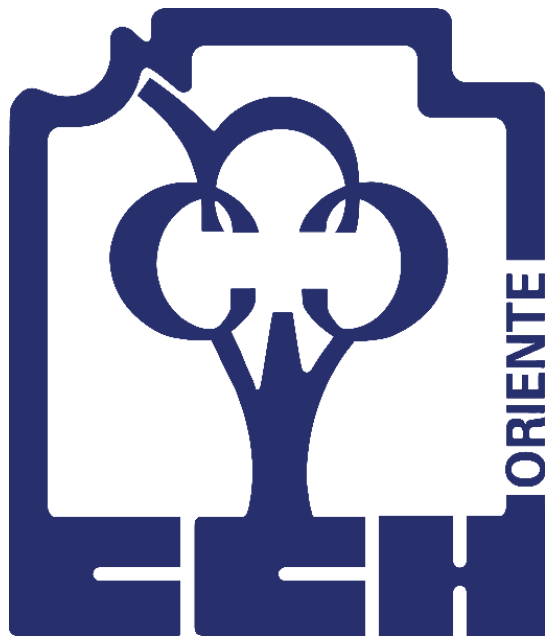
TALLER DE COMUNICACIÓN I



AUTORES DEL PAQUETE:

JESÚS SALVADOR CERRILLOS SÁNCHEZ, **COORDINADOR**
GLORIA CAPORAL CAMPOS, JUAN CARLOS GALINDO ARÉVALO,
HAIDÉE JIMÉNEZ MARTÍNEZ, ANA BERTHA LUNA ZEPEDA
E IGNACIO VALLE BUENDÍA.





UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
COLEGIO DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
PLANTEL ORIENTE
ÁREA DEL LENGUAJE Y COMUNICACIÓN

Nombre del alumno: _____

Grupo: _____

PAQUETE DIDÁCTICO

TALLER DE COMUNICACIÓN I

PENSAMIENTO SOBRE COMUNICACIÓN

*“Para que la comunicación sea significativa tiene que estar viva.
Tienes que ir más allá de **ti** y de **mí** y alcanzar el **nosotros**.
Si nos comunicamos realmente,
puedo aceptar que tu vida es distinta y sin embargo participar
de ella.*

*Y tú también compartirás la mía.
Saldremos de nosotros mismos y seremos algo nuevo.
Para lograr este tipo de compartir no
puedo entrar en una conversación sujetándome.
Tengo que entregarme a la **relación** aceptando lo que nazca de
ella.”*

*“Para poder comunicarme tengo que hacer estas cosas:
Darme cuenta de ti (**descubrirte**).
Hacer que te des cuenta de mí (**descubrirme yo mismo**).
Estar listo para cambiar durante nuestra conversación,
y estar dispuesto a revelarte mis cambios.”*

Hugo Prather, Palabras a Mí Mismo,
Cuatro Vientos Editorial, Chile, 1974

AUTORES DEL PAQUETE:

JESÚS SALVADOR CERRILLOS SÁNCHEZ, **COORDINADOR**
GLORIA CAPORAL CAMPOS, JUAN CARLOS GALINDO ARÉVALO, HAIDÉÉ JIMÉNEZ MARTÍNEZ,
ANA BERTHA LUNA ZEPEDA E IGNACIO VALLE BUENDÍA.

2019
MATERIAL DE USO DIDÁCTICO

Indice

PRESENTACIÓN	7
Indicaciones para su utilización	8
UNIDAD I. LA COMUNICACIÓN HUMANA	13
1.1 El Estudio de la comunicación es una disciplina humanística y multidisciplinaria	14
1.2 La comunicación es necesaria para la integración social	27
1.3 La ética en las relaciones sociales	48
1.4 El lenguaje en su dimensión histórico-social	63
1.5 Manifestaciones del lenguaje	72
UNIDAD II. EL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN	87
2.1 Diferencia y relación entre comunicación e información	88
2.2 Concepto y características del proceso de comunicación	101
2.3 Factores que favorecen o limitan el proceso de comunicación	116
UNIDAD III. LA COMUNICACIÓN GRUPAL EN LOS PROCESOS SOCIALES	127
3.1 Características de la comunicación grupal	128
3.2 Comportamiento de los actores en la comunicación grupal	139
3.3 Tipos de grupos, formas y medios de comunicación	148
3.4 La comunicación en los grupos institucionales y grupos de ayuda mutua y autoayuda	156
3.5 La comunicación y organización en los movimientos sociales	163

PRESENTACIÓN

“En resumen, desde el ámbito científico, los estudios sobre la comunicación y la información son los protagonistas de una profunda transformación social y cultural cuyas bases se remontan a tres características: Interdisciplinariedad, Transdisciplinariedad y Aplicaciones tecnológicas.”

Aguado [2004: 17]

En este taller de comunicación humana, que corresponde al Programa 2016, pretendemos hacer más consciente la forma que tenemos de comunicarnos con los otros, viendo qué componentes facilitan nuestra comunicación y qué elementos la dificultan; exploraremos otras fórmulas de comunicación que nos permitan ampliar las posibilidades de relacionarnos. La forma de trabajar será vivencial, ofreciendo experiencias para que las y los participantes puedan asimilar los contenidos. Con ello, facilitaremos la adquisición de conocimientos, habilidades y actitudes comunicativas.

Por lo anterior, el presente Paquete Didáctico pretende ser un:

- **INSTRUMENTO DIDÁCTICO** para ser utilizados por maestros y maestras interesadas en ser promotores del desarrollo comunicativo humano de sus alumnos.
- **INSTRUMENTO DE TRABAJO** para grupos que desean incursionar en la búsqueda de mejores alternativas de relación y comunicación.
- **INSTRUMENTO DE REFLEXIÓN** para jóvenes que persiguen su propio crecimiento y se aventuran al encuentro comunicativo consigo mismo, con los demás y con su circunstancia.

Indicaciones para su utilización

1. PROPÓSITO

El objetivo del Paquete de Taller de Comunicación I es saber y conocer los contenidos temáticos y lograr los aprendizajes deseados. Se pretende, en primera instancia, crear actitudes comunicativas-receptivas en las y los alumnos. Provocar, despertar y fomentar disposiciones personales en los participantes, de acuerdo con su nivel, madurez o cultura.

2. OBSERVACIONES PREVIAS

Este taller parte de experiencias comunes vividas por un grupo determinado, que nunca es igual a otro. No se trata de reunirlos para “darles o enseñarles algo”. Están ahí para “hacer” solos y juntos a la vez, ‘algo’ que sólo el grupo puede decir y realizar con sus rasgos propios y únicos. Al frente, hay un personaje importante: el (la) profesor(a). Su oficio es el arte de preguntar, de hacer pensar y hablar; su rol es orientar y canalizar la actividad grupal a una meta que supone el avance hacia un camino.

No olvidar que:

- El alumnado (que debe aprender) no se comporta como un espectador, debe de estar activo y esforzarse, hacer y experimentar, reflexionar y equivocarse, aprender DE y CON otros y otras.
- De la recepción pasiva de información a la construcción del conocimiento; la mayoría de los conocimientos tradicionales pueden adquirirse de otra forma, a través de la práctica; primero la práctica, después la teoría.
- Actualmente, frente a la RACIONALIZACIÓN que supone un saber establecido y estático se contraponen la RACIONALIDAD, que supone una revisión del conocimiento, a partir del análisis crítico, debate y la argumentación.
- Cuando se representa en el estudiantado la conexión de los contenidos con la realidad y la utilidad de aprender, ya no se preocupa solamente aprobar.
- Debemos introducir diversos puntos de vista, no imponer necesariamente una respuesta única.
- El alumnado aprende cuando él quiere, no cuando lo decide el (la) profesor(a).
- El aprendizaje supone una constante evolución en las maneras de pensar, sentir y actuar
- El profesorado no tiene que “saberlo todo”, también puede y debe aprender con los estudiantes
- El (la) mejor profesor(a) no es el (la) que da las mejores respuestas a las preguntas de sus alumnos y alumnas, sino el (la) que les ayuda a encontrarlas.

Las ciencias sociales desarrollan ya, desde principios de los ochenta, una orientación comunicativa que engloba y supera otras anteriores como la constructivista. Todas las experiencias educativas a nivel mundial que están logrando éxitos en superación de desigualdades se basan en las características del **aprendizaje dialógico**, como la acción conjunta del alumnado, familias, comunidad y profesionales de la educación. Su importancia actual aumenta en una sociedad de la información en que el aprendizaje depende principalmente y cada vez más de todas las interacciones del alumnado y no sólo de las que recibe en el aula, ni sólo de sus conocimientos previos (Flecha 1997).

APRENDIZAJE	TRADICIONAL	SIGNIFICATIVO	DIALÓGICO
CONCEPCIÓN	OBJETIVISTA	CONSTRUCTIVISTA	COMUNICATIVA
BASES	La realidad es independiente de los individuos que la conocen y utilizan	La realidad es una construcción social que depende de los significados que dan las personas	La realidad es una construcción humana. Los significados dependen de las interacciones humanas
EJEMPLO	La mesa es una mesa independientemente de cómo la vemos las personas	La mesa es una mesa independientemente de cómo la vemos las personas	La mesa es una mesa porque nos ponemos de acuerdo en utilizarla para comer
FORMACIÓN DEL PROFESORADO	Contenidos a transmitir y metodologías para hacerlo	Conocimiento del proceso de aprendizaje de los actores y de su forma de construir los significados	Conocimiento de los procesos de aprendizaje de los individuos y grupos, a través de la construcción interactiva de significados
ENFOQUE DISCIPLINAR	Orientación pedagógica que no tiene debidamente en cuenta los aspectos psicológicos y sociológicos	Orientación psicológica que no tiene debidamente en cuenta los aspectos pedagógicos y sociológicos	Orientación interdisciplinar: pedagógica, psicológica, sociológica y epistemológica
CONSECUENCIAS	La imposición de una cultura homogénea genera y reproduce desigualdades	La adaptación a la diversidad sin tener en cuenta la desigualdad del contexto, genera aumento de las desigualdades	Con la transformación del contexto, el respeto a las diferencias se incluye como una de las dimensiones de la educación igualitaria

Fuente: Flecha, R. (1999) Conferencia: *El aprendizaje dialógico en la sociedad de la información*. En Encuentro estatal de MRPs de Gandía <http://consejoeducativo.org/alternat/flecha.htm> (25/07/2019)

TALLER DE COMUNICACIÓN I

3. OPERACIÓN DEL TALLER

Los criterios que se proponen para la secuenciación de los contenidos están basados en las aportaciones de la concepción constructivista del aprendizaje, las contribuciones psicopedagógicas y la propia práctica y experiencia del profesor.

- **Contenidos conceptuales:** se refieren al conjunto de informaciones que caracterizan a una disciplina o campo del saber.
- **Contenidos procedimentales:** es el conjunto de acciones ordenadas, orientadas a la consecución de una meta. Indican la forma de construir y reconstruir el conocimiento tanto a nivel individual, como grupal.
- **Contenidos actitudinales:** son los que responden al aspecto valorativo del conocimiento, al compromiso personal y social que implica el saber. Toman la forma de valores, normas y actitudes. Estos contenidos se generan a partir del abordaje de los conceptuales y procedimentales.

Cuando se habla de contenidos se discute también de procedimientos, de estrategias y habilidades para resolver problemas, seleccionar la información pertinente y utilizarlos para situaciones nuevas o inesperadas, saber trabajar en equipo, ser solidario, respetar y valorar el trabajo de los demás, etc.

En el caso de un taller se puede comenzar con el “**cómo**” (procedimental o estrategia) **llegar al “qué”** (conceptual o contenidos) y no partiendo primero del “**qué**” (conceptual o contenidos), como se hace en una asignatura tradicional, y luego se aplica el “**cómo**” (procedimental o estrategia) solamente para reafirmar lo conceptual; por tal razón, actualmente en nuestros programas vigentes primero están los **aprendizajes**, luego las **estrategias** y, por último, los **contenidos**.

Hoy, se han puesto de moda las llamadas “Competencias”, que no es otro tema que el resultado de la integración de lo conceptual, procedimental y actitudinal.

En nuestro caso, el proceso, los pasos a cumplir en cada unidad, están cuidadosamente señalados. Conviene, de no mediar dificultades insalvables, no prescindir de ningún paso para conseguir el resultado propuesto. **Pero también es flexible, puesto que cada profesor o profesora puede hacer, con toda libertad, las adaptaciones y propuestas requeridas en cada caso.**

Los temas están intrínsecamente vinculados con las distintas experiencias concretas. Entrelazados dentro de un proceso formativo se incrustan en ciertos momentos de la evolución de la reunión, generalmente en dos, y esos momentos no son postizos, sino pedidos por el progreso de la experiencia.

Cada APRENDIZAJE del material está tratado en dos bloques:

1) EL OPERATIVO DEL APRENDIZAJE

- **Aprendizaje por lograr**
- **Temática por desarrollar**
- **Secuencia operativa**
- **Anexo de estrategias**

2) DESARROLLO DEL TEMA

En el Operativo de Aprendizaje y en la Secuencia Operativa se requiere tener claridad en lo qué es y significa la ESTRATEGIA. Es un plan meditado, un sistema consciente de decisiones que activan actitudes, motivos, conceptos y procedimientos que, en su conjunto, permiten al alumno construir su proceso de aprendizaje.

Aspectos esenciales para considerar en el Operativo de Aprendizaje:

1. Consideración de las características generales de los estudiantes.
2. Tipo de dominio de conocimiento en general y del contenido curricular.
3. La intencionalidad o meta que se desea lograr y las actividades cognitivas y pedagógicas que debe realizar el alumno.
4. Vigilancia constante del proceso de enseñanza, así como del progreso y aprendizaje de los alumnos.
5. Determinación del contexto intersubjetivo (el conocimiento compartido) creado por los alumnos.

En el Operativo de Aprendizaje no debemos olvidar que durante los procesos de instrucción, las y los estudiantes, en sus actividades, realizan múltiples operaciones cognitivas que contribuyen a lograr el desarrollo de sus estructuras mentales y de sus esquemas de conocimiento,

También tomamos en cuenta el enfoque de procesos. La fluidez del currículo por procesos no pretende escapar a toda clase de estructuración, más bien facilitar y propiciar que las sesiones de enseñanza-aprendizaje sean menos rígidas, deterministas y rutinarias y se parezcan lo más posible a la creatividad y dinamismo de la vida, más allá de la escuela.

En la Secuencia Operativa que proponemos se consideran tres momentos de este proceso:

- **Preinstruccional.** Preparan y alertan al estudiantado cómo y qué va a aprender, activación de conocimientos y experiencias previos a la clase presencial.
- **Coinstruccional.** Es todo lo que se hace durante la(s) clase(s) presencial(es). Apoyan los contenidos curriculares durante el proceso directo de enseñanza-aprendizaje.
- **Postinstruccional.** Es la tarea o actividad que se le deja al estudiante para que le permita formar una visión sintética, integradora y crítica. Es para fijar o asegurar el aprendizaje.

Es muy importante en este paquete didáctico que la y el alumno descubran el conocimiento, desarrollen habilidades, actitudes y valores en una participación comprometida y dialógica que los prepare para la solución de los problemas comunicativos más apremiantes para la sociedad.

Hay un **riesgo**: la concepción extrema y desviada de taller que algunos le dan, y que implica un **“prescindir de la teoría”**. Conocer no es adivinar, y la teoría es sólo un momento fundamental del acto del conocimiento. Tampoco hay que olvidar que en un taller toda teoría debe ir precedida de cierta problematización, pues su objetivo no es sólo que el alumno memorice, ni tampoco que simplemente aplique; más bien que piense y que ese pensar lo lleve a transformarse y a transformar su realidad: **“Que la bibliografía la transformen en biografía”**.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Aguado Terrón, Juan Miguel. 2004. *Introducción a las teorías de la comunicación y la información*. Departamento de Información y Documentación. Facultad de Comunicación y Documentación. Universidad de Murcia 2004.

Flecha, R. 1999. Conferencia: *El aprendizaje dialógico y participación social*. Encuentro estatal de MRPs de Gandía 1999 <http://www.concejoeducativo.org/alternat/flecha.htm>

UNIDAD I

LA COMUNICACIÓN HUMANA

PROPÓSITO

Al finalizar la unidad la y el alumno:

Explicará la importancia de los procesos de comunicación humana, mediante el ejercicio de las diferentes formas y usos del lenguaje, para identificar su ser social en relación con su entorno cultural.

TIEMPO: 26 HORAS

TALLER DE COMUNICACIÓN I

1.1 EL ESTUDIO DE LA COMUNICACIÓN ES UNA DISCIPLINA HUMANÍSTICA Y MULTIDISCIPLINARIA

OPERATIVO DEL APRENDIZAJE

UNIDAD I.

LA COMUNICACIÓN HUMANA

APRENDIZAJE 1.

Reconoce el estudio de la comunicación como una disciplina humanística.

TEMÁTICA.

El programa de la asignatura y su relación con el modelo educativo.

La comunicación humana como objeto de estudio:

- Disciplinario.
- Multidisciplinario.

SECUENCIA OPERATIVA

A) PREINSTRUCCIONAL (CONOCIMIENTOS PREVIOS A LA CLASE).

- El profesor solicitará a las y los alumnos la lectura “**EL ESTUDIO DE LA COMUNICACIÓN ES UNA DISCIPLINA HUMANÍSTICA Y MULTIDISCIPLINARIA**”; posteriormente, pedirá un cuestionamiento sobre dudas, aclaraciones y aspectos donde no estén de acuerdo, y deberán entregarlo por escrito en una hoja, en computadora.

B) COINSTRUCCIONAL (DESARROLLO EN CLASE O CLASES DEL CONTENIDO TEMÁTICO).

- Durante la clase, los estudiantes junto con el docente, discutirán dudas y observaciones del texto.
- En equipo, los alumnos realizarán el ejercicio “**El significado de comunicar**” (**ANEXO 1**).
- En plenaria, los alumnos socializarán sus resultados y reflexionarán acerca de la utilidad del concepto de comunicación para conocer si es disciplinaria, multidisciplinaria o transdisciplinaria. Finalmente, el o la docente, expondrá una conclusión.

C) POSINSTRUCCIONAL (AFIANZAMIENTO DEL APRENDIZAJE DESPUÉS DE CLASE).

- De acuerdo con sus intereses vocacionales y profesionales, los jóvenes construirán un breve escrito, de una cuartilla, donde relacionará el Taller de Comunicación I con su futura carrera profesional. Este ejercicio lo realizará como tarea extra clase.

EVALUACIÓN.

- Cuestionamiento.
- Investigación y concepto de comunicación humana.
- Texto escrito sobre la relación entre el Taller de Comunicación I y sus intereses vocacionales.
- Participación individual y en equipo.

ANEXO 1

EL SIGNIFICADO DE COMUNICAR	
APRENDIZAJE: Que el alumno identifique las diferencias del vocablo comunicar, a partir de sus distintos significados.	
TIEMPO: 40 minutos. LUGAR: salón de clases.	MATERIAL: Texto con las frases a analizar y un diccionario de sinónimos.
INICIO: 1) La o el profesor explica lo que se pretende en esta sesión, además, responde las dudas sobre la lectura del texto asignado. Explica el contenido el programa 2016 del Taller de Comunicación I y la relación con el Modelo Educativo del CCH.	
DESARROLLO: 2) El profesor divide al grupo en equipos, los alumnos emplearán el texto (ver anexo) que detalla qué hacer, y en el que se utilizan las distintas aplicaciones del vocablo comunicar. Discutirán, analizarán y ejecutarán ¿qué significa la palabra comunicación en cada una de las frases? 3) En plenaria, cada equipo expondrá los resultados o conclusiones de este ejercicio. El resto de los equipos serán espectadores críticos que analizarán los resultados de cada equipo. Al término de cada las exposiciones, el auditorio expondrá argumentativamente su análisis y determinar si se logró o no, el aprendizaje propuesto.	
CIERRE: 4) Finalmente, el docente hará una conclusión general y remarca la importancia de superar las barreras para el logro personal de comunicarse.	
EVALUACIÓN: <ul style="list-style-type: none">• Participación en clase.• Realización del ejercicio y las conclusiones de cada equipo, por escrito.	

TALLER DE COMUNICACIÓN I

EL SIGNIFICADO DE COMUNICAR

ANEXO 2

- Discutirán y analizarán ¿qué significa la palabra comunicación en cada una de las frases siguientes?
 1. El estacionamiento para alumnos de la escuela, comunica con el edificio T.
 2. La comunicación extraterrestre es sólo una invención, o quizá un cuento chino.
 3. Tú y yo nos comunicamos muy bien.
 4. El segundo piso de Periférico Sur comunica con Chapultepec.
 5. No me comunico con mis padres, pues no me entienden.
 6. El tambor y las señales de humo son medios de comunicación en desuso.
 7. Las comunicaciones marítimas y ferroviarias ya se han restablecido.
 8. El teléfono nos comunica.
 9. Jorge tiene gran comunicación con su perro.
 10. Esta cámara de video se comunica con el circuito cerrado de la biblioteca.
 11. Las abejas se comunican entre sí para indicar en dónde está su alimento.
 12. La comunicación entre las células es vital para el cuerpo humano.

Posteriormente, los estudiantes tratarán de sustituirla por otra expresión equivalente, sin que la frase cambie de sentido. (Podrán utilizar un diccionario de sinónimos como material auxiliar).

EL ESTUDIO DE LA COMUNICACIÓN ES UNA DISCIPLINA HUMANÍSTICA Y MULTIDISCIPLINARIA

DESARROLLO DEL TEMA

1. INTRODUCCIÓN

En este capítulo te comentaré qué se entiende por humanismo en la comunicación aplicado a nuestra asignatura. Además, aclararé el problema de si la comunicación es una disciplina como tal, presuponiendo dar a la comunicación una entidad autónoma y un campo de investigación propio en el conjunto del saber o, si por el contrario, es un ámbito concreto del conocimiento al que disciplinas ya consolidadas tratan de estudiar, como la psicología, sociología, política, antropología, lingüística y otras más.

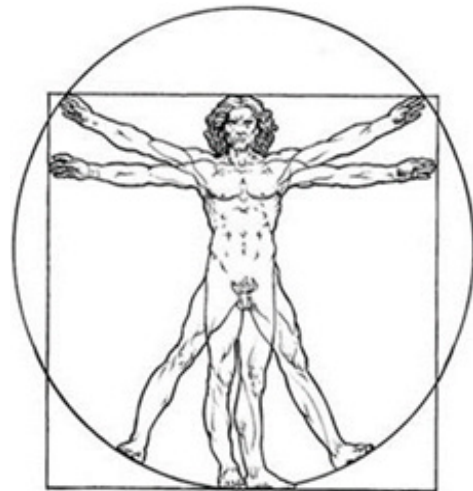
2. EL ESTUDIO DE LA COMUNICACIÓN COMO UNA DISCIPLINA HUMANÍSTICA

El hecho es que, hablarte de Comunicación Humana, es centrarse en una disciplina humanística por muchas razones. La primera y principal porque la comunicación tiene sentido en la medida que trata sobre los humanos.

Hoy, el término humanismo, se utiliza comúnmente para indicar toda tendencia de pensamiento que afirme la centralidad, el valor, la dignidad del ser humano, o que muestre una preocupación o interés primario por la vida y la posición del hombre en el mundo.

La formación de un ser humano será deficiente si no incluye la adquisición funcional más completa posible de, al menos, las primeras consideraciones del humanismo:

- Cada ser humano es una criatura fabulosa, única e irrepetible.
- El ser humano es tanto naturaleza como formación.
- La humanidad es como un súper organismo del que somos parte.
- La relación y cooperación humanas plenas son requeridas para el mejor funcionamiento y mayor bienestar del ser humano.



La filosofía del Colegio de Ciencias y Humanidades parte de una concepción humanista, misma que comparte el Taller de Comunicación y la comunicación misma, donde el ser humano es un ser en proceso de búsqueda, sensible, con capacidad creadora y práctica en la satisfacción de sus necesidades; es un ser social e histórico por naturaleza, en constante proceso de aclarar sus objetivos, es un ser libre que puede lograr la responsabilidad en la toma de decisiones, es dueño de su propio destino. Es un ser único e irrepetible que tiene la capacidad de integrar acción, pensamiento, palabra y pasión.

TALLER DE COMUNICACIÓN I

“Cada época debe tipificarse por una concepción del humanismo propia de la nueva circunstancia humana, cultural y social que se vive... La percepción del concepto de “género”; la reivindicación de la igualdad de la mujer, de los menores y de los ancianos; el repudio a todas las formas de explotación o expoliación de los seres humanos, cualquiera sea su condición, deben ser considerados en el nuevo concepto de humanismo” [Torres 2003: 21].

En resumen, el humanismo en la comunicación es tomar en cuenta a las diferencias personales y al entorno. Su preocupación reside en rescatar valores de respeto, solidaridad, libertad, responsabilidad y tolerancia, en una sociedad llena de tecnología y competencia.

Dennett y otros [2007: 37] nos dicen que el nuevo humanismo es una exploración de ese nuevo panorama intelectual, que incluye campos como la informática, la cosmología, la cognición y la biología evolutiva.

3. EL PROGRAMA DE LA ASIGNATURA Y SU RELACIÓN CON EL MODELO EDUCATIVO.

3.1 CCH [2016] PROGRAMA ACTUALIZADO APRENDIZAJE 1

UNIDAD I. LA COMUNICACIÓN HUMANA

PROPÓSITO

Al finalizar la unidad la y el alumno:

Explicará la importancia de los procesos de comunicación humana, mediante el ejercicio de las diferentes formas y usos del lenguaje, para identificar su ser social en relación con su entorno cultural.

Tiempo: 26 horas

APRENDIZAJE 1

Reconoce el estudio de la comunicación como una disciplina humanística.

TEMÁTICA

El programa de la asignatura y su relación con el modelo educativo.

La comunicación humana como objeto de estudio:

- Disciplinario.
- Multidisciplinario.

APRENDIZAJE 2

Identifica la comunicación como recurso necesario para la integración personal y social y para la solución de conflictos.

TEMÁTICA

La comunicación como recurso para la integración social:

- Autoconocimiento.
- Intersubjetividad.
- Otredad comunicativa.
- Comunidad.

La comunicación como recurso para la solución de conflictos en el entorno:

- Familiar
- Escolar
- Otros

Aprendizaje 3

Comprende la comunicación en sus diferentes niveles para promover relaciones sociales éticas.

TEMÁTICA

La ética en la comunicación en sus diferentes niveles (intrapersonal, interpersonal, grupal y masiva):

- Conocimientos
- Habilidades
- Actitudes y Valores

APRENDIZAJE 4

Explica el papel del lenguaje en el proceso de hominización.

TEMÁTICA

El lenguaje en su dimensión histórico-social:

- Lenguaje y pensamiento
- Formas del lenguaje

APRENDIZAJE 5

Reconoce el papel, importancia y manifestación del lenguaje en las interacciones sociales.

TEMÁTICA

Manifestaciones del lenguaje:

Lenguaje no verbal:

- Paralenguaje
- Kinésica
- Proxémica.
- Silencio.
- Indumentaria.
- Otros.

Expresiones del lenguaje en su contexto sociocultural:

- Jerga.
- Caló.
- Otros.

La comunicación en la construcción de las expresiones culturales:

- Cultura popular.
- Arte.

UNIDAD II. EL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN.

PROPÓSITO

Al finalizar la unidad la y el alumno:

Comprenderán el proceso de la comunicación a través de la identificación de sus elementos para mejorar sus habilidades comunicativas.

Tiempo: 16 horas

APRENDIZAJE 1

Establece la diferencia y relación entre comunicación e información.

TEMÁTICA

Concepto de comunicación:

- Características de la comunicación.

Concepto de Información:

- Características de la información.

TALLER DE COMUNICACIÓN I

APRENDIZAJE 2

Explica a la comunicación como un proceso a partir de la identificación de sus elementos.

- Canal (Medio)
- Contexto
- Retroalimentación
- Ruido

TEMÁTICA

Concepto y características del proceso de comunicación:

- Modelos lineales.
- Modelos horizontales o circulares.

Elementos básicos del proceso de la comunicación:

- Emisor
- Perceptor
- Mensaje
- Códigos

APRENDIZAJE 3

Contrasta los factores que favorecen o limitan el proceso de comunicación.

TEMÁTICA

Factores que favorecen o limitan el proceso de comunicación:

- Redundancia
- Fidelidad
- Barreras

UNIDAD III. LA COMUNICACIÓN GRUPAL EN LOS PROCESOS SOCIALES.

PROPÓSITO

Al finalizar la unidad la y el alumno:

Comprenderá la comunicación grupal en contextos diversos, mediante la identificación de formas y recursos, para promover una actitud ética en sus relaciones grupales, fomentar su interés en los procesos sociales y el uso crítico de las tecnologías de información y comunicación.

Tiempo: 22 horas

APRENDIZAJE 1

Identifica las características de la comunicación grupal.

APRENDIZAJE 2

Reconoce el comportamiento de los actores de la comunicación grupal en diferentes contextos.

TEMÁTICA

Concepto y características de los grupos:

- Identidad
- Cohesión y dinámicas de grupo
- Objetivos de grupo

TEMÁTICA

Comportamiento de los actores de la comunicación grupal:

- Roles.
- Liderazgo.

Características de la comunicación grupal:

- Redes de comunicación
- Recursos y medios

APRENDIZAJE 3

Identifica las formas y los medios de comunicación empleados en los distintos tipos de grupos.

TEMÁTICA

Prácticas de comunicación en los diferentes tipos de grupos:

- Por su composición:
 - Primarios
 - Secundarios
- Por sus objetivos y formas de organización:
 - Democráticos
 - Autocráticos.
 - Laissez faire–Laissez passer (caóticos).

APRENDIZAJE 4

Identifica el papel de la comunicación en grupos institucionales, de ayuda mutua y autoayuda.

TEMÁTICA

El papel de la comunicación en los grupos institucionales.

La comunicación en grupos de ayuda mutua.

APRENDIZAJE 5

Reconoce la comunicación grupal, tipos de grupos y formas de organización en los movimientos sociales.

TEMÁTICA

La comunicación en los movimientos sociales:

- Movimientos sociales
- Tipos de movimientos sociales

La comunicación grupal en los movimientos sociales

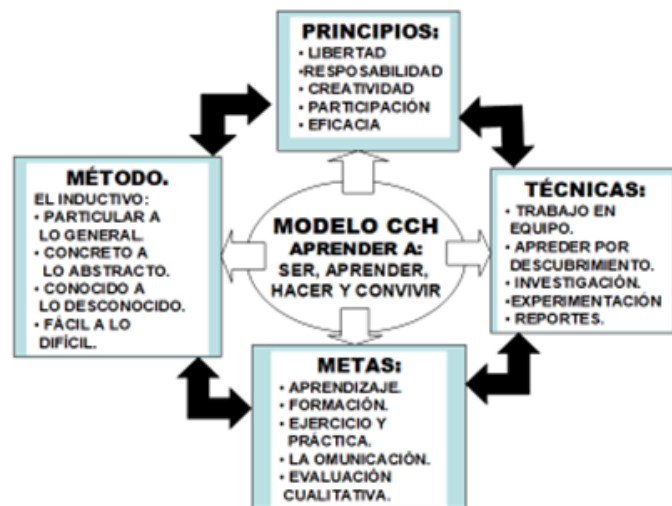
La comunicación alternativa en los movimientos sociales.

3.2 RELACIÓN DEL PROGRAMA CON EL MODELO EDUCATIVO DEL CCH.

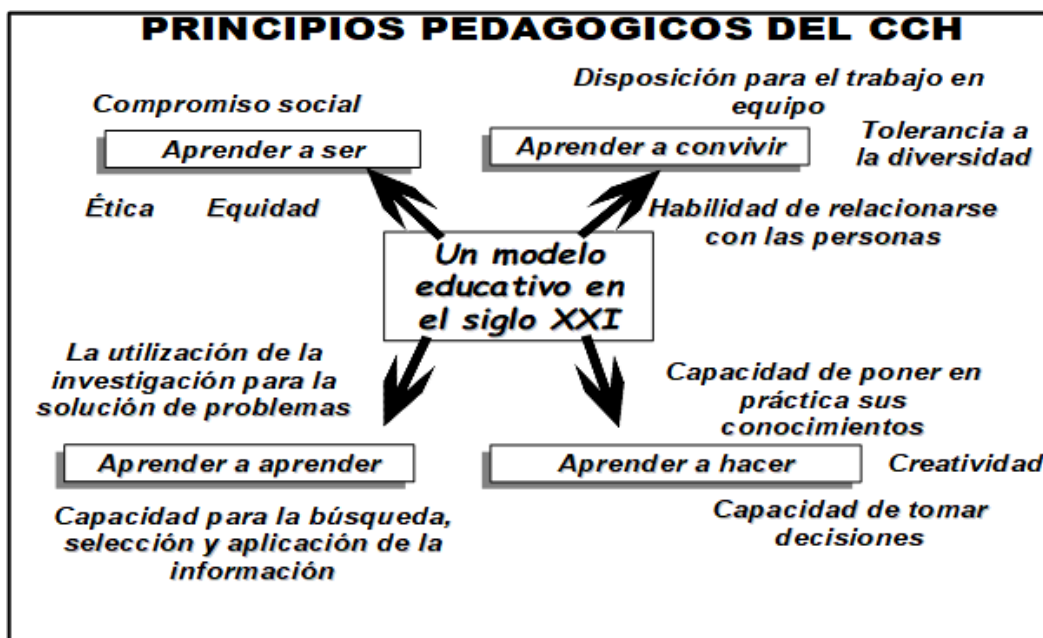
Para recordarte, el Colegio de Ciencias y Humanidades (CCH) se fundó en 1971, con el fin de ser un motor permanente de innovación de la enseñanza Media Superior y Superior de la UNAM. Estuvo y está dirigido a dar atención educativa a la población más vulnerable.

Se diseñó un plan de estudios para combatir el enciclopedismo, educación que concebía a las y los alumnos como receptáculos a los que el docente debía de llenar con información no reflexiva sino memorística; en su lugar, se hizo hincapié en proporcionar una preparación con énfasis en las materias básicas para la formación del estudiante con el objetivo de vivir y poner en práctica en su vida cotidiana el aprendizaje.

MODELO EDUCATIVO AL INICIO DEL COLEGIO



TALLER DE COMUNICACIÓN I



En 2016 se actualizaron el plan y programas del CCH, en el nuevo se consideró que, además de respetar los principios pedagógicos originales, habría que brindar a los jóvenes una buena formación en ciencias y humanidades; forjarlos como sujetos con valores morales; lograr la excelencia académica y reafirmar al Colegio como parte de la UNAM.

La preocupación central ha sido preservar el Modelo Educativo e impulsar la cultura básica del bachillerato; colocar el aprendizaje de las y los alumnos en el centro del proceso educativo, es decir, considerar los conocimientos, los temas y problemas a través de diversos enfoques metodológicos, además de aprender los elementos teóricos y prácticos fundamentales, que le permitan continuar sus estudios y ser un ciudadano con valores, actitudes y habilidades para ser útil a la sociedad, al egresar del bachillerato.

De ahí que se conciba al alumnado como sujetos capacitados para:

- Adquirir y construir sus propios conocimientos, a partir de la búsqueda por él mismo, de la información requerida.
- Llevar a la práctica los conocimientos adquiridos y construidos por el mismo.
- Ir creciendo como persona e ir valorando los contenidos de la cultura contemporánea.

El propósito es formar estudiantes críticos; es decir, que sean capaces de analizar y valorar los conocimientos adquiridos, de forma tal que les permita afirmarlos cuestionarlos o proponer otros diferentes.

En este apartado, para aclarar lo anterior, vamos a realizar una breve revisión de los estudios disciplinarios, multidisciplinarios y transdisciplinarios de la comunicación.

4. LA COMUNICACIÓN HUMANA COMO OBJETO DE ESTUDIO

Hablarte del objeto de estudio de la comunicación es adentrarse en un campo de discusión académica, donde se encuentran múltiples posiciones, que pueden ir desde el desinterés por considerar que la

comunicación humana no requiere de un estatuto científico y, por tanto, no es necesario entrar en la categoría de ciencia, hasta quienes afirman que se trata de un derivado o ramificación de la Sociología o, en todo caso, de una multidisciplinaria.

4.1 ESTUDIO DISCIPLINARIO DE LA COMUNICACIÓN HUMANA

A pesar de que la comunicación es más antigua que el hombre, las investigaciones en esta área son relativamente recientes. Las primeras investigaciones serias y sistemáticas se ubican históricamente a mediados del siglo XX. Pero en ese transcurso han surgido innumerables teorías y modelos que procuran explicar el acto comunicativo humano. Por eso, hay disparidad en la concepción de la misma ya que su objeto de estudio no está claramente definido, además de que lleva relativamente poco tiempo (70 años aproximadamente).

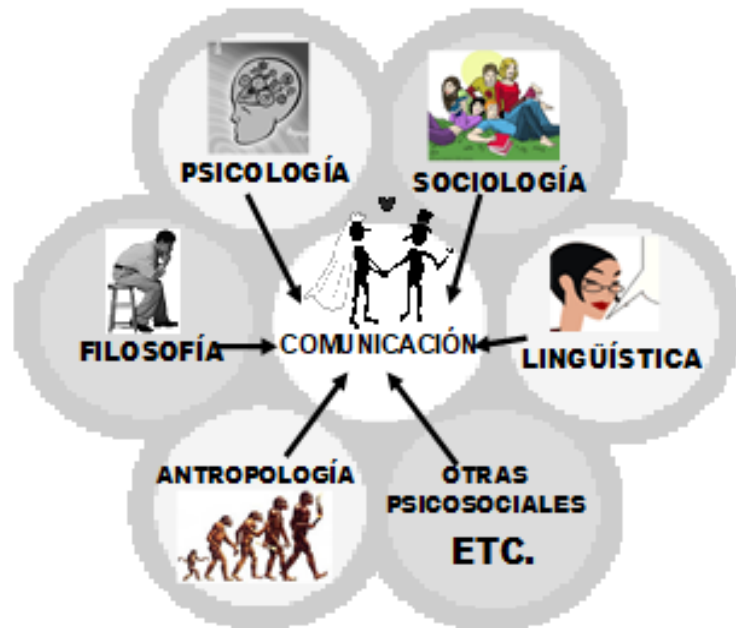
Craig [1999], cuando reproduce los hallazgos de un trabajo en donde hace un análisis de la llamada Teoría de la Comunicación, identifica 249 diferentes teorías. Y aun cuando piensa que es posible avanzar hacia un mejor estado de cosas por medio de una matriz disciplinaria que él denomina 'dialógico-dialéctica', cierra su reflexión de este modo: "Parece inevitable la conclusión que la teoría de la comunicación no es todavía un campo coherente de estudio".

Hasta ahora, los estudios sobre comunicación han sido realizados por varias ciencias sociales, de ninguna manera son exclusivos de las llamadas Ciencias de la Comunicación. Pero, sobre todo, se ha enfocado al estudio de los medios de comunicación masiva (cine, radio, televisión, prensa), dejando de lado a la comunicación intrapersonal, interpersonal y grupal.

Varios autores consideran que la comunicación humana atraviesa los estudios de las ciencias sociales, o que su análisis sólo se puede hacer desde la interdisciplinaria, esto hace pensar en que la Comunicación sólo podría ser una especie de "disciplina dependiente" o subdisciplina.

Algunos autores, ante tal panorama, afirman que ha llegado el momento de construir una materia disciplinaria con un objeto propio, con unas aproximaciones autónomas a ese objeto de estudio, tal como lo propone Galindo [2009] y ésta puede ser la llamada "Comunicología". Eso no significa renunciar a las aportaciones que desde otras ciencias puedan hacerse al estudio de la comunicación.

LA COMUNICACIÓN HUMANA: ENCRUJADA DE DISCIPLINAS



TALLER DE COMUNICACIÓN I

Sin embargo, puede afirmarse la existencia del área y de la disciplina de los estudios sobre los fenómenos de la comunicación y, no obstante, admitir sus condiciones carenciales y sus lastres. Con todo, se le considera una incipiente disciplina en proceso de construcción.

4.2 ESTUDIO MULTIDISCIPLINARIO DE LA COMUNICACIÓN HUMANA

Schramm [1978], pionero en los estudios de comunicación, destaca que: “la comunicación no es una ciencia sino una encrucijada de disciplinas, por ejemplo matemáticas, filosóficas o sociológicas”, lo que hace que esta área se enriquezca en los ámbitos constructivos y transformador no sólo del estudio del tema, sino de aquél que practica, se procura y se beneficia de los actos comunicativos en sus distintas vertientes lingüísticas, lectoescritura, o simplemente del uso cotidiano de la comunicación en sus distintas formas y niveles.

Debo subrayarte que hay dos campos de acción que han empujado los estudios de la comunicación humana, a partir de dos niveles: el individual y el social; el primero, es la psicología que se ha encargado de estudiarlo fundamentalmente en sus aspectos intra e interpersonal y, en el segundo, los mayores aportes los ha hecho la sociología, sobre todo en el estudio de la comunicación masiva.

Los resultados de este enfoque multidisciplinario no constituyen un fin en sí mismo, debemos concebirlos con una doble finalidad: hacer avanzar a las ciencias sociales en sus objetos particulares y contribuir a la conformación de una teoría general de la comunicación que integre y sistematice el conocimiento científico que se va acumulando.

En síntesis, debes tener claro que el fenómeno de la comunicación humana puede ser abordado desde diferentes disciplinas y enfoques y, al mismo tiempo, éstas han aportado conocimientos a la incipiente disciplina de la comunicación humana.

4.3 ESTUDIO TRANSDISCIPLINARIO DE LA COMUNICACIÓN HUMANA

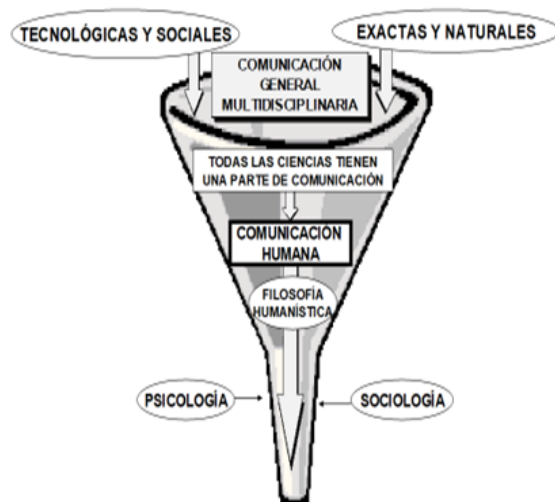
“El reto (de la transdisciplinariedad en Comunicación) no sólo sigue vigente, sino que se manifiesta más necesario que nunca”.

—Miquel de Moragas

La comunicación no se da a partir del ser humano, sino que él como todo lo que nos rodea es producto de enormes cadenas o procesos de comunicación en el Universo. Lo anterior pone de manifiesto un proceso de comunicación en acción, como factor que posibilita la creación y evolución del Universo, de la vida, de los animales y del ser humano.

Te encuentres con un ser humano que es un animal pensante, es biología, es materia, es física, es filosofía, es sociología, es psicología, es antropología, es cultura, es parte del Universo, es emoción, es razón, es intuición, es comunicación, es información, es..., es.... Por eso, para que entiendas la complejidad del ser humano y su

ESTUDIO TRANSDISCIPLINARIO DE LA COMUNICACIÓN HUMANA



enredada comunicación tienes que entrarle a la transdisciplina, lo quieras o no, te guste o no.

Si la comunicación en el átomo, molécula, célula, sistema nervioso, cerebro, animales y, en general, en todo el universo es sorprendente, es aún más fascinante, sorprendente y compleja la comunicación del ser humano, pues es el único ser conocido hasta ahora, capaz de manejar o manipular a su antojo la comunicación y la información.

Dada la complejidad, amplitud e importancia, la COMUNICACIÓN HUMANA es el campo de estudio específico de nuestro Taller de Comunicación, pero sin olvidar jamás que estamos hermanados por la comunicación, con todo el Universo y lo que hagamos o dejemos de hacer, afecta a los individuos y a todo lo que nos rodea; y lo que hagan los demás y lo que nos rodea, nos afecta a nosotros, de aquí la necesidad de la comunicación transdisciplinar.

Como ejemplo, Vidales [2017] dice que la ciber semiótica, es un proyecto intelectual que se ha propuesto explícitamente la tarea de construir una teoría transdisciplinar de la comunicación, la cognición, la significación y la información.

5. CONCLUSIÓN

En el marco del Modelo del Colegio, la inclusión de la materia Taller de Comunicación no respondió ni responde a necesidades pasajeras, sino a situaciones trascendentes y vitales para nuestro desarrollo humano, sobre todo tratándose de adolescentes jóvenes en búsqueda de elementos válidos para construir su personalidad, a partir de sus relaciones con los demás. Así, se pretende que tomes conciencia de nuestro ser en y para la comunicación. Se busca por ello, que en el salón de clase pruebes tu capacidad comunicativa en la práctica de ésta, con la constante reflexión sobre sus relaciones diarias en los sectores sociales con los que interactúas.

Finalmente, para que te quede claro, te ofrecemos este cuadro comparativo entre disciplina, multidisciplina o interdisciplina y transdisciplina:

DISCIPLINA	DISCIPLINA	TRANSDISCIPLINA
Definición del espacio de la comunicación humana con fronteras claras y con gran dificultad para intercambios de información con otras disciplinas humanistas.	La disciplina de la comunicación humana con intersección de espacios e intercambios de información con disciplinas humanistas e interconectada con similares, pero diferenciadas.	La multidisciplina de la comunicación humana con interconexiones múltiples de espacios no definidos con disciplinas de las ciencias y las humanidades que pueden profundizar el conocimiento de la comunicación humana.

TALLER DE COMUNICACIÓN I

FUENTES DE INFORMACIÓN

- CCH 2016. “Programa actualizado 2016 de los Talleres de Comunicación I y II”. CCH UNAM. Índice - cch.unam.mx. https://cch.unam.mx/.../files/programas2016/TALLER_COMUNICACION_I_II.pdf.
- Craig, R. 1999. “Communication theory as a field”. En Communication Theory, nº 9, pp. 119-161.
- Dennett y otros 2007: 37. “El nuevo humanismo y las fronteras de la ciencia”. Kairós, España. Pániker (en Dennett y otros, 2007, p. 37)
- Escuela Nacional del Colegio de Ciencias y Humanidades / UNAM. “Modelo Educativo”. Obtenido el 30 de abril de 2008. <http://www.cch.unam.mx/modelo.php>
- Galindo Cáceres, Jesús 2009. “Sobre comunicología y comunicometodología. Primera guía de apuntes sobre horizontes de lo posible”. Consultado el 14 de mayo de 2009. <http://www.geocities.com/arewara/galindo120.htm>
- Schramm, Wilbur 1978. “La ciencia de la comunicación humana”. México, Roble.
- Torres, Raúl 2003. “Los nuevos paradigmas en la actual revolución científica y tecnológica”. EUNED. Costa Rica.
- Vidales Gonzáles, Carlos 2017. “De la comunicación como campo a la comunicación como concepto transdisciplinar: historia, teoría y objetos de conocimiento”. Comunicación y sociedad, versión impresa ISSN 0188-252X, Núm. 30, septiembre 2017. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2017000300045&lng=es&nrm=iso

1.2 LA COMUNICACIÓN ES NECESARIA PARA LA INTEGRACIÓN SOCIAL

OPERATIVO DEL APRENDIZAJE

UNIDAD I.

LA COMUNICACIÓN HUMANA

APRENDIZAJE 1.

Identifica la comunicación como recurso necesario para la integración personal y social y para la solución de conflictos.

TEMÁTICA.

La comunicación como recurso para la integración social:

- Autoconocimiento
- Intersubjetividad
- Otredad comunicativa
- Comunidad

La comunicación como recurso para la solución de conflictos en el entorno:

- Familiar
- Escolar
- Otros

SECUENCIA OPERATIVA

A) PREINSTRUCCIONAL (CONOCIMIENTOS PREVIOS A LA CLASE).

- El o la profesora solicitarán a las y los alumnos la lectura “**LA COMUNICACIÓN ES NECESARIA PARA LA INTEGRACIÓN SOCIAL**” y pedirá un cuestionamiento sobre dudas, aclaraciones y aspectos donde no estén de acuerdo, y deberán entregarlo por escrito en computadora, en una hoja.

B) COINSTRUCCIONAL (DESARROLLO EN CLASE O CLASES DEL CONTENIDO TEMÁTICO).

- Al inicio de la clase, los estudiantes junto con el profesorado discutirán dudas y observaciones del texto.
- Les pedirán contestar el **inventario de asertividad (ANEXO 1)**.
- El profesor o la profesora explican en qué consiste la estrategia de **role-playing de barreras a la comunicación (ANEXO 2)**, además, aplica la estrategia.
- Asimismo, explican y aplican el **cuestionario: estilo de manejo de conflictos (ANEXO 3)**.
- En plenaria, las y los alumnos socializarán los resultados de la sesión y reflexionarán acerca de la utilidad de este aprendizaje, además expondrán una conclusión.

TALLER DE COMUNICACIÓN I

C) POSINSTRUCCIONAL (AFIANZAMIENTO DEL APRENDIZAJE DESPUÉS DE CLASE).

- En la próxima clase, las y los alumnos entregarán resultados y reflexiones de los dos test.

ANEXO 1

INVENTARIO DE ASERTIVIDAD	
APRENDIZAJE: El estudiante conocerá su nivel de aplicación de la Comunicación Asertiva para tener un parámetro de dónde partir para desarrollar dicha habilidad.	
TIEMPO: 15 minutos. LUGAR: salón de clases.	MATERIAL: Test y bolígrafo o lápiz.
INICIO: 1) El profesor explica lo que se pretende en esta sesión, después indica que contesten el test de asertividad proporciona y pide responder en forma honesta. Por el momento solo contestarán el cuestionario.	
DESARROLLO: 2) Los estudiantes contestan el test. Tienen 15 minutos para hacerlo.	
CIERRE: 3) El o la profesora cierra la actividad explicando que para la interpretación hay un recuadro que les expone cómo hacerla; la realizarán en su casa, a través de una reflexión sobre los resultados obtenidos. Les recuerdan que los resultados no son definitivos, son solo una aproximación a su comportamiento normal y éste, en todo momento, lo pueden manejar.	
EVALUACIÓN: <ul style="list-style-type: none">• Realizar el cuestionario ASERTIVIDAD INVENTARIO ABC• Entrega de resultados del test y su reflexión.	

ASERTIVIDAD INVENTARIO A B C

NOMBRE COMPLETO: _____

INSTRUCCIONES:	2 = Cierto
Contesta el cuestionario de	1 = A veces
acuerdo con la clave	0 = Falso

	A	B	C
1. Ordinariamente se me ocurren las ideas cuando ha pasado ya la oportunidad de expresarlas.	()		
2. En general, cuando me relaciono con los demás, lo hago con tranquilidad, sin tratar de defenderme.		()	
3. Para actuar no me gusta pensar las cosas dos veces. Yo actúo, aunque luego sufra alguien.			()
4. Soy suficientemente flexible como para encontrar la actitud adecuada en cualquier circunstancia.		()	
5. Logro mis metas muchas veces a expensas de otras personas.			()
6. Me cuesta trabajo comunicar a los demás lo (yo) siento y pienso	()		
7. Me gusta elegir por los demás			()
8. Me agrada dominar la conversación, y suele tener la última palabra en todo.			()
9. Antes de actuar me fijo que vaya a hacer daño a nadie, y que no me haga daño a mí mismo.		()	
10. Me gusta tener relaciones interpersonales con todo tipo de personas.		()	
11. Fácilmente me someto a lo que otros quieren o mandan.	()		
12. Padezco problemas de salud por la tensión o ansiedad que me produce el trato con los demás.	()		
13. Generalmente tengo fricciones y problemas con las personas con que trato.			()
14. Me siento ordinariamente seguro.		()	
15. Soy extremadamente sensible cuando alguien me critica.			()
16. Me cuesta mucho trabajo hacer algo que, aunque deba hacerlo, pueda molestar a alguien.	()		

TALLER DE COMUNICACIÓN I

17. Suelo pedir permiso aun para hacer cosas que no necesitaran permiso.	()		
18. Ordinariamente me siento rechazado por los demás			()
19. Suelo expresar con naturalidad y espontaneidad mis sentimientos y emociones.		()	
20. Me siento ordinariamente capaz en lo que hago.		()	
21. Tengo un conyugue sumiso y unos hijos obedientes.			()
22. Rara vez logro lo que me propongo.	()		
23. Cuando, sin querer, hago algo que molesta a otros, o inapropiado, me siento mal, ansioso.	()		
24. Generalmente, soy buscado y admirado por los demás debido a mi seguridad y tranquilidad.			()
25. Realmente siento que valgo mucho como persona.			()
26. Me dicen mis amigos que tengo cara de mil genios.		()	
27. Creo que la mayoría de gente es tonta.	()		
28. Ordinariamente elijo por mí mismo cómo vivir mi vida, tomando en cuenta a los demás.		()	
29 Prefiero huir de los problemas, que atacarlos.	()		
30. No deajo que el afecto y el cariño tomen parte en mis decisiones.			()
31. Me gusta trabajar solo, porque las demás personas o son lentas, o son flojas.			()
32. Siempre he hecho lo que mis padres me han dicho que haga.	()		
33. Ordinariamente alcanzo mis objetivos, habiendo decidido cómo llegar a ellos y sin dañar a nadie.		()	
34. Siento que no tengo ideas propias, y que me guían otros	()		
35. Me siento una persona tranquila y feliz.		()	
36. Cuando hago algo, o discuto algo, siempre estoy buscando ganar.			()
37. Si, al estar en una reunión, hay algo que me molesta, prefiero no decirlo.	()		
38. Me gusta aceptar la realidad, aunque sea conflictiva.		()	
39. De ordinario deajo que otros me tomen ventaja.	()		
SUBTOTAL	() A	() B	() C

Total A	Total B	Total C

INTERPRETACIÓN: CUADRO COMPARATIVO PARA TUS PRESUESTAS		
A	B	C
CONDUCTA NO ASERTIVA	CONDUCTA ASERTIVA	CONDUCTA AGRESIVA
IMPLICA:	IMPLICA:	IMPLICA:
1. Violar los derechos propios	1. Manifestar los derechos propios.	1. Violar los derechos ajenos.
2. No expresar: - Pensamientos - Sentimientos - Creencias	2. Expresar: - Pensamientos - Sentimientos - Creencias	2. Expresar agresivamente: - Pensamientos - Sentimientos - Creencias
3. Expresarse: - Con disculpas - Apocadamente - Inadvertidamente De tal manera que los demás pueden facilitarme no atender o ignorar lo que se dice.	3. Expresarse: - Directamente - Sinceramente -Apropiadamente y oportunamente De tal manera que se respetan los derechos propios y ajenos.	3. Expresarse: -Directa o indirectamente -Sincera, inapropiada e inoportunamente. De tal manera que siempre se violan los derechos de los demás.
MENSAJE QUE DAS: -“Yo no cuento” - “Tú puedes aprovecharte de mí” - “No importan mis sentimientos, solamente cuentan los tuyos” - “Mis pensamientos no son importantes, los tuyos sí lo son” - “Yo soy nadie, tú eres superior”	MENSAJE QUE DAS: -“Esto es lo que yo pienso y siento” - “Así es como yo veo la situación” -“Es tan importante lo que tú sientes como lo que yo siento” - “Somos igualmente dignos, porque ambos somos personas humanas”. - “Lo que deseo es unir fuerzas, no señalar diferencias”	MENSAJE QUE DAS: -“Tú eres un estúpido por pensar diferente que yo” - “Lo que tú quieras no es importante” -“Lo que tú sientes no cuenta”
BAJA AUTOESTIMA	NORMAL AUTOESTIMA	DESMEDIDA AUTOESTIMA

TALLER DE COMUNICACIÓN I

ANEXO 2

ROLE-PLAYING DE BARRERAS A LA COMUNICACIÓN	
APRENDIZAJE: El o la alumna, con base en la dramatización, analizará algunas barreras importantes y cómo inciden en el bloqueo de la comunicación.	
TIEMPO: 40 minutos. LUGAR: salón de clases.	MATERIAL: Barreras en nuestra adolescencia (VER ANEXO 2.1).
INICIO: 5) El docente explica en qué consiste un <i>role-playing</i> , es decir, la dinámica donde se intercambian papeles o roles; se escenifica una situación conflictiva y se analizan las reacciones.	
DESARROLLO: 6) La o el profesor, dividirán a los estudiantes en equipos y asignará una barrera por equipo para que sea dramatizada en <i>role-playing</i> , dejando claro cómo ésta impide la comunicación con otra u otras personas (se les dará 4 minutos para ponerse de acuerdo y 5 para interpretarlo). 7) En plenaria, cada equipo interpretará la barrera asignada, de tal forma que quede perfectamente claro cómo está impidiendo la comunicación entre las personas en la vida o carrera. El resto de los equipos serán espectadores críticos que analizarán la representación y el buen cumplimiento de lo que le tocó al equipo en turno. 8) Al término de cada representación, el auditorio expondrá argumentativamente su análisis y si se logró o no transmitir el mensaje.	
CIERRE: 9) Finalmente, el o la profesora hará una conclusión general y remarcará la importancia de superar las barreras para el logro personal de comunicarse.	
EVALUACIÓN: <ul style="list-style-type: none">• Participación en clase.• Realización de la representación	

ROLE-PLAYING DE BARRERAS A LA COMUNICACIÓN**ANEXO 2.1****BARRERAS EN NUESTRA ADOLESCENCIA**

Sin duda, una de las grandes barreras cuando se es adolescente es la dificultad de comunicarnos empáticamente de forma correcta, sobre todo con los adultos, con nuestros padres o madres, maestros y maestras y, en general, con quienes encarnan figuras de autoridad. Sin embargo, muchas veces estos conflictos se derivan de la mala comunicación, de confusiones, además de otros factores, por:

- **Mala disposición de los que nos pretendemos comunicar**, por ejemplo, nosotros y nuestros padres que asumimos posiciones cerradas al diálogo.
- **Problemas de entendimiento en los códigos empleados**, como el uso de expresiones propias de un grupo de adolescentes, pandilla o tribu urbana que resulta incomprensible para los demás.
- **Diferencias de percepción** sobre los problemas y conflictos.
- **Rechazo a las formas de ser**, intereses, gustos, vestimenta e ideas de los que se están tratando de comunicarse con nosotros.
- **El querer independizarnos** y ejercer libremente nuestra libertad a costa de rupturas, enfrentamientos y pleitos.
- **A los adolescentes nos cuesta expresar con claridad nuestras emociones**, al estar en una etapa caracterizada por una sucesión rápida de crecimiento y desarrollo. Por lo tanto, nos cuesta trabajo expresar lo que sentimos.
- Muchas veces al **no tener todavía definido nuestro proyecto de vida**, se nos complica decir con claridad lo que se requerimos para la construcción de nuestra identidad e independencia.
- **Por nuestra búsqueda de autonomía**, en ocasiones se nos complica escuchar con atención a los otros, además de juzgar negativamente ciertas posiciones o puntos de vista de las figuras de autoridad.
- Estamos tan **ensimismados con los cambios en nuestro trayecto de la vida** y personalidad, que pasamos por alto el análisis de las emociones de las otras personas.

Estas barreras enlistadas, reflejan determinada etapa de tu proceso de maduración, que implica reconocer primero las necesidades y emociones del otro, para así respetar su punto de vista y, de esta forma, establecer relaciones interpersonales sanas y productivas, sin ignorar, lesionar, humillar, manipular a los demás, o, todo lo contrario, como producto de una baja autoestima te dejas manipular.

ANÓNIMO

TALLER DE COMUNICACIÓN I

ANEXO 3

CUESTIONARIO: ESTILO DE MANEJO DE CONFLICTOS	
APRENDIZAJE: El estudiante conocerá su estilo de manejo de conflictos para tener un parámetro de dónde partir para desarrollar dicha habilidad.	
TIEMPO: 15 minutos. LUGAR: salón de clases.	MATERIAL: Bolígrafo RECURSO DIDÁCTICO: Cuestionario de Thomas-Kilman Habilidades de negociación y manejo de conflictos http://manejodeconflictosblog.blogspot.mx/p/test.html
INICIO: 1) La o el profesor proporciona el cuestionario a cada estudiante y solicita contestar en forma honesta. Solo se les entrega el cuestionario y se les menciona que para su interpretación, al final de la sesión, se les indicará la dirección para su interpretación y la próxima clase entreguen, por escrito, una reflexión sobre sus resultados.	
DESARROLLO: 2) Los estudiantes contestan el cuestionario.	
CIERRE: 3) El profesorado cierra la actividad explicando que la interpretación la harán en su casa, a través de una reflexión sobre los resultados obtenidos. Les recuerda que los resultados no son definitivos, son solo una aproximación a su comportamiento normal y éste, en todo momento, lo pueden manejar.	
EVALUACIÓN: <ul style="list-style-type: none">• Se basa en la entrega o no de la interpretación de los resultados y reflexión del cuestionario.	

ESTILO DE MANEJO DE CONFLICTOS

NOMBRE COMPLETO: _____

INSTRUCCIONES:

1. Considere algunas situaciones en las cuales sus deseos difieren de los de otra persona. ¿Cómo reacciona habitualmente en esos casos?
2. En las páginas siguientes hay varios pares de frases que describen posibles respuestas conductuales. En cada par encierre en un círculo la alternativa (A o B) que sea más característica de su propio comportamiento.
3. En algunos casos ni la alternativa A ni la B pueden ser muy típicas de su forma de reaccionar, pero le rogamos que indique cuál sería la conducta más probable que usted elegiría.

CUESTIONARIO

1.
A. Hay oportunidades en que dejo que otros asuman la responsabilidad para resolver el problema.
B. En vez de negociar los puntos en desacuerdo, trato de enfatizar los aspectos en que concordamos.

2.
A. Trato de buscar una solución de compromiso.
B. Trato de tomar en cuenta todos los puntos que me preocupan a mí y al otro.

3.
A. Habitualmente, soy decidido para lograr mis objetivos.
B. Puedo tratar de limar las asperezas y mantener la relación.

4.
A. Trato de buscar una solución de compromiso.
B. A veces sacrifico mis propios deseos en favor de los del otro.

5.
A. Consistentemente, busco la ayuda del otro para encontrar una solución.
B. Trato de hacer lo que pueda para evitar tensiones inútiles.

6.
A. Trato de evitarme desagrados.
B. Trato de imponer mi posición.

7.
A. Trato de postergar el tema hasta que haya tenido tiempo para meditarlo.
B. Cedo en algunos puntos a cambio de lograr otros.

TALLER DE COMUNICACIÓN I

8.

- A. Habitualmente, soy decidido para lograr mis objetivos.
 - B. Trato que todas las dudas y problemas salgan a la superficie en forma inmediata.
-

9.

- A. Siento que no siempre vale la pena preocuparse de las diferencias.
 - B. Hago esfuerzos para salirme con la mía.
-

10.

- A. Soy decidido para lograr mis objetivos.
 - B. Trato de encontrar una solución de compromiso.
-

11.

- A. Trato que todas las dudas y problemas salgan a la luz en forma inmediata.
 - B. Puedo tratar de limar las asperezas y mantener la relación.
-

12.

- A. A veces evito tomar posiciones que puedan crear controversia.
 - B. Le acepto al otro algunos de sus argumentos si él me permite mantener algunos de los míos.
-

13.

- A. Propongo una posición intermedia.
 - B. Hago presión por mis puntos de vista.
-

14.

- A. Le expreso mis ideas y solicito las suyas.
 - B. Trato de demostrarle la lógica y los beneficios de mi posición.
-

15.

- A. Puedo tratar de limar las asperezas y mantener la relación.
 - B. Trato de hacer lo que sea necesario para evitar tensiones.
-

16.

- A. Trato de no herir los sentimientos del otro.
 - B. Trato de convencer a la otra persona sobre los méritos de mi posición.
-

17.

- A. Habitualmente, soy decidido para lograr mis objetivos.
 - B. Trato de hacer lo que pueda para evitar tensiones inútiles.
-

18.

- A. Si hace feliz a la otra persona, podría dejarlo mantener sus puntos de vista.
 - B. Le acepto al otro algunos de sus argumentos si él me permite mantener alguno de los míos.
-

19.

- A. Trato que todas las dudas y problemas salgan a la superficie en forma inmediata.

B. Trato de postergar el tema hasta que haya tenido tiempo para meditarlo.

20.

A. Trato de resolver nuestras diferencias en forma inmediata.

B. Trato de encontrar una combinación justa de ganancias y pérdidas para ambos.

21.

A. Al iniciar negociaciones trato de ser considerado respecto de los deseos de la otra persona.

B. Siempre me inclino por una discusión directa del problema.

22.

A. Trato de encontrar una posición que sea intermedia entre la mía y la de él.

B. Impongo mis deseos.

23.

A. A menudo me preocupo de satisfacer todos nuestros deseos.

B. Hay oportunidades en que dejo que otros asuman la responsabilidad para resolver el problema.

24.

A. Si la posición de la otra persona parece serle muy importante, trato de cumplir sus deseos.

B. Trato de que él se avenga a una solución de compromiso.

25.

A. Trato de demostrarle la lógica y los beneficios de mi posición.

B. Al iniciar negociaciones trato de ser considerado respecto de los deseos de la otra persona.

26.

A. Propongo una proposición intermedia.

B. Casi siempre me preocupo de satisfacer todos nuestros deseos.

27.

A. A veces evito tomar posiciones que puedan crear controversia.

B. Si hace feliz a la otra persona, podría dejarlo mantener sus puntos de vista.

28.

A. Habitualmente, soy decidido para lograr mis objetivos.

B. Habitualmente, busco la ayuda del otro para encontrar una solución.

29.

A. Propongo una posición intermedia.

B. Siento que no siempre vale la pena preocuparse.

30.

A. Trato de no herir los sentimientos del otro.

B. Siempre comparto el problema con la otra persona de manera que podamos resolverlo.

COMUNICACIÓN E INTEGRACIÓN SOCIAL

DESARROLLO DEL TEMA

1. INTRODUCCIÓN

Puede decirse que el ser humano desde que nace es un ser social, destinado a vivir en un mundo social y que, para ello, necesita la ayuda de los demás. Ese ser social, además, se va haciendo poco a poco a través de la interacción con los otros, en un proceso continuo de socialización.

Santiago Yubero [2006:1].

La comunicación es el puente que te permitirá relacionarte y contactar con los demás. A veces este puente te será sencillo y fácil de transitar, pues la comunicación te ayudará a encontrarte con los otros, con los demás y esto te generará gran satisfacción. Sin embargo, otras veces querrás construir un puente con el otro, pero no podrás, no verás la manera de trazar ese puente entre tú y él o ella, o entre tú y ellos o ellas. ¿Qué te lo impedirá?

¿Cómo podrás relacionarte mejor con tu familia, tus amigos y compañeros de escuela y trabajo? ¿En dónde radica la importancia de tu comunicación? ¿Cuáles son los mensajes que emites más frecuentemente, tanto a ti mismo como a los demás? ¿Qué herramientas necesitarás para lograr un diálogo enriquecedor y positivo? ¿Existe una relación entre la capacidad para comunicarte y tu crecimiento personal?

Te puedo afirmar que las anteriores son preguntas o expectativas que año con año se hacen los alumnos que ingresan al Taller de Comunicación. Las respuestas radicarán en ti mismo como alumno o alumna, en tu experiencia personal, en tu vida misma. ¿Serás capaz de enfrentarlas y responderlas?

2. LA COMUNICACIÓN COMO RECURSO PARA LA INTEGRACIÓN SOCIAL

La Integración Social puede ser vista como un proceso dinámico y con principios donde todos los miembros participan en el diálogo para lograr y mantener relaciones sociales pacíficas.

Departamento de Asuntos Económicos y Sociales,
Naciones Unidas.



Aquí te darás cuenta que la comunicación juega un papel principal en tu inserción social, pues te facilita tu integración en el grupo al que quieres entrar y te convertirá en un miembro activo del colectivo social.

Pero, si no empleas bien la comunicación, tendrás consecuencias negativas en tu familia, grupos de pertenencia y en general en tu perspectiva social.

Suriá [2010:11] nos indica, con toda claridad, las etapas y características para que logres una integración social positiva, tanto en forma grupal como colectiva, por tal razón nos permitiremos citar sus respectivos procesos, aunque con mínimos cambios:

Agentes y etapas de socialización.

1. La familia
2. Los grupos de iguales
3. El sistema educativo
4. Los medios de comunicación masas y redes sociales

Características de la socialización.

- Capacidad para relacionarse
- Adaptación a las instituciones
- Adaptación a una inserción social que respete las normas
- Convivencia con los demás.
- Logro de identidad propia o proceso de personalización.
- Interiorización de normas, costumbres, valores y pautas sociales.
- Proceso inacabable de aprendizaje socializante.



<https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcRcWVZwoEogZqZwy4Bwh-a2yT8Rb633GckzYaMINPfy1vAJ27q7dw>

Para lograr lo anterior, debemos tener en cuenta lo que nos proponen Sánchez y Urías [2010]:

- La comunicación no es independiente del desarrollo social, pero debe ser abierta, democrática y participativa.
- Es necesario asumir la comunicación como herramienta fundamental para fortalecer los procesos sociales
- La comunicación es un reflejo de la cultura, por lo tanto, se hace necesario asumir la práctica comunicativa como un encargo para el desarrollo comunitario.

2.1 AUTOCONOCIMIENTO

De todos los conocimientos posibles, el más sabio y útil es conocerse a sí mismo

—William Shakespeare

El autoconocimiento es la capacidad auto comunicativa de ser consciente de tus fortalezas, aspectos positivos y debilidades o limitaciones. Además, darte cuenta de las consecuencias positivas o negativas de tus acciones para con los otros. Esta etapa es muy importante para tu vida social, pero como aún estás en una etapa de cambios, es el momento adecuado para que hagas un alto en el camino y reflexiones sobre ti mismo para saber qué ruta de superación seleccionarás, o te quedarás estancado.

Este quinto semestre será trascendente en tu vida, si es logras un viaje exitoso al fondo de ti mismo que te haga consciente de lo que eres y de lo que quieres; por tal razón, es importante los test vocacionales, de personalidad, así como de habilidades comunicativas.

¡Viaja al fondo de ti mismo! ¿Te atreverás?

Como dice Núñez [2013], conocerte te va a servir para:

- Descubrir tu funcionamiento y decidir qué es lo que te gustaría cambiar.
- Ser más autosuficiente ejerciendo un mayor dominio de tus comportamientos.

TALLER DE COMUNICACIÓN I

- Profundizar en tu vida y aumentar el control sobre tus emociones, sobre tus reacciones e, incluso, sobre tus sentimientos.
- Llegar a ser la persona que quieres ser de una manera consciente.
- Vivir tu singularidad, disfrutar de tu autodependencia y alcanzar un mayor grado de libertad.

Finalmente, espero que comprendas que el autoconocimiento es una puerta para auto querernos, auto respetarnos, auto valorarnos, es señal de madurez y decisión de superación personal, es la base de la autoestima que es la percepción del propio valor, habilidades y logros, la visión positiva o negativa que se tiene de uno mismo.

¿Cómo está tu autoestima?

2.2 INTERSUBJETIVIDAD


La intersubjetividad es un concepto según el cual, los hombres son sujetos pensantes capaces de tomar en consideración el pensamiento del otro en su juicio propio.

Valentina Sancler [1996]

Definición de intersubjetividad

La intersubjetividad es una percepción de la subjetividad de otro, en la relación con otro. La subjetividad de la percepción se expresa dentro de una intersubjetividad con otros individuos que funda de este modo la objetividad de la percepción.

La palabra está compuesta por el sufijo "inter" que significa la "relación entre", la comunicación, y de la palabra "subjetividad" que hace referencia a la intuición del sujeto. Cabe recordar que la subjetividad de un individuo se refiere a la influencia que tienen su temperamento, sus convicciones propias, sus motivaciones personales sobre su actividad mental.



Valentina Sancler
Intersubjetividad
<https://www.euston96.com/intersubjetividad/>
Enciclopedia Temática Euston96

Es importante saber que la comunicación intersubjetiva es diferente a la comunicación interpersonal. En la comunicación interpersonal predomina lo emocional que genera relación como una plática entre amigos, mientras que en la intersubjetiva predomina lo racional que genera conocimiento; por ejemplo, compartir experiencia sobre algún saber o conocimiento subjetivo que al exponerlo generará un conocimiento común, es decir, como el caso del lenguaje común que usamos y que se nos enseña en nuestra educación oficial, como el conocimiento científico que se basa en como diversas personas repiten el experimento, una y otra vez, hasta generar un conocimiento que tenga un sustento firme y común.

Por tal motivo, cuando dices que es verdad algo que viste o experimentaste como sujeto (subjetivo), no quiere decir que es la veracidad irreductible, más bien es tu verdad solamente. Para pasar de lo subjetivo a lo objetivo, por fuerza, debemos compartir nuestra experiencia y en común con otros, armar el conocimiento objetivo. Si no tomas en cuenta estas diferencias en tu comunicación, te enfrentarás a muchos problemas que complicarán tu vida familiar y social, y te tacharán de necio.

En tu vida diaria y carrera profesional, debes tener en cuenta que en la intersubjetividad existe un acuerdo que permite la interacción. Hay un conocimiento compartido, por eso el conocimiento y la teoría se construyen socialmente, de aquí que la intersubjetividad propicia el aprendizaje a través de la comunicación y el consenso.

Recuerda que la interrelación entre personas (subjetivas) genera una realidad social y cuando se convierte en una interacción intersubjetiva (objetiva) se produce una nueva realidad social, ya que en esta última se construye un conocimiento socialmente aceptado.

2.3 OTREDAD COMUNICATIVA

La soledad es el fondo último de la condición humana.
El hombre es el único ser que se siente solo y el único que es búsqueda de otro.
—Octavio Paz

El ser humano en cuanto habita un mundo social es en esencia un ser-con los otros, no soy yo sino nosotros y se produce una comunicación que genera a la otredad.

En la otredad, haciéndole adaptaciones al escrito de Ramírez [2016], ella nos dice que una comunicación democrática e incluyente que reconoce al sujeto en el proceso de diálogo y lo emancipa en pro de su desarrollo integral, sigue los siguientes principios:

- **Asumir al otro desde su ser no desde su rol social.** Es decir, trascendiendo los roles ganados o impuestos para el encuentro comunicativo con el otro.
- **Descentrar el poder en la comunicación, pues es compartido con el otro.** Es decir, una comunicación democrática donde prima la participación y la igualdad.
- **Legitimar al otro en su mayoría de edad.** Es decir, considerar al otro como un ser pensante y que se vale por sí mismo.
- **Reconocer la capacidad que tiene el otro de autogenerarse y autorregularse en pro de su desarrollo.** Es decir, que tiene la capacidad de decisión
- **Dar lugar a lo heterogéneo con el reconocimiento de las identidades y culturas particulares del otro u otros.** Es decir, comprendiendo los nuevos fenómenos culturales que son necesarios en la preservación de lo heterogéneo.
- **Inclinarse por la individuación, entendida como el reconocimiento y habilitación del sí mismo, de su potencial y singularidad siempre en relación comunicativa con los demás.** Es decir, el proceso comunicativo requiere de los actores involucrados y de su singularidad para que el efecto del diálogo sea beneficioso.

TALLER DE COMUNICACIÓN I

¿Qué opinas de la siguiente información?

Adolescencia sin Otredad: Identidad y Comunicación

En el presente trabajo se analiza un fenómeno que puede presentarse en la adolescencia denominado "adolescencia sin otredad", en el que por momentos el adolescente se visualiza en la dinámica y feroz lucha por su autodeterminación; en la búsqueda de su identidad, autonomía e individualidad. Durante este proceso parece experimentar un aislamiento y una separación de su contexto primario de formación (familia), para refugiarse principalmente en el grupo de amigos y en los medios de comunicación; asimismo, manifiesta una sensación de vacío, de soledad, de un sin sentido de la vida, enfrentando su tiempo de desarrollo sin la presencia de los otros (principalmente padres), inclusive desea estar sin ellos, sintiéndose poco apoyado por su entorno.

Reyes Enríquez, Pedro Octavio y Córdoba Zamudio Miguel Ángel (2006: 341).

Actualmente te tocó habitar un mundo muy inestable, complejo y cambiante, en este momento de tu vida te has integrado y organizado en comunidades afines (de tus iguales), donde han aceptado tu diversidad de formas de expresarte y comunicarte, pero te has alejado de tu comunidad familiar. Por eso, debes de comprender que la forma de comunicación de dichas comunidades es variada y distinta a lo que estamos acostumbrados los adultos, por ello muchas veces no te entendemos, con lo que surgen múltiples problemas, sobre todo en el ámbito familiar.

Además, hoy en día, la comunicación no necesariamente es codificada en forma común, pues hay múltiples comunidades virtuales con las cuales tienes interrelación continua,

además de tu comunidad real, compartes infinidad de información, pero hay una falta de diálogo cara a cara en la comunidad donde convives y te desarrollas directamente. Éstas, son las formas más frecuentes de comunicación que tienes hoy como adolescentes.



<http://supervivenciadirectiva.files.wordpress.com/2012/07/comunidad2.jpg>

Rivera [2016: 37] nos dice que “la emergencia de comunidades virtuales responde a la necesidad de desarrollar intereses y experiencias de los jóvenes en espacios alternativos a los ofertados por las sociedades en la modernidad.”

IMPORTANCIA DE LA PARTICIPACIÓN DEL JOVEN EN LA COMUNIDAD

- Adquiere habilidades para la vida. Desarrolla posturas críticas y éticas frente al mundo y al grupo, a partir de habilidades del pensamiento que permiten aprender e interpretar la realidad.
- Fomenta estilos de vida que permiten el desarrollo saludable de los jóvenes y la satisfacción de sus necesidades.
- Asume un protagonismo en el desarrollo de la comunidad, constituyéndose en agente de cambio.
- Construye una nueva forma de democracia, al crear capacidades para convivir con las otras personas que piensan y sienten diferente.

Cuando un joven se siente parte de una sociedad, se involucra, desea participar. Esto genera proyectos donde lo más importante es la participación social y comunitaria para lograr objetivos comunes, vivenciando valores.

La participación de los jóvenes en el desarrollo de su comunidad, que se basa en el desarrollo de valores, actitudes y práctica que se comparten, puede lograr una mejor calidad de vida, con justicia, equidad. Es decir, un nuevo y mejor país.

La importancia de la participación del joven en la sociedad
17 DE OCTUBRE DE 2003 | PSICOLOGÍA

<http://www.abc.com.py/articulos/la-importancia-de-la-participacion-del-joven-en-la-sociedad-724092.html>

Por todo lo anteriormente, es urgente y necesario que aprendas a aprender, conocer, hacer, vivir juntos y a ser tú mismo en armonía en y con tu comunidad real y futura, pues estás en cuenta regresiva en integrarte al mundo de los adultos.

3. LA COMUNICACIÓN COMO RECURSO PARA LA SOLUCIÓN DE CONFLICTOS EN EL ENTORNO

El conflicto nos priva de la ilusión que controlamos nuestras vidas. Conlleva la pérdida, la separación y la dependencia no deseada. Nos obliga a desarrollar aptitudes y emplear recursos que no pensábamos que teníamos. El conflicto nos empuja más allá de nuestros límites. Con todo, interrumpe nuestros sueños, sacude nuestras vidas, nos saca del nido, nos priva de la comodidad y nos obliga a valernos por nosotros mismos

—Brian Muldoon [1998: 42]

Valdés [2013] desarrolló todo lo que te presento en este rubro, y nos dice que en la vida es imposible que optes por no tener conflictos, pero sí es posible que aprendas habilidades de comunicación social para maniobrar con ellos y, de esta manera, llesves a la mínima expresión sus aspectos desagradables y sobre todo, maximizar sus aspectos positivos.

Todo proceso de comunicación intrapersonal, interpersonal o grupal trae en su interior la posibilidad del conflicto.

La comunicación es tu mejor herramienta para resolver cualquier desacuerdo contigo mismo o entre tú y los demás. Servirá no solo para tus relaciones en la escuela, en casa y en tu futura profesión y trabajo.

TALLER DE COMUNICACIÓN I

La resolución de conflictos está presente en todos los momentos de tu vida. En la adolescencia y comienzos de la juventud, etapa de formación y de acceso al mundo del adulto y al trabajo, donde te encuentras con situaciones o problemáticas nuevas continuamente y debes de aprender a resolverlas.

La comunicación es el elemento sintonizado para la solución de conflictos, su empleo oportuno y eficiente contribuye a despejar dudas, aclarar ideas y fijar posiciones, para lo cual los protagonistas deben respetar las diferencias respectivas.

Para muchos jóvenes, conflicto es sinónimo de violencia. Pero la violencia, en realidad, sólo es una de las numerosas respuestas posibles a un conflicto.

¿Conflicto positivo? Sí..., un conflicto positivo es visto desde una perspectiva constructiva, donde el problema no está por encima de ti, donde la acusación y la evitación las conviertes en diálogo, donde la búsqueda unidireccional de la razón la transformas en negociación y acuerdos.

En la interacción, en la resolución de conflictos y negociación, siempre toma en cuenta lo siguiente:

- El conflicto se repite en forma natural, normal y continuamente, puesto que es inevitable en la existencia social e individual.
- El conflicto no debe ser entendido como una manifestación negativa, ni la solución o negociación se debe entender en lograr siempre el triunfo rotundo y aplastante.
- En el conflicto y en la solución o negociación, existen tantas percepciones como partes estén involucradas. Por ello, cada parte “habla” desde su propia verdad, punto de vista, percepción, motivos e intereses. El respeto mutuo, la flexibilidad, y el estar receptivo y abierto es fundamental.
- Las diferencias convocan a las relaciones y al conflicto, pero también a la solución o negociación.

¿Tienes conflictos? ¡Significa que estás vivo!

3.1 CONFLICTO FAMILIAR

...se encontró que la separación de los padres, el maltrato psicológico y físico, la crisis económica y el consumo de drogas (en especial el abuso de alcohol) aparecen como los principales obstaculizadores para el desarrollo funcional de la comunicación y las relaciones en las familias.

—Garcés y Palacio [2011]

Psicólogos del Centro R&A [2019], en Problemas Familiares, proponen una serie de factores negativos, entre otros, que te influyen, por eso afirman que ninguna familia es perfecta, aunque sean funcionales o disfuncionales; lo importante es que los problemas o conflictos son hechos que, superándolos, sean factor de crecimiento en tu relación familiar. Para tratar el tema en cuestión, nos permitimos enfocarlo desde la interrelación que tienes con tu familia:

- **Conflictos con familia política y familiares.** En algunas ocasiones te habrás dado cuenta como se producen problemas, ya sea contigo, con tus padres o con toda tu familia y hacen que sea inestable la relación familiar, afectando la intercomunicación en tu familia.
- **Desacuerdos respecto a problemas de dinero.** Afecta de distinta forma la falta de dinero o su enorme cantidad, desequilibrando la armonía de tu familia, ya sea que ni siquiera te den lo mínimo indispensable para tus gastos, o bien que tengas de sobra o que te vuelvas loco



<http://www.laencarnacion.com/charla-para-padres-mediacion-escolar/>

gastando y despreciando a tus compañeros.

- **Elección de la carrera de los hijos.** Puede ser que tus padres presentan dificultad en aceptar tu decisión sobre qué carrera estudiar, e incurrir en coaccionarte y confrontarte, o finalmente aceptan y te apoyen.
- **Problemas de la adolescencia.** El periodo de tu adolescencia es un reto para ambas partes, tanto para ti como para tus padres, ya que tú experimentas la necesidad de independizarte, de querer explorar el mundo por ti mismo, estas situaciones provocan gran tensión en tu relación familiar.

- **Peleas entre hermanos.** Las riñas con tus hermanos son normales y en ocasiones pueden producir un ambiente tenso en tu familia, además, una mala intervención de tus padres puede generar resentimientos en ti.
- **Divorcio e hijos.** La separación o el divorcio de tus padres puede ser una experiencia muy dolorosa, inclusive traumática para ti y tu familia. Tanto los esposos como los hijos experimentan un enorme sufrimiento por los cambios que supone la ruptura de una relación. Es importante que confíes y asimiles que esta decisión de los padres es por el bien de todos, sin que tomes partido, incluso, que te llegues a “comprar” un problema que no es tuyo y lo cargues contigo hasta tu vida adulta.
- **Adicción de algún miembro de la familia.** La adicción a alguna droga tiene consecuencias muy destructivas en toda tu familia. Ten cuidado, si eres hijo de padres con alguna, es posible que tenderás a presentar baja autoestima, culpa, sentimiento de desesperanza, miedos de abandono o depresión crónica. También puedes presentar problemas de conducta; por ejemplo, engañar, pelar, robar. Pero si tú eres el de la adicción, te vas a desequilibrar y afectarás a toda tu familia.
- **Padres abusivos.** Todos los padres tienen defectos, pero algunos poseen problemas psicológicos profundos que los llevan a dañar a ti y a tus hermanos en la forma en como los tratan. Puede tratarse de críticas crueles, llamar por apodos, gritos, humillaciones o bromas humillantes, burlarse de capacidades mentales o apariencia física, rehusar amor, atención o tacto y abandono físico o emocional, o ignorar a los hijos.
- **Padres sobreprotectores.** Mediante la sobreprotección, tus padres te comunican constantemente que no confían en tus capacidades. Con padres sobreprotectores es posible que tengas dificultades para tomar decisiones, enfrentar frustraciones y carecer de la seguridad para tener una vida de éxito.

Sumado a lo anterior, te encontrarás que el uso del celular y las tabletas son ya uno de los principales conflictos junto a problemas de estudios, las tareas en el hogar o las relaciones interpersonales con tu familia. Posiblemente tus padres, alguna vez te han querido quitar tu teléfono celular, pero se enfrentan a la necesidad de que cuentes con él para localizarte, por aquello de la violencia que enfrenta nuestro país. Actualmente, habrás visto, una y otra vez, la problemática que generan los teléfonos celulares en el salón de clases.

¿Qué propones para solucionar lo anteriormente dicho?

TALLER DE COMUNICACIÓN I

3.2 CONFLICTO ESCOLAR

El objetivo primordial en el ámbito escolar debería ser el desarrollo y reforzamiento de un modelo de escuela donde el conflicto se entienda como una oportunidad para el crecimiento, y que la resolución constructiva del mismo constituya una premisa de prevención de violencia y malos tratos, orientada por los principios básicos de la pedagogía pacífica: transformación de conflictos, eliminación de factores de violencia en la educación y el entorno educativo —Burguet, Marta [1999: 70].

Ya habrás notado, incluso vivido en carne propia, que México está pasando una etapa de violencia e impunidad creciente, pues en las calles escuchamos a las personas decir que “saben a qué hora salen de su casa, pero no saben si volverán”, y en el ambiente escolar sorprendentemente se respira lo mismo, siendo un reflejo de la sociedad.

Se dice que en la educación media superior, aproximadamente una tercera parte de estudiantes, reporta haber sufrido agresiones verbales de sus compañeros, por ejemplo burlas, apodosos ofensivos y en algunas ocasiones agresiones físicas violentas, además de los embates sufridos una y otra vez, en la calle, debido a la delincuencia.

Sin duda, te habrás enterado de que normalmente en algunas escuelas atienden los conflictos solamente por medio de sanciones disciplinarias, cuyo resultado puede ser una suspensión temporal en tu derecho a recibir clases, por tal razón muchos conflictos se tornan más violentos, pues no se atendieron a tiempo o su manera de atenderlos no fue la correcta.

Una de las mejores soluciones para esta problemática que te ha tocado vivir es la Educación para la Paz, pues hace que los conflictos negativos a los que te enfrentas los puedas convertir en acuerdos, en colaboración, en comprensión al interior de tu escuela. Se requiere que reconozcas a “los otros”, impulsar y fortalecer el diálogo, saber escuchar en lugar de simplemente oír, fortalecer tu empatía y comunicación positiva, aceptar las diversas formas de ser y pensar de tus compañeros. Capacitarte en cómo enfrentar los diversos conflictos que se te presenten. Lo importante y trascendente es que tú cambies y seas factor de cambio positivo de la sociedad en donde vives y te desarrollas.

¿Estás dispuesto?

4. CONCLUSIÓN

Uno de los grandes autores que se ha preocupado y ocupado en la educación para la convivencia de los adolescentes y jóvenes, es el de que a manera de conclusión y para cerrar lo que te hemos desarrollado en este capítulo es el siguiente...

EDUCACIÓN PARA LA CONVIVENCIA

La educación para la convivencia se enmarca en un proyecto más amplio de educación en valores. Su finalidad principal es ayudar a los educandos a que asuman responsablemente sus deberes y conozcan y ejerzan sus derechos en el respeto a los demás, practicando la tolerancia, la cooperación y la solidaridad entre las personas, ejercitándose en el diálogo, afianzando los derechos humanos como valores comunes y preparándose activamente para el ejercicio de una ciudadanía democrática. Objetivos irrenunciables de la educación para la convivencia serán, además, llegar a establecer unas relaciones con los demás rechazando la violencia y los prejuicios de cualquier tipo, optando decididamente por resolver pacíficamente los conflictos.

Ramón Gil Martínez

file:///C:/Users/Beatriz/Downloads/Educacion_para_la_convivencia_-_diálogo_comunicación_interpersonal_y_tolerancia.pdf

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Burguet, Marta 1999. "El educador como gestor de conflictos". University of Barcelona. Editor: Desclee De Brower. 1 de enero de 1999.
- Garcés, Miguel & Palacio, Jorge Enrique 2011. "Comunicación familiar en asentamientos humanos de Montería". Córdoba, Colombia. Sitio Académico de Miguel Garcés - COMUNICACION FAMILIAR. <http://miguelgarces.es.tl/COMUNICACION-FAMILIAR.htm>
- Muldoon, Brian 1998. "El corazón del conflicto". Paidós. Barcelona.
- Núñez, Juan 2013. "Relaciones Interpersonales: Bases de la Comunicación Humana". 10 Jun, 2013. <https://aprendizajeyvida.com/2013/06/10/relaciones-interpersonales-bases-de-la-comunicacion-humana/>
- Psicólogos del Centro R&A 2019. "Diferentes tipos de problemas de familia". Problemas familiares. Centro de Psicología Clínica y Psicoterapia / tel: (55) 5709-1107. Ciudad de México. <https://www.rypsicologos.net/problemas-familiares/>
- Ramírez González, Dora Aidé 2016. "La comunicación desde la otredad". Rev Humanismo y Sociedad, 4 (2), 10-13. <https://doi.org/10.22209/rhs.v4n2a03>.
- Reyes Enríquez, Pedro Octavio y Córdoba Zamudio, Miguel Ángel 2006. "Capítulo 16 Adolescencia sin Otredad: Identidad y Comunicación". 341-364. Universidad Cristóbal Colón, Veracruz, 2006. [file:///C:/Users/Beatriz/Downloads/4794%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Beatriz/Downloads/4794%20(1).pdf)
- Rivera Vargas, Pablo 2016. "Jóvenes y comunidades virtuales: ¿nuevos espacios de inclusión social?". 12 diciembre, 2016: 37 <http://www.aikaeducacion.com/opinion/jovenes-comunidades-virtuales-nuevos-espacios-inclusion-social/>
- Sánchez, Griselda & Urías, Graciela 2010. "Comunicación y Gobernabilidad". Edición Digital. Sánchez es Doctora en Ciencias Pedagógicas. Profesora Titular. Universidad Central de Las Villas, Cuba y Urías es Doctora en Ciencias Pedagógicas. Profesora Titular. Coordinadora del Centro de Estudios Comunitarios. Universidad Central de Las Villas, Cuba.
- Sancler, Valentina 1996. "Intersubjetividad". <https://www.euston96.com/intersubjetividad/>
- [Suriá, Raquel 2010/11](#). "Psicología social (sociología). Curso 2010/11. Tema 2: socialización y desarrollo social". <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/14285/1/TEMA%202%20SOCIALIZACIÓN%20Y%20DESARROLLO%20SOCIAL.pdf>
- Valdés Moedano, Ana Lydia 2013. "Capítulo VII. Resolución de conflictos. Habilidades de comunicación social para el taller de comunicación I". Jesús Salvador Cerrillos Sánchez, Coordinador. México D. F., agosto de 2013.
- Yubero, Santiago 2006. "Cap. 24 socialización y aprendizaje social". Psicología social, cultura y educación. Volumen 316 de Psicología sociológica, Coord. Pèz, Dario. Editor Pearson Educación, 2006. <https://www.ehu.eus/documents/1463215/1504276/Capitulo+XXIV.pdf>

TALLER DE COMUNICACIÓN I

1.3 LA ÉTICA EN LAS RELACIONES SOCIALES

OPERATIVO DEL APRENDIZAJE

UNIDAD I.

LA COMUNICACIÓN HUMANA

APRENDIZAJE 2.

Comprende la comunicación en sus diferentes niveles para promover relaciones sociales éticas.

TEMÁTICA.

La ética en la comunicación en sus diferentes niveles (intrapersonal, interpersonal, grupal y masiva):

- Conocimientos
- Habilidades
- Actitudes y Valores

SECUENCIA OPERATIVA

A) PREINSTRUCCIONAL (CONOCIMIENTOS PREVIOS A LA CLASE).

- El profesor propone lectura del tema “**LA ÉTICA EN LA COMUNICACIÓN EN SUS DIFERENTES NIVELES (INTRAPERSONAL, INTERPERSONAL, GRUPAL Y MASIVA)**”. Pone énfasis en la comunicación grupal (primaria-familia).
- Les solicita a las y los estudiantes reflexionen en torno de la lectura y destaquen aspectos que hayan causado confusión o no entiendan, a fin de que el profesor amplíe la explicación sobre la temática en cuestión.

B) COINSTRUCCIONAL (DESARROLLO EN CLASE O CLASES DEL CONTENIDO TEMÁTICO).

- Solicita a las y los alumnos contestar el cuestionario diagnóstico “Qué normas o reglas tienes en tu entorno familiar”, a fin de conocer la cercanía y afecto con su familia a través de las normas y reglas que se establecen en la casa.
- De igual forma se les pide elaboren un mapa conceptual de los diferentes niveles de comunicación, resaltando sus conocimientos, habilidades, actitudes y valores que posean en su práctica comunicativa con su familia.
- El docente ubica, en primera instancia, la temática de la ética de la comunicación en su vertiente de los valores humanos a partir de los conocimientos, habilidades, actitudes y valores que adquieren las y los jóvenes tanto en la casa como en la escuela.
- Se lleva a cabo la estrategia, La comunicación humana como eje de las relaciones sociales. **(ANEXO 1)**
Realizan la estrategia La comunicación humana, como eje de las relaciones sociales. **(ANEXO 2)**

C) POSINSTRUCCIONAL (AFIANZAMIENTO DEL APRENDIZAJE DESPUÉS DE CLASE).

- En plenaria se comparten las normas o reglas que tienen las y los alumnos en su entorno familiar.
- El profesor asume el rol de padre de familia con base en la temática de la comunicación en el nivel intra e interpersonal, a partir de los conocimientos, habilidades, actitudes y valores.
- Invita a los integrantes del grupo a reflexionar sobre la importancia de la comunicación para el ser humano, especialmente en la familia, a partir de los contextos de hoy en día.
- Solicita a las y los alumnos, ejemplos de niveles de comunicación (intrapersonal, interpersonal, grupal y masiva). Pueden ser recortes, dibujos o por escrito, que ejemplifiquen cada nivel y su trascendencia o importancia para ellos.

LA COMUNICACIÓN HUMANA, COMO EJE DE LAS RELACIONES SOCIALES	
APRENDIZAJE: Fortalecer las relaciones sociales primarias, a través de la reflexión del entorno familiar.	
TIEMPO: dos sesiones de 2 horas. LUGAR: salón de clases.	MATERIAL: 1. Cuestionario diagnóstico. 2. Video “Like si amas a papá”. https://www.youtube.com/watch?v=GFH6oT2YoMo 3. Proyector, computadora, hojas blancas, pluma
INICIO: 1) Integrar equipos de cinco alumnos para que contesten el cuestionario diagnóstico. A cada equipo se le facilitará el cuestionario de manera impresa.	
DESARROLLO: 2) Cada integrante de equipo aporta una norma o regla establecida en su casa, con base en el cuestionario diagnóstico (30 minutos). 3) En equipo escriben las características positivas o negativas del papá según el cuestionario (15 minutos). 4) De igual modo, escriben las características positivas o negativas del hijo con relación al papá (15 minutos). 5) Los alumnos describen cómo debe ser la relación padre e hijo (15 minutos). Describir cómo logran fortalecer la relación padre-hijo o hijo-padre (15 minutos).	
CIERRE: Proyección del video: “Like si amas a tu papá”, Badabun 8 de abril 2018. https://www.youtube.com/watch?v=GFH6oT2YoMo 6) En plenaria se comparten las normas o reglas que tienen las y los alumnos en su entorno familiar. El profesor asume el rol de padre de familia con base en la temática de la comunicación en el nivel intra e interpersonal, a partir de los conocimientos, habilidades, actitudes y valores. 60 minutos.	

TALLER DE COMUNICACIÓN I

LA COMUNICACIÓN HUMANA, COMO EJE DE LAS RELACIONES SOCIALES

EVALUACIÓN:

- Entrega por escrito de las secuencias didácticas solicitadas.
- Participación en plenaria por equipo.

ANEXO 1

CUESTIONARIO DIAGNÓSTICO: "QUÉ NORMAS O REGLAS TIENES EN TU ENTORNO FAMILIAR"				
	CONOCIMIENTOS	HABILIDADES	ACTITUDES	VALORES
Enuncia cinco reglas o normas que te exigen en casa.	Qué piensas de cada regla enunciada positiva o negativa	Qué habilidades debes poseer para alcanzar cada regla o norma	Qué actitudes tienes a cada regla.	Qué valores propone o supone cada regla
1)				
2)				
3)				
4)				
5)				

EL RENCOR SOCIAL EN LA COMUNICACIÓN	
APRENDIZAJE: Identificar las condicionantes sociales que influyen en la comunicación humana.	
TIEMPO: dos sesiones de 2 horas. LUGAR: salón de clases.	MATERIAL: 1. Artículo ¿De dónde viene el rencor social? 2. Bautista, Eduardo, (24:01.2019) “¿De dónde viene el rencor social?”, en <i>El Financiero</i> . https://www.elfinanciero.com.mx/culturas/de-donde-viene-el-rencor-social
<p>INICIO:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Integrar equipos de cinco alumnos para realizar la lectura del artículo ¿De dónde viene el rencor social? (ANEXO 2). 2) Posteriormente, identificar palabras claves: anonimato, inmediatez de lo digital, rencor social, cuarta transformación, segregación social, desigualdad social, económica y cultural, polarización ideológica. <p>DESARROLLO:</p> <ol style="list-style-type: none"> 3) Elaborar un artículo de opinión sobre actitudes y valores que ejercitan las y los alumnos. 4) Comentan acerca de esta lectura, a partir de las palabras claves (30 minutos). 5) En equipo describen o interpretan el concepto de “rencor social” (15 minutos). 6) Los estudiantes describen cómo se desenvuelven en su ámbito familiar; por ejemplo, a través de estereotipos, costumbres, estigmatizaciones, o por reproducciones de una opinión en torno de un hecho público o social. (15 minutos). <p>CIERRE:</p> <ol style="list-style-type: none"> 6) En plenaria se exponen los comentarios escritos. El profesor contextualiza el hecho referido del artículo en mención y con base en la temática de la comunicación en el nivel intra e inter personal, grupal y masiva, a partir de los conocimientos, habilidades, actitudes y valores, solicita a los alumnos describan cómo se manifiestan o actúan, ante hechos como el ocurrido en enero de 2019, en Tlahuelilpan, Hidalgo. 	
<p>EVALUACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entrega por escrito de los comentarios solicitados. • Participación en plenaria por equipo. • Entrega individual (comentario) sobre este fenómeno social. 	

ANEXO 1

¿De dónde viene el rencor social?



Por: Eduardo Bautista. @ElFinanciero_Mx

“**M**e vale lo que opinen pero la neta qué bueno que se quemaron mientras robaban”. “Dejen de culpar a AMLO, esto es obra de ustedes, por querer chingar a Morena. Dos ratas menos. Se hizo justicia por el niño que murió por culpa de los Moreno Valle”...

Comentarios como los que se reproducen en estas páginas fueron vertidos en Twitter en los últimos 30 días. Hay muchos más. Escritos desde el anonimato y la inmediatez del mundo digital, pero no carentes de significado.

Según expertos consultados por El Financiero, detrás de estas opiniones se esconde un rencor social que, aunque existe desde hace décadas, se ha vuelto más visible en esta Cuarta Transformación, que se nutre de una retórica que divide al país entre “chairs” y “fifis”, entre “pueblo bueno y sabio” y “mafia del poder”.

Sin importar su nivel de ingresos, los mexicanos conviven inmersos en una polarización social que se manifiesta en una descomposición de los valores: la falta de empatía ante los

problemas del otro, la reproducción irracional de estereotipos de una determinada clase social o la falta de sensibilidad ante la violencia y la tragedia, asegura el filósofo Óscar de la Borbolla.

“Ya no vemos matices: o todo es claro o todo es oscuro. Acabamos de salir de una campaña política y mediática que acabó polarizando aún más a la gente. Las personas están convencidas de su verdad y de su partido, navegando en un círculo de odio y rencor cuyo rasgo principal es la ruptura del diálogo”, observa el académico de la UNAM, .

Para el historiador y experto en temas de segregación social, Federico Navarrete, la polarización social no es culpa de la clase política: es un problema que ha sido generado por la constante desigualdad social, económica y cultural que afecta al país desde hace muchos años.

Y es que en México la brecha entre ricos y pobres es tan grande que los 10 mexicanos más acaudalados —como Carlos Slim, Germán Larrea y Alberto Bailleres— poseen la misma riqueza (108 mil millones de dólares) que el 50 por ciento más

pobre del país, según el último estudio elaborado por Oxfam.

Navarrete, autor de *Alfabeto del racismo mexicano* (2017), afirma que esta histórica inequidad de ingresos se ha traducido en un rencor de las clases menos privilegiadas hacia las más adineradas: “Tenemos un nivel de pobreza salarial —señala— equivalente al de Honduras o Guatemala, cuando por nuestro desarrollo económico deberíamos parecernos más a Chile o Argentina. La polarización social ya existía desde hace mucho tiempo y su principal manifestación es la violencia”.

De la Borbolla considera que el origen del rencor de clase se encuentra en el hecho de que antes los desposeídos no podían ver la riqueza del mundo exterior, por lo tanto, sus expectativas no eran tan altas. Hoy, en cambio, con las nuevas tecnologías, se enteran del enorme abanico de placer que les ofrece el mundo, el mismo en el que viven rodeados de pobreza y falta de oportunidades. “No es casual que el robo con violencia haya crecido en los últimos 30 años”.

El antropólogo y catedrático de la UNAM Emanuel Rodríguez sostiene que México atraviesa hoy por una “polarización ideológica” en la que las estigmatizaciones han llegado a tal punto que el pueblo ha comenzado a diferenciarse —al menos retóricamente— entre *chairs* y *fifis*, cuando en realidad sólo se trata de dos conceptos vacíos que únicamente favorecen la reproducción de prejuicios sobre las personas que viven en una determinada condición socioeconómica.

Las reacciones surgidas en redes sociales a raíz de la reciente explosión de una toma clandestina de Pemex en Tlahuelilpan, Hidalgo, demostraron que el rencor es un problema que impide a los mexicanos sensibilizarse ante la tragedia.

“Una parte de la población cree que las víctimas de Tlahuelilpan merecieron morir porque las consideran incultas, irracionales y con cierto

grado de criminalidad sólo porque provienen de una comunidad pobre: nuevamente, prejuicios desarrollados desde una visión errónea y clasista”, sostiene Rodríguez.

De la Borbolla coincide en que el rencor social es una semilla que se nutre de la desigualdad, pero también de la retórica que utiliza la clase política, misma que después se reproduce en redes sociales, en conversaciones de trabajo o en fiestas familiares: los microcosmos en los que se conforma el imaginario colectivo.

Hace un par de semanas, se volvió viral el video de una niña de 13 años que declama en una telesecundaria de Oaxaca el poema *Todo Peña*, un fracaso, escrito por su padre, en el cual se habla sobre los problemas que heredaron “el PRIAN” y “la mafia del poder” a la Cuarta Transformación. El texto concluye con la frase “Juntos Haremos Historia”, que también fue utilizada para dar nombre a la coalición que llevó al poder a Andrés Manuel López Obrador.

“Las estigmatizaciones sociales se aprenden en los entornos familiares. Los procesos de exclusión funcionan cuando el individuo identifica qué no quiere ser y luego integra grupos o colectividades que lo diferencien de esas personas con las que tampoco pretende convivir. Es así como en las bromas cotidianas y en las redes se reproducen estereotipos que luego polarizan la opinión pública. Porque el rencor social no es unidireccional —puede ser de pobres hacia ricos o de ricos hacia pobres—, y debemos estar atentos a esto, pues una de las consecuencias de una sociedad polarizada es el regreso de regímenes autoritarios o totalitarios. Y entonces ahí sí se va acabar el diálogo”, concluye Rodríguez.

<https://www.elfinanciero.com.mx/culturas/de-donde-viene-el-rencor-social>, consultado el 29 de enero de 2019.

LA ÉTICA EN LAS RELACIONES SOCIALES

DESARROLLO DEL TEMA

1. INTRODUCCIÓN

En el presente apartado, tú estudiante, como sujeto y parte de la comunicación humana, encontrarás algunas de las problemáticas, pero principalmente conductas o actitudes, que deben manejarse en este entorno, hoy día, alterado por la vorágine de los medios de comunicación, especialmente los digitalizados, que a nuestro parecer han vulnerado la riqueza de una comunicación humana eficaz, de la que muchos adolecemos y la cual hemos dejado de lado en nuestra convivencia diaria, que debe ejercerse y empezarse con la familia, seguido de la escuela y del entorno social, a través de un comportamiento y proceder de acuerdo a las normas, principios y valores que hemos adquirido en nuestro desarrollo personal y estudiantil.

2. LA ÉTICA EN LA COMUNICACIÓN EN SUS DIFERENTES NIVELES (INTRAPERSONAL, INTERPERSONAL, GRUPAL Y MASIVA):

Reafirmamos que el ser humano es vasto en su interactuar con sus semejantes y, por tanto, en sus relaciones sociales y en su comunicación interpersonal, grupal, intrapersonal, no así en la masiva. Pareciera ser, hoy en día, que en nuestra sociedad, donde se vive de prisa, estresado, mal humorado, con una actitud o comportamiento individualista, esa interacción ha dejado de ser trascendente en este proceso de comunicación humana.

Aun cuando es cotidiana la socialización, al hablar o al escuchar, nos damos cuenta que están ausentes las relaciones interpersonales que implican un manejo más certero de una comunicación que nos ayude a definir comportamientos y actitudes, incluso esa riqueza en el manejo de valores que poseemos como humanos.

Por ello, en una sociedad que se muestra avasallante con el auge de las Tecnologías de Información y Comunicación es oportuno que mires hacia las relaciones comunitarias que deben estar acompañadas de interacciones comunicativas que nos ayuden a la formación y desarrollo de las sociedades humanas, a partir de experiencias personales y sociales, que enriquezcan tu actuar individual, familiar y social.

Partimos del hecho que la comunicación que ejercemos como individuos va orientada al fortalecimiento de los procesos de socialización, “donde el ser humano, en este caso el alumno, se manifiesta en todo su campo de experiencia, dotado de instintos, inteligencia, habilidades, necesidades y sueños..., donde cobra relevancia o no la conciencia de su conocer, de su hacer y de su ser”. [CCH, 2018:17].



Experiencia que deriva necesariamente en las acciones de un ser racional y social, a partir de la convivencia y la organización que orienta el comportamiento humano sustentado en una actuación y **una actitud ética** que nos ayuda a formarnos como sujetos autónomos, analíticos y críticos y, de manera especial, personas con valores bien cimentados que adquirimos en la casa, o en un entorno educativo como éste.

Ésa, es la razón por lo que la comunicación humana es un instrumento esencial en los procesos de socialización, que se han visto alterados en nuestras relaciones, en parte por los medios masivos y, también en buena medida, por ese carácter individualista asumido por quienes deben de “aceptarse como un ser de relaciones consigo mismo y a reconocer a los demás integrantes de su grupo, e interactuar con ellos”. [CCH, 2018:18].

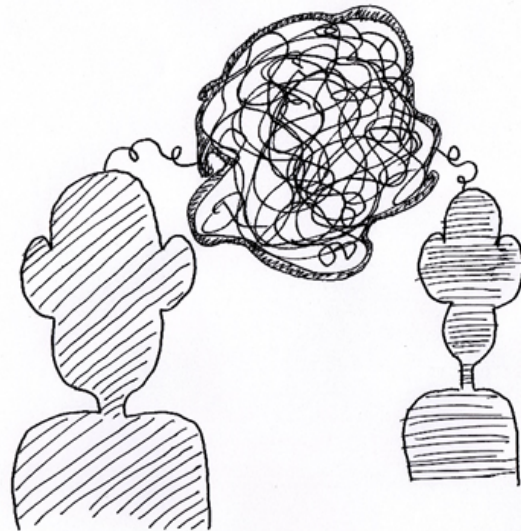
No basta con comprender a la comunicación, es mejor valorarla y ejecutarla como parte esencial en el desarrollo de las sociedades humanas “en donde la naturaleza comunicativa del ser humano lo convierte en un ser naturalmente social”. [Santa María. 2002: 18].

Pues con ella, nos hemos dado cuenta que podemos vivir en esos intercambios que nos enriquecen como personas, como humanos y como seres relacionales, capaces de integrarse a esas exigencias de una sociedad penetrada por los nuevos escenarios comunicativos de los que inevitablemente no podemos sustraernos, es decir, de la sociedad del conocimiento y de la sociedad globalizada; en suma, de la comunicación masiva.

Hoy, la comunicación humana debe responder al nivel de complejidad que demanda tanto el que habla como el que escucha a través de una comunicación auténtica, asertiva y empática, en donde no caben las “artes manipuladoras”, como señala Pedro Meireles Sobral (2015); “se puede alcanzar, aprendiendo y practicando técnicas de comunicación dialógica, más que dialéctica, que respeten el derecho del otro a pensar de forma diferente, y que no nos auto regulen en posibles tendencias de utilizar artificios retóricos manipuladores, por el contrario que conduzcan inevitablemente a encuentros de puntos de vista y al acuerdo final que se va construyendo, en función de estos pequeños encuentros parciales”.

Debemos resaltar que el estudio de la comunicación se ha enfocado principalmente en el nivel masivo; por ejemplo, los estudios de propaganda, la publicidad y en estos tiempos los sobre excesos de opinión pública, se han enfocado a investigar cómo se puede persuadir a los receptores para que consuman un producto, un servicio, o bien se adhieran a las formas de un pensamiento ideológico o político.

Sin embargo, el propósito del estudio de la comunicación en el presente Taller es entender cómo se origina y se realiza el proceso de la comunicación, a fin de que tanto emisores como receptores, nos esforcemos en construir relaciones humanas recíprocas, horizontales, democráticas, y no con el fin de manipular o engañar al otro; en esta relación deseamos el manejo de los principios éticos y morales que se establecen en toda relación humana y que enriquecen el hacer y el ser de ustedes como estudiantes.



TALLER DE COMUNICACIÓN I

Deben saber que en toda interacción está el manejo del poder, por eso la comunicación humana (recíproca) es un ideal, una utopía, de ahí que llegar a ella, nos ayuda a mejorar nuestras relaciones humanas. Y en este ideal de comunicación, inevitablemente está presente la ética, **entendida como el conjunto de normas que nos rigen en cualquier ámbito de la vida**, por lo que en las relaciones con los integrantes de los distintos grupos a los que pertenecemos deben prevalecer valores y actitudes de respeto hacia el ser humano, no para “sacar provecho”, sino para tener mejor convivencia.

Una de las realidades que el hombre debe encarar desde que nace hasta que muere es cómo hace uso de su existencia. El hombre “puede vivir de cualquier manera, pero vivir de cualquier manera no asegura que el hombre esté alcanzando su fin. La ética, además de ciencia, es el arte de vivir bien. Lo dicho hasta aquí no revela cuál es el fin del hombre, pero lo introduce: el fin del hombre es ser feliz. Ahora bien, como el hombre es un ser social por naturaleza, la consecución de su fin está entrelazada con la búsqueda de la felicidad de sus iguales. La ética da un marco de referencia acerca de la actuación del hombre en sociedad”. [UMA Virtual].

Y es aquí donde no debemos descuidar la actuación de ustedes como estudiantes, en ese constante peregrinar de una comunicación más auténtica, más cercana, en donde converge el que habla y el que escucha para alcanzar un bien común, mediado por relaciones individuales, incluso por las grupales, además por el carácter persuasivo, que no de engaño o mentira, “como el que se sustenta en muchos medios de comunicación que hoy en día dedican una atención desproporcionada a los rumores, escándalos, prácticas de engaño, o amarillismo,” [Bok, 2010: 14], olvidándose completamente del sentir humano.

3. VALORES DE LA COMUNICACIÓN

3.1 CONOCIMIENTOS

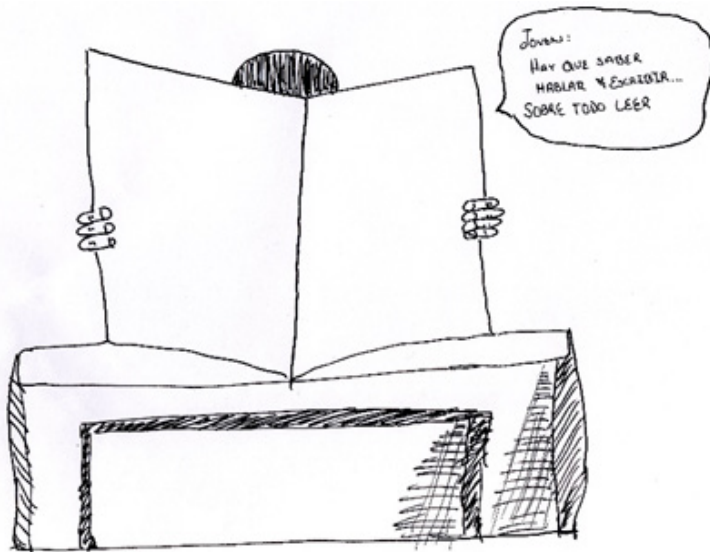
La enseñanza del Taller de Comunicación I, con los Programas de Estudio del 2016, destaca también el lado humanístico cuya pretensión es alcanzar, entre otros propósitos, el deseo genuino de mejorar sus relaciones con los demás y con su entorno social, a fin de que se integren a un inevitable proceso de aprendizaje permanente.

En esta parte del trabajo, se requiere, entonces, dar espacio a la explicación de qué son y cuáles son las habilidades, actitudes y valores ideales de la comunicación, dado que cada nivel de comunicación implica el aprendizaje y desarrollo de esos tres requerimientos básicos para que cada individuo se convierta en un óptimo receptor/emisor.

3.2 HABILIDADES

Es “la capacidad o competencia (ser apto para...). Inteligencia y disposición para cualquier actividad” [Caporal et al., 2009: 95]. En materia de comunicación, de acuerdo con María Eugenia Regalado Baeza, **las habilidades comunicativas** son las destrezas que puede tener una persona al respecto de dos importantes procesos: la codificación (ser emisor) y la decodificación (ser receptor); de su dominio depende que una persona se comunique de manera óptima.

Aunque se ha de priorizar que la habilidad comunicativa fundamental es el **pensamiento**, es decir la capacidad de pensar. “Con el pensamiento el hombre-persona razona, analiza, crítica, propone, se construye a sí mismo y construye los datos que le ofrece su entorno” [Corral, et al. 1998: 61]; alguien capaz de pensar ordenadamente es capaz de obtener y desarrollar más fácilmente las habilidades comunicativas tanto codificadoras como decodificadoras.



Deben recordar que en el Colegio de Ciencias y Humanidades se impulsa la formación de estudiantes críticos, capaces de analizar y valorar los conocimientos adquiridos, de forma que les permita afirmarlos, cuestionarlos o proponer otros diferentes. Para ser crítico, utiliza la razón y el pensamiento como habilidades generadoras del conocimiento.

Entonces las habilidades comunicativas codificadoras son: saber **hablar, escribir, y elaborar mensajes**, las cuales son destrezas no cuantitativas. Quien mejor se

comunica no es aquél que más habla o escribe, si no el que sabe qué y cómo transmitir de la manera más fidedigna posible sus ideas, sentimientos, o emociones. Entre las habilidades comunicativas decodificadoras se sitúan **escuchar, leer y comprender mensajes**.

En la actualidad, desarrollar estas destrezas cuestan más trabajo a las personas, debido a que la necesidad de expresarse suele ser mayor a la de entender al otro. Destaca que estas habilidades se obtienen en los niveles intrapersonal (pensamiento) y se aplican y perfeccionan en la esfera interpersonal, con lo cual se inicia el proceso de comunicación; aunado a ello, las habilidades comunicativas “pueden perderse por la falta de uso, largos períodos de aislamiento o por perturbaciones cognitivas o afectivas, y además, se deben readaptar en función de la situación en la que la persona esté inmersa” [Caporal, et al., 2009: 95].

3.3 ACTITUDES

Las actitudes nos ayudan a ajustarnos al medio que nos rodea, que nos lo hace más fácil, relacionarnos con la gente que tiene actitudes similares, es decir ideas, emociones y conductas parecidas; por lo tanto, existe una identificación y seguramente una comunicación más efectiva o eficaz.

Existen diversos tipos de actitudes, desde la perceptiva, cuando se acude dispuesto a agudizar el alcance de los sentidos; la actitud crítica, en la que se tiene la voluntad de cuestionar y proponer, hasta la actitud creadora, es decir, construir ‘algo’ nuevo; sin embargo, las actitudes pueden resumirse de modos maniqueo: positivas y negativas.

Las actitudes negativas son fáciles de identificar, por un lado, en el caso del emisor, es cuando éste no cuenta con conocimiento de su tema y se dedica a improvisar, justifica pretextos por no saber o por no estudiar, incluso llega a cantinflear, o bien, no toma en cuenta a su receptor y crea su mensaje para que sólo él sea capaz de descodificarlo; en tanto, las actitudes negativas del receptor pueden ser la falta de atención al emisor, la fijación en un solo detalle (tics, defectos en la dicción) y no en el mensaje, la búsqueda de dobles intenciones o el rechazo automático a todo lo que diga el emisor.

Las actitudes positivas del emisor pueden ser pensar antes de hablar, utilizar adecuadamente el lenguaje (sin adornarlo demasiado), procurar la sensibilidad del receptor y mostrar empatía por su

TALLER DE COMUNICACIÓN I

interlocutor, el cual, si también cuenta con una actitud positiva se dedicará a ser asertivo en el diálogo, adoptar una postura de cordialidad aún si no comparte la opinión del emisor y permanecer interesado en el diálogo.

La adopción de una determinada **actitud comunicativa** en el proceso de comunicación depende de varios factores, mas, se ha de resaltar que la elección depende en gran medida de los **valores**.

3.4 VALORES

Los principales productores de la comunicación somos los seres humanos como tú y como yo, quienes reunimos cualidades o características de los objetos, de las acciones, de las personas, de las instituciones, atribuidas y preferidas, seleccionadas o elegidas de manera libre y consciente por el individuo o los grupos sociales, que sirven para orientar sus comportamientos o acciones en la satisfacción de determinadas acciones.

Resulta interesante cómo Manuel Corral aborda el estudio de los valores en la comunicación, donde resalta que los principales productores de éstos son el emisor y receptor, “el hombre persona como ser valioso” [Corral et al., 1998: 58], en el que la razón, la ‘socialidad’ y el proceso permanente de crecimiento son características únicas que le permiten llegar a ser más plenamente humano. Y agrega: todo hombre es una persona con dignidad y por ello un ser valioso, por lo que el hombre persona, debe desarrollar elementos positivos para desplegar también elementos positivos, conocidos como valores, que lo hacen ser una persona auténtica y valiosa.

Honestidad, responsabilidad, empatía, tolerancia, sencillez, honradez académica e intelectual...son conceptos que se utilizan para apreciar, estimar, dignificar la vida personal y social y, a la vez, son guías que integran las habilidades y actitudes [Op. Cit. 2009: 96]. La sinceridad, la honestidad, la responsabilidad, la alegría, la generosidad, la honradez moral e intelectual, la solidaridad, la coherencia entre lo se dice y se hace, y, sobre todo el amor, son algunas de esas fuerzas positivas o valores humanos del cual “deben de estar dotados los emisores y receptores para garantizar una comunicación auténtica”.

Es importante que cada persona, en este caso, ustedes estudiantes, conozcan y adopten las habilidades, actitudes y valores ideales para aplicarlos en su proceso comunicativo, dado que éste es la vía esencial del desarrollo de la personalidad. Cuánto mejor conozca cómo comunicarse una persona, más humano será.

4. CONCLUSIÓN

Las habilidades, las actitudes, el conocimiento y los valores son parte esencial de la riqueza de la comunicación humana, pues permiten el establecimiento de vínculos de amistad, solidaridad, empatía, reciprocidad y asertividad, lo que permite construir nuestras relaciones interpersonales, que son la base fundamental de nuestras relaciones sociales, de convivencia en la casa y en la escuela, que nos permiten un crecimiento como personas y como seres humanos, capaces de construir escenarios comunicativos positivos, por mucha dificultad que exista en los procesos y relaciones complejas, abiertas, amplias, heterogéneas y plurales de la comunicación humana.



5. NIVELES DE LA COMUNICACIÓN HUMANA

Hemos descrito en párrafos precedentes que la comunicación humana posee cierto grado de complejidad, por ello para su estudio y comprensión se ha creado una tipología que abarca los siguientes niveles: personal (intrapersonal e interpersonal), grupal y masivo. Entre sí son complementarios, cohabitan en el devenir existencial del ser humano con regularidad.

5.1 INTRAPERSONAL

De la forma más simple puede señalarse que el nivel personal se encuentra en dos categorías. La primera de ellas es la **intrapersonal**; aquí, el individuo se desempeña por sí mismo como emisor y receptor al otorgar orden mental a los estímulos externos o internos en un diálogo consigo mismo; ejemplo de ello, es el ejercicio diario en la asertividad, en la toma de decisiones, en la organización del pensamiento y el razonamiento, en la estructura mental para ordenar y dar forma, y luego manifestar un lenguaje oral o escrito, o bien realizar una reflexión individual ante un hecho o circunstancia.

Es síntesis, es el modo en que somos coherentes —si se utiliza el pensamiento lógico y ordenado—; es la manera de llevar una conexión entre lo que pensamos, sentimos y hacemos, en donde el hacer es lo más importante, que el decir; entonces la comunicación intrapersonal nos da la oportunidad de conocernos así mismo y de regularnos como parte de la toma de decisiones y del hacer en las relaciones humanas.

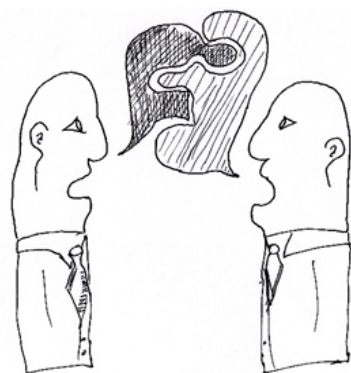
Por lo tanto, la comunicación intrapersonal es la transacción de una comunicación que tiene lugar dentro del individuo; es hablar con uno mismo, soñar, razonar, imaginar, pensar. Es toda acción de esa comunicación interna personal.



5.2 INTERPERSONAL

El nivel **interpersonal** comprende el proceso comunicativo directo entre dos o más personas. Es la piedra angular de la comunicación humana pues se concreta la socialización, “proceso sociopsicológico que dura toda la vida y durante el cual los individuos incorporan o reafirman normas, valores, conductas y comportamientos, de acuerdo al medio en que crecen” [De la Mora, 1999: 157].

Pero si deseamos ahondar aún más, señalaremos que “la descripción de la comunicación interpersonal parece un ejercicio fácil cuando, en realidad, presenta sus propias trampas. Aunque nadie puede negar que en este proceso comunicativo, intervengan dos o más individuos que intercambian mensajes a través de un canal.



El principal problema ha sido delimitar el resultado de tales encuentros a partir de las características de los emisores/receptores, su número y el canal utilizado. El debate se ha enriquecido a últimas fechas, gracias a la inclusión de factores como el rol social, la cultura y el modo en que los participantes construyen sus mensajes a partir del conocimiento que tienen del otro” [Santos, 2012: 20].

TALLER DE COMUNICACIÓN I

Este tipo de comunicación nos permite relacionarnos e interactuar con nuestros semejantes para vivir en sociedad. Desde que nacemos empezamos a comunicarnos con personas, aun cuando todavía no desarrollamos ni usamos signos lingüísticos. De una u otra manera, todos nos comunicamos; sin embargo, es necesario hacerlo eficaz y eficientemente.

Esta comunicación es de manera directa y se efectúa entre dos o más personas, físicamente próximas; posee una retroalimentación inmediata; es la que más se practica en nuestros ámbitos familiar, escolar y social, y puede practicarse con la interacción de todos nuestros sentidos y con el ejercicio de las actitudes, valores y habilidades comunicativas.

5.3 GRUPAL

José de la Mora (1998) sostiene que dos o más personas entre quienes se da, de alguna manera, el intercambio y reciprocidad en torno a un objetivo común, puede formar un grupo, que surge de la necesidad de los individuos aislados que toman conciencia de sus intereses comunes y de su interdependencia. El grupo, añade, no es un fin en sí mismo sino un medio para que cada persona satisfaga sus intereses, necesidades u objetivos, con el propósito de que desplieguen sus potencialidades individuales.

Una de las características de este nivel de comunicación, las definen las circunstancias en y por las que llegan a coincidir las personas del grupo, a partir de sus relaciones, afinidades, gustos, creencias, ideología, género, posición social, política, incluso la económica.

En el Colegio de Ciencias y Humanidades, habrás notado que hay resistencias para integrarse y comunicarse grupalmente, aun cuando los actores alumnas y alumnos como ustedes, compartan los mismos principios y características del estudiante cecehachero.

Son jóvenes, les gusta la música, el baile, estudian, aprenden, se divierten, pero no enriquecen su comunicación grupal. De ahí la importancia para que los sujetos –productores de comunicación--, establezcan una relación directa o acción recíproca, en donde se coopere, se solidaricen con las acciones, pero se compartan el mismo objetivo y propósito, aun cuando hoy en día nuestra comunicación grupal, esté mediada por las redes sociales y las Tecnologías de Comunicación e Información.

Debes tener en consideración que la comunicación grupal se gesta al interior de los grupos primarios –la familia y la escuela--, es decir, los que sostienen una relación de presencia cara a cara, con objetivos, proyectos, principios, conductas, reglas, incluyéndose los roles o funciones que ha de cumplir cada uno de los que integran esta asociación.

En resumen, este tipo de comunicación ocurre cuando un conjunto de personas conforma una unidad prácticamente identificable y realizan transacciones de mensajes para la interacción, convivencia y desarrollo del grupo en busca del cumplimiento de metas, a corto o largo, plazos.

5.4 MASIVA

La comunicación por vías de los medios electrónicos y ahora con los soportes digitales se ha convertido en el instrumento que arrastra toda la corriente informativa que interviene directamente en el pulso y la vida cotidiana de las personas.

Irrumpe en la vida de los individuos, y pareciera ser que es nuestra realidad; pero no es así, es la interpretación de los sucesos de una sociedad, a veces silenciada de la conciencia del deber ser, por el entorno mediatizado, que hoy obliga, irremediablemente, al consumo de esa comunicación, vía redes sociales y los medios tradicionales de comunicación.



A esta comunicación debemos entenderla como aquella en la que un emisor, individual o colectivo, se dirige a un público amplio, heterogéneo, anónimo y disperso a través de medios como periódicos, revistas, radio, cine, televisión y, hoy en día, las Tecnologías de Información y Comunicación.

Denis McQuail, (1988) uno de los estudiosos más connotados de esta temática, trata de explicar el proceso de comunicación de masas, exagerando determinados rasgos y contrastándolo con la comunicación cara a cara entre personas: ... la fuente no es una sola persona sino una organización formal, y el “emisor” suele ser un profesional de las comunicaciones. El mensaje no es único, variable e impredecible, sino con frecuencia “manufacturado”, estandarizado y siempre de alguna manera ‘múltiple’... La relación entre emisor y receptor es unidireccional y

rara vez recíproca, necesariamente impersonal... el receptor forma parte de un público amplio, comparte la experiencia con otros y reacciona según formas predecibles y establecidas.

En este apartado, la comunicación masiva, es donde podemos adentrarnos al tema de la ética y las relaciones sociales, que a través de los medios gestan diversos modos de expresión y comunicación que hacen pensar que solo interesa la mediatización, el provecho por las redes sociales, “manipular”, o persuadir a través de la mentira, en una sociedad carente en demasía de una calidad moral, en el que el engaño, la falsedad o la exageración es lo que más atrae, lo que más se vende a un público consumidor, que quizá tenga las mismas intenciones o preceptos de una comunicación hoy en día “viciada” por esa avalancha informativa que se consume en esta sociedad globalizada.

¿Es ético que los medios prolonguen en el tiempo un tema, señalando los aspectos negativos? ¿Es ético que las agencias de relaciones públicas construyan imágenes que no correspondan a la realidad de las empresas?

Los abogados manipulan la verdad en los tribunales en nombre de sus clientes. Los que venden, anuncian, o recomiendan algo a veces engañan al público y a los competidores con tal de lograr sus objetivos. Los psiquiatras pueden distorsionar la información acerca de sus pacientes anteriores para guardar la confidencialidad o para ayudarlos a evitar el servicio militar. Y periodistas, investigadores policíacos y operadores de los llamados servicios de inteligencia suelen tener pocos reparos para recurrir a falsedades con tal de obtener una información que buscan. [Bok, 2010: 27].

Y luego en el caso de los medios de comunicación, presentar un escenario alterado, manipulado que crea confusión, alarma, incluso la creencia de que quien observa y consume un mensaje, es la verdad y la realidad social que estamos viviendo, a través de una comunicación deshumanizada.

TALLER DE COMUNICACIÓN I

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Bok, Sissela. 2010. "Mentir: la elección moral en la vida pública y privada". UNAM FCE.
- Caporal Campos, Gloria et al. 2009. "Taller de comunicación I. Paquete de uso didáctico". Colegio de Ciencias y Humanidades, 2ª edición, México,
- Corral Corral, Manuel de Jesús. 2010. "Comunicación y vida. Taller de Comunicación I", Ederé, México.
- De La Mora Medina, José. 1999. "Explicación y análisis. Taller de Comunicación I", CCH-UNAM.
- E. Maraboto, Mario. 2013. De la ética en la comunicación. <http://corpmedios.blogspot.mx/2013/07/de-la-etica-en-la-comunicacion.html> publicado el 22 de julio de 2013.
- Mcquail, Denis. 1988. "Introducción a la teoría de la comunicación de masas". Ed. Paidós, México.
- Regalado Baeza, María Eugenia. 2002. "Introducción al estudio de la comunicación humana. Texto de apoyo para el Taller de Comunicación I". CCH-UNAM, México.
- Santa María Gallegos, Leticia. 2002. Taller de Comunicación Humana. Ediciones Fridaura, México.
- Santos, García, Dionne Valentina. 2012. Fundamentos de la Comunicación. Red Tercer Milenio,. 158 pgs. Consultado el 6 de octubre de 2017. <https://puntosalgidos.wordpress.com/2010/04/11/comunicacion-intrapersonal-agrega-valor-a-las-organizaciones-humanas/>
- Universidad Nacional Autónoma de México. Escuela Nacional Colegio de Ciencias y Humanidades. "2016. Programas de Estudio Área de Talleres de Lenguaje y Comunicación I-II. Taller de Comunicación I y II". CCH-UNAM.
- <https://www.dialogoentrecerebros.com/etica-comunicacion-interpersonal/>. Publicado en LinkedIn el 21/01/2015, por Pedro Meireles Sobral.
- https://www.uma.edu.ve/moodle_uma/course/info.php?id=51 Ética de la comunicación. UMA VIRTUAL. Consultado 9 de enero de 2009.
- "Like si amas a tu papá", <https://www.youtube.com/watch?v=GFH6oT2YoMo> Badabun. publicado 8 de abril 2018.

1.4 EL LENGUAJE EN SU DIMENSIÓN HISTÓRICO-SOCIAL

OPERATIVO DEL APRENDIZAJE

UNIDAD I.

LA COMUNICACIÓN HUMANA

APRENDIZAJE 4.

Explica el papel del lenguaje en el proceso de hominización.

TEMÁTICA.

El lenguaje en su dimensión histórica-social:

- Lenguaje y pensamiento
- Formas del lenguaje

SECUENCIA OPERATIVA

A) PREINSTRUCCIONAL (CONOCIMIENTOS PREVIOS A LA CLASE).

- El profesor o la profesora solicitará a las y los alumnos la lectura **“Explica el papel del lenguaje en el proceso de hominización”** y les pedirá reflexionen en torno de ella, además de destacar aspectos que hayan causado confusión o no entiendan, a fin de que amplíen la explicación sobre la temática en cuestión.

B) COINSTRUCCIONAL (DESARROLLO EN CLASE O CLASES DEL CONTENIDO TEMÁTICO).

- Al inicio de la clase se solicita a las y los jóvenes realizar el ejercicio “Lenguaje y vida”. **(ANEXO 1)**.
- Posteriormente se realiza la lectura individual del tema: **“EL PAPEL DEL LENGUAJE EN EL PROCESO DE HOMINIZACIÓN”**.
- Los alumnos se integran por equipos; discuten y analizan los conceptos manejados en la lectura. Elaboran un mapa conceptual del tema.
- El profesor proyecta el video “La guerra del fuego”, u otro similar a esta temática; pueden ser las películas “Robinson Crusoe” o “Náufrago”. Realizan estrategia sobre la película citada.
- Los estudiantes elaboran la ficha técnica del video o la película y escriben un comentario acerca de la aparición del lenguaje, con base en el o los filmes sugeridos.

C) POSINSTRUCCIONAL (AFIANZAMIENTO DEL APRENDIZAJE DESPUÉS DE CLASE).

- Los jóvenes elaboran una “Línea del tiempo” sobre las diferentes formas del lenguaje en la historia, de acuerdo con los videos, o bien de la lectura mencionada.

TALLER DE COMUNICACIÓN I

ANEXO 1

LENGUAJE Y VIDA	
APRENDIZAJE: Reconocer y valorar el papel que el lenguaje ha jugado en nuestra vida.	
TIEMPO: 45 minutos LUGAR: salón de clases.	MATERIAL: Cuaderno de apuntes y de trabajo.
INICIO: En una hoja, las y los alumnos escribirán los elementos más importantes en donde haya intervenido el lenguaje en su formación como seres humanos desde que nacieron hasta la forma en cómo se han desarrollado como individuos o personas. Deben de utilizar 10 ejemplos, del lenguaje utilizado en su vida diaria. Los estudiantes exponen, en plenaria, sus ejemplos. El profesor señala que el trabajo es individual.	

ANEXO 2

EL LENGUAJE, INSTRUMENTO SOCIAL DE COMUNICACIÓN	
APRENDIZAJE: Resaltar la importancia del lenguaje como producto de la evolución humana.	
TIEMPO: dos sesiones de 2 horas. LUGAR: salón de clases.	MATERIAL: 1. Película <i>La guerra del fuego</i> . Canadá, 1981. Dirección: Jean-Jaques Annaud. Duración 93 min. 2. Cuaderno, hojas de papel, bolígrafo. 3. De ser necesario proyector y video grabadora o computadora
INICIO: 1) El profesor proyecta la película en mención, advirtiendo que es un filme de ficción, cuya duración es de casi dos horas. 2) Extra clase, solicita a los estudiantes elaboren una ficha técnica del filme en cuestión, que contenga dirección de la película, actores principales, contenido primordial, específicamente en donde se manifiestan los personajes, a través del lenguaje.	
DESARROLLO: 3) En clase, les solicitan a los jóvenes, elaboren un esquema donde identifiquen los diferentes elementos del lenguaje y la comunicación que aparecen en la película. 4) Asimismo, elaboran una línea del tiempo donde resalten la creación y el surgimiento de las formas del lenguaje.	
CIERRE: 5) Se integran en equipos y realizan un comentario breve, de manera escrita, sobre la evolución del lenguaje y el proceso de hominización, a partir del lenguaje utilizado en el filme.	

EL LENGUAJE, INSTRUMENTO SOCIAL DE COMUNICACIÓN**EVALUACIÓN:**

- Para el **Anexo 1**. Entrega del ejercicio “Lenguaje y vida”, de manera individual.
- Para el **Anexo 2**. Obligatorio observar el filme.
- Exposición en plenaria de la elaboración del esquema.
- Presentación de la línea del tiempo.
- Entrega el comentario escrito.

EL LENGUAJE EN SU DIMENSIÓN HISTÓRICO SOCIAL

1. INTRODUCCIÓN

El lenguaje es un instrumento de comunicación; es el recurso histórico más trascendente en la socialización del ser humano, es un sistema que le permitió desarrollar sus pensamientos a través de la invención, de la creatividad, del trabajo. Es la suma de propuestas que le valió el primer acuerdo social más importante que lo comprometió a vivir, para siempre, en estrecha relación y convivencia con los demás.

En este apartado encontrarás la riqueza que significa la aparición del lenguaje, su proceso de hominización y de culturización, que sentó las bases para que las mujeres y los hombres, le dieran sentido e interpretación a esa realidad que se ha transformado a partir de la evolución del ser humano y de la transformación de la Naturaleza, que devino hacia la capacidad de expresión y de las variadas formas de lenguaje como una herramienta para generar y adquirir conocimiento y saberes propios de la universalidad humana.

2. EL PAPEL DEL LENGUAJE EN EL PROCESO DE HOMINIZACIÓN

La creación del lenguaje fue el paso decisivo para el tránsito del Homo Sapiens, porque además de ayudarlo a obtener una ventaja evolutiva, le permitió crear lazos sociales y simbólicos profundos y perdurables. Además, lo habilitó para vivir en sociedad, llegar a acuerdos, crear formas de organización y gobierno, construir, almacenar y enseñar conocimientos de una generación a otra. Por eso, el lenguaje es un instrumento y raíz del conocimiento.

De igual manera, ha contribuido a crear diversos elementos simbólicos y prácticos que nos distinguen de los animales. Por lo tanto, es un medio que ha hecho posible desarrollar, comprender y transmitir contenidos culturales, científicos y morales. Incluso, se ha especializado, ha creado formas únicas o particulares que nos permite hablar de distintos tipos de lenguaje por áreas del quehacer humano.

Frente a la concepción del lenguaje como instrumento social de comunicación, éste se entiende como ‘algo’ más que un instrumento comunicativo: “es un medio destinado, tanto a la creación como a la expresión del pensamiento en el sentido humano”. [Caporal, et al, 2010: 44].

Sin embargo, el lenguaje humano es una forma de comunicación compleja, no solo por los tipos de lenguas y culturas, también porque está íntimamente ligado a lo que representamos como humanos. “A través del lenguaje no solo proyectamos nuestros pensamientos y sentimientos, sino que a nosotros mismos, a nuestra esencia, aquí radica su importancia”. [Espina, 2013: 3].

TALLER DE COMUNICACIÓN I



De igual forma, nos ayuda a capturar el entorno, a entenderlo, nos hace partícipes de él. Nos ayuda a desarrollar la inteligencia, a mejorar las ideas; es el cauce para el diálogo y la comunicación, además de que también manifiesta nuestra identidad y nuestra cultura.

Se ha comprobado que el lenguaje interviene decisivamente el proceso evolutivo, transmitiendo a su vez informaciones ajenas al programa genético (transmisión biológica del ADN) y configurando una memoria histórica, o lo que es lo mismo, la generación de un estado social de cultura. [Caporal, op cit: 45].

De igual modo, es el instrumento utilizado para comunicarnos; hoy en día nos entrega las habilidades básicas para leer, escribir, entender y expresarnos. Nos ayuda a acceder

al conocimiento, a aprender a pensar de forma libre, a vivir, a amar al mundo y hacerlo más humano, es decir a realizarnos cognitivamente y afectivamente.

De esta manera, tenemos lenguajes científico, pictórico, cinematográfico, matemático, visual, oral, escrito, etcétera. Esto permite una mayor complejidad de conocimientos que ha repercutido en el progreso de la hominización.

De acuerdo con el lingüista norteamericano, Charles F. Hockett¹², existen tres características básicas que hacen diferente el lenguaje humano al de los animales.

1. Economía: facilita el intercambio de ideas entre los individuos.
2. Creatividad: combinación de elementos comunicativos finitos para crear formas novedosas para transmitir la información. Podemos pensar que las letras del alfabeto son pocas, pero pueden combinarse de múltiples formas.
3. Simbolismo: es una abstracción (una actividad mental) y es convencional; por ejemplo, su uso tiene sentido dentro de una comunidad, como la palabra “torta”, cuyo significado es distinto en México y en España.

Por ello, afirmamos que el humano adquirió dicho rango al elaborar el lenguaje. Esto lo distinguió de los animales al ser capaz de crear conceptos, construir sistemas de ideas complejos como la religión, la cultura, la ciencia, la cosmogonía y la cosmología. No es algo instintivo, sino creado socialmente. Permite transmitir información más allá de lo innato, para perdurar como especie.

Así, mientras que en los animales se restringe a difundir información útil para alimentarse, sobrevivir o reproducirse, nosotros diseñamos planes a futuro, explicamos el pasado y la Naturaleza, almacenamos saberes, elaboramos una memoria histórica, creamos costumbres y tradiciones; construimos arte e infinitas acciones. Por ejemplo, conocer, admirar y aprender de nuestro entorno. El hombre es humano gracias al lenguaje, es mucho más rico y productivo que el animal, por las características que se presentan en el siguiente cuadro:

¹² Argumenta que la lingüística puede ser vista como un juego y como una ciencia. Un lingüista como el jugador (actor) tiene libertad para la experimentación sobre todas las expresiones de una lengua, pero ningún criterio para comparar su análisis con otros lingüistas. Fue un lingüista estadounidense que desarrolló muchas ideas influyentes en el estructuralismo americano.

EL LENGUAJE ANIMAL	EL LENGUAJE HUMANO
ES INNATO E INSTINTIVO Y PROVOCA REACCIONES AUTOMÁTICAS, POR CONSIGUIENTE, NO SUJETAS A VOLUNTAD.	ADMITE LA PRESENCIA DE LA VOLUNTAD PARA CONTROLAR LAS REACCIONES PROVOCADAS POR LOS ESTÍMULOS EXTERNOS.
SUPONE EL PREDOMINIO DEL DESARROLLO DE LA ESTRUCTURA BIOLÓGICA Y DE LA CAPACIDAD IMITATIVA, SOBRE EL APRENDIZAJE	TIENE UN PREDOMINIO DEL APRENDIZAJE SOBRE EL DESARROLLO DE LA ESTRUCTURA BIOLÓGICA.
CARECE DE LA CAPACIDAD DE INTERPRETAR LA REALIDAD Y, POR TANTO, DE POSIBILIDAD CREADORA, SU COMUNICACIÓN ESTÁ PREESTABLECIDA GENÉTICAMENTE.	OFRECE AMPLIAS POSIBILIDADES CREADORAS MEDIANTE LA ABSTRACCIÓN, PUEDE HABLAR DE COSAS NO MATERIALES Y COMUNICARSE MEDIANTE CONCEPTOS QUE ÉL INVENTA.
CONSTA DE POCOS SIGNOS Y ÉSTOS CON SIGNIFICADO FIJO, LA MAYORÍA DE LAS VECES, DE AHÍ QUE HAYA POCO MARGEN PARA DAR A LOS SIGNOS DIFERENTES SIGNIFICADOS.	PERMITE DAR A UN MISMO SIGNO VARIOS SIGNIFICADOS.
NO ADMITE EL METALENGUAJE, ES DECIR, LA CAPACIDAD PARA EXPLICAR SU PROPIO LENGUAJE.	CONSTA DE METALENGUAJE, ES DECIR, PUEDE EXPLICAR SU PROPIO LENGUAJE

Tomado del Paquete de uso didáctico Taller de Comunicación 1. UNAM-CCH

Así, los seres humanos hemos comprendido y transformado al mundo a partir del lenguaje. Hablamos de signos, educación, comunicación, creatividad, tecnología, lenguaje verbal y no verbal, pictórico, gráfico, visual, etcétera. Todo lo cual no existiría sin ese maravilloso invento milenario y colectivo.

3. EL LENGUAJE EN SU DIMENSIÓN HISTÓRICO-SOCIAL

Dentro de nuestro contexto cultural, de nuestras formas o modos de hablar se dice “que al pan pan y al vino vino”; es decir, nombrar o llamar a las ‘cosas’ por su nombre. Con facilidad decimos, entendemos, o quizá comprendemos el significado de una infinidad de palabras que escuchamos, escribimos, pronunciamos, repetimos y utilizamos, a partir del lenguaje humano.

Un lenguaje que se ha desarrollado a partir de sistemas de comunicación, muchas veces utilizados por diversos grupos primitivos que sentaron las bases para la construcción de la comunicación humana a la largo de la historia misma, y quizá de los seres vivos.

Imaginémonos cómo se comunicaban nuestros ancestros, cómo transmitían sus pensamientos, cómo razonaban para entender los procesos evolutivos de los seres vivos, sus entornos o la vida natural a la que se enfrentaban.



Como se afirmó en líneas precedentes, desde las épocas primitivas, el humano ha tenido la necesidad de comunicar sus ideas, inquietudes, demandas y experiencias a sus pares.

Relativamente pronto, para los *Homo Sapiens*, los sonidos primarios (como los gruñidos y gritos) y el lenguaje corporal básico (gestos y movimientos del cuerpo), fueron insuficientes para expresar lo que deseaban y necesitaban. Este sistema de signos denominado lenguaje se fue haciendo cada vez más complejo; en tanto las actividades de los individuos y grupos se volvieron más complejos, y su evolución

TALLER DE COMUNICACIÓN I



física y cognitiva le permitió crear un mayor número de conceptos sofisticados.

Para esos primeros seres humanos, el lenguaje les ofreció una ventaja en su evolución, pues una forma de comunicación y expresión con mayor capacidad de simbolización y abstracción permitió desarrollar inventos, lazos sociales por medio de las tradiciones y la religión; novedosos instrumentos como las armas y herramientas, formas de crear y mantener el poder por medio de las leyes, entre otros avances.

Es decir, representó un sistema de conocimiento y la base para desarrollar tareas cognitivas complejas para llegar a esta época de increíbles descubrimientos técnicos y científicos. Sin el lenguaje, no habría existido la posibilidad de crear, traspasar y acrecentar en conocimiento, los saberes, el arte o la cultura.

Partió de ser un sistema de acciones generales (cazar, cosechar, defenderse de lo desconocido o conocer otros lugares para su sobrevivencia) a volverse parte de los mecanismos de interacción social (gobierno, leyes, religión, cultura). Como afirmó el filósofo inglés, John Locke en 1690: “el lenguaje habría de ser el gran instrumento y el vínculo común para la sociedad”. [Guardia de Viggiano, Nisla V. 2009: 10].

En el “Ensayo sobre el entendimiento humano”, Locke realiza una formulación clásica del empirismo inglés, ya que trata de demostrar que en la mente humana no hay ideas innatas. La mente es una página en blanco en la que los sentidos registran las informaciones que llegan del mundo exterior y las que resultan de la propia actividad de la mente, entre ellas los actos de habla o de lenguaje.

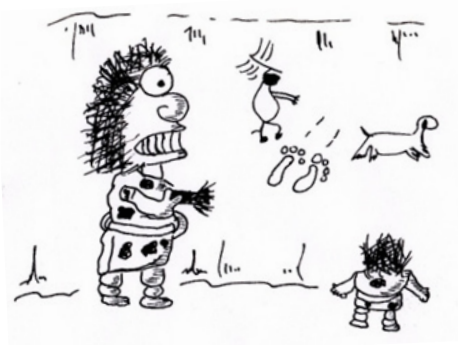
Históricamente, podemos resaltar que no existirían sociedades sin el lenguaje, pues favorece la interacción y armonía colectiva y permite el desarrollo de nuevos niveles del conocimiento que han llevado al progreso, como ha sido la ciencia, la medicina o la tecnología. No solo eso, se ha vuelto cada vez más especializado, al grado que las formas expresivas usadas por los doctores solo son comprensibles para sus colegas, y así pasa con otros especialistas en otros campos como el derecho, la economía, las finanzas, incluso en el lenguaje popular o comunitario. Esto representa el papel cada vez más importante del lenguaje en la evolución del pensamiento.

Por ello, parece que no existe relación entre aquellos lejanos gruñidos de los hombres de las cavernas, los tambores que transmitían mensajes en medio de la selva, los tatuajes de ciertos habitantes de una isla, las catedrales góticas, los cantos rituales, el nacimiento de la genética o el surgimiento de Internet.

4. LENGUAJE Y PENSAMIENTO

Existen estudios desde distintas perspectivas sobre cómo generamos pensamiento y cómo se relacionan con el lenguaje. Filósofos, biólogos, neurolingüistas, antropólogos, sociolingüistas, sociólogos, psicólogos, comunicólogos, antropólogos y demás científicos, han explorado esta relación.

Partamos del hecho de que pensar puede entenderse



como el proceso mental para elaborar ideas, inferir, relacionar, compartir, interactuar y producir, entre otras actividades. El pensamiento, entonces, sería el contenido de dicho proceso mental, el cual nos permite elaborar imágenes, identifica procesos, elabora proposiciones y conceptos complejos, genera conocimiento, ayuda a clasificar y adapta nuestra conducta en distintas situaciones. “Es una construcción mental que nos permite analizar, conocer y resolver problemas, además de aprender. [Varó, 2013: 2].

Así pensar, es un proceso mental mediante el cual los seres humanos, en contacto con la realidad material y social, elaboran conceptos, los relacionan entre sí, y adquieren nuevos conocimientos. Y, denominamos pensamiento al contenido de ese proceso mental. Dicho contenido puede ser una imagen, un concepto, una preposición, pero en todo caso debe ser distinguible del acto de pensarlo.

Ahora bien, pueden citarse cuatro enfoques sobre la relación pensamiento-lenguaje. Por un lado, algunos intelectuales como Chomsky¹³, consideran que el pensamiento depende del lenguaje; es decir, éste es un reflejo de lo que se piensa socialmente. Así, las ideas de las personas dependen de la mentalidad de la sociedad donde se vive. La mentalidad se encuentra contenida en el lenguaje, el cual determina la forma como vemos al mundo. Un ejemplo sería el concepto de tiempo de “ahorita”, que tiene sentido en el contexto de la sociedad mexicana y genera una percepción. En cambio, en otros países, como Alemania, esta palabra o conceptos no existen, pues ahí se manejan tiempos y horarios específicos y claros. Así, el lenguaje crea nuestra forma de pensar y actuar.

Otros analistas consideran que el lenguaje y el pensamiento son interdependientes. El primero determina la estructura mental de considerar la realidad, mientras que, al mismo tiempo, el pensamiento se construye con las palabras y los signos. Son simultáneos, indivisibles y no existe uno sin el otro.

Asimismo, algunos intelectuales creen que el lenguaje depende del pensamiento, es decir, el primero solo es un apoyo del segundo. Pasa por diversas etapas de maduración precedidas por niveles superiores de comprensión. Solo, en la medida que el pensamiento se complejiza, el lenguaje se vuelve expresión de los progresos cognitivos.

En conclusión, independientemente del enfoque preferido, parece que no puede haber pensamiento sin lenguaje, pues el pensar es usado por diversos signos para explicar y dar sentido a lo que vemos, escuchamos, leemos o percibimos y advertimos. De este modo, es necesario elaborar actos discursivos mediante el lenguaje.

5. FORMAS DE LENGUAJE

El lenguaje es una facultad propia de los seres humanos y es el medio para transmitir información, ideas,



¹³ Entre muchos artículos y libros publicados, Chomsky es conocido en el mundo de la psicología por su famosa teoría de adquisición del lenguaje. En dicha teoría, afirma que nacemos con una capacidad innata para hablar y que nuestro proceso adquisitivo se basa en aprender las estructuras del lenguaje y la gramática.

TALLER DE COMUNICACIÓN I



emociones y mucho más. Cuenta con diversos niveles de complejidad y su uso depende de las convenciones sociales (que simboliza cada signo en una sociedad determinada en cierta época específica), y de los recursos disponibles para comunicarnos y lo que se desea compartir con los demás.

Como sabemos, esta transmisión puede ser visual, sonora o corporal. Si consideramos que el lenguaje es un medio de expresión y representación del pensamiento y lo simbólico, es de esperar que haya adquirido diversas formas para manifestarse, todo con el fin de comunicar.

A lo largo del desarrollo humano, hemos pasado de gestos, gritos, movimientos del cuerpo, letras, palabras, números, signos, símbolos, y otros recursos para darnos a entender. De esta manera, el lenguaje ha adquirido distintas posibilidades expresivas, al grado que se pueden identificar formas o tipos de lenguaje.

Dentro de ellos, está en primer lugar **el lenguaje oral**, que utiliza sonidos articulados denominados palabras para generar mensajes estructurados por medio del habla. Esta forma la empleamos cotidianamente, se caracteriza por ser dinámica; no lleva un orden, no tiene un principio o un fin establecido; es efímero, puesto que no es duradera; es directa en tanto se practica frente a frente con el interlocutor; es espontánea en la medida que surge en el momento y puede modificarse conforme a la dinámica presentada.

El lenguaje oral está condicionado por el contexto, es decir, la situación que se presenta (no es igual platicar en una fiesta, que durante una clase, o incluso en un velorio), además por los propósitos que tengan, incluyendo o apoyándose de recursos paralingüísticos como el tono de voz, volumen y velocidad, así como gestos y ademanes, que se hacen más comprensible o que alteran el mensaje.

También es común **el lenguaje escrito**, basado en la conjunción de signos denominados letras, recurrente en medios como periódicos, libros, revistas e Internet. Se caracteriza por ser diferida, pues implica la ausencia de quién transmite el mensaje ya que se da en un tiempo y lugar no mediato. Lo anterior implica que no existe interacción entre interlocutores y la retroalimentación o respuesta no es inmediata, incluso puede estar ausente.

Esta forma de lenguaje tiene la ventaja de ser permanente y trascender en el tiempo, pues permite almacenar y acrecentar el conocimiento, así como crear material de consulta, el cual, con las nuevas tecnologías, pueden actualizarse casi de inmediato y, por tanto, generar más conocimiento y más saberes universales.

Otra forma de **lenguaje es el visual**. Se transmite por medio de referentes iconográficos. La preeminencia de las imágenes en nuestra cotidianidad es innegable. Cada día vemos fotografías, carteles, pinturas, logotipos, murales, marcas comerciales, símbolos, caricaturas y audiovisuales, tanto en los medios tradicionales, como la televisión, periódicos o revistas, o en los cibernéticos, por medio de los llamados *emoticones*, *memes*, *selfies* y una amplia gama que ha provocado que este lenguaje se haya vuelto indispensable.

Lo visual apela directamente a lo sensitivo, ya que logra una mejor transmisión de los mensajes utiliza varios recursos, como el uso del color, líneas, además de planos, texturas, tamaños, formas.



6. CONCLUSIÓN

Como estudiantes deben entender que el lenguaje es una totalidad comunicativa, que integra el lenguaje convencional, —oral o escrito—, así como el lenguaje no verbal. Es un medio de expresión y representación del pensamiento y lo simbólico, es de esperar que haya adquirido diversas formas para manifestarse, todo con el fin de comunicar.

Por ello y de acuerdo con diversos especialistas y analistas podemos concluir que la comunicación es un proceso permanente, que integra múltiples modos de comportamiento: la palabra, el gesto, la mirada, la mímica, el espacio interindividual, la comunicación verbal y no verbal, todo ello a mayor profundidad que será tratado en el siguiente aprendizaje.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Caporal Campos, Gloria, et al. 2009. “Taller de Comunicación I. Paquete de Uso didáctico”. CCH UNAM.
- Espina, Lorena, Díaz Miriam y Orellana Patricia Charles. 2013. “F. Hockett y su aporte a la lingüística”. Facultad de Ciencias de la Educación. Magister en Ciencias de la Educación.
- Guardia de Viggiano, Nisla. 2009. “Lenguaje y comunicación”. 1ª. Ed. San José Costa Rica, Coordinación Educativa y Cultural Centroamericana.
- Montaner, Pedro y Moyano Rafael. 1989. “Cómo nos comunicamos”. Biblioteca de Recursos Didácticos. Del gesto a la telemática. Ed. Alhambra.
- Segura Nava, Silvia y Vargas Fernández Filiberta. 1993. “Un Taller de Comunicación”. CCH UNAM.
- https://www.academia.edu/12214988/CHARLES_F._HOCKETT_Y_SU_APORTE_A_LA_LING%C3%9C%C3%8DSTICA Consultado el 13 de mayo de 2019.
- RedHistoria. “Biografía de John Locke, el padre del liberalismo”. <https://redhistoria.com/biografia-de-john-locke-el-padre-del-liberalismo/> Consultado el 26 de abril de 2019
- Psicología Online. “Noam Chomsky y la teoría del lenguaje”. <https://www.psicologia-online.com/noam-chomsky-y-la-teoria-del-lenguaje-4060.html> consultado el 15 de marzo de 2019.
- Varó Peral, Ángels. “Pensamiento, lenguaje y realidad”. https://www.academia.edu/10093577/Asignatura_Filosof%C3%ADa_1r_Bachillerato_Profesora_%C3%80ngels_Var%C3%B3_Peral Consultado el 20 de marzo de 2019.
- *La guerra del fuego*, Canadá, 1981. Dirección: Jean-Jaques Annaud. Duración 93 min.

TALLER DE COMUNICACIÓN I

1.5 MANIFESTACIONES DEL LENGUAJE

OPERATIVO DEL APRENDIZAJE

UNIDAD I.

LA COMUNICACIÓN HUMANA

APRENDIZAJE 5.

Reconoce el papel, importancia y manifestación del lenguaje en las interacciones sociales.

TEMÁTICA.

Manifestaciones del lenguaje:

Lenguaje no verbal:

- Paralenguaje
- Kinésica
- Proxémica
- Silencio
- Indumentaria
- Otros

Manifestaciones del lenguaje:

- Jerga
- Caló
- Otros

La comunicación en la construcción de las expresiones culturales:

- Cultura popular
- Arte

SECUENCIA OPERATIVA

A) PREINSTRUCCIONAL (CONOCIMIENTOS PREVIOS A LA CLASE).

- El profesor solicita a las y los alumnos realicen la lectura con el título “**MANIFESTACIONES DEL LENGUAJE**”, anoten conceptos poco entendibles, dudas u observaciones de la lectura misma.
- Se les pide elaboren un mapa conceptual en el que se establezcan relaciones y jerarquías entre los conceptos desarrollados.

B) COINSTRUCCIONAL (DESARROLLO EN CLASE O CLASES DEL CONTENIDO TEMÁTICO).

- El profesor abunda sobre los aspectos de más interés para las y los jóvenes del tema en cuestión.
- Se proyecta el video “Comunicación no verbal”, elaborado por profesores de la materia Taller de

Comunicación; se sugiere transmitirlo por secciones: paralingüaje, kinésica, proxémica, silencio, indumentaria, y otros.

- Se sugiere que después del video, se realicen ejercicios del lenguaje no verbal por ejemplo “Historia con imágenes”. (ANEXO 1)
- Realizan la dinámica “**La comunicación en la construcción de las expresiones culturales. Comunicación interpersonal e intrapersonal desde el arte**”. (ANEXO 2)
- Realizan la dinámica “**Expresiones del lenguaje en su contexto socio cultural. “Habla como quieras, pero habla bien”**”. (ANEXO 3)

C) POSINSTRUCCIONAL (AFIANZAMIENTO DEL APRENDIZAJE DESPUÉS DE CLASE).

- Con el propósito de afianzar los conocimientos se les pide a los jóvenes, profundicen sobre algunos de los aspectos de la comunicación no verbal, a partir de una investigación en fuentes bibliográficas, hemerográficas o cibergráficas; el reporte de investigación debe incluir introducción, desarrollo conclusiones y referencias.

ANEXO 1

KINÉSICA: HISTORIA CON IMÁGENES	
APRENDIZAJE: Construir un mensaje con imágenes.	
TIEMPO: 60 minutos LUGAR: salón de clases.	MATERIAL: Imágenes, fotografías, o dibujos que no contengan palabras, llevar media cartulina, tijeras y pegamento.
INICIO: 1) Se solicita a los alumnos, con anticipación, que lleven individualmente en la siguiente clase imágenes, fotografías, o dibujos que no contengan palabras, además llevar media cartulina, tijeras y pegamento.	
DESARROLLO: 2) Los jóvenes deberán narrar y elaborar una historia con las imágenes, podrán usar solo palabras para poner el título. Usarán como mínimo diez imágenes o secuencias. 3) En plenaria, analizarán sí pudieron o no construir y transmitir un mensaje, solo con imágenes	
CIERRE: 4) Finalmente la o el profesor realizaran una conclusión general destacando la importancia de la riqueza comunicativa del ser humano.	

TALLER DE COMUNICACIÓN I

ANEXO 2

COMUNICACIÓN INTERPERSONAL E INTRAPERSONAL DESDE EL ARTE	
APRENDIZAJE: Comunicar un sentimiento hacia una persona, a través de un lenguaje (creación) artístico.	
TIEMPO: dos sesiones de 2 horas. LUGAR: salón de clases.	MATERIAL: 1. Lectura de texto Arte, expresión y comunicación. 2. Papel, hojas, colores, tijeras, pegamento 3. Computadora y proyector.
INICIO: 1) Las y los alumnos leen el texto “Arte, comunicación y expresión”; observan la proyección de una serie de imágenes de diversas obras artísticas, entre ellas pinturas, esculturas, creaciones arquitectónicas, grafiti, además de alguna composición musical. 30 minutos.	
DESARROLLO: 2) Después de leer el texto en mención, los jóvenes aprecian las obras de arte, proyectadas por el profesor. Posteriormente, realizan una creación, hecha por propia mano. Puede ser una tarjeta de felicitación, un poema, una canción, una artesanía sencilla, o un dibujo dirigido a una persona en especial. 45 minutos. 3) En otra sesión, se les solicita realicen una creación artística más, en dónde describan cómo imaginan su vida dentro de diez años. Pueden plasmar metas, sueños, aspiraciones, temores o dudas. La creación artística puede ser literaria (cuento, poesía, fábula); plástica, a través de un dibujo, un collage; espacial, a partir de la elaboración de una escultura de plastilina, o bien una melodía de su propia creación. 60 minutos.	
CIERRE: 5) En plenaria se presentan algunos los trabajos de manera individual y se refuerzan los conceptos de comunicación interpersonal e intrapersonal.	
EVALUACIÓN: <ul style="list-style-type: none">Entrega o supervisión de los trabajos realizados. Participación individual o colaborativa para presentación de la creación artística.	

ARTE, EXPRESIÓN Y COMUNICACIÓN

El empleo del arte como medio de expresión y de comunicación entre las personas, ha sido una práctica que ha acompañado al ser humano desde sus inicios como especie. El arte es capaz de transmitir sentimientos, ideas, tradiciones, valores, expectativas y conocimientos, convirtiéndose así en un importante vehículo de desarrollo cultural, ya que permite el intercambio de experiencias entre los individuos y grupos humanos para la comprensión de la realidad y una mejor adaptación al entorno.

No obstante las expresiones artísticas no siguen un proceso lineal, ya que no necesitan obedecer a reglas del lenguaje como por ejemplo la gramática y la lógica. Puede ser que elementos ambiguos, confusos o incluso contradictorios sean incluidos dentro de la misma creación artística. Esta habilidad del arte de contener elementos paradójicos ayuda a integrar y sintetizar nuestra experiencia humana en metáforas que son interpretadas por las personas según su capacidad perceptiva y su historia personal. Es por esta razón que los individuos reaccionamos de forma diferente a una misma obra de arte.

La cualidad expresiva del arte puede entenderse desde dos vías: comunicación con las demás personas y comunicación consigo mismo. Puede ser ampliamente utilizado para la comunicación interpersonal, especialmente en

la demostración de emociones y opiniones. Por ejemplo, los niños que realizan dibujos para sus amigos y familiares, la canción que se le dedica a la persona amada, una fotografía o una caricatura que denote la posición política o social de una persona, o simplemente la creación de un mensaje a través de la palabra para manifestar emociones y sentimientos.

En la segunda vía, el arte puede ser utilizado para la comunicación consigo mismo (comunicación intrapersonal), en donde la persona expresa sensaciones como enojo, alegría, miedo, placer, incertidumbres entre otras, de acuerdo con la forma en que lo necesite, utilizando colores, formas, sonidos, texturas, volumen, entre otras. Este tipo de actividad favorece a la comprensión del problema y, al mismo tiempo, la persona libera muchas preocupaciones y deseos en su creación artística.

Dejamos claro que toda conducta humana comunica 'algo', es imposible no comunicar. El lenguaje verbal (palabras) y el lenguaje no verbal (movimientos corporales, gestos) son dos sistemas que pueden actuar juntos o separados, aspecto por el cual la comunicación humana puede resultar difícil de interpretar en una única forma. Reconocer las fortalezas y limitaciones propias es el primer paso hacia una comunicación más afectiva con las demás personas.

MANIFESTACIONES DEL LENGUAJE

1. INTRODUCCIÓN

Gesticulas, mueves las manos, cruzas o también meneas las piernas; adviertes sudoración en tu cuerpo, la cara se sonroja; haces un guiño, aspiras olores, aromas; te pones nervioso, alzas y bajas la voz. El entorno para estudiar está limpio y eso te motiva aún más. Tu arreglo o descuido personal, impacta o rechaza. Hablas poco o en demasía.

Todo eso que realizas sin darte cuenta, aun cuando no lo creas, está comunicando mucho de ti como persona, pues ejerces día a día y en todo momento cualquier manifestación hablada o no, que hace que la manera de comunicarte se complemente y sea preponderante en tu relación con tus semejantes.

En este trabajo nos interesa que tú como estudiante, entiendas que a través de los ritos corporales, la apariencia, la distancia interpersonal, los gestos o con el uso de artefactos, desarrollas una dimensión oculta de la comunicación que tiene igual o más importancia que la palabra. De ahí nuestro interés porque enriquezcas más esa comunicación y esas relaciones interpersonales que en principio nos hace más humanos, pero también más comprensibles de las necesidades y ausencias en esta forma de comunicación que es imprescindible e imperceptible para muchos de nosotros.

2. MANIFESTACIONES DEL LENGUAJE

El ser humano, históricamente ha buscado formas, métodos y estrategias para comunicarse. Para ello se ha valido de instrumentos sonoros, imágenes, ruidos, pinturas, emblemas y otros recursos para transmitir una idea, un pensamiento, una necesidad y con ello vivir o convivir en sociedad.

En este trance histórico de vital importancia han sido los lenguajes oral, escrito, visual, auditivo y, por supuesto el lenguaje del cuerpo, o mejor dicho el lenguaje no verbal, que ha acompañado la evolución de las distintas manifestaciones de este proceso comunicativo que, de acuerdo con estudiosos del tema, es practicado en un alto porcentaje al comunicarnos con nuestro receptor o con nuestros perceptores, sin advertir la importancia que tiene en nuestra convivencia diaria.

Desde el siglo pasado se han realizado investigaciones del lenguaje del cuerpo que establece una cultura en la formación de muchos de nuestros gestos y comportamientos no verbales que pueden ser importantes para unos o irrelevantes para otros. Lo cierto es que este tipo de lenguaje solo es una parte del proceso global de la comunicación, una fracción de la habilidad necesaria para llegar a ser un comunicador eficaz.

Por ello, “comprender el lenguaje corporal, equivale a entender los matices de la persuasión, la expresión de emociones, la diversión y el dominio de la interacción a través del comportamiento no verbal”. [Knapp, 2012: 11].

Es pertinente señalar que esta forma de lenguaje —la conducta no verbal— ha sido objeto de estudio por diversos campos del saber, entre ellos la antropología, el desarrollo infantil y las relaciones familiares, asesoramiento psicológico, danza, educación, etología, lingüística, psiquiatría, psicología social, sociología, ciencia de la oratoria y, por supuesto la comunicación, que la ha visto como parte importante de ese intercambio de significados que se dan en función de un contexto social determinado.

Reiteramos que el lenguaje no verbal es concebido por medios distintos a las palabras, siempre y cuando se entiendan las señales, gestos o movimientos. Según Paul Watzlawick¹⁴, terapeuta y psicólogo

¹⁴ Paul Watzlawick fue psicólogo, filósofo, sociólogo y escritor austríaco nacionalizado estadounidense, autor de “Teoría de la comunicación humana”



en comunicación, al hablar de la historia de esta forma de comunicarnos, podríamos remontarnos a la época más arcaica de la evolución del hombre. No es nuestra intención hacerlo, pero si cabe mencionarlo pues esta práctica comunicativa es tan antigua como el ser humano mismo.

2.1 CLASIFICACIÓN DE LA CONDUCTA NO VERBAL

Debemos tener en cuenta que los mensajes más utilizados por nosotros, son los no verbales; aunque existen otras formas como el oral, el escrito o el audiovisual o bien los códigos digitales.

El término de comunicación no verbal incluye los movimientos del cuerpo, los gestos y también las posturas; pasando por la expresión facial, el manejo de la voz, la secuencia y el ritmo. También entran los artefactos como la ropa, el perfume que usamos, la manera de sentarnos, la hora de llegada a una

cita; todo esto es una manera de comunicación no verbal.

Así, los objetivos más comunes que utilizamos en nuestros encuentros diarios son los que usamos para comunicar nuestra identidad; se realizan mediante señales las cuales pueden comunicar nuestro sexo, edad o simplemente una actividad laboral.

Del mismo modo, podemos comunicar nuestra capacidad de relación con los demás individuos que nos rodean; por ejemplo, comunicar cuando dos personas mantienen una relación personal entre sí, saludarla de mano y abrazar a alguien.

Podemos transmitir nuestros sentimientos y emociones mediante claves faciales y vocales, al igual, lo denotan nuestros movimientos corporales. Influir en otros y en nosotros mismos es un propósito; estas señales pueden dar pauta para que otros realicen lo que nosotros deseamos. Asimismo, incluye la capacidad de persuasión con la que cuenta el emisor.

Podemos encontrar múltiples manifestaciones del lenguaje no verbal por lo que a continuación exponemos algunas de las más comunes y más utilizadas:

• Cinésica o kinésica

El movimiento del cuerpo o comportamiento cinésico comprende de modo característico los gestos, los movimientos corporales, los de las extremidades, las manos, la cabeza, los pies y las piernas; las expresiones faciales (sonrisas o enojo), la conducta o movimiento de los ojos (parpadeo, dirección y duración de la mirada y dilatación de la pupila), y también la postura.

Mark L. Knapp señala que ciertas señales verbales son muy específicas y otras más generales. Unas tienen la intención de comunicar, otras son meramente expresivas. Algunas proporcionan información acerca de las emociones, mientras que otras dan a conocer rasgos de la personalidad o actitudes.

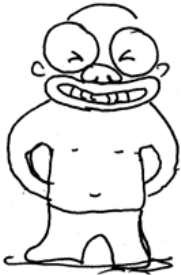


(1967), "Cambio" (1974), "¿Es real la realidad?" (1976), "El arte de amargarse la vida" (1983) y "Terapia breve estratégica" (1997).

"Teoría de la comunicación humana" es un estudio pragmático de la comunicación interpersonal. Después de definir ciertos conceptos generales, se presentan sus características básicas, sus manifestaciones y sus posibles perturbaciones.

TALLER DE COMUNICACIÓN I

Debe resaltarse que Ekman y Friesen, especialistas en investigación de la conducta no verbal, en su repertorio hacen una categorización de usos y códigos de los comportamientos no verbales que incluyen los emblemas, los ilustradores, las muestras de afecto, los reguladores y los adaptadores, todos ellos también manifestaciones e interpretaciones de señales no verbales.



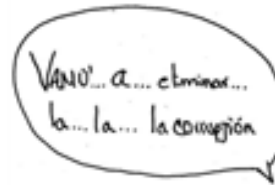
El mensaje corporal debe ser interpretado, siempre, tomando en cuenta el contexto en que se encuentra. A veces, el comportamiento no verbal contradice al verbal, en lugar de subrayarlo o enfatizarlo. Por eso, los seres humanos respondemos a la mirada. Cuando la mirada está fija, nos da a conocer un punto de atención, así como sus intenciones, por mencionar uno de tantos ejemplos.



En síntesis, el cuerpo irradia un mensaje por sí mismo y los movimientos van acorde con el discurso. En ocasiones el cuerpo se comunica por si solo y no por sus posturas y movimientos, también por la forma del cuerpo que experimenta cambios a lo largo del tiempo.

• Paralenguaje

Se refiere a cómo se dice algo y no a qué se dice; se relaciona con el ámbito de las señales vocales no verbales, establecidas alrededor del comportamiento común del habla. Es conocido también como paralingüística. Presenta los vocablos dentro de cierto patrón de entonación y tiempo, lo cual contribuye al significado total y final del mensaje que le queramos dar. Permite realzar, no solo las ideas más importantes, también hace que el mensaje resulte solemne o jocoso, depende de lo que se busque.



El paralenguaje, entonces, permite modular algunas características de la expresión verbal que delimitan el gran significado de una oración; afirmación duda o interrogación; igualmente, puede demostrar el enojo y la felicidad. Tiene marcados componentes que lo hacen distintivos de los otros tipos de lenguaje; por ejemplo, las cualidades de la voz, la vocalización, los errores al hablar, las pausas y el silencio.

Esta forma de expresión va de la mano con el lenguaje verbal, por eso debemos recalcar que al hablar de esta forma de comunicación, hacemos referencia a lo que se expresa, más no al contenido.

• Proxémica o comunicación espacial

Se entiende por proxémica el estudio del uso y percepción del espacio social y personal. También es conocida como comunicación espacial. Se define como el espacio de la manera en cómo el hombre aprecia, estructura y utiliza sus espacios personales y sociales. Aquí, entra en juego el espacio personal y el de los otros individuos que nos rodean, el cual puede afectar severamente la manera de comunicarnos y conseguir ciertas metas deseadas en la comunicación.

La manera en que el hombre utiliza el espacio, influye en la capacidad de interactuar con otros individuos a su alrededor, la capacidad de sentirnos cercanos o lejanos; todos los seres humanos tenemos nuestras propias necesidades en cuanto al territorio se refiere.

Hace ya algunos años el Dr. Hall, E.T¹⁵ subdividió las necesidades en cuatro zonas distintas.

- **Zona Intima:** abarca desde los 15 hasta los 46 centímetros y se entiende como la más importante. En ella solo pueden entrar los individuos que están relacionados muy emocionalmente.
- **Zona personal:** abarca de los 46 centímetros, hasta 1.20 metros de distancia. Se entiende como la distancia que separa a los individuos en una reunión de trabajo, en una fiesta o en la oficina.
- **Zona social:** entre 1.20 y 3.6 metros de distancia. Ésta es la distancia marcada entre las personas que no conocemos a fondo; un ejemplo claro son personas que hacen las reparaciones en casa.
- **Zona pública:** se encuentra en el rango de los 3.6 metros al límite visible y audible. Es, probablemente, la distancia más asequible para dirigirnos a un grupo de personas.

El ser humano desde que nace, comienza a designar los espacios de interacción con los demás; inicia desde el núcleo más cercano, como es la madre y el padre, después con los demás integrantes de la familia y, posteriormente, con los compañeros de la escuela, del trabajo y de la oficina, agregándose los demás espacios sociales.

Otros aspectos complementarios de la comunicación no verbal son los fisiológicos, cronémicos, artefactos y factores de entorno. Concentrémonos en el aspecto fisiológico. Encontraremos tres subdivisiones:

- ◊ **Químicos:** aquí entran las expresiones reflejadas en el cuerpo cuando se encuentra en un estado alterado y reacciona como defensa.
- ◊ **Dérmicos:** son las manifestaciones corporales donde se ruboriza la cara o se enrojece; irritarse o tornarse pálida la piel.
- ◊ **Térmicos:** son los grandes cambios de temperatura que sufre el cuerpo. Dependen de la persona y del gusto de estar en el lugar donde se encuentra y con quienes interactúa.

Los cronémicos también conocidos como de tiempo. Se relaciona con el periodo que transcurre en una conversación. Cuando la plática es placentera “el tiempo se va volando”; sin embargo, cuando la charla no es del mayor agrado, transcurre de una manera lenta, además, se comienzan a utilizar frases cortantes para finalizar una conversación.

Los artefactos: comprenden el manejo de personas interactuantes que se desenvuelven como estímulos no verbales. En este campo entran los perfumes, la ropa, el calzado, anillos, cadenas y dijes; los aretes, lápices labiales, gafas, pelucas y otros instrumentos de arreglo personal. Podemos incluir en esta categoría a los tatuajes que también son una forma de comunicación, a través de un artefacto muy visible.

¹⁵ Hall, E.T. fue un antropólogo e investigador intercultural estadounidense. Es recordado por haber desarrollado conceptos como el de la proxémica y haber explorado cohesiones culturales y sociales. Adicionalmente describió cómo las personas se comportan y reaccionan en diferentes tipos de espacio personal culturalmente definidos. Hall fue un colega importante e influyente de Marshall McLuhan y Buckminster Fuller.

TALLER DE COMUNICACIÓN I

Para finalizar, nos encontramos con los **factores de entorno**. Son los objetos que rodean a las personas que están dentro de la conversación, como lo es la casa, los muebles que hay dentro de ella, el auto o los aparatos electrónicos. Todos ellos expresan la manera de ser, de comportarse y de actuar de una persona; también es parte de la comunicación no verbal.

El silencio no solo es la ausencia de sonido o la carencia de palabras, también forma parte del proceso comunicativo, y de acuerdo al momento y el contexto de la interacción, conserva y transmite determinada intencionalidad. De este modo, podemos afirmar que todos los silencios contienen algún significado. Por ello, “es un elemento más que forma parte de la estructura del lenguaje, además de ser el mayor apoyo de la comunicación no verbal, ya que, cuando en la comunicación se da el silencio es el momento en que ésta conlleva más sentido, así que en el caso de la lengua de signos potencia la expresividad y muchas veces se convierte en el protagonista del acto comunicativo”. [Psicopsi].

Si todo el tiempo comunicamos, entonces no solo decodificamos mensajes constantemente, también los interpretamos, tanto a nivel verbal como no verbal. Esta última involucra la comunicación corporal, proxémica, kinésica, etc., así como los silencios que los acompañan. Es entonces, como cualquier otro mensaje, que el silencio puede resolver o crear dudas, modificar conductas y adquirir connotaciones simbólicas, entre muchas otras posibilidades.

Algunas de las funciones comunicativas del silencio son las siguientes. [Mateu, 2001:151]

1. Ser el signo de algo: sentimientos (como estar enojado con alguien) o situaciones específicas (guardar silencio en un momento de paz interior o peligro).
2. Reforzar acciones (cerrar la puerta a alguien en vez de contestarle).
3. Enfatizar otros sonidos (callarse para escuchar un ruido lejano).
4. Subrayar una opinión (no responderle a alguien que nos pregunta si creemos que está equivocado).
5. Crear suspenso o incertidumbre (decir que tenemos sospechas de algo, pero no las aclaramos).
6. Tener un sentido ritual (por ejemplo, en una ceremonia religiosa).

Así, el silencio es parte fundamental de la comunicación humana que, si se le da la correcta interpretación, ofrece pistas sobre las intenciones y propósitos de nuestro interlocutor.

3. EXPRESIONES DEL LENGUAJE EN SU CONTEXTO SOCIOCULTURAL

Reiteramos que el lenguaje verbal sirve para comunicarnos, para las y los estudiantes y el ser humano en general no solo es transmitir información, sino conocimiento, hacer cultura y construir escenarios sociales. Una de las funciones de la comunicación es intercambiar con claridad pensamientos e ideas a través del lenguaje hablado, de la oralidad, de acuerdo a contextos sociales y culturales determinados.

Cuando hablamos nos comunicamos para transmitir sentimientos, convencer o persuadir a nuestros interlocutores. Platicamos por hablar, para que alguien nos escuche, o bien para crear o generar conocimiento; para escribir poesía, hacer



historia, o sutilmente para expresar y defender espacios o territorios, costumbres, tradiciones; en suma, para comunicarnos de acuerdo a nuestros entornos familiares, sociales y culturales, a partir de variantes que presenta la lengua, en diversas comunidades sociales que tienen la necesidad de utilizar vocablos o palabras con un significado exclusivo en un determinado contexto cultural, entendido éste como los marcos de referencia que clasifican distintas situaciones comunicativas y el papel de sus participantes.

Un ejemplo de ello es que entre nuestras comunidades no se saluda de la misma manera en todos los lugares y culturas; de igual modo, no se habla igualmente en el norte que en el sur o en el centro de nuestro país. Se producen y se interpretan mensajes que dependen de la intención u objeto comunicativo correspondiente al marco en que esté inserto el lenguaje.

Por lo tanto, en estos ambientes se utiliza el término sociocultural para hacer referencia a cualquier proceso o fenómeno relacionados con los aspectos sociales y culturales de una comunidad o sociedad que se vinculan, evidentemente, con la lengua, que ya sabemos es un producto social que, a través de ella, se refleja la cultura de la sociedad que la creó.

A continuación, te ofrecemos algunas concepciones de estas expresiones de lenguaje que derivan de otras construcciones orales, mismas que expresan de acuerdo con las características personales, la información educativa, el nivel cultural, social, incluso económico de los individuos que comparten costumbres, actitudes, o comportamientos en un mismo grupo o en un lugar determinado.

Existen más pero solo nos referimos a:

- **La jerga**, como lenguaje empleado por un determinado grupo social o profesional y que sólo se entiende parcialmente el resto de la comunidad hablante. El lenguaje específico de este ejemplo es el léxico utilizado en algunas profesiones como la medicina, el derecho, la psicología, la economía, la ciencia, la técnica, el periodismo, la educación, los deportes, los espectáculos y la esfera militar.

Los vocablos como patología, hematoma y amaurosis son empleados en el terreno de la medicina para señalar una enfermedad, una inflamación y la ceguera, en ese orden. Cargo, abono, la bolsa sube y baja, con X puntos porcentuales, son términos propios de la economía y las finanzas. Otras actividades como el fútbol, tienen manifestaciones específicas que no están “en el nivel culto de la lengua”, aunque sean técnicas, y específicas; por ejemplo, un carrilero derecho o izquierdo, antes llamados laterales, o bien, un 9 clavado o nueve y medio, es decir, un centro delantero que varía en su posición de arriba hacia abajo.

En otros ambientes, entre ellos los delictivos o marginales, también suele utilizarse la jerga que se vincula con el argot; algunos ejemplos son: “es de Roberto”, o sea robado; “Ay viene la tira”, es decir llega la policía; en tanto, en los grupos marginales suelen combinar la jerga y el argot –expresiones por grupos que comparten situaciones similares en cuanto a posición social, económica y de oportunidades--.

Algunos términos utilizados bajo este lenguaje están: “saca la lana”, es decir, el dinero; “vamos por un tonayan o un cosaco”, por unas bebidas embriagantes, o bien “está en cana”, en la cárcel.

- **El caló** utiliza expresiones de origen dudoso, debido a sus impresiones, pero son compartidas por ciertas comunidades, a partir de expresiones groseras o “malas palabras”, o bien un juego de discursos para que otros no entiendan lo que decimos; por ejemplo: se mamó, se rifó, es decir se lució o que estuvo adecuado lo que realizó. O bien “no seas chiva”, o sea soplón o delator. Frases como “ya valió Bertha”, o te “te pasas de veras”, se utilizan para evitar la grosería o la ofensa respecto a la masculinidad. Unos ejemplos más son “chifla tu máuser, como ofensa a la madre, o igualmente “se están cogiendo cariño”, es decir realizando sexo, aun cuando no sea real.

Son muchas las aceptaciones de esta forma de lenguaje y es necesario precisar que no debe confundirse con el albur, que es otro asunto.

TALLER DE COMUNICACIÓN I

• **Modismos:** son palabras o ideas cuyo significado es exclusivo en cada región. Son característicos en cada país. Son expresiones orales espontáneas referidas a una situación en particular. Son una costumbre lingüística cuya función es ahorrar tiempo. Están presentes en el habla de todo ser humano, y son vigentes en todas las lenguas y países. Sin embargo, en ocasiones confundimos al modismo con refrán (dicho sentencioso y agudo, de uso común).

En la práctica lingüística familiar es muy común el habla de los padres cuando están enojados o desean llamar la atención y es el momento de utilizar esos modismos que nos quedan a la medida; entre ellos podemos citar: “carajo”, enojo o reproche por una acción indebida; “A chaleco”, a fuerzas o es necesario, obligatorio, e indispensable realizar una actividad; “dar atole con el dedo”, engañar, o hacer promesas que pueden no cumplirse; “de gorra, gorrón, gorrear”, conjugación de este término para resaltar que degustamos alguna bebida, alimento o cualquier actividad, sin esforzarnos por contribuir con “algo” para merecerlo.

• **Dialecto.** Nos encontramos con este término como una variedad de una determinada lengua. Es un sistema lingüístico derivado de otro, pero que no exhibe una diferenciación respecto a otros de origen común; igualmente, es una estructura lingüística que no alcanza la categoría social de lengua, aun cuando, en muchas comunidades y culturas es aceptado como su lengua de origen.

Estos dialectos y sus variantes se dan únicamente entre una determinada comunidad lingüística, perteneciente a una lengua en común (pongamos por caso el español), existiendo grandes cambios en la forma de hablar (en las palabras que se utilizan para designar una misma situación), sin que se trate por ello de otro idioma.

Es el caso de las diversas variantes dialécticas que podemos hallar en el español hablando de estados como Yucatán, Veracruz, Sonora, Guadalajara o la ciudad de México, así como en otras naciones de habla hispana, que si bien cuentan con variaciones dialectales muy diferenciadas, no por ello dejan de pertenecer a la misma lengua española.

Algunos ejemplos de dialectos son: chairos/ guisantes; cacarro/ coche; chamaco/ chilpayate/ pingo; guajolota/ torta de tamal; camión/ guagua; chamacos/ escuincles/ chamos, de acuerdo en cada país o región de habla hispana como la nuestra.

4. LA COMUNICACIÓN EN LA CONSTRUCCIÓN DE LAS EXPRESIONES CULTURALES

La comunicación humana es de naturaleza única, implica el manejo de signos lingüísticos, la posibilidad de significar, el uso del pensamiento, del raciocinio, del intercambio de quien habla y quien escucha, de la voluntad, de las habilidades para hacer y para ser, además de las actitudes que se requieren en todo proceso de comunicación para la creación de nuevos entornos comunicativos (redes sociales, cultura, costumbres, incluso transformación de valores).

En todo este tejido comunicativo salta, sin duda, el concepto de cultura como patrimonio exclusivo del hombre. La rumba es cultura, señaló Froylán López Narváez¹⁶, porque también es un medio de expresión que enriquece nuestra comunicación corporal, es un movimiento creativo y muy útil también como manifestación artística.

Entonces pareciera ser que todo nuestro desarrollo histórico o social está salpicado de este

¹⁶ Académico destacado, periodista comprometido, promotor de la cultura y apasionado de la música, actualmente es profesor de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, además de que fue el precursor del movimiento dancístico La Rumba es cultura.

concepto pues es uno de los más empleados en la vida cotidiana “y denota, en el ámbito académico, conocimiento especializado, saberes generales, tradiciones, herencia de valores, formas de ser, de pensar y de creer”. [Martínez, 2014: 111].

Así entonces, la cultura como constructo social es uno de los términos que más se relacionan con la comunicación humana y por supuesto por la comunicación masiva. Edward Twitchell Hall¹⁷, afirmó que “la comunicación es inseparable de la cultura. Es el otro lado de la misma moneda. No puede existir la una sin la otra. La cultura es comunicación y la comunicación es cultura”.

Entonces cuáles el significado de cultura: quizá sea todo lo que produce el hombre para su beneficio; sin embargo, es preciso aclarar que este concepto en su sentido más amplio, puede considerarse como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias.”, todo ello —incluida la cultura popular—, en las formas de la comunicación y del lenguaje¹⁸, que hoy en día ya se practican también en los entornos de las Tecnologías de Información y Comunicación.

El ser humano, igualmente se sirve del habla para numerosos propósitos como para satisfacer demandas y necesidades, controlar a otros, establecer contactos con la gente, expresar sentimientos, simular o crear, preguntar o escribir; transformar y crear en beneficio de él y su entorno, es decir hacer cultura.

En un ensayo titulado “Cultura y comunicación” se afirma que: “la relación entre cultura y comunicación es paradójica y a menudo incomprendida en nuestra sociedad contemporánea. No hay cultura socialmente existente que no tenga, unido a ella, un plan de difusión y, por tanto, una comunicación constante ante determinados sectores sociales, por pequeños que estos sean.

Así, también es difícil pensar una comunicación que no tenga aspectos creativos y deje de transmitir valores de cultura, de identidad. Algunos autores han reflexionado sobre ese tema desde hace años y mantienen que la relación entre ambos procesos es estructural: una no marcha ni se explica, sin la otra (...) si la cultura es un hecho social no hay cultura más que manifestada, transmitida y vivida por el individuo”, pero esta dependencia mutua se ha intensificado en el seno de las industrias culturales, pese a sus dinámicas sectoriales diversas, son una expansión llena de sinergias, pues la difusión de los espectáculos, las artes plásticas e incluso los museos, depende casi completamente, de los medios de comunicación”. [López, 2012: 55].

Podemos sintetizar entonces que toda cultura es una producción humana. Todo lo humano es cultura pues históricamente y socialmente “es el modo en que organizamos la vida cotidiana, para darle sentido, orientación y significación a la realidad a la que nos enfrentamos”. (Martínez, 2014, p. 112).

Es una cosmovisión, porque somos una constelación que se apoya en la historia, en el devenir social de ayer y hoy; nos da identidad, nos provoca ideas, prácticas, modos de hacer y de ser para comer, vestirnos, divertirnos, incluso nos prepara para la vida y la muerte, para la celebración, la fiesta, el ritual y otros elementos que nos cohesionan como individuos y como sociedad.

¹⁷ Fue un antropólogo e investigador intercultural estadounidense. Hall es recordado por haber desarrollado conceptos como el de la proxémica y haber explorado cohesiones culturales y sociales en comunicación.

¹⁸ Declaración de México sobre Políticas Culturales. Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales, agosto 1982 UNESCO.

TALLER DE COMUNICACIÓN I

4.1 CULTURA POPULAR

En diversos momentos nos hemos enfrascado en una discusión que merece una reflexión: ¿existe una alta cultura? ¿La cultura popular no trasciende, no importa, o desmerece nuestras relaciones sociales? ¿Solo la cultura de élite la debemos consumir?

Son preguntas que merecen una amplia discusión, pero para el caso de esta temática nos ajustaremos a una de las tantas interpretaciones que se manejan en relación con este concepto.

Cultura popular surge debido a las condiciones y necesidades de los pueblos que representan su forma de vida cotidiana; por ejemplo, la política, la economía, la religión, problemáticas que son parte de su idiosincrasia, como el machismo, las costumbres paganas o religiosas, o bien las formas de convivencia, desde la familiar hasta la pública y colectiva, manifestadas en conglomeraciones como las que se dan a través de la música, de la danza, de expresiones pictóricas como el grafiti, --acción poética--, la tradición oral, los cuentos, las formas del habla y del lenguaje, como el albur y otras expresiones que reflejan el sentir de una comunidad o región determinada.

También es concebida como un conjunto de manifestaciones artísticas y folclóricas. En el Colegio un buen número de jóvenes como ustedes practican lo que se ha denominado artes circenses o malabares que incluyen el dominio y manejo de pinos, cuerpos esféricos, diabólos, o bien los bailes urbanos como es el ska, el reggaetón, el reggae, el break y, más aún bailes que se practican en distintas temporadas y que son propias de barrio o colonias del entorno, como es el caso de los carnavales con sus charros, cuadrillas y comparsas donde se involucran mujeres y hombres que manifiestan su gusto por esas tradiciones populares y religiosas que les provocan una identidad, una cohesión social y una manera de expresarse socialmente.

Este tipo de cultura también es un sistema de creencias, valores y tradiciones de un pueblo, como es el caso de las festividades patronales de los barrios integrados en un pueblo, una colonia o una alcaldía, tal es el caso de Iztapalapa con la representación de la Semana Santa, donde vecinos, visitantes nacionales o extranjeros se hermanan para conmemoran un hecho religioso, arraigado por muchos años. Se dice que la cultura popular surge como distinción frente a expresiones oficialistas o elitistas, creadas a partir de los gustos e intereses de las clases o los medios dominantes.

Según Mijaíl Bajtín¹⁹, la cultura popular se origina como respuesta a la cultura oficial, pues una y otra representan distintos sectores sociales, así como diferentes gustos e intereses; se caracteriza por ser un producto fundamentalmente creado y consumido por las clases populares, compuestas principalmente por personas “de baja extracción social”, es decir, del pueblo llano o la plebe, situación que no compartimos, pero que puede ser discutida en otro momento.

Sin embargo, a la cultura popular se le considera como uno de los factores distintivos de la identidad de una nación, pues en ella se encuentran plasmados los valores culturales, entre ellos la tradición, la religiosidad o el misticismo, la educación, la empatía, el patriotismo, incluso la paz, la verdad, la igualdad y la libertad que expresan la singularidad de un pueblo que conforma un país que aspira a una relación y una comunicación auténtica.

Solo para concluir, reafirmaremos que la cultura popular se origina también a través de manifestaciones musicales de gran arraigo como el reggae, el rap, o el rock urbano, pesado o pop, así como los cómics, la literatura fantástica, negra o de ficción, así como el grafiti, además de las series de

¹⁹ Autor de *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento: el contexto de François Rabelais* (1941), donde introducía su idea de la novela como expresión de la cultura popular carnavalesca y bufa, como rechazo de la norma unívoca y de la rigidez de los patrones y estilos literarios, como celebración de la ambivalencia. El discurso carnavalesco, amplio y polifónico, se enfrenta, a su manera de ver, a una visión rígida y estática, de naturaleza aristocrática, de la realidad.

televisión por cable o aquellas que se presentan en streaming como las narco series, Juego de tronos, Los Simpson, o prácticas deportivas de gran convocatoria como el fútbol, o la lucha libre mexicana.

4.2 ARTE

Desde la aparición de las pinturas rupestres en cuevas y cavernas, hasta la invención de la imagen digital, puede considerarse que ambas son expresiones artísticas, mismas que revelan que el ser humano, desde tiempos inmemorables, ya realizaba ciertas manifestaciones que reflejaban las prácticas y modos de vida de las comunidades de ese entonces.

Históricamente, el ser humano ha creado, llámese arte o no, formas expresivas y de comunicación entre las personas que lo han definido como especie, distinta a otras. Estas imágenes como las pinturas, símbolos, signos, incluso los sonidos o los movimientos corporales, “han servido como medios de expresión que han sido capaces de transmitir sentimientos, ideas, tradiciones, valores, expectativas y conocimientos, convirtiéndose así en un importante vehículo de desarrollo de la cultura” y específicamente de la comunicación.

Aún más, estas formas expresivas “han permitido el intercambio de experiencias entre los individuos y los grupos humanos para la comprensión de la realidad y una mejor adaptación del entorno”. (Arte, expresión y comunicación).

Entonces podremos afirmar que la obra artística, el arte, también comunica todas esas sensaciones y percepciones que tenemos al estar conectados con esa realidad visual, con esos entornos naturales o sociales que impulsan a esa comunicación que se establece entre un emisor (creador) y un receptor (el ser humano).

En un artículo²⁰ se cuestiona ¿cuál es la relación que une al Macondo de *Gabo* —Gabriel García Márquez—, Los girasoles de Van Gogh, las melodías de Offenbach, las construcciones de Zaha Hadid o las esculturas de Boccioni con la comunicación?

Menuda pregunta para todos nosotros si consideramos que no somos expertos en las producciones humanas consideradas como arte, las cuales escuchamos o vimos solo alguna vez, por lo que se nos dificulta hacer una interpretación o un análisis, o bien dar una opinión de la pregunta aludida.

En este contexto, la relación entre arte y comunicación se muestra “más allá del concepto de aplicar la fórmula de Román Jakobson²¹ o de Paul Watzlawick o de cualquier otro especialista. Entre arte y comunicación se forma un binomio de poder sólido e indescriptible, porque el comunicador necesita desarrollar el pensamiento creativo, a fin de buscar, más allá de las pautas establecidas, mecanismos con los que se pueda resolver estrategias comunicacionales, es decir que sean entendidas, admiradas o comprendidas.

En resumen, las artes en general son las formas de expresión del hombre y la mujer, y estudiarlas o entenderlas, implica reconocer las características de las sociedades expuestas (entornos) a diferentes estímulos; por ejemplo, un conflicto bélico, el arribo de las TICs, una transformación generacional de ciencia, arte o técnica que vivimos a través de los nuevos escenarios comunicativos de hoy en día, que son más recurrentes por jóvenes como ustedes.

²⁰ Publicado en la Universidad Privada del Norte (Perú). Comunicaciones / Sociedad. Julio de 2007.

²¹ Plantea un modelo de la teoría de la comunicación, en el que se emplean seis factores constitutivos que lo configuran como una estructura, inherentes a todo proceso de comunicación lingüística conocidas como funciones del lenguaje: emotiva, conativa, referencial, metalingüística, fática y poética.

TALLER DE COMUNICACIÓN I

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Arroyo Cantón, Carlos; Berlato Rodríguez, Perla. 2012. “La comunicación”. En Averbuj, Deborah. Lengua castellana y Literatura. España: <https://bibliotecadeinvestigaciones.wordpress.com/espanol/el-lenguaje-tipos-de-lenguaje-y-variaciones-de-la-lengua/>
- Caporal Gloria, et al. 2009. “Taller de comunicación I”. Paquete de uso didáctico. Colegio de Ciencias y Humanidades, 2a ed.
- Corral Corral, Manuel, et al. 1998. “Taller de Comunicación I”. México, Colegio de Ciencias y Humanidades.
- Díaz Bordenave, Juan y Horacio Martins de Carvalho. 1978. “Planificación y comunicación”, Ecuador, Don Bosco.
- Fernández Collado, Carlos y Gordon L. Dahnke. 1995. “La comunicación humana”. Ciencia social, Mc Grawhill.
- Hall, E.T. 1959. “The silent language”, Garden City New York.
- L. Knapp, Mark. 2012. “La comunicación no verbal. El cuerpo y el entorno”. Paidós Comunicación. México.
- Mateu Serra, Rosa. 2001. “El lugar del silencio en el proceso de comunicación”. España.
- Martínez Vázquez, Fernando. 2014. “Ciencias de la Comunicación I”. Enfoque por competencias. Editorial Santillana, México.
- Montaner, Pedro. Moyano, Rafael. 1989. “¿Cómo nos comunicamos? Del gesto a la telemática”. Biblioteca de Recursos Didácticos Alhambra.
- Estudio del Psicoanálisis y la Psicología. <http://psicopsi.com/Silencio-y-comunicacion-no-verbal>
- <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/8173/trms2de3.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- López Herrera, M.; López Arística, M. y López Herrera, L. 2012. “Cultura y comunicación: una relación compleja”, en Contribuciones a las Ciencias Sociales, Marzo 2012, www.eumed.net/rev/cccss/19/
- “Significados”. <https://www.significados.com/cultura-popular/>
- “Importancia del arte y la comunicación”. <http://blogs.upn.edu.pe/comunicaciones/2017/07/11/importancia-del-arte-en-la-comunicacion/> 11 de julio de 2017
- “Arte, expresión y comunicación”. <http://ups-obs.ucr.ac.cr/index.php/arte-expresion-comunicacion>

UNIDAD II

EL PROCESO DE COMUNICACIÓN

PROPÓSITO

Al finalizar la unidad la y el alumno:

Comprenderá el proceso de comunicación a través de la identificación de sus elementos para mejorar sus habilidades comunicativas.

TIEMPO: 16 HORAS

TALLER DE COMUNICACIÓN I

2.1 DIFERENCIA Y RELACIÓN ENTRE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN

OPERATIVO DEL APRENDIZAJE

UNIDAD II.

EL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN

APRENDIZAJE.

Establece la diferencia y relación entre comunicación e información.

TEMÁTICA.

Concepto de comunicación:

- Características de la comunicación.

Concepto de Información:

- Características de la información.

SECUENCIA OPERATIVA

A) PREINSTRUCCIONAL (CONOCIMIENTOS PREVIOS A LA CLASE).

- El profesor solicitará a los alumnos la lectura “**DIFERENCIA Y RELACIÓN ENTRE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN**” y el alumno elaborará un cuadro comparativo de relación y diferencias entre ambos conceptos.

B) COINSTRUCCIONAL (DESARROLLO EN CLASE O CLASES DEL CONTENIDO TEMÁTICO).

- En clase y con base con los cuadros comparativos, el grupo se organizará en equipos de 4 o 5 integrantes; se aplica la actividad “Unión e intercepción de conjuntos” o Collage de comunicación e información. (**ANEXO 1**)
- **NOTA:** Una clase antes, solicitar al grupo que lleven al salón un pliego de papel bond o américa, imágenes, fotografías o dibujos, compas, tijeras, pegamento.
- Cada uno de los equipos presentan su trabajo, el grupo realizará comentarios de los ejemplos o imágenes que están representado las diferencias y relaciones de ambos conceptos.
- El profesor aclara dudas del tema.

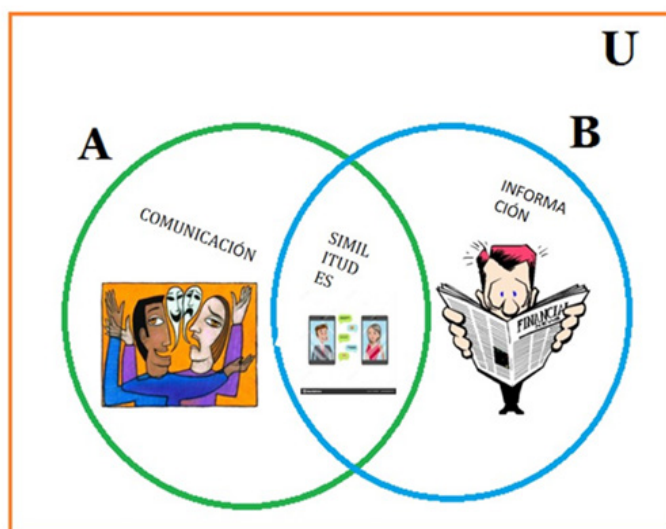
C) POSINSTRUCCIONAL (AFIANZAMIENTO DEL APRENDIZAJE DESPUÉS DE CLASE).

- Se les solicita de tarea el Ejercicio de repaso (**ANEXO 1**).

ANEXO 1

UNIÓN E INTERCEPCIÓN DE CONJUNTOS O COLLAGE DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN	
OBJETIVO: Ejemplificar con imágenes las características de los conceptos de comunicación e información. Asimismo, sus diferencias y similitudes.	
TIEMPO: 40 minutos. LUGAR: salón de clases.	MATERIAL: Un pliego de papel bond o américa, imágenes, fotografías o dibujos, compas tijeras, pegamento.
INICIO: 1) El profesor explicará la actividad a realizar, se organiza el grupo en equipos de 4 o 5 integrantes, con anticipación se les solicita lleven el material.	
DESARROLLO: 2) Se les pide busquen imágenes que representen las características o conceptos de comunicación e información, para organizarlos en un esquema de “Unión e intercepción de conjuntos”. En círculo A, pegan las imágenes de comunicación, únicamente. En el círculo B, las de la información. En la intercepción de conjuntos se representarán imágenes de las similitudes de ambos conceptos. 3) En plenaria cada uno de los equipos explicará su trabajo, argumentado cada una las imágenes utilizadas.	
CIERRE: Conclusiones del profesor y alumnos.	
EVALUACIÓN: <ul style="list-style-type: none">• Participación en clase• Realización del trabajo “Unión e intercepción de conjuntos” o Collage de comunicación e información.• Exposición del trabajo• Mapa comparativo.• Ejercicios.• Participación.	

TALLER DE COMUNICACIÓN I



ANEXO 2

UNIÓN E INTERCEPCIÓN DE CONJUNTOS O COLLAGE DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN	
APRENDIZAJE: Que el alumno comprenda la diferencia que existe entre comunicación e información.	
TIEMPO: 40 minutos. LUGAR: salón de clases.	MATERIAL: Imágenes (ANEXO 2.1)
INICIO: 1) Una vez que los alumnos hayan leído el texto del Concepto y características de comunicación e información, y revisado sus cuadros comparativos producto de la lectura, analizarán algunas imágenes para que comenten, y así ejemplifiquen características de comunicación o información.	
DESARROLLO: 2) Observar cuidadosamente las tiras del caricaturista Quino y mencionar qué características representan, si de comunicación o información, y explicar brevemente. (ANEXO 2.1) 3) Se realiza una lluvia de ideas de los términos información e comunicación.	
CIERRE: Se realiza una lluvia de ideas de los términos información y comunicación. En equipos de 4 o 5 integrantes, redactan con sus propias palabras el concepto de comunicación e información Conclusiones del profesor y alumnos.	

UNIÓN E INTERCEPCIÓN DE CONJUNTOS O COLLAGE DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN

EVALUACIÓN:

- Cuadro comparativo.
- Resolver el ejercicio.
- Participación en la plenaria.
- Redacción de los conceptos de comunicación e información.

ANEXO 2.1

En las siguientes imágenes, indica qué proceso representa, el de comunicación o información, explica brevemente por qué.



TALLER DE COMUNICACIÓN I

ANEXO 2.1



DIFERENCIA Y RELACIÓN ENTRE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN

DESARROLLO DEL TEMA

1. INTRODUCCIÓN

Actualmente, hablar de comunicación e información, como procesos distantes y semejantes, ha traído diversas interpretaciones, en ocasiones se confunden, se distorsionan o se confrontan. En el presente trabajo nos acercaremos a estos conceptos para entender la diferencia y su relación en dos corrientes de estudio. Distinguiremos estos dos conceptos desde el enfoque conductista propuesto y desarrollado en el siglo pasado y el cognitivismo que actualmente, en este siglo, se está aplicando.

2. CONCEPTOS DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN

Los vocablos comunicación e información se utiliza en una gran variedad de contextos y una gran diversidad de sentidos que, en ocasiones, contribuyen a hacerlo confuso. Los utilizaremos como sinónimos. Para evitar estas situaciones y asegurar que todos evoquemos el mismo significado o sentido de las expresiones, realizaremos un acercamiento de los conceptos o términos clave del tema, entonces retomaremos el significado de origen y en la acepción que corresponde al uso que se le da al programa de la asignatura, para eso se incluye la definición del *Diccionario de la Real Academia de la Lengua*. Así como algunos diccionarios especializados o investigaciones de otras disciplinas como la sociología.

2.1. CONCEPTO DE COMUNICACIÓN

Del Diccionario Real Academia Española dice Comunicación proviene del latín *communicatio*, -ōnis.

1. f. Acción y efecto de comunicar o comunicarse.

2. f. Trato, correspondencia entre dos o más personas.
3. f. Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.

La comunicación es el proceso de transmisión de información entre un emisor y un receptor que decodifica e interpreta, un determinado mensaje. Se deriva del latín *communicatio* que significa compartir, participar en algo o poner en común.

La importancia de la comunicación radica que, a través de ella, los seres humanos comparten información diferente entre sí, haciendo del acto de comunicar una actividad esencial para la vida en la sociedad.

En el Diccionario de Sociología, dice textualmente: Procesos de poner en común o intercambiar estados subjetivos tales como ideas, sentimientos, creencias, usualmente por medio del lenguaje, aunque también por medio de la representación visual. Otros diccionarios definen la comunicación como paso o contacto que se establece entre ciertas cosas, así como cada uno de los medios que sirven para establecerlo.

De acuerdo al glosario de términos para Taller de comunicación I y II, comunicación proviene del latín *communis* que significa compartir con alguien. Es un proceso (serie de fases de un fenómeno) por medio del cual emisores y receptores de mensajes interactúan en un contexto social dado. A lo largo del proceso comunicativo, las personas serán emisores (productores de mensajes) o receptores (perceptores del mensaje).

Entonces de acuerdo a los conceptos, comunicación, significa compartir, poner en común algo, hacer saber una cosa [Caporal: 2009: 66]. Donde debe existir un marco común de significados que permita a los sujetos involucrados en el proceso evocarlos también en común [Corral: 2002: 47].

El concepto de comunicación es un proceso de transmisión y recepción de mensajes (parte de la información), en donde el emisor y receptor deben compartir el mismo código para su cabal entendimiento, es indispensable e imprescindible para llevar a cabo este proceso. Asimismo, estar insertados en el mismo contexto e intervenir en los campos de experiencia comunes. Los procesos de comunicación son herramientas sociales que permiten la interacción humana. Es decir, la comunicación es expresión de una necesidad del ser humano en cuanto a lo individual y social.

2.2. CONCEPTO DE INFORMACIÓN

Igualmente, del Diccionario Real Academia Español, información proviene del lat. *informatio, -ōnis* 'concepto', 'explicación de una palabra'.

1. f. Acción y efecto de informar.
2. f. Oficina donde se informa sobre algo.
3. f. Averiguación jurídica y legal de un hecho o delito.

La información está constituida por un grupo de datos ya supervisados y ordenados, que sirven para construir un mensaje basado en un cierto fenómeno o ente. La información permite resolver problemas y tomar decisiones, ya que su aprovechamiento racional es la base del conocimiento.

Informar viene del latín *informare*: significa entrar, instruir, dar forma sustancial a una cosa, poner forma, dar un aspecto o forma, crear, pero también representar, presentar, crear una idea o una noción.

TALLER DE COMUNICACIÓN I

Proceso de construcción de datos a partir de hechos, sucesos o fenómenos generados en distintos contextos, permite al perceptor adquirir nuevos conocimientos y reduce la incertidumbre. Entre más informado estén los perceptores va reducir el caos y el miedo.

Dentro del concepto de información es necesario aclarar los conceptos y datos, información y conocimiento, pues será importante puntualizar en sus diferencias, y comprender más la toma de decisiones, las cuales van influir en la acción o respuesta de quien lo reciba. También depende bajo qué condiciones se recibe un estímulo o información.

- Datos: elemento constitutivo del conocimiento. Comprenden hechos, elementos, etc., que permite estudiarlos, analizarlos o conocerlos. Mecanismos por los cuales nos es posible medir e identificar algún aspecto de nuestro mundo, es decir convertirlos en datos, para que tengan un valor significativo para alguien que se transforma en información.
- Información: es una interpretación de los datos basada en un cambio de las condiciones y en el paso del tiempo; se asignan patrones, relaciones y significado a los datos. Cuando los datos significan o le da un sentido, o una relevancia se considera en algo nuevo, por tanto, es información.
- Conocimiento: se entiende como una información organizada dentro de un marco conceptual como ser una visión del mundo, un concepto, un principio, una teoría, que nos pueda ayudar a entender la realidad, resolver problemas y tomar las decisiones [Prada Madrid: 2008].

Estos tres conceptos son los pilares fundamentales para la toma de decisiones. Aunque la información depende la comunicación para hacer llegar al receptor todos los datos para influir en la actitud de las personas.

Entonces cuando el individuo o ente transforma los datos en información al agregarles significación, es decir los considera importantes, a partir de entonces puede tomar una mejor decisión.

En el proceso de comunicación, el mensaje es la información, el cual tiene un emisor y receptor. Y la información tiene la intención de cambiar la forma de percibir y discernir sobre algo, orientado a influir sobre su punto de vista y por ende sobre sus decisiones, en este caso del receptor. Convirtiéndolo en un proceso de envío unidireccional y autoritaria.

Autoritaria porque ya no se informa desde un solo lado para convencer, de manejar, de condicionar al sujeto para que adopte la nueva conducta propuesta, el emisor protagonista, dueño de la comunicación que envía un mensaje a un receptor que continúa en su papel subordinado. (Spinelli, Eleonora).

Aunque las conductas son organizadas y planeadas, no pueden proceder del exterior del sujeto, sino que proceden del interior del mismo (comunicación intrapersonal).

Para desmenuzar la teoría del procesamiento humano de la información, lo explicaremos desde la propuesta de Gagné, el cual explica el aprendizaje como desarrollo interno de la persona (comunicación intrapersonal).

Las personas aprenden a través de los receptores del cuerpo humano, es decir a través de los sentidos capta la información del entorno en forma de energía (luminosa, acústica, química, etc.). Cada uno de los sentidos posee un sistema de registro o memoria de las percepciones. Gracias a estos registros sensoriales es posible mediante la atención selectiva, enviarla intencionalmente a la memoria de corto plazo, desechando aquella que no es relevante. Cuando esta información es significativa e importante, pasa a la memoria a largo plazo.

La memoria a corto plazo es la capacidad de recordar, tiene una duración de 15 y 30 segundos, se basa principalmente en sonidos, imágenes y símbolos. Constituye la memoria sensorial, a la repetición; la memoria a corto plazo, tiene mayor información que, en un momento determinado, pasará a la memoria a largo plazo.

Esta última tiene una capacidad de almacenamiento de la información casi ilimitada, que se puede referir a momentos, significados, relaciones, conceptos, vivencias, destrezas y habilidades.

Para guardar la información, ésta debe convertirse en interpretaciones y acomodarse jerárquicamente en forma de esquemas o redes, lo más delicado de este proceso es la organización. Para volver a utilizar esta información almacenada es necesario enviarla a la memoria temporal (poner una imagen), si resulta deficiente la organización podría dificultar el proceso e incluso olvidarla.

Frecuentemente relacionamos situaciones, hechos significativos con olores, imágenes, ruidos, músicas, etc. Para generar respuestas, se organiza y estructura para ejecutar una conducta que el organismo dará al entorno, en función de la información proveniente de la memoria temporal, recuperada, a su vez de la memoria a largo plazo. La conducta provocada por el generador de respuestas puede ser intencional o automática.

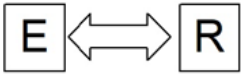

Por eso el dicho “lo que bien se aprende nunca se olvida”. Quienes ejecutan las respuestas o conductas son los efectores como los órganos y glándulas que mueven al cuerpo, a través de movimientos físicos, gesticulaciones, expresiones verbales, posturas corporales sentimientos.

Toda esta ejecución va dirigida a las funciones fundamentales al proceso de aprendizaje. Se activan estrategias de memorización, se recupera información y se activan los efectores. Este mecanismo es movido por motivaciones y metas que nos impulsan. A través de la activación de los mecanismos presentes en el proceso de la información, es posible lograr el aprendizaje, el cual se traduce en capacidades aprendidas.

3. CARACTERÍSTICAS, DIFERENCIAS Y SU RELACIÓN DE LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN.

Al principio, la comunicación y la información eran estudiados dentro de las corrientes o enfoques sociales, era pensar en los medios masivos [Paoli: 2004: 6], que prevalecían en el siglo pasado, como el cine, televisión, prensa, radio, entre otros; se adueñan de la información y la manejan en forma unidireccional, es decir, la utilizan a su conveniencia, sin que los receptores tengan oportunidad de intervenir dialógicamente en el proceso. (Jürgen Habermas).

Posteriormente, Antonio Pascual, venezolano, su seguidor, en su libro sociología y comunicación, publicado en 1966, presenta un enfoque en el cual distingue la relación de comunicación de la relación de información. Estas se han interpretado así:

COMUNICACIÓN	INFORMACIÓN
<ul style="list-style-type: none">• Es democrática• Libera• Es bidireccional 	<ul style="list-style-type: none">• Es autoritaria• Enajena• Es unidireccional 

TALLER DE COMUNICACIÓN I

Esta corriente se posicionó durante mucho tiempo e influyó enormemente en la concepción que muchos tienen sobre comunicación (**diálogo**) y la información (**monólogo**), afirmando que ni siquiera, a la comunicación masiva, se les puede dominar así, sino solamente **medios de información masiva** por no cubrir lo dialógico.

Por lo tanto, la corriente de referencia es la del conductismo, que estudiaba al sujeto como un ente pasivo y receptivo, nada más lo que interesaba era comprender las intenciones de los emisores, y por ende, conocer los efectos que provocaban los mensajes masivos recibidos por el quién (sujeto). Entonces, el campo de estudio de la comunicación humana y la información estaba limitado, a observar el impacto que producían los mensajes masivos al sujeto, pero no al sujeto mismo.

Entrando al siglo XXI y actualmente con la vorágine de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's) se van modificando la forma de elaborar, adquirir y transmitir la información (conocimientos). Aquí se enfatiza más en entender, conocer al sujeto, qué sucede en el proceso de percepción, y decodificación de mensajes.

3.1. ENFOQUE CONDUCTISTA.

El enfoque conductista estudiaba al sujeto como un ente pasivo y receptivo, nada más lo que interesaba era comprender las intenciones de los emisores por ende conocer los efectos que provocaban los mensajes masivos recibidos por el quién (sujeto).

Algunos fundadores de la Ciencia de la Comunicación fue Harold Lasswell, por ello es importante, pues fue el autor del esquema: **quién- dice qué- a quién- en qué canal- con qué efecto**. Este esquema es uno de los clásicos, en torno del cual gira la explicación del proceso de la comunicación. Conjuntamente con Berelson, crearon la técnica conocida como "Análisis de contenido" que se emplea para medir cómo y en qué grado los mensajes influyen en las conductas y comportamientos de los ciudadanos [Jiménez: 1984: 45].



Las cinco grandes zonas en el estudio del proceso de la comunicación. El modelo de Lasswell se publicó en 1948, en su artículo *Estructura y Función de la Comunicación de Masas*. En éste es posible apreciar la presencia de las concepciones conductistas dominantes en el panorama científico de la época, las cuales pretendían explicar el comportamiento de las masas como la respuesta ante distintos estímulos.

Además, el contexto político del período de entreguerras con el desarrollo del aparato propagandístico de la Unión Soviética y de la Alemania nazi creó una situación propicia para presuponer, a partir de principios conductistas, ciertos efectos de los medios masivos sin realizar ninguna indagación empírica.

Recordemos que durante este período se consolidaron dos grandes medios de comunicación: el cine y la radio. Ambos, se convirtieron en instrumentos de la propaganda política, máxima preocupación de la época y de la *Mass Communication Research*, a lo largo de toda su historia.

3.1 ESQUEMA DEL CONDUCTISMO APLICADO A LA COMUNICACIÓN (CAJA NEGRA)

Para Watson los seres vivos somos “cajas negras” cuyo interior no es observable. Cuando los estímulos externos llegan a nosotros damos respuestas en consecuencia. Desde el punto de vista de los primeros conductistas, si bien se dan procesos intermedios dentro del organismo, al ser inobservables deben ser ignorados al analizar el comportamiento.

Sin embargo, a mediados del siglo XX los conductistas matizaron esto y, sin desdeñar la importancia de los procesos no observables directamente que ocurren en el interior del cuerpo, señalaron que la psicología no necesita dar cuenta de ellos para aportar explicaciones sobre las lógicas que rigen la conducta. B. F. Skinner, por ejemplo, se caracterizó por dar a los procesos mentales exactamente el mismo estatus que la conducta observable, y por concebir el pensamiento como conducta verbal.



Es «negra» en el sentido de que, al menos inicialmente, no se conoce lo que hay ni lo que ocurre «adentro»: sólo se sabe que «hace algo», que «opera una transformación», es decir que «procesa» elementos (objetos) provenientes del entorno. También se dice que el objeto «caja negra» realiza una «transacción» con el entorno. Los objetos que son transformados conforman un flujo (representado por las flechas del gráfico) que puede ser de materia, de energía o de información.

3.3 CONCEPTOS DE COMUNICACIÓN Y DE INFORMACIÓN DE COMUNICÓLOGOS DEL SIGLO PASADO

Para Lasswell la comunicación es un proceso lineal de un mensaje que parte desde el emisor hacia el receptor por medio de un canal y un código correspondiente que ambos agentes compartan.

Es decir, él plantea una comunicación conductista, que parte desde un emisor activo que produce un estímulo que llega a una masa pasiva de destinatarios, que reaccionan frente a este estímulo.

La información podría definirla como datos del entorno y sugerencias de cómo reaccionar ante los acontecimientos.

Para Antonio Paoli, la comunicación se entiende como el acto de relacionarse entre dos o más sujetos, mediante el cual se evoca en común un significado. Para ello se requiere tener más experiencias similares para evocar significados en común. Por ejemplo, cuando dos sujetos escuchan “miau” “miau”, seguramente, si los dos tienen conocimiento del concepto, experiencias y nivel de conocimiento, podrán evocar una misma imagen. Aunque de acuerdo sus experiencias podrán evocar un gato gris, blanco o negro.

TALLER DE COMUNICACIÓN I

Asimismo, a la información la concibe como un conjunto de mecanismos que permiten al individuo retomar los datos del ambiente y estructurarlos de una manera determinada, de modo que sirvan como guía de su acción.

Por lo tanto, no es lo mismo que comunicación, aunque la supone. En la información no se necesita evocar en común con otro u otros sujetos [Paoli: 2004: 11].

3.3 LA COMUNICACIÓN VS INFORMACIÓN

La comunicación y la información son fenómenos ligados, se establecen como un fragmento de una misma familia que comparten infinidad de situaciones y dependen muchas veces el uno del otro para lograr sus propósitos. Así, comunicación e información son dos aspectos de la totalidad del ser humano. El ser humano y la sociedad no pueden estar sin la comunicación y no pueden transformarse sin la información. Ambos conceptos no pueden separarse totalmente y solamente lo haremos para facilitar su estudio. Debe quedar claro que la comunicación es el Proceso Totalizador. La comunicación constituye el proceso de transferencia.

La información está en forma real o en potencia de ser en el flujo impactante que circula en dicho proceso. Ciertamente que la información está relacionada con el mensaje, pero va más allá; se localiza también en la cualidad que tienen en un momento dado el emisor, el mensaje, el receptor o perceptor, en general todo el proceso, ya que la información no existe ni tiene sentido mientras que el emisor no tenga un propósito, el mensaje no cuente con el tratamiento adecuado y el perceptor no tenga una falta o duda perceptiva que acepte y asimile este flujo impactante. Por ejemplo, para Sergio Flores de Gortari la información es “aquello que es comunicado, o sea, el contenido de la comunicación, como cúmulo de datos, los cuales adquieren un significado, que no poseían hallándose dispersos o sistematizados, sino hasta al momento de pasar de potencia a acto, en función del mensaje que se pretende hacer llegar al receptor y de los objetivos que se han de satisfacer con dicho mensaje”.

La principal diferencia radica en que la comunicación no precisa de la información para ser lo que es, comunicación. En cambio, **la información si requiere de la comunicación para ser transportada**, recibida y percibida. Por ejemplo, un alumno que cursa los distintos grados formativos., en realidad está cursando distintos niveles informativos, o, mejor dicho, de **“comunicación informativa”**, que hipotéticamente se va saturando (**aprendiendo**) conforme avanza, Si el alumno repitiera una y otra vez el mismo nivel o grado, llegaría en algún momento a tener un proceso simple de comunicación, puesto que la información se va o desaparece en cuanto la va asimilando, pero para él el proceso comunicativo **nunca desaparece**. En otras palabras, **toda información requiere comunicación, pero no toda comunicación requiere de la información**.

3.4 ENFOQUES COGNOSITIVISTA Y COSTRUCTIVISTA.

El cognoscitivismo. Tendencia psicopedagógica, se fundamenta en el análisis de años aspectos psicológicos existentes, de esa manera obligada, en los procesos que conducen al conocimiento de la realidad objetiva, natural y propia del hombre, es decir, estudia el proceso de aprendizaje desde la lógica de los procesos de información.

Constructivismo. Sostiene que el conocimiento no se recibe pasivamente, sino que es construido activamente por el sujeto cognitivo.

El procesamiento de la información trabaja con las teorías:

CONDUCTISTA

Se centra en el estudio del aprendizaje mediante teorías basadas en el análisis del estímulo y sus respuestas.



COGNITIVISTA

Se basa en procesos mentales internos, es decir, en el propio organismo.

[People illustrations by Storyset](https://storyset.com/people)

Entrando al siglo XXI y actualmente con el rápido progreso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's) se van modificando la forma de elaborar, adquirir y transmitir la información (conocimientos). Aquí se enfatiza más en entender, conocer al sujeto, que sucede en el proceso de percepción, decodificación de mensajes.

4. CONCLUSIÓN

Existe una dualidad de planos de existencia de la información, uno como entidad subjetiva que se genera en la mente de las personas (para sí) y otro, con una existencia objetiva (en sí), en el cual se percibe la información cuando se plasma en algún soporte o se trasmite en un proceso de comunicación.

La información también se puede crear, expandir y multiplicar sin ningún tipo de límite y como no cumple el principio de conservación de la materia o de la energía, la persona que la trasmite, no se queda por ello sin ella, su uso no la desgasta, sino que produce más información. Por ello, los límites de la información no están en lo cuantitativo, ella se transmite simultánea y para lalmente en todas direcciones y bajo múltiples formatos. La información puede estar en todas partes al tiempo, no ocupa ningún lugar en el espacio ni el tiempo. Una misma información puede ser poseída por distintas personas.

Por la inteligencia la información es capaz de crear nueva información y por la conciencia es capaz de percibirse a sí mismo como creador y manipulador de comunicación e información. El ser humano no es un simple receptáculo indefenso ante la información, el día que lo sea dejará de existir como tal.

TALLER DE COMUNICACIÓN I

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Aguilera Terrats, J. “El procesamiento humano de la información”. http://www.geocities.ws/javi_her/lec_4.pdf. Consultado el 23 octubre de 2018). P. 2
- Corral Corral, M (2002). “Comunicación y vid, Taller de comunicación I”. 2ª ed. México, edére. P. 47.
- Jiménez Méndez, H.(1984). “La ciencia de la comunicación en América latina”. México, quinto sol. P. 45
- Prada Madrid, E. (2008). “Los insumos invisibles de decisión: Datos, información y conocimiento”. <http://eprints.rclis.org/14256/1/ad1110.pdf>. Consultado febrero 12-14, 2019).
- Paoli, A. (2004). “Comunicación e Información. Perspectivas Teóricas”. México: Trillas. P. 6, 11.
- Comunicólogos. “Modelo de Lasswell”. <https://www.comunicologos.com/teorias/modelo-de-lasswell/> Consultado el 26 de abril de 2019.
- “Diccionario de sociología”, 2010. México, Fondo de Cultura Económica.
- “Diccionario UNESCO de ciencias sociales I”, 1987. España, Editorial planeta-De Agostina.
- “Glosario de términos de Taller de Comunicación I-II”. (2014), Escuela Nacional de Colegio de Ciencias y Humanidades. P.9
- “Paquete didáctico Taller de Comunicación I” (2009). México: UNAM CCH Oriente. P 66.
- “Presentación de Prezi”. <https://prezi.com/eqycmgeqfhwo/comunicacion-segun-harold-lasswell/>. Consultado 24 mayo de 2019.

2.2 CONCEPTO Y CARACTERÍSTICAS DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN

OPERATIVO DEL APRENDIZAJE

UNIDAD II.

EL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN

APRENDIZAJE.

Explica a la comunicación como un proceso a partir de la identificación de sus elementos.

TEMÁTICA.

Concepto y características del proceso de comunicación.

- Modelos lineales
- Modelos horizontales o circulares

Elementos básicos del proceso de la comunicación.

- Emisor
- Perceptor
- Mensaje
- Códigos
- Canal (medio)
- Contexto
- Retroalimentación
- Ruido

SECUENCIA OPERATIVA

A) PREINSTRUCCIONAL (CONOCIMIENTOS PREVIOS A LA CLASE).

- El profesor les pide la lectura del texto **CONCEPTO Y CARACTERÍSTICAS DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN**. Les solicita que realicen un mapa conceptual o mapa mental, un resumen, etc. Basándose en el texto leído, posteriormente les solicita que expresen sus dudas sobre el mismo.
- El docente forma equipos de cinco integrantes, les pide que retomen los elementos de la situación comunicativa que han aprendido durante los cursos del Taller de Lectura y Redacción, y con eso elaboren un modelo de la situación comunicativa con un ejemplo; el maestro los revisa y hace comentarios para su corrección.

TALLER DE COMUNICACIÓN I

B) COINSTRUCCIONAL (DESARROLLO EN CLASE O CLASES DEL CONTENIDO TEMÁTICO).

- El profesor solicita a los equipos que cotejen su modelo de la situación comunicativa con los modelos que aparecen en la lectura realizada y escriban cuáles son las diferencias y semejanzas entre esos modelos.
- El profesor solicita que realicen un nuevo modelo, integrando los elementos que faltan para tenerlo más completo, y escojan un modelo de comunicación para presentarlo ante el grupo.
- Cada equipo expone su nuevo modelo en la clase.
- El profesor resuelve las dudas que tengan los alumnos sobre los modelos del proceso de la comunicación.
- El profesor les solicita que copien en su cuaderno, y completen el ejercicio: **CUADRO COMPARATIVO DE LOS DISTINTOS MODELOS DE COMUNICACIÓN (ANEXO 1).**
- El profesor revisa los distintos cuadros comparativos y selecciona el mejor para anotarlo en el pizarrón.
- El profesor solicita que realicen dos ejemplos de comunicación horizontal social y comunicación horizontal organizacional y elaboren un cuadro con sus semejanzas y diferencias.
- El profesor les pide que realicen el ejercicio: **IDENTIFICA LOS ELEMENTOS DEL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN (ANEXO 2).**

C) POSINSTRUCCIONAL (AFIANZAMIENTO DEL APRENDIZAJE DESPUÉS DE CLASE).

- Realizan el ejercicio: Elementos básicos del proceso de la comunicación (**ANEXO 3**).
- En plenaria reflexionan acerca de la importancia que tienen los modelos para explicar el proceso de la comunicación.

EVALUACIÓN

- Participación en clase.
- Realización de los cuadros comparativos
- Elaboración del modelo de la situación comunicativa.
- Realización de su propio modelo del proceso de la comunicación
- Cumplimiento de los ejercicios.

ANEXO 1

CUADRO COMPARATIVO DE LOS DISTINTOS MODELOS DE COMUNICACIÓN			
APRENDIZAJE: Que los alumnos aprendan a distinguir los diversos elementos usados por los teóricos de la comunicación para elaborar sus modelos.			
INICIO: 1) Realiza la lectura del texto: Concepto y características del proceso de comunicación. 2) Basado en la lectura, copia el cuadro (proporcionado por el profesor) y anota en las columnas los elementos que conforman los distintos modelos del proceso de la comunicación y en base a ello reflexiona y anota que ventajas y desventajas encuentras para el estudio de la comunicación humana.			
DESARROLLO: 3) Después realiza un modelo propio con los elementos que tú consideras son indispensables			
Modelos	Elementos	Ventajas	Desventajas
Laswell y Nixon			
Osgood y Scharmm			
Beltrán			
CIERRE: En plenaria reflexionan acerca de la importancia del estudio y conocimiento de los modelos de comunicación.			
EVALUACIÓN: <ul style="list-style-type: none">• Asistencia a clase.• Elaboración del cuadro comparativo de los modelos del proceso de comunicación.• Realización de su propio modelo del proceso de comunicación.			

TALLER DE COMUNICACIÓN I

ANEXO 2

IDENTIFICA LOS ELEMENTOS DEL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN

APRENDIZAJE:

- 1) Reconoce los elementos del proceso de comunicación en una situación comunicativa.

DESARROLLO:

- 2) Identifica los elementos del proceso de la comunicación en la siguiente tira cómica.



CIERRE:

En plenaria reflexionan acerca de la importancia del estudio y conocimiento de los modelos de comunicación.

EVALUACIÓN:

- Asistencia a clase.
- Elaboración del cuadro comparativo de los modelos del proceso de comunicación.
- Realización de su propio modelo del proceso de comunicación.

ANEXO 3

ELEMENTOS BÁSICOS DEL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN
<p>APRENDIZAJE:</p> <p>1) Qué los alumnos repasen los conceptos aprendidos, identificándolos en una situación comunicativa de un programa de televisión.</p>
<p>DESARROLLO:</p> <p>2) El profesor les presenta un fragmento del programa de televisión Friends: Ellos no saben que lo sabemos. <i>They dont know that we know</i> y les solicita identificar los elementos del proceso de la comunicación que aparecen.</p> <p>3) Solicita a los alumnos que elaboren un modelo del proceso de comunicación basado en el video.</p> <p>4) Liga para ver el video: Friends: Ellos no saben que lo sabemos, <i>They dont know that we know</i> en https://youtu.be/yYlFq_UElpo David hoyos. Publicado 15 de nov. 2014. Consultado el 4 de abril de 2019 a las 19:30 hrs.</p>
<p>CIERRE:</p> <p>El profesor solicita que formen parejas e intercambien sus modelos. En plenaria identifican los elementos del proceso de comunicación que aparecen en el fragmento del video, se anotan en el pizarrón y para finalizar solicita que cotejen con el modelo elaborado por su compañero y hagan las correcciones pertinentes. El profesor da la conclusión del tema.</p>
<p>EVALUACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none">• Asistencia a clases.• Elaboración del modelo de los elementos del proceso.• Revisión y corrección del trabajo de su compañero.

CONCEPTO Y CARACTERÍSTICAS DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN

DESARROLLO DEL TEMA

1. INTRODUCCIÓN

Actualmente los estudios sobre la comunicación están en la multidisciplina que integra los estudios sobre el fenómeno comunicativo en distintas áreas del conocimiento, por eso debemos hacer énfasis en que hablaremos y estudiaremos a la comunicación humana, fenómeno complejo en constante evolución, donde el ser humano es el único que puede manipular la comunicación a sus propios intereses.

Ahí radica la importancia del estudio de la comunicación humana, pues el hombre es capaz de comunicarse en las formas más variadas desde los movimientos del cuerpo hasta desarrollar códigos como los emoticones.

Desde los años 30, en que iniciaron los estudios sobre la comunicación en los distintos campos del conocimiento, las ciencias sociales (psicología, sociología, antropología y últimamente la Comunicología), las matemáticas, la ingeniería y la física, han tenido la finalidad de comprender la interacción de los elementos que integran al proceso comunicativo, empleando distintos modelos de estudio de la comunicación.

Para este aprendizaje se ha seleccionado un ejemplo de cada tipo de los modelos de teóricos del proceso comunicativo para comprender cómo evolucionó el estudio de la comunicación humana y con ello tengas mayor comprensión sobre ellos.

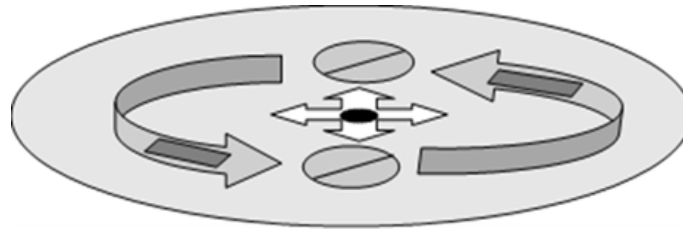
Es importante saber que el proceso de la comunicación está integrado por elementos que lo conforman e interactúan entre ellos. A cada elemento se le ha asignado un nombre específico para identificar el rol que desempeña en dicho proceso; por ejemplo, emisor o fuente, receptor o perceptor etc. Se verá cada elemento del proceso para su comprensión y estudio, y así lo puedas aplicar en tu vida cotidiana.

2. CONCEPTO Y CARACTERÍSTICAS DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN

En este apartado estudiaremos qué es el proceso de comunicación, cómo se define y sus características generales. También se abordarán los distintos modelos encargados de estudiar el proceso de comunicación, a partir de los años 30 del siglo XX hasta nuestros días. Estos son: el modelo lineal, el modelo horizontal y el modelo circular. Abordaremos sus características y citaremos un ejemplo de cada modelo de comunicación.

2.1. LA COMUNICACIÓN HUMANA COMO PROCESO

La comunicación es un proceso por contener una serie de elementos que lo integran e interactúan entre ellos, dándole un aspecto dinámico, debido a que están en constante movimiento. Es un intercambio de roles entre emisor y perceptor. El aspecto estático del proceso de la comunicación es cuando se registra el mensaje, ya sea por medio de una impresión o grabación.



En suma, todo proceso comunicativo implica una interacción entre los actores que lo integran.

2.2 MODELOS DE COMUNICACIÓN

Un modelo es la representación esquemática de objetos ideas o hechos. Los modelos nos sirven para explicar de forma simple una realidad o la manera en que se relacionan los miembros de un fenómeno determinado. Por otra parte, los modelos responden al conocimiento del momento en que se elaboran y dan cuenta de las visiones que prevalecen en ese momento histórico.

Desde la mitad del siglo XX ha cambiado la concepción general de la comunicación, con la aparición de modelos explicativos de sus elementos constitutivos y con consecuencias teóricas y prácticas.

2.3 MODELOS LINEALES

El modelo lineal es el primer modelo de comunicación aceptado; básicamente es una teoría de transmisión de mensajes centrada más en la comunicación masiva y sus efectos sobre el receptor. Se basa más en estudio de la comunicación lineal y las cuestiones de la unidireccionalidad de la respuesta; es decir, no hay un cambio de roles entre el emisor y receptor.

Un emisor envía su mensaje a un receptor, donde el único activo es el emisor, es una especie de monólogo, es vertical (si hablamos de comunicación organizacional) y unidireccional. Básicamente el receptor cumple un papel pasivo y fácilmente manipulable y todo el poder dentro de la comunicación lo tiene el emisor y los medios de comunicación.

• Modelo de Lasswell con modificaciones de Nixon.

Harold Lasswell propone que hay quién emite un mensaje, por medio de un canal bajo ciertas condiciones a un quién, de manera muy simple; sin embargo, Raymond Nixon, propone ampliar el modelo de Lasswell, incorporando las intenciones del emisor y la situación del receptor, para ver qué efecto tendrá en la respuesta. Como se puede observar el modelo sólo especifica cómo el emisor emite su mensaje y con qué intenciones más nunca menciona que respuesta da el receptor. Solo es lineal no hay de ida y vuelta.



Lasswell, H. D., (1948). The Structure and Function of Communication in Society, In: The Communication of Ideas, ed. Bryson, L., New York: Harper and Row, pp. 37-51.

TALLER DE COMUNICACIÓN I

Otro teórico de la comunicación como DeFleur opina que Lasswell utiliza la teoría mecanicista de estímulo respuesta, tomando en cuenta solo las variables contextuales que intervienen en el emisor.

Las ventajas del modelo lineal:

- Mantiene unidas la comunicación y la acción.
- Su sencillez de presentación.
- La precisión a la hora de emitir un mensaje.

Las desventajas del modelo lineal:

- La confusión entre comunicación e información.
- La visión del receptor como pasivo.
- El mensaje como propio significado y no las personas.

2.4 MODELOS HORIZONTALES O CIRCULARES

Posteriormente, aparecerán dos modelos más: el modelo horizontal y el modelo circular, éstos centrarán su estudio en la ida y vuelta del contenido informativo de la comunicación humana y la interacción entre el emisor y receptor y su cambio de roles durante el proceso comunicativo.

Los modelos horizontales o circulares nos permiten analizar cómo se aborda la comunicación desde la perspectiva del cambio de roles del emisor y receptor, observando la parte dinámica del proceso, haciendo hincapié en la cuestión de la bilateralidad de la comunicación. Hay que destacar que el concepto de comunicación horizontal lo maneja la comunicación organizacional (la que se da dentro del ámbito empresarial, por tal motivo, procederemos a hacer la aclaración respectiva).



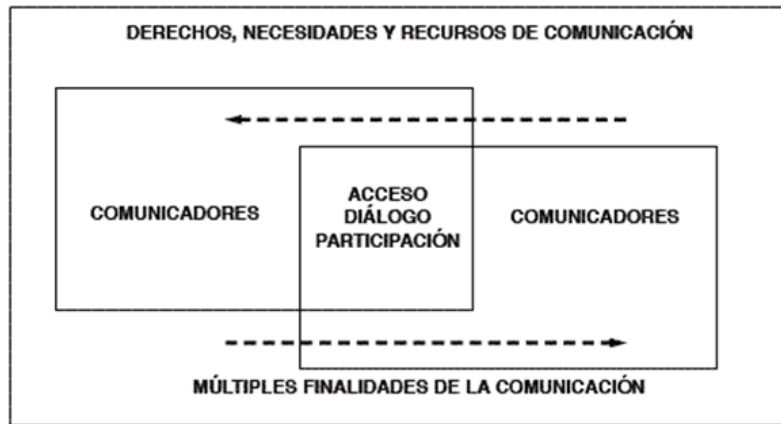
<https://rogerfort.files.wordpress.com/2011/05/comunicacion3b3n2.jpg>

2.5 MODELOS HORIZONTALES

Tienen como principal característica la interacción entre sus elementos, de forma más democrática y participativa. Se da dentro de la sociedad, a través de redes sociales, grupos de interés, comunidades, etc.

El diálogo es el eje de la comunicación horizontal, toda persona debe contar con oportunidades similares para emitir y recibir mensajes, podemos decir que la participación es la culminación de la comunicación horizontal.

Los modelos de tipo horizontal se basan en la interacción doble vía y la retroalimentación bidireccional, para poderlo ejemplificar está el Modelo horizontal de Luis Ramiro Beltrán [Beltrán, 1991: 154]



- Acceso es el ejercicio efectivo del derecho a recibir mensajes.
- Diálogo es el ejercicio efectivo del derecho a recibir y al mismo tiempo emitir mensajes.
- Participación es el ejercicio efectivo del derecho a emitir mensajes.
- Comunicadores son todos los seres humanos aptos tanto para recibir mensajes como para emitirlos
- Derecho a la comunicación es el derecho natural de todo ser humano a emitir y recibir mensajes intermitentemente o al mismo tiempo.
- Necesidad de comunicación es tanto una demanda natural individual como un requerimiento de la existencia social para usar los recursos de comunicación a fin de entrar a compartir las experiencias por interacción mediada por símbolos.
- Recurso de comunicación es cualquier elemento energía/materia – cognoscitivo, afectivo o físico– utilizable para hacer posible el intercambio de símbolos entre los seres humanos.

<https://www.alaic.org/revista/index.php/alaic/article/view/749>

Este modelo de Beltrán [Beltrán, 1991: 155], destaca las necesidades, los derechos y la participación y el diálogo entre los comunicadores, poniendo énfasis en que la comunicación es un acto democrático y participativo.

Como se había señalado anteriormente también está la comunicación Horizontal dentro de las organizaciones, el siguiente cuadro presenta dichas características de este tipo de comunicación horizontal.



<https://www.monografias.com/trabajos102/comunicacion-y-organizacion/img10.png>

TALLER DE COMUNICACIÓN I

Entonces la comunicación horizontal dentro de las organizaciones es aquella que se establece entre personas del mismo nivel jerárquico o donde no existe una relación de autoridad, como puede ocurrir entre los trabajadores de un mismo equipo o empleados de diferentes departamentos o delegaciones. Su objetivo, es proveer de un canal de coordinación y solución de problemas.

Para comprender más este modelo, veamos el siguiente cuadro comparativo entre las dos formas de comunicación horizontal.

Comunicación Horizontal Social	Comunicación Horizontal Organizacional
Se da en la sociedad civil.	Se da dentro de una empresa.
Los temas son de interés social.	Los temas conciernen a los asuntos de la empresa.
Empleo de redes sociales.	Empleo de las redes internas de comunicación.
No hay niveles jerárquicos.	Los participantes son del mismo nivel jerárquico (Accionistas, gerentes, jefes de área, agremiados del sindicato).
Hay grado alto de participación entre los integrantes.	

2.6 MODELOS CIRCULARES.

Los modelos circulares permiten comprender mejor la forma en que interactúa cada elemento del acto comunicativo, le dan más importancia al Role-taking (el cambio de roles entre emisor y perceptor), al feed-back o retroalimentación y la bidireccionalidad, en pocas palabras en la ida y vuelta del contenido informativo de la comunicación.

M. Kaplún propone el termino EMIREC, en el cual toda persona actúa alternadamente como emisor y receptor [Spinelli, :3].

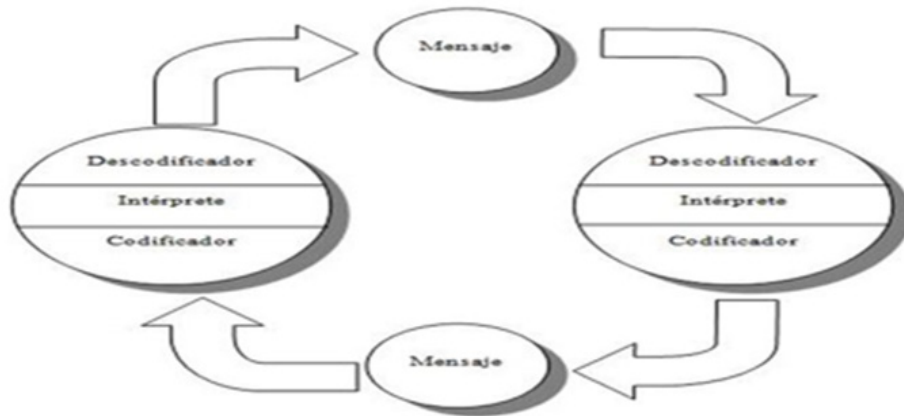


Para teóricos como DeFleur, Kearny y Plax, consideran a la comunicación como una “transacción simultánea e instantánea”. En otras palabras, la verdadera comunicación no está dada por un emisor que habla y un receptor que escucha, sino por dos o más seres que intercambian y comparten experiencias, conocimientos y sentimientos.

2.6.1 MODELO CIRCULAR DE OSGOOD Y SCHRAMM

Este modelo rompe la visión que se tenía sobre la linealidad de la comunicación, proponiéndola como un proceso circular, en donde la fuente productora del mensaje, como quien lo recibe, juegan un papel activo.

Se ocupan de la conducta de los elementos del proceso de la comunicación, se describen las partes que interactúan como iguales realizando funciones idénticas de la emisión a la recepción.



McQuail, D., Whindahl, S. (1997). Modelos para el estudio de la comunicación colectiva. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra (EUNSA). 3ª edición (1ª edición 1984).

Éste aborda el proceso de comunicación de forma no lineal ya que cada elemento del proceso es tanto fuente como destino y se transmiten infinidad de mensajes de manera continua e indefinida.

Ventajas de los modelos horizontales y circulares.

- Da valor al cambio de roles entre emisor y receptor.
- Maneja la retroalimentación en dos vías.
- Da importancia a la respuesta

Desventajas de los modelos horizontales y circulares.

- No precisa el momento del mensaje inicial.
- Puede causar confusión si no están bien definidos los elementos del proceso.

Para terminar, conocer los distintos modelos de comunicación, permite comprender cómo ha evolucionado el estudio de la comunicación humana, desde los inicios donde sólo se estudiaba la comunicación y sus efectos en las masas, hasta ya la inclusión de la comunicación intra, interpersonal, grupal, institucional y masiva y posmasiva, hasta cómo interactúan sus participantes en el fenómeno comunicativo.

3. ELEMENTOS BÁSICOS DEL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN

El proceso de la comunicación cuenta con una serie de elementos que lo conforman y sin ellos estaría incompleto y no se podría llevar a cabo. En este aprendizaje se busca que se conozcan todas sus características para mejorar la forma en cómo se comunican con sus padres, amigos y con otras personas en otras áreas de su vida social.

TALLER DE COMUNICACIÓN I



<https://luludgrafic0.wordpress.com/2013/10/16/elementos-de-comunicacion/>

•El emisor

La palabra emisor proviene del latín *emissor* que deriva del verbo *emittere* que significa el que emite. Es una persona o conjunto de personas que transmiten un mensaje con la intención de expresar sus ideas, sentimientos y necesidades. Éste configura por medio del lenguaje un mensaje para iniciar un proceso comunicativo.

Cada emisor otorga características particulares a los mensajes, al tomar en cuenta su personalidad, recursos, intenciones e intereses para comunicarse con el receptor considerando el contexto donde se encuentran.

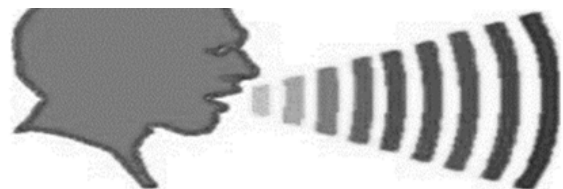
El emisor debe poseer ciertas habilidades que le permitan elegir de manera adecuada los códigos para realizar los mensajes que quiere transmitir. David Berlo [1985: 27-29] menciona los siguientes:

- ◇ Técnicas o habilidades para comunicación: pensar, hablar escribir.
- ◇ Actitudes: hacia sí mismo, hacia al mensaje y hacia el receptor. (pueden ser positivas o negativas)
- ◇ Nivel de conocimientos. Su conocimiento sobre el tema que comunica.
- ◇ Sistema sociocultural. Es su rol en la sociedad (cultura, costumbres creencias).

• El receptor

Antes de iniciar el tema debemos destacar que en los estudios sobre la comunicación en los años 30 hasta los 70 se le denominó **receptor**, ya que, según los teóricos de la comunicación, solo recibía los mensajes y emitía la respuesta como un autómata. Actualmente se le ha denominado receptor y a continuación veremos sus características.

La palabra receptor deriva de las palabras: del prefijo *per* (hacer algo desde el principio al fin); del verbo (agarrar capturar) y del sufijo *tor* (el que realiza una acción). Se entiende como persona que percibe algo.



https://sites.google.com/site/lacomunicacionenlaempresa47/_/rsrc/1351606559167/home/concepto-de-comunicacion/comunicacion-interna/el-proceso-de-la-comunicacion/images.jpg



<http://jcvalda.files.wordpress.com/2009/11/escuchar3.jpg>

Es una persona o un grupo de personas que reciben el mensaje emitido por el emisor, lo interpreta y le otorga un significado a lo percibido. Esto es a través de su propia experiencia (basándose en su formación académica, nivel socioeconómico, ideológica y cultural) y emitirá una respuesta de acuerdo con lo que interpretó.

Al final es el perceptor quien tiene la función más importante del proceso comunicativo pues es él quien decide si recibe el mensaje y lo interpreta para emitir una respuesta.

El perceptor debe poseer ciertas habilidades que le permitan interpretar de manera adecuada los mensajes para realizar una respuesta. David Berlo [1985: 30] menciona los siguientes:

- ◇ Técnicas o habilidades para comunicación: Pensar, escuchar, leer, escribir.
- ◇ Actitudes: hacia sí mismo, hacia al mensaje y hacia el emisor (pueden ser positivas o negativas)
- ◇ Nivel de conocimientos. Su conocimiento sobre el tema que comunica.
- ◇ Sistema sociocultural. Es su rol en la sociedad (cultura, costumbres creencias)

• Mensaje

El mensaje es la expresión que el emisor construye utilizando el lenguaje para transmitirlo a través de las palabras, gestos, imágenes y sonidos, etc. Es la información que se quiere comunicar.

Para Berlo [1985: 32] los factores que integran al mensaje son: el código es el conjunto de signos y símbolos estructurados, cuyo significado debe ser el mismo tanto para el emisor como para el receptor.

- ◇ El **contenido** son las ideas que posee el mensaje (temas, datos e información).
- ◇ El **tratamiento** se refiere a los modos y formas que se maneja el mensaje.



LOS REQUISITOS PARA UN MENSAJE EFICAZ SON:

Claridad. Los mensajes deben ser claros, comprensibles inequívocos.

Precisión. La información tiene que ser completa y precisa, para no generar desconfianza.

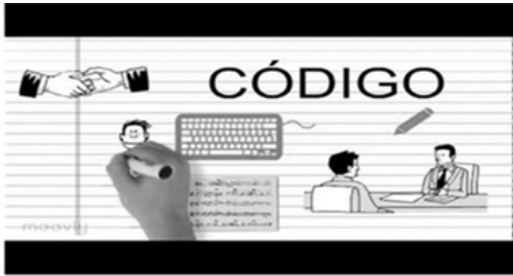
Objetividad. La información debe ser imparcial y objetiva.

Veracidad. El mensaje debe ser verdadero y autentico.

Oportuno. El mensaje ha de emitirse en el momento adecuado, no antes ni después.

Interesante. El mensaje ha de crear en el receptor una reacción positiva y solo se logra si es interesante.

TALLER DE COMUNICACIÓN I



https://www.google.com/search?q=codigo+en+la+comunicacion&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKewjAk4vu5K3iAhVkiDQIHtVMDysQ_AUIDigB&biw=1366&bih=657#imgrc=DbOXgPr3cYcQQM:



<https://ebdinnovatec.files.wordpress.com/2014/09/11006229-medios-de-comunicacion-social-concepto-comunicacion-globo2.jpg>

creado la humanidad para romper la barrera del espacio y tiempo. (el dibujo, teléfono [fijo y móvil], periódico, cine, etc.).

Los medios artificiales se pueden clasificar en [Corral, 2009: 90]:

◊ **Diacrónicos o diseminación.** Son los que permiten conservar el mensaje, por ejemplo, libro, periódico, fotografías, discos, etc.

◊ **Transmisión o sincronización.** Permiten la transmisión del mensaje, por ejemplo: el teléfono, telégrafo, radio televisión e internet.

• Contexto

Es el ambiente o el entorno que está alrededor del proceso comunicativo entre el emisor y receptor. Se relaciona con el tiempo y el espacio en el que se lleva a cabo la comunicación.

Hay que mencionar que el contexto puede ser físico (en la calle, salón de clases, la sala de la casa, etc.); social (entre la familia, compañeros de la escuela o trabajo, noviazgo, etc.) y psicológico (felicidad, enojo, tristeza, etc.), esto influye en el proceso de comunicación. [Fonseca, 2000:11].



http://1.bp.blogspot.com/_FbNyy5kAFek/SwiYj9k5YKI/AAAAA AAAABg/PrETy_YjFKc/s1600/contexto.bmp

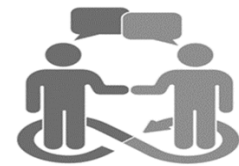
• Retroalimentación

La retroalimentación, también llamada feed-back o retroalimentación es un proceso doble ya que la respuesta que envía el perceptor hacia el emisor lo convierte también en emisor y viceversa. Cabe señalar que hay dos tipos de retroalimentación: la positiva o la negativa. La retroalimentación positiva es cuando el perceptor muestra interés y placer hacia el mensaje recibido y permite que exista la comunicación. La retroalimentación negativa se da cuando no hay ningún interés por parte del perceptor hacia el mensaje y no existe la intención de continuar la comunicación. En este caso, el emisor debe de analizar su mensaje y las formas de cómo lo envió para corregirlo y hacerlo atractivo para el perceptor.

• Ruido

El ruido o también llamado barrera es cuando en el proceso de la comunicación tiene interferencias, alteraciones o interrupciones y se ve afectada la interpretación del mensaje y con ello la retroalimentación de la comunicación, impidiendo que esta tenga fidelidad.

Sobre el ruido o barreras se abordará con mayor detalle en el tercer aprendizaje de esta unidad.



<https://2.bp.blogspot.com/-7CBkyCt0OPg/Vwz2GqLHEVI/AAAAAAB8B1/Maf8vWvZGIMjKpYoflpYXl6VfoDwscw/s1600/feedback-andresraya.png>

4. CONCLUSIÓN

El conocimiento y comprensión de los elementos del proceso de la comunicación te sirve para una eficaz elaboración de mensajes y, en consecuencia, a una mejor comunicación contigo mismo y con tu entorno, para evitar conflictos y problemas a futuro, volviéndote un comunicador eficaz.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Beltrán, Luis Ramiro. 1991. "Adiós a Aristóteles La comunicación Horizontal". En línea recuperado el 15/05/2019 de <https://www.alaic.org/revista/index.php/alaic/article/view/749>
- Islas, Octavio. 2011. "Modelos de comunicación". En línea. Recuperado el 26/02/2019 de: <https://octavioislas.files.wordpress.com/2011/01/modelos.pdf>
- Berlo, David. 1977. "El proceso de la comunicación", Buenos Aires: el Ateneo
- ----- 1985. "Elementos básicos del proceso de la comunicación". México: Trillas
- "Comunicación horizontal", En línea. Recuperado el 25/06/2019 de <https://www.edenred.es/blog/la-comunicacion-horizontal-como-hacer-que-la-informacion-fluya/>
- Corral, Manuel. 2009. "Comunicación y vida "1. México: Ederé
- Gutiérrez-Coba, Liliana. 2013. "Ahora sí, la comunicación". Revista, Palabra Clave
- Kauffman, Martha. Crane, David. 2014. "Friends Ellos no saben que lo sabemos, *They dont know that we know*". https://youtu.be/yYIFq_UElpo
- Marín, Antonio. 2006. "Las tecnologías de la información y comunicación: cambios en el modelo de comunicación". En línea. Recuperado el 17/05/2019 de https://www.researchgate.net/publication/47341528_Las_tecnologias_de_la_informacion_y_la_comunicacion_cambios_en_el_modelo_de_comunicacion
- Martínez, Fernando. 2014. "Ciencias de la Comunicación I". México: Santillana.
- Spinelli, Eleonora. "Los modelos de comunicación". En línea. Recuperado el 18/05/2019 de https://www.infoamerica.org/documentos_pdf/spinellio1.pdf
- UNAM-CCH Sur. "Taller de comunicación I Guía para el profesor". México: UNAM CCH Sur.
- UNAM-CCH Oriente. 2009. "Paquete didáctico de Taller de comunicación I". (2da edición). México: UNAM CCH Oriente.

TALLER DE COMUNICACIÓN I

2.3 FACTORES QUE FAVORECEN O LIMITAN EL PROCESO DE COMUNICACIÓN

OPERATIVO DEL APRENDIZAJE

UNIDAD II.

EL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN

APRENDIZAJE.

Contrasta los factores que favorecen o limitan el proceso de comunicación.

TEMÁTICA.

Factores que favorecen o limitan el proceso de comunicación:

- Redundancia
- Fidelidad
- Barreras

SECUENCIA OPERATIVA

A) PREINSTRUCCIONAL (CONOCIMIENTOS PREVIOS A LA CLASE).

- Los alumnos investigan cuáles son los factores que favorecen o limitan la comunicación en la vida cotidiana. (Deben ser de distintas fuentes, tres como mínimo: libros, páginas web, etc.).
- Con el producto de su investigación elaboran una lista de los factores que favorecen o entorpecen la comunicación.

B) COINSTRUCCIONAL (DESARROLLO EN CLASE O CLASES DEL CONTENIDO TEMÁTICO).

- En plenaria discuten los resultados de la investigación, se anotan en el pizarrón.
- El profesor explica los conceptos de redundancia, fidelidad y las barreras, y como éstas favorecen o afectan a la comunicación.
- Se les solicita la lectura **FACTORES QUE FAVORECEN O LIMITAN EL PROCESO DE COMUNICACIÓN** y que realicen un mapa conceptual.
- Se les pide que realicen en equipo el ejercicio: **Redundancia (ANEXO 1)**.
- Para profundizar sobre el tema de la fidelidad, el profesor juega al teléfono descompuesto; él decide si lo hace con dos equipos o con todo el grupo. Al finalizar explica cómo es afectada la comunicación, durante el juego.
- El profesor deja un ejercicio de forma individual, **que ejemplifique cada una de las barreras con una situación comunicativa (ANEXO 2)**.

C) POSINSTRUCCIONAL (AFIANZAMIENTO DEL APRENDIZAJE DESPUÉS DE CLASE).

- El profesor solicita el **ejercicio historieta de redundancia, fidelidad y barreras (Anexo 3)**.
- En plenaria discuten la conclusión del tema para solucionar problemas comunicativos.

ANEXO 1

REDUNDANCIA		
APRENDIZAJE: Determinar la importancia que tiene la redundancia para lograr mayor fidelidad en la comunicación.		
TIEMPO: una sesión de dos horas LUGAR: salón de clases.	MATERIAL: Texto “La historia”, lápiz y hojas de papel.	
INICIO: 1) Escucha con atención la lectura del texto titulado “La Historia” . 2) Los alumnos pueden solicitar (una o varias veces) o no, que se lea nuevamente el texto. Después contesta en una hoja cada una de las preguntas que leerá el profesor, con F si es falso o con V si es verdadero.		
DESARROLLO: 3) Después de hacer la lectura o lecturas de “La Historia” 2, tendrán 5 minutos para contestar el cuestionario, después el profesor detendrá el ejercicio.		
LA HISTORIA Un hombre de negocios acababa de apagar las luces de la tienda cuando un hombre apareció y demandó dinero. El dueño abrió una caja registradora. El contenido de la caja registradora fue extraído y el hombre salió corriendo. Un miembro de la policía fue avisado rápidamente.		
1. Un hombre apareció después que el dueño apagó las luces de su tienda.	V	F
2. El ladrón era un hombre.	V	F
3. El hombre que apareció no demandó dinero	V	F
4. El hombre que abrió la caja registradora era el dueño.	V	F
5. El dueño de la tienda extrajo el contenido de la caja registradora y salió corriendo	V	F
6. Alguien abrió una caja registradora.	V	F
7. Después de que el hombre que demandó dinero extrajo el contenido de la caja, huyó a toda carrera.	V	F
8. Aunque la caja registradora contenía dinero, la historia no dice cuánto.	V	F
9. El ladrón demandó dinero del dueño	V	F
10. Era a plena luz del día cuando el hombre apareció.	V	F

TALLER DE COMUNICACIÓN I

4) Al terminar en el tiempo estipulado, cuando lo indique el profesor, se mencionará al grupo cuántas veces leyó la Historia. El profesor expone al grupo, las conclusiones sobre la importancia que tiene la redundancia en la comunicación y las fallas que contrarresta.

5) De inmediato, se les pide a los alumnos que en equipos de cuatro integrantes redacten (5 minutos) dos ejemplos concretos (distinto al dado en este ejercicio), de la vida cotidiana, donde se emplea la repetición o redundancia en los mensajes y los lean en plenaria par que se valore cuales ejemplos cumplen con el objetivo.

CIERRE:

6) En plenaria, los alumnos reflexionan sobre los resultados del ejercicio.

7) El profesor concluye sobre la importancia de la redundancia en la comunicación humana y su correcta elaboración de mensajes

EVALUACIÓN:

- Realización de la investigación.
- Trabajo en equipo del ejercicio: redundancia negativa y redundancia positiva.
- Dinámica de fidelidad.
- Ejemplos de explicación de las barreras con una situación comunicativa.
- Historieta de redundancia, fidelidad y barreras.

ANEXO 2

TIPOS DE RUIDO	
APRENDIZAJE: Identificar varios tipos de ruidos o barreras comunicativas en el contexto de la vida cotidiana y las explica.	
TIEMPO: una sesión de 60 minutos LUGAR: salón de clases.	MATERIAL: Cuestionario, hojas de papel, pluma o lápiz.
INICIO: 1) Escribir dos ejemplos de cada uno de los tipos de ruido y explica uno de los dos.	
DESARROLLO: 2) Se adjunta ejercicio	
Ruidos físicos: 1. _____ 2. _____	

Explicación: _____

Ruidos técnicos:

1. _____

2. _____

Explicación: _____

Ruidos orgánicos o fisiológicos:

1. _____

2. _____

Explicación: _____

Ruidos psicológicos:

1. _____

2. _____

Explicación: _____

TALLER DE COMUNICACIÓN I

Ruidos ideológico-culturales:

1. _____

2. _____

Explicación: _____

Ruidos semánticos:

1. _____

2. _____

Explicación: _____

CIERRE

3) Se leen algunos cuestionarios y se discuten en plenaria.

4) El profesor solicita voluntarios para que lean cada uno de los ejemplos del ejercicio y, en forma grupal discutan si el ejemplo es el correcto, sino es así, se discute dónde está el error.

EVALUACIÓN

- Asistencia a clases
- Realización del ejercicio
- Participación voluntaria

ANEXO 3**HISTORIETA SOBRE FACTORES QUE FAVORECEN O LIMITAN LA COMUNICACIÓN****APRENDIZAJE:**

El estudiante aprenderá cuáles son los factores que favorecen o limitan la comunicación.

INICIO:

El profesor forma equipos de seis integrantes, sortea cada uno sobre el tema de las barreras que afectan a la comunicación, la redundancia y la fidelidad que favorecen a ésta, para que elaboren una historieta donde se representen dichos factores.

DESARROLLO:

El profesor les pide a los alumnos que para la siguiente clase se exponga la historieta ante el grupo.

Después de la exposición, en plenaria, se discute la importancia de cómo solucionar los factores que afectan el acto comunicativo.

CIERRE:

El profesor expone la conclusión del tema y solicita para la siguiente clase una reflexión de una cuartilla, sobre los factores que favorecen o limitan a la comunicación a su vida cotidiana.

EVALUACIÓN

- Entrega de la historieta
- Exposición de la historieta.
- Participación
- Entrega de la reflexión

FACTORES QUE FAVORECEN O LIMITAN EL PROCESO DE COMUNICACIÓN

DESARROLLO DEL TEMA

1. INTRODUCCIÓN

Durante el proceso de comunicación conocerás que hay factores que favorecen a la comunicación, entre ellos la redundancia y la fidelidad, permitiendo que el acto comunicativo se eficaz y así, el mensaje llegue claro y conciso al perceptor y éste emita una respuesta favorable.

Sin embargo, también existen otros factores que la interrumpen alterando la forma como se recibe el mensaje y afecta la comunicación. A este fenómeno se le conoce como barreras o ruidos.

En este aprendizaje aprenderás a identificarlos para poder utilizarlos o evitarlos y mejores la forma en que se comunicas.

2. FACTORES QUE FAVORECEN O LIMITAN EL PROCESO DE COMUNICACIÓN

Aquí se verán los factores que modifican al proceso de comunicación humana, como son la redundancia para reforzar el mensaje y exista la fidelidad que es cuando una comunicación es eficaz.

También están los factores que entorpecen a la comunicación, como son las distintas formas de barreras: semánticas, psicológicas, fisiológicas, ideológicas o los factores de ruido: físicos y técnicos que no permiten una comunicación con fidelidad.

2.1 REDUNDANCIA

La redundancia es cierta repetición de la información contenida en un mensaje, que permite, a pesar de la pérdida de una parte éste, reconstruir su contenido. Es esencial en la comunicación si queremos que llegue bien a su destino. Las repeticiones permiten asegurar que las condiciones de transmisión de mensajes sean las adecuadas y el perceptor reciba el mensaje lo más claro posible.



<https://i0.wp.com/infinitopuntocero.com/wp-content/uploads/2015/10/redundancia11.png?fit=969%2C547&ssl=1>

Debe ser planeada porque no deberá repetirse tal cual, sino utilizando distintas formas de palabras o imágenes, pero tratando de conservar la intención original del mensaje.

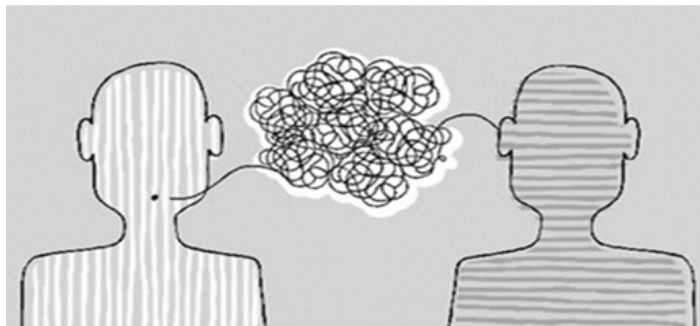
Por ejemplo, cuando queremos deletrear nuestro correo electrónico por teléfono a un amigo solemos decir “eme de mama”, “a de azúcar”, “ce de carro”, etc.; cuando alguien toca la puerta y quiere asegurarse de que le abran siempre golpea varias veces, aunque un solo golpe podría ser escuchado [paquete didáctico, UNAM, CCH Oriente, 2009: 105-106].

Cabe señalar que también hay ejemplos negativos de redundancia que se presentan frecuentemente en el habla cotidiana. Por ejemplo, cuando alguien dice: “oríllese a la orilla”, “entra para adentro”, “historia pasada”, cuatro personas murieron en un accidente fatal” etc. Para L Wigdorsky [2004:171] este tipo de redundancia es inundar con palabras innecesarias el discurso.

En otras palabras, la redundancia consiste en intensificar y repetir la información contenida en el mensaje, a fin de que el ruido no provoque una pérdida fundamental de la información, tendiente a hacer comprensible el mensaje.



<https://www.definicionabc.com/wp-content/uploads/redundancia.jpg>



<http://coe.academia.iteso.mx/wp-content/uploads/sites/33/2015/01/ruido.jpg>

2.2 FIDELIDAD

La fidelidad es cuando no hay ningún elemento que interfiera en la comunicación y el mensaje llega claro, preciso y conciso al receptor. La fidelidad garantiza el éxito de que el mensaje sea entendido.

Ley del fidelidad y ruido:

- ◇ A menor Ruido mayor Fidelidad
- ◇ A menor Fidelidad mayor Ruido.

Algunos teóricos de la comunicación sostienen que jamás se consigue tan alta fidelidad, ya que ningún mensaje se recibe portando la misma intención que le dio el emisor. Es muy probable que así sea, ya que el emisor y receptor tienen marcos de referencia distintas, es decir, sus experiencias son distintas [Berlo, 1985: 34-39]

Para lograr la fidelidad en el proceso de comunicación tanto el emisor como el receptor deben conocer las técnicas y habilidades de comunicación y ambos estén interesados en lograr una comunicación eficaz

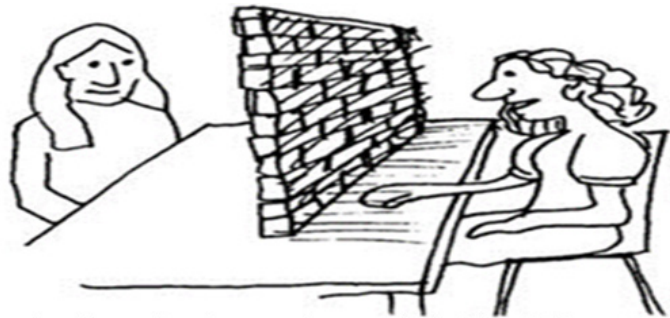
2.3 BARRERAS O RUIDOS

Las barreras (también conocidos como ruidos) son unos factores que interrumpen la comunicación durante su proceso provocando que el mensaje no sea claro y conciso, también interfieren en el proceso de comunicación, haciendo que la comunicación no sea eficaz, [Corral, 2009: 102-103]

TALLER DE COMUNICACIÓN I

Sin embargo, las barreras son un elemento tan importante durante el proceso porque pueden estar afectando a todos los elementos que intervienen durante el proceso comunicativo, y como consecuencia la fidelidad no esté presente en dicho proceso afectando la retroalimentación.

Las barreras o ruidos son de tipo:



<http://storytelling.tdsystem.net/wp-content/uploads/2015/09/barrera.jpg>

- **Fisiológicas.** Es cuando las enfermedades, limitaciones fisiológicas y otras limitantes afectan las habilidades comunicativas codificadoras o decodificadoras del emisor y del receptor. Por ejemplo, la sordera, la ceguera o una fuerte gripa afectan al cuerpo humano.



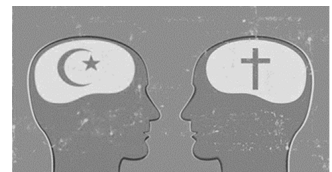
<https://audioconsulta.files.wordpress.com/2016/03/presbiacusia.jpg?w=736>

- **Psicológicas.** Éstas se relacionan con la conducta y actitudes hacia las personas con las que se establece la comunicación. Por ejemplo, el miedo de hablarle a las mujeres, o decir un discurso en público.



https://sites.google.com/site/ayshammuniorenoz/_/rsrc/1384112278130/barreras-de-la-comunicacion/imagesCA7N420.jpg?height=187&width=270

- **Ideológicos** culturales. Son los que se determinan por la postura que tienen los individuos acerca de determinados temas sociales; por ejemplo, la política o religión donde hay posturas encontradas entre emisor y receptor.



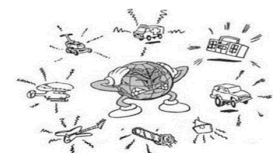
http://mmmuruaay.orz/ov/wp-content/uploads/2014/03/islam_christianity.jpg

- **Semánticas.** Se relacionan con el mensaje en sí, son los problemas de significación entre emisor y receptor, por ejemplo, una palabra que se desconozca un texto mal redactado.



http://4.bp.blogspot.com/_kad5K1uPpbC/UHwtt6yF8I/AAAAAAAAADc/bb3GlgHyYQ/s1600/barreras+semanticas.jpg

- **Físicos.** Son los que interfieren durante las conversaciones y están más allá del control de los elementos del proceso; por ejemplo, una conversación en la calle es interrumpida por el sonido de la sirena de una ambulancia; también el sonido de la licuadora durante una plática familiar.



https://sites.google.com/site/portafoliodedeexperiencias1/_/rsrc/1520074899681/proceso/actividad-3/Audio%20-%20Fisica.jpg

- **Técnicos.** Son aquellas fallas producidas por un medio artificial de comunicación y que afectan el flujo nítido del mensaje, por ejemplo, la interrupción de un programa de televisión por la pérdida de señal, o en el siguiente caso, la caída de la red social WhatsApp.



<https://joh11.files.wordpress.com/2013/10/udio-tecnico.jpg>

Además de los ya expuestos, existen otros factores que pueden dificultar la comunicación [paquete didáctico, UNAM; CCH Oriente, 2009: 104-105] como son:

Omisión. Cuando se omiten o se cortan ciertas partes de la comunicación por parte de la fuente o del destinatario; eso hace que el proceso quede incompleto o el significado pierda sentido inicial.

Distorsión. Ésta se produce cuando el mensaje es afectado por alguna alteración, desfiguración, perturbación o modificación.

Sobrecarga. Si el volumen o cantidad de información es muy grande y la capacidad de procesamiento del destinatario se ve sobre pasada, se pierde gran parte de ella o se distorsiona su contenido. A veces, la sobre carga puede llegar a paralizar el sistema.

Para superar estas barreras o ruidos hay que identificar cuáles son los que afectan al proceso comunicativo y procurar resolver el problema para una mejor comunicación.

3. CONCLUSIÓN

La redundancia, la fidelidad y las barreras o ruidos que afectan al proceso de comunicación humana, el primero reafirma, el segundo la facilita y el tercero la limita. Su conocimiento te ayudará a reforzar la comunicación y, en otros casos, a superar las dificultades que se presenten para lograr una comunicación asertiva en todos los ámbitos de tu vida cotidiana.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Benchuga, María Luz. “Barreras y ruidos en la comunicación”. En línea, recuperado el 16/05/2019 en <https://marialuzbenchuga.wordpress.com/barreras-y-ruidos-de-la-comunicacion/>
- Berlo, David, 1977. “El proceso de la comunicación”, Buenos Aires: el Ateneo
- —————, 1985. “Elementos básicos del proceso de la comunicación”. México: Trillas
- “Barreras de la Comunicación: Tipos y Definiciones”. En línea, recuperado en <https://www.aiteco.com/barreras-de-la-comunicacion/>
- Corral, Manuel, 2009. “Comunicación y vida 1”. México: Edere
- Martínez, Fernando 2014. “Ciencias de la Comunicación I”. México: Santillana.
- UNAM-CCH Sur. “Taller de comunicación I Guía para el profesor”. México: UNAM CCH Sur.
- UNAM-CCH Oriente, 2009. “Paquete didáctico de Taller de comunicación I”- (2da edición). México: UNAM CCH Oriente.

UNIDAD III

LA COMUNICACIÓN GRUPAL EN LOS PROCESOS SOCIALES

PROPÓSITO

Al finalizar la unidad la y el alumno:

Comprenderá la comunicación grupal en contextos diversos, mediante la identificación de formas y recursos para promover una actitud ética en sus relaciones grupales, fomentar su interés en los procesos sociales y el uso crítico de las tecnologías de información y comunicación.

TIEMPO: 22 HORAS

TALLER DE COMUNICACIÓN I

3.1 CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNICACIÓN GRUPAL

OPERATIVO DEL APRENDIZAJE

UNIDAD II.

LA COMUNICACIÓN GRUPAL EN LOS PROCESOS SOCIALES.

APRENDIZAJE 1.

El alumno identificará las características de la comunicación grupal.

TEMÁTICA.

Concepto y características de los grupos:

- Identidad
- Cohesión y dinámicas de grupo
- Objetivos de grupo

Concepto y características de los grupos:

- Redes de comunicación
- Recursos y medios

SECUENCIA OPERATIVA

A) PREINSTRUCCIONAL (CONOCIMIENTOS PREVIOS A LA CLASE).

- El profesor solicita a los alumnos la lectura del texto **CONCEPTO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS GRUPOS Y DE LA COMUNICACIÓN GRUPAL**. Cada alumno debe hacer: a) un cuestionamiento del tema por escrito (dudas o preguntas, o contenido en el que quieran que se profundice o en el que no estén de acuerdo); b) un mapa semántico del tema. Las dos tareas deberán entregarlas en fecha y forma según las indicaciones del profesor o la profesora.

B) COINSTRUCCIONAL (DESARROLLO EN CLASE O CLASES DEL CONTENIDO TEMÁTICO).

- **NOTA:** Si el profesor lo considera importante y existe tiempo suficiente, solicitará a algunos alumnos que explique al grupo su mapa semántico para reafirmar el conocimiento previo y el cuestionamiento lo tomará en cuenta para hacer, en su oportunidad, las aclaraciones pertinentes.
- Dinámica “**La búsqueda del tesoro**” (ANEXO 1).
- Dinámica “**Cómo nos ven los demás**” (ANEXO 2).
- Proyección documental “**La vida loca**” (ANEXO 3).

C) POSINSTRUCCIONAL (AFIANZAMIENTO DEL APRENDIZAJE DESPUÉS DE CLASE).

- Se pide a los alumnos una reflexión escrita sobre el documental. Entregarlo en tiempo y forma de acuerdo a las indicaciones del profesor
- Se les deja contestar en forma personal el ejercicio “Taller de comunicación grupal” y entregarlo en tiempo y forma de acuerdo con las indicaciones del profesor (**ANEXO 4**).

ANEXO 1

LA BÚSQUEDA DEL TESORO	
APRENDIZAJE: Estimular la cohesión grupal, así como favorecer el conocimiento de los demás y conocer lo que tenemos en común.	
TIEMPO: 25 minutos. LUGAR: salón de clases.	MATERIAL: Lápiz y papel
INICIO: 1) El profesor pide al grupo que cada quien escriba en un papel lo siguiente: 1. Pasatiempo favorito 2. Platillo favorito 3. Carrera que quiero estudiar	
DESARROLLO: 2) Una vez escrito lo anterior, se pide al grupo ponerse de pie y buscar a alguien, o algunos, que compartan los mismos gustos que escribieron. El profesor indicará, un aspecto a la vez. El último aspecto será buscar a alguien con quien se tenga la misma estatura.	
CIERRE: 3) Una vez terminada la dinámica, el profesor les dirá lo que notó a nivel grupal mientras los alumnos buscaban a sus afines. Después, en plenaria, compartirán qué tan sencillo o complicado fue acercarse con quienes no se tiene una relación estrecha.	
EVALUACIÓN: <ul style="list-style-type: none">• Participación en la dinámica• Participación en la plenaria	

TALLER DE COMUNICACIÓN I

ANEXO 2

CÓMO NOS VEN LOS DEMÁS	
APRENDIZAJE: Obtener información acerca de cómo nos ven los demás integrantes del grupo	
TIEMPO: 25 minutos. LUGAR: salón de clases.	MATERIAL: hojas blancas, pluma y cinta adhesiva
INICIO: 1) Cada alumno escribe su nombre en la parte superior de la hoja blanca y la pega con cinta adhesiva en su espalda.	
DESARROLLO: 2) Todos los miembros del grupo se ponen de pie y escriben en la hoja de los demás compañeros cualidades o defectos que le caracterizan, o bien algo que siempre han querido decirle.	
CIERRE: 3) Al final de la actividad cada integrante del grupo tendrá información de cómo es visto por el resto de sus compañeros; de esta manera, en plenaria, los alumnos se cuestionarán si de verdad han logrado conformar un grupo sólido y maduro, si hay cohesión, identidad y objetivos claros.	
EVALUACIÓN: <ul style="list-style-type: none">• Participación en la dinámica• Participación en la plenaria	

ANEXO 3

PROYECCIÓN DOCUMENTAL	
APRENDIZAJE: Ilustrar de qué manera se da la identidad y la cohesión cuando se es parte de un grupo.	
TIEMPO: 1 hora 45 minutos LUGAR: sala audiovisual	MATERIAL: documental “La vida loca”. Lo pueden obtener de https://www.youtube.com/watch?v=ucLvWRx-jHvU
INICIO: 1) Una vez vista en clase la temática sobre identidad y cohesión se proyecta el documental “La vida loca”.	
DESARROLLO: 2) Los alumnos asisten a la sala audiovisual para la proyección del documental.	
CIERRE: 3) Una vez finalizada la proyección los alumnos escriben en su cuaderno una reflexión de los siguientes puntos: <ul style="list-style-type: none">• ¿Cuáles son las características que le dan identidad al grupo que observaron en el documental?• ¿Cómo se manifiesta la unión en ese grupo?• ¿Qué hechos relevantes suceden y cómo actuaron los integrantes del grupo?• ¿Crees que en los grupos a los que perteneces hay identidad y cohesión?	
EVALUACIÓN: <ul style="list-style-type: none">• Asistir a la proyección del documental• Entrega de la reflexión	

TALLER DE COMUNICACIÓN I

ANEXO 4

TALLER DE COMUNICACIÓN GRUPAL	
APRENDIZAJE: Dentro de cada grupo hay formas de rechazo o aceptación, por ello el cuestionario busca que el alumno analice la comunicación que existe en un grupo.	
TIEMPO: 30 minutos LUGAR: casa	MATERIAL: cuestionario y lápiz
INICIO: 1) Se proporciona de manera individual un cuestionario a los alumnos. DESARROLLO: 2) Con base en su experiencia, el alumno contesta el cuestionario. CIERRE: 3) Se comparte en plenaria las respuestas de los alumnos y el profesor resaltará la importancia y trascendencia que tiene este cuestionario para cada alumno en su dinámica social.	
EVALUACIÓN: <ul style="list-style-type: none">• Entrega del cuestionario contestado• Participación en la plenaria	
<p style="text-align: center;">CUESTIONARIO</p> <p style="text-align: center;">Instrucciones: contestar individualmente, por escrito, las siguientes preguntas:</p> <ol style="list-style-type: none">1.- Cuando entro de nuevo a un grupo me siento...2.- Cuando el grupo empieza a trabajar yo...3.- Cuando otras personas me conocen por primera vez, ellas...4.- Cuando estoy en un nuevo grupo solamente me siento bien si...5.- Cuando la gente guarda silencio yo...6.- Cuando alguno habla mucho yo...7.- En un grupo siento temores de...8.- Cuando alguien me ataca yo...9.- Me siento herido más fácilmente cuando...10.- Aquellos que me conocen bien piensan que yo...11.- Me siento solo en un grupo cuando...12.- Sólo confío en aquellos que...13.- La gente me quiere cuando...14.- Mi gran fuerza personal es...	

CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNICACIÓN GRUPAL

DESARROLLO DEL TEMA

1. INTRODUCCIÓN

Como ya has aprendido, la comunicación es una práctica donde no solamente se involucra a una o dos personas, también a un conjunto de éstas que, a su vez, conformarán grupos sociales. Es así como el individuo se vuelve un ser social y requiere y necesita de los demás para coexistir.

Así pues, en esta unidad aprenderás que la comunicación está íntimamente relacionada con la interacción social, a tal grado que en ocasiones estas mismas relaciones, que se forman de la interacción de individuos, pueden llegar a convertirse en movimientos sociales de tal magnitud, a tal grado que algunos han logrado cambiar el rumbo de una sociedad o país.

2. IDENTIDAD, COHESIÓN Y DINÁMICAS DE GRUPO, OBJETIVOS DE GRUPO

Los grupos se forman cuando dos o más personas perciben o creen que algo se puede lograr por medio de la acción conjunta y no solamente por la acción individual. De esta manera, podemos entender como grupo a dos o más personas que son independientes, pero que interactúan y se han unido para alcanzar objetivos particulares.

Los individuos no pueden prescindir de los grupos humanos a los que pertenecen y con los que se identifican. En este sentido, existen dinámicas grupales que se dan desde grupos pequeños, como la familia, pasando por grupos de trabajo en una organización, y hasta los más grandes como son las comunidades.

En síntesis, “un grupo es toda reunión de individuos que interactúan cara a cara alrededor de un objetivo”. [Weill y González, citado por Baena, 2003:34].

2.1 IDENTIDAD

Entendemos por identidad al conjunto de rasgos o características de una persona o cosa que permiten distinguirla de otras. La identidad de un grupo, se define por el grado y carácter de su formalización organizativa, por sus relaciones con otros y por la conciencia que sus miembros tienen del propio grupo. Debes tener presente que para que un determinado colectivo se convierta en un grupo con identidad, debe tener tres requisitos:

- Que los miembros de ese colectivo se definan como integrantes del grupo
- Que compartan las creencias grupales
- Que exista algún grado de actividad coordinada entre ellos.



Emilian Y. Martinez Nava

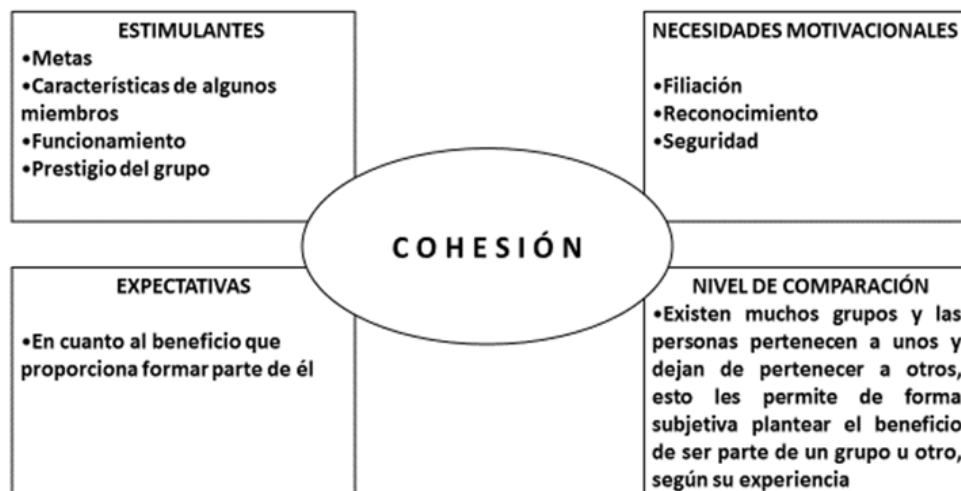
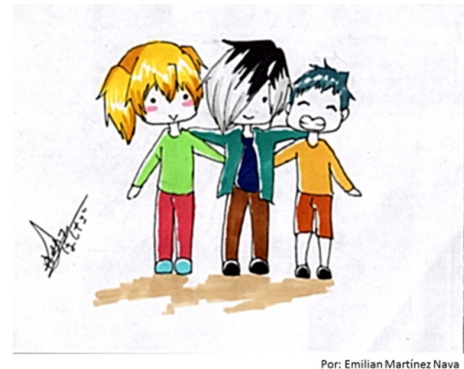
TALLER DE COMUNICACIÓN I

2.2 COHESIÓN Y DINÁMICAS DE GRUPO

El concepto de cohesión se considera el atributo más importante de los grupos. La cohesión marca el grado de interés mutuo entre los miembros. En un grupo altamente cohesionado, se da la identificación entre todos los miembros. La mutua identificación es lo que hace luchar a todos los miembros del grupo, por el mismo objetivo y lo que provoca el rechazo del mismo, ante las mismas cosas.

El concepto de cohesión planteado por Festinger [citado en Rojas, 2009] parte de la idea de que la cohesión es aquella fuerza que obliga a no abandonar al grupo y a continuar adherido a él. En otras palabras, es el atractivo que emana del grupo, su brillo, y lo que atrae y hechiza a las personas que lo conforman. Esta visión relaciona de forma muy estrecha cohesión con atracción interpersonal.

Para el autor Festinger [citado en Roja 2009] hay cuatro explicaciones por las que la cohesión vuelve atractivo a un grupo y por lo que las personas desean pertenecer a éste:



Antes de definir respecto de las **dinámicas de grupo**, debemos partir de que éstas no se relacionan únicamente con actividades especiales y propias de un grupo, pues aquí lo importante será rescatar que un grupo no es solamente el conjunto de un cierto número de personas. “La Dinámica de grupo se fundamenta originariamente en la teoría de estructura o Gestalt, trasladada en el concepto básico de teoría del campo de la conducta del grupo. Este campo consiste en un número de fuerzas (o variables) que afectan la conducta del grupo. La dirección, sentido e intensidad (magnitud) relativa de estas fuerzas, determina la dirección, sentido y velocidad de movimiento del grupo.

Siguiendo esta concepción estructuralista, la dinámica de grupo como disciplina, estudia las fuerzas que afectan la conducta del grupo, comenzando por analizar la situación grupal como un todo con forma propia. Del conocimiento y la comprensión de ese todo, de esa estructura, surgirá luego el

conocimiento y la comprensión de cada uno de los aspectos particulares de la vida del grupo y de sus componentes” [Cabrasco, 2001].

Kurt Lewin, iniciador de la Dinámica de Grupo en la década del treinta, del siglo pasado, resumía su teoría en los siguientes puntos centrales:

- El grupo no es una suma de miembros; es una estructura que emerge de la interacción de los individuos y que induce ella misma cambios en los individuos.
- La interacción psicosocial está en la base de la evolución de los grupos y de sus movimientos; dicho de otro modo, entre los individuos que forman el grupo se producen múltiples fenómenos (atracción, repulsión, tensión, compulsión, etc.) Las corrientes que se establecen entre los elementos del grupo y entre los elementos y el grupo, determinan un movimiento, una "dinámica", que proyecta en cierto modo al grupo hacia delante, como si poseyera la facultad de crear su propio movimiento [Cabrasco, 2001]

De esta manera podemos definir a las dinámicas de grupo como “procedimientos o medios sistematizados de organizar y desarrollar la actividad de grupo. Son medios, métodos o herramientas usados al trabajar con grupos para alcanzar la acción del mismo. Tienen el poder de activar las opiniones y las motivaciones personales y de potenciar tanto la dinámica interna como la externa, de manera que las fuerzas grupales puedan estar mejor integradas y dirigidas hacia las metas del grupo” [Rojas, 2009].

Las dinámicas pretenden que los participantes del grupo adquieran, mediante los procesos desarrollados y experimentados en él, nuevos conceptos, conocimientos y comportamientos en relación con el fenómeno grupal y en concordancia con ellos/as mismos/as. Así, las experiencias grupales pueden ser consideradas como un modelo reducido de la sociedad, un "laboratorio" donde las personas realizan una investigación sobre sí mismas, pero al mismo tiempo, sobre los grupos sociales en general.

Las dinámicas más comunes que pueden observarse durante una comunicación grupal son: Grandilocuencia o Efecto Pavoreal, Pensamiento Grupal, Conflictos, Participación Desigual, Ventilando Frustraciones y Ataques Pandilla¹².

DINAMICA	CARACTERÍSTICAS
Efecto pavoreal	La participación del pavoreal no es para contribuir al grupo sino para lucir bien delante de los demás (y de sí mismos) en la reunión. Esto no es ningún problema a menos que sea un patrón repetitivo. Si el pavoreal despliega su plumaje con frecuencia, eventualmente va a irritar a los demás.
Pensamiento grupal	La mayoría de las personas en grupos expresan las opiniones ya conocidas por el grupo, no su punto de vista propio y único. La gente en grupos tiende a estar de acuerdo con el grupo sólo para evitar hacer más lento al grupo de abajo o simplemente para evitar conflictos en general. A nivel individual, hay personas que pueden sentirse renuentes a las confrontaciones.

¹² La comunicación grupal: Problemas potenciales. Recuperado de <https://cutt.ly/3obHTI> 30/05/19

TALLER DE COMUNICACIÓN I

DINAMICA	CARACTERÍSTICAS
Conflictos	<p>Algunos de los miembros del grupo están demasiado apegados a sus puntos de vista, e intentan convencer a otros de su verdad. Por lo general, la gente en grupos tiene una presión más fuerte para preservar su identidad pública, es decir lucir bien mientras juega un papel específico. El enfocarse a preservar la identidad pública es una gran distracción y una barrera para escuchar efectivamente. Al no escuchar efectivamente, hay mayor probabilidad de que ocurran los conflictos.</p>
Participación desigual	<p>Algunos miembros no participan, mientras otros dominan la conversación. La mayoría de las veces, la gente en los puestos de más autoridad tiende a hablar más. Si eres una persona tranquila, y deseas decir algo pero no te atreves, por favor: habla. Sobrepón el temor a la crítica, no pienses en ti, piensa sólo en el bienestar del grupo y el valor de las ideas que tienes por compartir.</p> <p>Si eres una de esas personas que le encanta hablar, trata de dar a los demás algo de espacio para participar. Puedes estar pensando: "Pero si yo no hablo, nadie lo hará". Eso es probablemente cierto, pero si tú sigues hablando, te aseguro que nadie más lo hará.</p>
Ventilar frustraciones	<p>A veces, es bueno que el grupo ventile sus frustraciones, especialmente cuando nadie ha tenido la oportunidad de discutir lo que les molesta acerca de una situación dada en el trabajo.</p> <p>Sin embargo, la ventilación puede ser poco saludable cuando se vuelve repetitiva: quita el tiempo y poder a los miembros del grupo y terminan sintiéndose víctimas.</p> <p>Una buena estrategia es dejar que el grupo exprese sus frustraciones hasta que la gente comience a repetir lo ya dicho y a hundirse en la autocompasión. Ahí se le pone el alto a las quejas y se dirige la discusión hacia resolución de problemas.</p>
Ataques pandilla	<p>La interacción no siempre empieza como un ataque verbal, puede empezar como una opinión diferente o una queja. Las cuestiones de competencia pueden estar presentes, esto no es el momento ni el grupo apropiado para resolverlos. Ahora la reunión va por el camino equivocado, ya no es una solución de problemas, es un ataque de pandilla a un departamento de servicio interno.</p> <p>Tan pronto como veas que se empieza a dar el ataque de pandilla, córtalo. Reorienta la discusión a los problemas actuales y toma nota de las quejas relacionadas para darles seguimiento después.</p>

2.3 OBJETIVOS DE GRUPOS

Los objetivos son aquellos destinos que nos trazamos en la vida, en pocas palabras son fines que buscan tener grandes logros. En los grupos podemos distinguir entre:

- *Objetivos explícitos*: son todos aquellos que están definidos y son conocidos por los miembros del grupo.
- *Objetivos implícitos*: son los que no están indicados ni conscientemente conocidos. Algunos de los objetivos implícitos son:
 - Satisfacer la necesidad de estar en compañía.
 - Reducir la ansiedad.
 - Contribuir a establecer el autoconcepto y a mantener la autoestima.
 - Proporcionar apoyo para conseguir objetivos personales externos al grupo.
 - Permitir poner a prueba ideas y capacidades, marco social de comparación.
 - Reducir los sentimientos de inseguridad e indefensión, eliminando incertidumbre y proporcionando apoyo social.
 - Facilitar el entretenimiento, reducir el aburrimiento y aumento de la satisfacción personal.
 - Permiten desarrollar las necesidades de poder a través de diferentes medios disponibles en los grupos. [Cano, 2005].

3. CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNICACIÓN GRUPAL

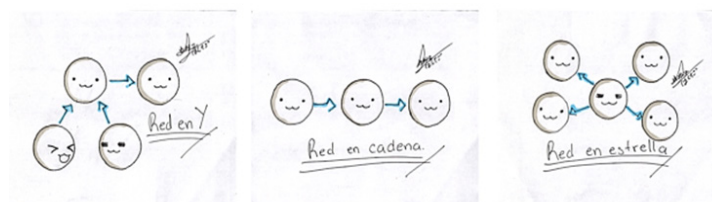
La comunicación es la base de toda interacción humana y del funcionamiento de todo grupo. Para que un grupo exista depende de la comunicación, del intercambio de información y de la transmisión de significados. Es a través de ella que los miembros del grupo llegan a comprenderse unos a otros, construyen su confianza, coordinan sus acciones, planean estrategias para el cumplimiento de metas, se ponen de acuerdo sobre la división del trabajo, conducen toda la actividad del grupo, e incluso intercambian insultos.

La comunicación grupal se da en reuniones entre los miembros de un departamento, comité, grupo de trabajo, equipo de proyecto o cualquier otro grupo unido por un propósito común. Cuando la comunicación grupal es efectiva, puede resultar en un equipo muy productivo y muy unido. Se pueden establecer relaciones de trabajo largas y duraderas que son capaces de lograr hazañas extraordinarias, pero cuando el grupo no se comunica efectivamente, no sólo puede haber fricción, también producir resultados mediocres.

3.1 REDES DE COMUNICACIÓN

En nuestros tiempos todo parece estar conectado en red: las comunicaciones, la organización del trabajo, las relaciones interpersonales a través de las redes sociales, los nuevos movimientos sociales, etc., por ello es que la palabra red nos remite a una

realidad que está articulada y conectada de diferentes formas. Las redes de comunicación pueden definirse como la forma en que está diseñada la transmisión de la información entre los componentes



Por: Emilian Martínez Nava

TALLER DE COMUNICACIÓN I

de un grupo y los caminos diferentes que puede seguir el flujo de información entre sus miembros. Son también estructuras fijadas por el grupo para transmitir sus mensajes y que esto permita que fluya la comunicación de forma vertical, tanto ascendente como descendente, y de forma vertical y horizontal. Todas estas formas se relacionan con el flujo de información por jerarquías.

3.2 RECURSOS Y MEDIOS

Para que un grupo pueda funcionar requiere de recursos y medios para cumplir con el objetivo que comparten y que buscan cumplir. Los recursos y medios se refieren a la parte humana y a lo material. Dentro de lo humano podemos encontrar:

- Visión compartida
- Afiliación
- Pertenencia
- Organización
- Relaciones interpersonales
- Equilibrio entre objetivos
- Liderazgo
- Comunicación

La parte material representa todo aquello que rodea a las reuniones grupales y que no se refiere a los participantes ni a la tarea, sino el lugar, el mobiliario y su disposición. Estos aspectos deben ser lo más adecuados para la vida y desarrollo de un grupo, sobre todo en lo referente a permitir una comunicación fluida y positiva.

4. CONCLUSIONES

Muchos de los problemas sociales que existen hoy en día son consecuencia del individualismo que desde hace algunos años se ha venido agravando gracias al decremento de las relaciones interpersonales, causado, muchas veces, por el uso indiscriminado de la tecnología. En este sentido es necesario ser autocríticos y examinar hasta dónde nos hemos ensimismado y hemos dejado de lado la cercanía, la comunicación con el otro y el sentirnos parte de algo.

En síntesis, es de suma importancia que en la comunicación grupal exista verdaderamente todo lo que caracteriza a un grupo (identidad, cohesión, objetivos, etc.) características que no se dan por simple inercia, en todo ello hay que trabajar e involucrarse como parte de una agrupación, pues de lo contrario ese grupo de personas (sea formal o informal) está destinado a perecer.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Baena Paz, Guillermina, 2003. "Comunicación y liderazgo". México: Grupo patria cultural.
- Cabrasco, Rosemary, 2001. "Dinámica de grupo", Universidad Metropolitana de ciencias de la Educación, Santiago de Chile. Recuperado de <http://ww2.educarchile.cl/UserFiles/P0001/File/GruposT%E9cnicasDin%E1micasClima.pdf> 19/06/2019
- Cano, A., 2005 "Animación social y de grupo". (Recuperado de <http://abacoenred.com/wp-content/uploads/2016/04/Generalidades-sobre-AS-2005-Cano-R.-Ana.pdf> 09/05/2019.
- Rojas Arredondo, Jesús. "Procesos de grupos". Universitat Oberta de Catalunya. Recuperado de https://www.psyciencia.com/wp-content/uploads/2012/11/DINA_MICA-DE-GRUPOS.pdf 09/05/2019.
- Poveda, C, 2008. "La vida Loca". España, Francia, México. Aquelarre Servicios Cinematográficos Recuperado de <http://bit.ly/44osWGV>

3.2 COMPORTAMIENTO DE LOS ACTORES DE LA COMUNICACIÓN GRUPAL

OPERATIVO DEL APRENDIZAJE

UNIDAD II.

LA COMUNICACIÓN GRUPAL EN LOS PROCESOS SOCIALES.

APRENDIZAJE 2.

Reconoce el comportamiento de los actores de los actores de la comunicación grupal en diferentes contextos

TEMÁTICA.

Comportamiento de los actores de la comunicación grupal:

- Roles
- Liderazgo

SECUENCIA OPERATIVA

A) PREINSTRUCCIONAL (CONOCIMIENTOS PREVIOS A LA CLASE).

- Las y los alumnos investigan a qué se refiere cuando hablamos de roles y el liderazgo en la comunicación grupal. La bibliografía es libre. Con el producto de su investigación, redactan una lista de ejemplos.

B) COINSTRUCCIONAL (DESARROLLO EN CLASE O CLASES DEL CONTENIDO TEMÁTICO).

- “Lluvia de ideas” para socializar lo que investigaron las y los alumnos. En el pizarrón se anotan los conceptos que aportan como producto de su investigación.
- Las y los alumnos leerán en el salón de clases el texto **COMPORTAMIENTO DE LOS ACTORES DE LA COMUNICACIÓN GRUPAL** y harán un mapa conceptual en equipos.
- Dinámica “**Juego de roles**” (**ANEXO 1**).
- Dinámica “**Los ojos vendados**” (**ANEXO 2**).

C) POSINSTRUCCIONAL (AFIANZAMIENTO DEL APRENDIZAJE DESPUÉS DE CLASE).

- Se solicita a los alumnos escribir en una cuartilla una reflexión sobre las dinámicas que hicieron en el salón de clases

TALLER DE COMUNICACIÓN I

ANEXO 1

JUEGO DE ROLES	
APRENDIZAJE: El estudiante comprenderá la función que tienen los actores en la comunicación grupal a través de la interpretación de diferentes roles	
TIEMPO: 30 minutos. LUGAR: salón de clases.	MATERIAL: Hojas blancas y pluma
INICIO: 1) El profesor pide en clase que los alumnos hagan una lluvia de ideas sobre los conflictos más representativos de su familia. Una vez anotando los ejemplos en el pizarrón, el profesor proporciona la situación que habrá de interpretarse. VER ROLES	
DESARROLLO: 2) El profesor elige a 6 alumnos y reparte en pequeñas hojas blancas y en secreto el rol que le tocará interpretar a cada uno. Los alumnos leen el rol y tienen 10 minutos para preparar su interpretación.	
CIERRE: 3) Una vez hecha la interpretación, se vuelven a repartir al azar los roles y se hace una interpretación más. 4) Al final los alumnos deben contestar las siguientes preguntas: 1. ¿Cómo te sentiste interpretando el primer rol? 2. ¿Qué hubieras cambiado? 3. ¿Qué diferencias encontraste al interpretar dos roles diferentes de una misma situación?	
EVALUACIÓN: <ul style="list-style-type: none">• Participación en la lluvia de ideas• Juego de roles• Cuestionario	
ROLES	
MADRE Trabajas en un hospital y cuando llegas a casa tu marido no colabora con las tareas domésticas. Esta situación no es nueva. Es así desde que te casaste. Has decidido tomar una decisión que ponga fin a esta situación de injusticia en la que vives	
PADRE Cuando llegas de trabajar te sientes demasiado cansado como para colaborar en las tareas de la casa por lo que dejas todo para tu mujer	

HIJO

Sabes que en casa hay un problema por la poca colaboración de tu padre en las tareas de la casa. Tú tienes tu propia opinión

HIJA

Sabes que en casa hay un problema por la poca colaboración de tu padre en las tareas de la casa. Tú tienes tu propia opinión.

ABUELO

Vives con tu hijo y su familia. En la casa hay un conflicto porque el padre no colabora con las tareas del hogar. Le entiendes perfectamente y lo apoyas. Siempre ha sido así y no estás dispuesto a que nada cambie

ABUELA

Vives con tu hijo y su familia. En la casa hay un conflicto porque el padre no colabora con las tareas del hogar. Con tu marido las cosas fueron aún peor y tú sufriste esa misma situación. Ahora quieres que cambie esta situación de injusticia hacia la mujer

ANEXO 2

LOS OJOS VENDADOS (LIDERAZGO)	
APRENDIZAJE: Ilustrar qué se siente liderar y ser liderado entre la gente en un mundo agitado. Para experimentar la dimensión de la confianza en la relación líder/seguidor	
TIEMPO: 1 hora LUGAR: salón de clases.	MATERIAL: Un paliacate para tapar los ojos
INICIO: 1) El profesor divide al grupo en parejas	
DESARROLLO: 2) Las participantes trabajan en parejas, una de ellas tiene los ojos vendados. La persona con los ojos vendados es liderada totalmente por la persona que no tiene los ojos vendados durante cinco minutos y luego se invierten los papeles. La persona que lidera puede hablar a la seguidora y decirle (o ser cuestionada) sobre lo que está viendo y puede llevar a la seguidora a donde lo desee.	
CIERRE: 3) En plenaria los alumnos deben contestar las siguientes preguntas:	

TALLER DE COMUNICACIÓN I

LOS OJOS VENDADOS (LIDERAZGO)

- ¿Qué se siente ser liderado totalmente por otro? _____

- ¿Qué se siente ser la líder? _____

- ¿Qué te ayudó a llevar a cabo la tarea? _____

- ¿Qué te impidió hacer la tarea? _____

- ¿Qué te sorprendió durante el ejercicio? _____

- ¿Qué pudo haberte ayudado a ser (aún) más eficaz en la tarea? _____

- ¿Qué podemos aprender sobre el liderazgo a partir de esto? _____

EVALUACIÓN:

- Participación en la dinámica
- Participación en la plenaria

COMPORTAMIENTO DE LOS ACTORES DE LA COMUNICACIÓN GRUPAL

DESARROLLO DEL TEMA

1. INTRODUCCIÓN

Para que haya una comunicación grupal eficaz, ésta requiere de actores que intervienen para que la comunicación pueda darse. Por eso es que en este segundo aprendizaje hablaremos de los roles de cada uno de los actores que hay en la comunicación grupal, así como también de la figura del líder, pieza importante en los grupos.

1.1 ROLES

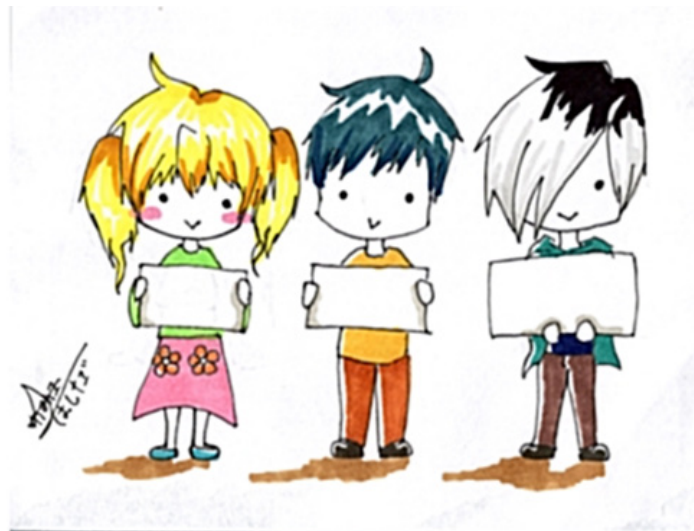
Podemos definir a los roles como una serie de actuaciones que se van desvelando en la misma marcha de un grupo. Un modelo organizado de conductas, deberes, sentimientos, valores y relaciones mutuas relativas a una determinada posición de la persona en un conjunto interaccional [Apodaka, 2004].

Desde un punto de vista más "artístico", podemos afirmar que el tema de los roles sociales se puede relacionar estrechamente con el mundo del teatro, en el sentido de hacer referencia a aquellos papeles que solemos representar; por supuesto, no

hacemos justicia ni al término ni al teatro si sólo establecemos esta relación. Pero sí podemos afirmar que en cierta medida el tema de los roles sociales recuerda aquellos papeles que hemos tenido que representar; incluso podemos hacer referencia a los distintos escenarios, los cuales han dado pie a nuestras distintas interpretaciones [Rojas, 2009].

Dentro de nuestra vida cotidiana jugamos diferentes tipos de roles. Así, dentro del ámbito familiar, somos padres, hijos, hermanos y abuelos, pero también somos estudiantes, empleados, amigos, el portero en nuestro equipo de futbol, la profesora de una clase o el dueño de una compañía, funciones que cada uno desempeña dentro de un grupo.

En la siguiente tabla se presentan algunos tipos de roles y sus características para estimular o frenar un grupo. Y tú ¿cuáles juegas o desempeñas?



Por: Emilian Martínez Nava

TALLER DE COMUNICACIÓN I

ROLES FACILITADORES	
1. Iniciador	Tiene iniciativas, sugiere, propone ideas, problemas o temas. Es el de las propuestas y sugerencias.
2. Alentador	Estimula al grupo hacia una actividad mayor. Reconoce los aportes de los otros expresamente. Comprende y acepta otros puntos de vista.
3. Activador	Impulsa al grupo hacia la toma de decisiones. Induce a la acción en cumplimiento de lo propuesto. Busca concretar, e ir al grano.
4. Opinante	Aporta sus puntos de vista y opiniones sobre los problemas
5. Interrogador	Formula preguntas, busca orientación, pide aclaraciones, solicita información.
6. Informante	Da información, expone experiencias, es una fuente informativa
7. Compendiador	Reúne las ideas, las sugerencias, los comentarios de los miembros del grupo, y las decisiones para ayudar a determinar dónde está el grupo en un proceso de discusión o acción.
8. Integrador y coordinador	Aclara las relaciones entre las distintas ideas y aportaciones, intenta coordinar e integrar las distintas actividades
9. Orientador	Ayuda a que el grupo no pierda su dirección respecto de sus objetivos. Ayuda a respetar los procedimientos elegidos.
10. Que evalúa y critica	Somete el logro del grupo a algún conjunto de normas de funcionamiento al contexto de la tarea del grupo. Evalúa la factibilidad, los hechos, los procedimientos que se discuten en el grupo.
11. Conciliador	Trata de aliviar las tensiones en los conflictos. Hace bromas, tiene ocurrencias oportunas. Procura encontrar puntos comunes entre las posiciones encontradas.
12. Transigente	Actúa en un conflicto en el que sus ideas o posición está involucrado. Cede posición, admite errores, para mantener la armonía del grupo
13. Técnico de procedimientos	Tiende a acelerar la actividad grupal haciendo cosas, tareas rutinarias.
14. Registrador	Anota todo lo que va tratando (sugerencias, ideas, decisiones del grupo). Aptos para secretarios y redactar actas.
15. Facilitador	Intenta mantener abiertas las vías de comunicación alentando la participación.
16. Seguidor Pasivo	Sin hablar participa del grupo, aceptando más o menos las propuestas bloqueadas. Suelen ser tímidos, interesados verdaderamente en tareas del grupo.

ROLES NEGATIVOS	
1. Dominador	Quiere que todos se plieguen a sus exigencias. Manipula mediante el chantaje, la astucia, la adulación, el miedo. Pretende llevar al grupo en la dirección que él desea, pero haciendo creer que es decisión del grupo.
2. Obstructor	Adopta en general una actitud negativa ante cualquier cuestión. Discute tontearías. Pesimista. Con escaso espíritu de colaboración. Se opone sistemáticamente con o sin razón.
3. Desertor	Se mantiene al margen de lo que se dice y de lo que hace. No suele intervenir, cuando habla lo hace en un tono cansado.
4. Agresor	Lucha por tener una posición destacada dentro del grupo. Critica o censura a los demás, es hostil, menoscaba a los otros, desaprueba. Suele sentir envidia de los que tienen buenas intervenciones.
5. Obstinado	Ignora sistemáticamente los otros puntos de vista porque considera que no le van a aportar nada. Incapaz de retroalimentación. En sus propuestas se mantiene inamovible.
6. Charlatán	Habla de todo, con o sin ocasión. Utiliza al grupo como auditorio. Deseo de hacerse notar. No le importa interrumpir.
7. Señor sabelotodo	Son los engreídos y fanfarrones. Creen que se las saben todas. Con frecuencia se cree el único capacitado para tratar el tema.
8. Pasota	No se interesa por nada, y a quien no le importa nada. Indiferente.
9. El tipo de las ideas fijas	Tiene manías y se repite sin cesar. Monotemático. Incapaz de salir de las dos o tres ideas que maneja.
10. Vendedor de ideas propias	“El conferenciante”. Aprovecha cualquier oportunidad para expresar sus sentimientos o ideas, sin importarle si son de interés para el grupo.

1.2 LIDERAZGO

El liderazgo es la capacidad para crear una visión y desarrollar planes para concretarlos con éxito, así como la facultad de persuadir a otro para cumplir con estos planes a pesar de todas las dificultades que se presenten. Dice Eduardo Infante [2003] que la palabra líder ha sido introducida en nuestra lengua a través del verbo inglés “lead” cuyo significado es dirigir, guiar, conducir. Dicho término posee raíces en el antiguo sajón y lo define como “sendero”, “camino” o “rumbo marino”. El líder sería pues aquel que sirve de guía, de conductor, de cabeza pensante dentro de un grupo. A pesar del concepto que se pueda llegar a tener y de la cantidad de trabajos que se han realizado en torno a este concepto, podemos distinguir, de forma bastante amplia, algunas de las aproximaciones que se han tenido de uno de los roles favoritos de la dinámica de los grupos. Algunas explicaciones iniciales sobre el liderazgo son las siguientes:

TALLER DE COMUNICACIÓN I

- Líder es la persona que constituye el punto focal de la conducta del grupo.
- Líder es la persona capaz de conducir al grupo hacia sus objetivos.
- Líder es aquella persona que nombran como tal los miembros del propio grupo.
- Líder es quien tiene una influencia demostrable sobre el rendimiento del grupo.
- Líder es la persona que desarrolla conductas de liderazgo.

Para algunos autores el líder debe poseer ciertas características especiales, tales como la inteligencia, sensibilidad, ser dominantes, conservadores y equilibrados [Lord y Maher citado en Rojas, 2009]. Sin embargo, hay muchos otros que coinciden en que no es necesario poseer ciertos rasgos para convertirse en líder, sino justamente lo contrario; esto es, que una vez que se ocupa la posición de líder dentro de un grupo, bien por imposición externa o por circunstancias muy particulares, es cuando puede darse el caso de que, poco a poco, se vaya favoreciendo la aparición de rasgos que, a la postre, se relacionen con la cuestión del liderazgo.

Entre las distintas explicaciones que se han llegado a realizar en materia de liderazgo, destaca la "clásica" investigación de sus diferentes estilos:

AUTORITARIO	DEMOCRÁTICO	LAISSEZ FAIRE
<ul style="list-style-type: none"> • Determina toda la política • El líder dicta las técnicas y los pasos de la actividad. • El líder dicta los quehaceres y designa al compañero. • El líder personaliza las alabanzas o críticas al trabajo de cada miembro del grupo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Toda la política es asunto de discusión y decisión del grupo que el líder anima. • El líder sugiere técnicas y estrategias que se discuten en grupo. • Los miembros del grupo pueden escoger a su compañero y se deja al grupo la decisión de las tareas. • Las alabanzas o críticas son objetivas y se basan en los hechos 	<ul style="list-style-type: none"> • Libertad completa para la decisión de grupo con mínima participación del líder. • El líder proporciona materiales y aclara que proporcionará información cuando se la pidan • El líder no participa en absoluto. • Apenas refuerza o critica.

En el desarrollo de los grupos es común que surjan procesos de liderazgo, de dirección o coordinación. La actitud de las personas que ejerzan este rol es fundamental para que se establezcan relaciones y comportamientos participativos y cooperativos, favorecedoras de la dinámica grupal. Dentro de la estructura interna universal del buen líder podemos destacar:



Hasta aquí hemos abarcado ciertos tipos y características del liderazgo. Es momento ahora de enlistar algunos rasgos entre lo que es ser un buen y mal líder.

EL BUEN LÍDER ES POR LO MENOS:	EL MAL LÍDER ES:
<ul style="list-style-type: none">• Activo.• Persistente.• Buen ejemplo.• Respeta a los subordinados.• Consecuente: si es necesario, aplica sanciones.• No es amigo, es jefe.• Es reconocido por los otros miembros del grupo como buen líder.• Marca metas ambiciosas al grupo.	<ul style="list-style-type: none">• Pasivo.• Poco persistente.• No enseña con el ejemplo.• No se comunica, o maltrato a los subordinados.• O se basa en el miedo para controlar o los demás, o tiene miedo de ser rechazado por sus empleados.• Muy distante, despectivo o busca ser aceptado y querido por los otros miembros.

¿Cómo se forma un grupo? Recuperado de: <https://cutt.ly/UCh9Vi30/05/19>

2. CONCLUSIONES

El liderazgo es uno de los temas que más destacan entre los estudios e investigaciones de las ciencias sociales. La figura del líder sigue siendo importante sobre todo porque facilita la conducción de los grupos sociales hacia objetivos de excelencia.

Actualmente el tema del liderazgo es común en empresas, en instituciones gubernamentales, así como también en grupos informales (mismos que conocerás en el siguiente tema), tanto así que en los últimos años han aparecido cursos de coaching de formación de líderes, los cuales cada vez son más solicitados. Diversos estudios del liderazgo han permitido afirmar que los líderes al mismo tiempo nacen y se hacen, y que su eficacia depende tanto de los factores personales como situacionales

Esto no es casualidad pues recordemos que dentro de los roles que existen en un grupo, el líder siempre tendrá gran importancia. Por ello un líder debe tomar conciencia de su poder de influencia y en función de ello ejercer su poderío. Con ello se puede lograr la eficacia y el buen desempeño de los demás roles que intervienen en la comunicación grupal. La generosidad del líder debe llevarle a fomentar actitudes de crecimiento personal en sus seguidores de forma que contribuya a que el grupo logre obtener verdaderamente unión e identidad.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Apodaka, M. 2004. "Dinámica de grupos. Dinamización de metodologías y procesos para la democracia participativa". Recuperado de <https://mgmuth.files.wordpress.com/2012/02/din>
- Rojas, J. 2009. "Procesos de grupos". Universitat Oberta de Catalunya. Recuperado de https://www.psyciencia.com/wp-content/uploads/2012/11/DINA_MICA-DE-GRUPOS.pdf 09/05/2019
- Infante, E., 2003. "La tarea de liderar grupos. El grupo desde la perspectiva psicosocial". Recuperado de <https://personal.us.es/einfante/uploads/PUBLICACIONES/ART%20LIDER%20EDU.pdf>

TALLER DE COMUNICACIÓN I

3.3 TIPOS DE GRUPOS, FORMAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

OPERATIVO DEL APRENDIZAJE

UNIDAD II.

LA COMUNICACIÓN GRUPAL EN LOS PROCESOS SOCIALES.

APRENDIZAJE 3.

Identifica las formas y los medios de comunicación empleados en los distintos tipos de grupos.

TEMÁTICA.

Por su composición

- Primarios
- Secundarios

Por sus objetivos y formas de organización:

- Democráticos
- Autocráticos
- *Laissez faire–Laissez passer* (caóticos)

SECUENCIA OPERATIVA

A) PREINSTRUCCIONAL (CONOCIMIENTOS PREVIOS A LA CLASE).

- El profesor solicita la lectura “**TIPOS DE GRUPOS, FORMAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN**”, les pide realicen un mapa mental en su cuaderno, poniendo énfasis en las formas y medios de comunicación en los distintos grupos.

B) COINSTRUCCIONAL (DESARROLLO EN CLASE O CLASES DEL CONTENIDO TEMÁTICO).

- Comentarán en clase la lectura y el resultado de los mapas mentales. Los alumnos podrán presentar dudas acerca de las actividades.
- Realización de la estrategia “**Tipos de grupos a los que pertenezco**”
- Realización de la estrategia “**Experimento sobre liderazgo**”
- Socializar los resultados de las dos estrategias.

C) POSINSTRUCCIONAL (AFIANZAMIENTO DEL APRENDIZAJE DESPUÉS DE CLASE).

- Los alumnos analizarán las formas y los medios de comunicación de algún grupo al que pertenecen (grupo escolar, club deportivo, asociación religiosa)
- Analizarán el tipo de líder que hay en el grupo analizado.

ANEXO 1

TIPOS DE GRUPOS A LOS QUE PERTENEZCO				
APRENDIZAJE: Que los estudiantes identifiquen las características de los grupos a los que pertenecen.				
TIEMPO: 1 hora 30 minutos. LUGAR: salón de clases.			MATERIAL: Ninguno	
INICIO: 1) Los alumnos anotan en el siguiente cuadro lo que se les solicita.				
GRUPO	TIPO DE GRUPO	TIPO DE LÍDER	FORMAS DE COMUNICACIÓN	MEDIOS DE COMUNICACIÓN
Familia				
Amigos				
Otro (trabajo, club deportivo, institución religiosa...)				
DESARROLLO: 2) Se forman equipos de cuatro personas para compartir y comentar las respuestas de sus cuadros, deben comentar cómo se sienten en cada uno de los grupos a los que pertenecen. 3) Cada equipo presenta sus conclusiones al grupo.				
CIERRE: 4) De forma individual, hacen una reflexión de media cuartilla sobre los tipos y los medios de comunicación en los grupos a los que pertenecen.				
EVALUACIÓN: <ul style="list-style-type: none"> • Cuadro referente a los grupos a los que pertenecen. • Reflexión sobre los tipos y medios de comunicación 				

TALLER DE COMUNICACIÓN I

ANEXO 2

EXPERIMENTO SOBRE LIDERAZGO	
APRENDIZAJE: Identificar la forma en que el líder influye en el trabajo de un grupo.	
TIEMPO: 1 hora 30 minutos LUGAR: salón de clases.	MATERIAL: Video: Kurt Lewin. Experimento sobre liderazgo. Consultado en: https://www.youtube.com/watch?v=67INELXohbU
INICIO: 1) Antes de proyectar el vídeo Kurt Lewin. Experimento sobre liderazgo, se les proporciona a los alumnos los siguientes puntos a trabajar: identificar los tipos de líderes, ¿cuál es el papel del líder en el grupo?, ¿a qué conclusión llegó Kurt Lewin en su experimento social? 2) Se proyecta dos veces el vídeo para que los alumnos puedan analizarlo de una mejor manera y tomar nota en su cuaderno.	
DESARROLLO: 3) Se comentan las respuestas en el grupo, el profesor dirige los comentarios. 4) Los alumnos se organizan en tres equipos para preparar un sociodrama de una clase en el CCH: uno con un profesor (líder) autocrático, otro con uno <i>Laissez faire-Laissez passer</i> y otro con uno democrático. Se dan diez minutos para preparar el sociodrama.	
CIERRE: 5) Se presentan los sociodramas. 6) Se reflexiona las situaciones representadas en los sociodramas y se llega a conclusiones, principalmente se les cuestiona si están de acuerdo con la conclusión de Kurt Lewin.	
EVALUACIÓN: <ul style="list-style-type: none">• Notas del cuaderno sobre el video.• Participación en el sociodrama y en el análisis grupal.	

TIPOS DE GRUPOS, FORMAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

DESARROLLO DEL TEMA

1. INTRODUCCIÓN

El concepto de grupo es importante porque es la unidad básica en el estudio de la organización de los seres humanos desde un punto de vista psicológico, social y antropológico. La vida de comunidad funciona, en gran parte, en términos de acción de grupos.

En todo el mundo y a lo largo de la historia, las diversas culturas y civilizaciones han interactuado en una dinámica social motivados por el sentido de pertenencia a un grupo social. Por lo tanto, para poder clasificar a los grupos es necesario identificar sus diferentes dimensiones a través una aproximación interdisciplinaria. En la clasificación, los autores han tomado en cuenta diversos criterios, por ejemplo, el tamaño, la duración, el grado de formalización, las actividades, la estructura interna y los objetivos.

Por otro lado, la frecuencia y los periodos de tiempo durante los cuales los individuos interactúan dan como resultado la adquisición de patrones, conductas similares y desarrollo de una identidad como grupo. Esto quiere decir que los grupos también se pueden entender como una relación de interacción y comunicación transitoria, ya que las normas y los papeles (roles) interrelacionados de los sujetos funcionan en términos recíprocos.

En la actualidad podríamos definir al grupo como una reunión de personas con cierto grado de permanencia, donde interactúan para lograr metas comunes, en donde los integrantes se reconocen como miembros pertenecientes el grupo y rigen su conducta con base a una serie de normas y valores que todos han creado y modificado.

Existen gran variedad de grupos, establecer una clasificación de ellos sería un trabajo difícil. Las clasificaciones responden a criterios diversos, según las características que los autores quieran destacar.

Para darnos una idea, hay una clasificación de acuerdo al tamaño del grupo: pequeño, mediano y grande; al origen: voluntario, no voluntario; por sus objetivos: internos o externos; por sus funciones: familiares, educativos, políticos...; por su estructura: formales e informales; por su composición: primarios, secundarios; por sus objetivos y formas de organización: democráticos, autocráticos y caóticos (*Laissez faire Laissez passer*).

2. TIPOS DE GRUPOS

Dada la diversidad de clasificación de grupos, en este texto sólo desarrollaremos la referente a: por su composición, por sus objetivos y formas de organización.

2.1 GRUPOS PRIMARIOS Y SECUNDARIOS

Desde el nacimiento, tú ya estabas incorporado a un grupo llamado familia, éste es el más importante



<https://misstsocial.files.wordpress.com/2013/09/tribu.png>

TALLER DE COMUNICACIÓN I

en la vida de todo ser humano, aunque en la adolescencia busques la independencia, lo aprendido con tus padres y hermanos (si los hay) siempre te va a acompañar. El carácter primario de dicho grupo se debe a que son los primeros, desde un punto de vista cronológico, también son los primeros, desde un punto de vista cualitativo, porque ellos moldean el yo social de la persona, proporcionándole los motivos, normas y valores que guían la conducta y estructuran su autoimagen de las personas.

“Lindgren define a los grupos primarios como aquellos en los que las relaciones interpersonales se llevan a cabo directamente y con gran frecuencia suelen realizarse en un plano más íntimo y existe mayor cohesión entre sus miembros”. [González, 1994: 13-14]

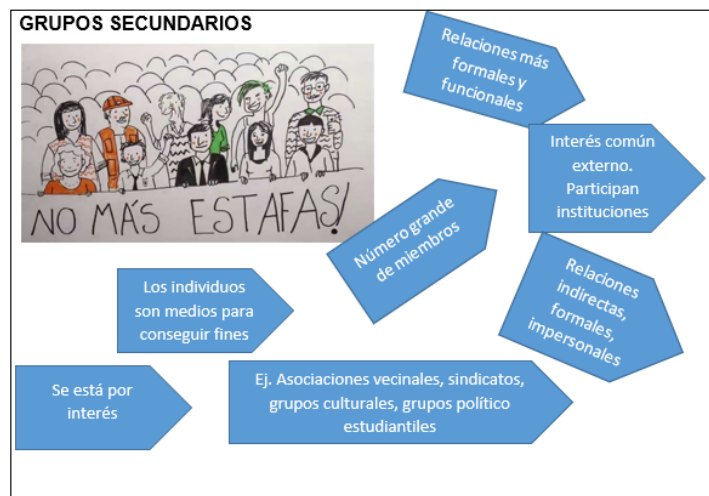
Los amigos es otro grupo primario de suma importancia, sobre todo para los jóvenes, quienes a través de ese grupo buscan y construyen poco a poco su identidad.

En los grupos primarios se establecen estrechas relaciones entre los individuos, hay comunicación cara a cara; sin embargo, en la actualidad las relaciones entre los integrantes de las familias o entre amigos medidas por las tecnologías cobran importancia. Es común ver que estos grupos utilizan las redes sociales para comunicarse. Otra característica es que la relación entre los miembros del grupo está basada en afectos y sentimientos.

Conforme has crecido, te has incorporado a otros grupos: ingresaste a la escuela o a un club deportivo, a una institución religiosa; es decir, has ingresado a grupos secundarios, donde las relaciones son formales, hay un interés compartido, un número a mayor de integrantes. Las características del Grupo Secundario se pueden esquematizar así:



Este esquema utiliza la imagen de https://www.freepik.es/vector-gratis/familia-feliz_765066.htm



Este esquema utiliza la imagen de <https://i.ytimg.com/vi/e2effTsCcTmA/maxresdefault.jpg>

2.2 GRUPOS DEMOCRÁTICOS, AUTOCRÁTICOS Y CAÓTICOS

Por sus objetivos y formas de organización los grupos se pueden clasificar en autocráticos, democráticos y caóticos. En esta caracterización, la función del líder es quien prácticamente le da el carácter al grupo. El sociólogo Kurt Lewin¹², hizo un interesante experimento donde en un grupo de jóvenes fue cambiando el comportamiento del líder (democrático, autocrático y caótico) y se dio cuenta que las relaciones y el logro de los objetivos también se modificaban.

Grupos autocráticos son aquellos donde una persona, jerárquicamente, predomina sobre las demás, por tanto, decide qué se hace y qué no. La autoridad recae en él o ella. La comunicación (los mensajes) fluyen de manera vertical, es decir, de arriba hacia abajo. A los integrantes se les imponen las tareas y no se toman en cuenta sus opiniones.

Los miembros:

- Obedecen a una persona, la cual dispone de poder absoluto sobre el grupo
- Se preocupan mucho por los resultados de las tareas asignadas por el líder
- No permiten que se inmiscuyan sus sentimientos en la toma de decisiones
- Son firmes en sus convicciones dirigidas
- Aceptan la supervisión y la responsabilidad final en las decisiones
- Ordenan, estructuran toda la situación del trabajo
- Basan su actuar en premios, amenazas y castigos



Este esquema utiliza la imagen: <https://puntocritico.com/ausajpuntocritico/wp-content/uploads/2018/02/flecha-autocr%C3%A1tica.jpg>

Los grupos democráticos caracterizan porque sus integrantes tienen voz y voto en la toma de decisiones. Se consideran las opiniones de la mayoría de los integrantes del grupo. Aquí, la comunicación que se lleva a cabo entre los integrantes es horizontal, es decir, la mayoría tiene el mismo nivel jerárquico y un fuerte sentido de solidaridad. Las características de este grupo son:

Los miembros:

- Muestran fuerte preocupación por el grupo, tanto en aspecto personal como en el trabajo
- Confían en la capacidad y buen juicio del grupo
- Se asignan claramente las tareas para el grupo con el fin de que todos comprendan su responsabilidad
- Crean un fuerte sentido de solidaridad
- Toman decisiones compartidas
- Su comunicación es compartida



Este esquema utiliza la imagen: <https://mariaejinete.files.wordpress.com/2015/03/collective-brain.jpg>

¹² Kurt Lewin (1890-1947) creó la teoría de campo, entre otras, poniendo atención a las interacciones de los grupos con el ambiente, puso énfasis en que cada proceso psicológico debe considerarse a la luz del conjunto de factores que interactúan en él.

TALLER DE COMUNICACIÓN I

Los grupos caóticos también llamados *laissez faire*, *laissez passer* (dejar hacer-dejar pasar). Aquí cada quien hace lo que quiere sin importar si se logran o no los objetivos. La comunicación se realiza de manera desorganizada y en diferentes sentidos. Los integrantes procuran no involucrarse en el trabajo del grupo, evaden la responsabilidad por el resultado obtenido, dan libertad absoluta para que trabajen y tomen decisiones y proporcionan información sólo cuando se lo solicitan.



Este esquema utiliza la imagen: http://2-learn.net/director/wp-content/uploads/2015/12/PPP_PRD_016_3D_people-Patry_People-300x225.png

2.3 LA COMUNICACIÓN EN LOS GRUPOS

Nos atreveríamos a decir que la comunicación es la sustancia del grupo, autores como G.C. Homans, señala a ésta como el único criterio para la existencia de un grupo. Por otro lado Morton señala que “por lo general el concepto sociológico de grupo se refiere al número de personas que interactúan entre sí, según patrones establecidos”. [González, 1994: 15]

Los distintos autores hacen hincapié en que la comunicación en los grupos debe ser cara a cara, directa, pero en la actualidad vemos que las redes sociales como *Facebook* o *WhatsApp* utilizan el concepto de grupos; por lo tanto, se deben replantear esta característica a la luz de la Tecnologías de la Información y comunicación digitales. Podríamos argumentar que sólo se trata del uso otros medios de comunicación (medios como los móviles o las computadoras) para enviar y recibir el mensaje entre los miembros de una familia o amigos, pero consideramos que estas tecnologías influyen de manera importante la estructura de los grupos.

Por otro lado, la comunicación en los grupos puede ser unidireccional, cuando el grupo y el líder sean autocráticos; comunicación bidireccional y recíproca, cuando se trate de un grupo y un líder democrático. En el caso de los grupos caóticos, puede no haber claridad en las interacciones: no hay liderazgo ni roles claros, al igual que mensajes y repuestas difusas.

3. CONCLUSIONES

El ser humano pertenece a distintos grupos, ellos enriquecen a la persona, siempre y cuando se rescate lo mejor de los miembros de ese grupo. La etapa en la que estás viviendo, adolescencia y juventud, quizá el grupo más importante sea el de los amigos, también es probable que cambies de un grupo a otro de amigos, ello es normal porque estás en un proceso de construcción de identidad. Sin embargo, el grupo fundamental es tu familia porque ella te ha dado cobijo desde que naciste y lo que aprendas ahí te será de utilidad durante toda tu vida.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- “Biografías y vidas. La enciclopedia biográfica en línea (2004-2019)”. <https://www.biografiasyvidas.com/biografia/l/lewin.htm>. Obtenido el 20 de mayo de 2019).
- Educatina. “Grupos sociales - Educación Cívica”. Publicado el 3 junio de 2013. Publicado en <https://www.youtube.com/watch?v=vjghPzU8oHs>. Video.
- González Núñez et. al. 1994. “Dinámica de grupos: técnicas y tácticas”. México: Editorial Pax. <https://books.google.com.mx/books?id=VG7sOluKjkQC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false> (Obtenido el 15 de abril de 2019)
- W.J.H Sprott. (1991). “Grupos Humanos”. México: Paidós mexicana.
- Pérez Valadez, Niza. “Características de un grupo (Fragmento película Bichos)”. Publicado el 10 abr. 2016. Publicado en: <https://www.youtube.com/watch?v=Jn4pE4mKLQU>. Video.
- Courtiño G., Alvaro. 2015. “Tipologías de grupos”. <https://es.slideshare.net/alvarocoutino/tipologias-de-grupo> el 5 de abril de 2019.

3.4 LA COMUNICACIÓN EN LOS GRUPOS INSTITUCIONALES Y GRUPOS DE AYUDA MUTUA Y AUTOAYUDA

OPERATIVO DEL APRENDIZAJE

UNIDAD III.

LA COMUNICACIÓN GRUPAL EN LOS PROCESOS SOCIALES.

APRENDIZAJE 4.

Identifica el papel de la comunicación en grupos institucionales, de ayuda mutua y autoayuda.

TEMÁTICA.

- El papel de la comunicación en los grupos institucionales.
- La comunicación en grupos de ayuda mutua.

SECUENCIA OPERATIVA

A) PREINSTRUCCIONAL (CONOCIMIENTOS PREVIOS A LA CLASE).

- Lluvia de ideas. El profesor o la profesora pregunta al alumnado ¿qué es un grupo de ayuda mutua?, ¿para qué sirven? y ¿cómo funcionan?
- Se realiza la lectura “**LA COMUNICACIÓN EN LOS GRUPOS INSTITUCIONALES Y GRUPOS DE AYUDA MUTUA Y AUTOAYUDA**”; se hace un mapa mental en una presentación en power point o flash. (Actividad extraclase)

B) COINSTRUCCIONAL (DESARROLLO EN CLASE O CLASES DEL CONTENIDO TEMÁTICO).

- Al azar, elige a algún alumno para exponer la presentación de la lectura. El docente y los demás compañeros del grupo hacen precisiones.
- El profesor elige realizar alguna o algunas de las siguientes estrategias: “**Algo en común**” (ANEXO 1), “**Siempre serás mi hijo**” (ANEXO 2) o “**Producción de dulces**” (ANEXO 3).

C) POSINSTRUCCIONAL (AFIANZAMIENTO DEL APRENDIZAJE DESPUÉS DE CLASE).

- En media cuartilla, cada uno de los alumnos identifica el papel de la comunicación en grupos institucionales, de ayuda mutua y autoayuda, con base en la lectura y en las estrategias llevadas a cabo. Se leen algunos trabajos en el salón de clase.

ANEXO 1

ALGO EN COMÚN	
APRENDIZAJE: Que los integrantes del grupo identifiquen la importancia de la comunicación en los grupos de ayuda mutua a partir de compartir aspectos que tienen en común.	
TIEMPO: 45 minutos LUGAR: salón de clases.	MATERIAL: Una pelota de esponja (ligera)
INICIO: 1) El profesor les explica a los alumnos el propósito de la actividad y les pide que coloquen sus sillas en un círculo.	
DESARROLLO: 2) El profesor inicia la presentación, dice su nombre y menciona cómo se siente en ese momento y cuál es su principal preocupación. 3) Avienta la pelota a algún alumno y éste procede a presentarse, cuando termina avienta la pelota a otro compañero, hasta que todos se presentan. (Nota: las presentaciones deben ser breves para que todos puedan participar).	
CIERRE: 4) Una vez que todos se presentaron, el profesor promueve la reflexión, a partir de las preguntas: ¿qué tenemos en común?, ¿cómo nos sentimos después de participar en esta actividad?	
EVALUACIÓN: <ul style="list-style-type: none">• Mapa mental de la lectura “La comunicación en los grupos institucionales y grupos de ayuda mutua y autoayuda”	

TALLER DE COMUNICACIÓN I

ANEXO 2

SIEMPRE SERÁS MI HIJO	
APRENDIZAJE: Identificar el papel de la comunicación en los grupos de autoayuda	
TIEMPO: 140 minutos LUGAR: sala audiovisual y/o salón de clase	MATERIAL: 1) Servicio en una sala audiovisual o, si se proyecta en el salón de clase: proyector, lap top, bocinas. 2) Película: Beautiful Boy (Siempre serás mi hijo). Sinopsis: Basada en las memorias de David y Nick Sheff, padre e hijo. Narra la historia de supervivencia, recaída y recuperación de una familia que enfrentó la adicción durante muchos años.
INICIO: 1) Antes de la proyección de la película el profesor indica cuál es el propósito de la proyección y qué aspectos analizarán: la comunicación en la familia, la comunicación en el grupo de autoayuda y ayuda mutua, qué papel jugó la comunicación en la recuperación de la adicción. El análisis lo deben entregar en una cuartilla.	
DESARROLLO: 2) Proyección de la película Beautiful boy (Siempre serás mi hijo). Análisis de la película como actividad extraclase.	
CIERRE: 3) En el grupo, los alumnos compartirán su análisis, haciendo hincapié en el papel de la comunicación en la recuperación de adicciones.	
EVALUACIÓN: <ul style="list-style-type: none">• Análisis de la película Beautiful boy (Siempre serás mi hijo), de acuerdo a las preguntas que se les dio a los alumnos previo a la proyección.• Participación en el análisis grupal.	

ANEXO 3

PRODUCCIÓN DE DULCES (COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL)	
APRENDIZAJE: Verificar cómo la comunicación eficaz puede ayudar a logra una meta de producción	
TIEMPO: 45 minutos LUGAR: sala audiovisual y/o salón de clase	MATERIAL: 1) Cinco pliegos de papel china o crepé de distintos colores. 2) Resistol. 3) Colores de madera 4) Dos hojas blancas tamaño carta.
INICIO: 1) Se forman equipos de ocho personas, cada equipo debe tener su material. El profesor da las indicaciones: cada equipo debe imaginar que es parte de una fábrica, con el material, tienen que elaborar “dulces”, diseñar el nombre del producto y una estrategia para venderlo. Gana el equipo que produzca más “dulces” y cree la campaña más creativa. Se da como tiempo 25 minutos.	
DESARROLLO: 2) En los 25 minutos los equipos se dedican a producir los “dulces”. 3) El profesor no da más indicaciones, los integrantes de los equipos se deben organizar solos, pueden surgir líderes de manera natural quienes organizan la actividad.	
CIERRE: 4) Una vez transcurrido el tiempo, cada equipo cuenta sus “dulces” frente a todo el grupo, presenta el nombre del producto y la estrategia de venta. Se elige al ganador. 5) Se reflexiona sobre el papel que juega la comunicación en la organización de una “fábrica”.	
EVALUACIÓN: <ul style="list-style-type: none">Participación en la actividad del equipo.	

LA COMUNICACIÓN EN LOS GRUPOS INSTITUCIONALES Y GRUPOS DE AYUDA MUTUA Y AUTOAYUDA

DESARROLLO DEL TEMA

1. INTRODUCCIÓN

Para los seres humanos, la comunicación no sólo les posibilita vivir en sociedad y, de esta forma sobrevivir, sino también le es útil para poderse recuperar de problemas emocionales, ayudarse a sí mismo y ayudar a otros, en caso de enfrentar alguna adicción o enfermedad emocional, este uso de la comunicación es muy claro en los grupos de autoayuda y de ayuda mutua.

De igual forma, las estrategias de comunicación en una empresa, le permite a ésta lograr beneficios para ella y para sus empleados. Las universidades han creado la especialidad de Comunicación organizacional para formar profesionistas encargados de diseñar dichas estrategias en los centros de trabajo.

En este apartado, nos enfocaremos al estudio de la comunicación en varios tipos de organizaciones: grupos institucionales, grupos de autoayuda y ayuda mutua.

2. LA COMUNICACIÓN EN LOS GRUPOS INSTITUCIONALES

“El estudio de la comunicación en las organizaciones se ha realizado desde diferentes posturas y disciplinas sociales. La administración de empresas ha realizado sus principales aportes de la mano de la psicología social y la sociología” [López, 2007: 31]

La comunicación organizacional es el conjunto de diferentes procesos (que incluyen mensajes y medios) y estrategias a través de las cuales las organizaciones transmiten información a sus trabajadores, clientes y proveedores.

El propósito de la comunicación organizacional es buscar y abrir espacios para la discusión de los problemas de las empresas o instituciones esforzándose por lograr soluciones colectivas que benefician al sistema y que lo hacen más productivo; incluye la comunicación institucional o corporativa, la comunicación interna y la comunicación mercadológica (mercadotecnia y publicidad). [Rebeil y Ruiz (Coord.), 1998: 15]



<https://rrppmaster.uab.cat/wp-content/uploads/2018/04/La-comunicaci%C3%B3n-organizacional.jpg>

En las organizaciones hay dos tipos de comunicación: la interna y la externa. En la interna puede haber comunicación horizontal, entre personas de una misma jerarquía: gerentes, directores, jefes o comunicación vertical: entre gente de jerarquía diferente: jefe-empleado. La empresa o institución debe

planear estrategias de comunicación que los lleve a cumplir sus objetivos. En tanto en la comunicación externa, se encuentra la manera de relacionarse con los clientes, acreedores o con la sociedad en general: de manera directa o indirecta, con uso de diversos medios, dependiendo de los recursos que la institución destine para este fin.

“Aunque el plan de comunicaciones debe inspirarse en la gerencia y la rentabilidad, y la productividad empresarial es el pretexto, es claro que el principio y la finalidad máxima de éste no puede ser otro que el crecimiento de las personas de las organizaciones”. [López, 2007: 44]

3. LA COMUNICACIÓN EN LOS GRUPOS DE AUTOAYUDA Y AYUDA MUTUA. ALCOHÓLICOS ANÓNIMOS.

En 1935, un hombre llamado Bill W. tenía un problema grave de alcoholismo, tras intentar dejar el vicio del alcohol en varias ocasiones, se dio cuenta que si compartía sus experiencias con otro alcohólico podía mantenerse sobrio, observó que disminuían sus deseos de beber cuando trataba de ayudar a otras personas que tenían el mismo problema que él.

Para alcohólicos anónimos resulta fundamental la comunicación inter e intrapersonal. Dentro de su literatura de estos grupos se hace especial énfasis en la necesidad de que sus miembros externen las dolencias y sentimientos que los aquejan.

El alcohólico primero tiene que hacer una introspección o comunicarse consigo mismo para reconocer que tiene un problema; después externarlo frente a los demás. Los grupos formados por individuos con adicciones y con deseos de superarlas, se llaman de autoayuda porque, en primer lugar, la persona debe tener la convicción de ayudarse a sí misma; también se denominan de ayuda mutua, porque a través del llamado “servicio” ayuda a sus pares.

“*Por la boca enfermaste, por la boca has de sanar*”. Ésta es una premisa bajo la cual opera el proceso de recuperación del sano juicio en estos grupos y la que justifica la importancia de la tribuna.

La tribuna para A.A representa un ente espiritual sobre el que se vierten vivencias, *diarios vivir*, reflexiones, etcétera, con la finalidad de ofrecer al alcohólico un momento de lucidez a través de la oralidad. En ese sentido, se le sugiere al usuario de la tribuna que lo que se comenta ahí no debe estar en función de su receptor inmediato (los demás alcohólicos que se encuentran en ese momento), sino para un “*poder superior*”, una entidad intangible a la que está dirigida el discurso.

Es importante mencionar que alcohólicos anónimos funciona con conceptos retomados de la medicina, la psicología y la religión, que trabajan en conjunto pues la problemática del alcoholismo exigía un método integral por ser un problema físico, emocional y espiritual.

La empatía juega un papel importante en la dinámica de AA, no sólo a través de lo que se expresa en tribuna, sino también por lo que se comenta entre la misma comunidad alcohólica y, especialmente, con las charlas que se establecen entre “recién iniciados” y las personas que llevan más tiempo. El diálogo que se establece entre dos alcohólicos se le conoce como “apadrinamiento”.

La justificación de la tribuna y el apadrinamiento, se debe al reconocimiento de problemáticas y sentimientos comunes que se han experimentado en todas las circunstancias que envuelven la problemática del abuso del alcohol. Aquí es donde la empatía hace su labor de reconocimiento con el otro, a esta cualidad se le conoce en dichos grupos como “puente de comprensión”.



TALLER DE COMUNICACIÓN I

4. CONCLUSIÓN

En síntesis, la comunicación, el compartir con el otro, el poner en común nos ayuda a vivir en sociedad, a convivir con nuestros semejantes en distintos grupos: familia, amigos, escuela y centros de trabajo.

Las estrategias de comunicación en una institución, tiene como uno de sus propósitos mejorar la productividad, pero no se limita a eso, de igual manera, buscar que los trabajadores se sientan satisfechos, si ellos están bien, la empresa o institución tendrá mejores resultados.

Por otro lado, la comunicación contribuye a que los seres humanos sanemos emocionalmente, a encontrarnos con nosotros mismos, a lograr la empatía con personas que tienen problemas similares: Al ayudar a otros también nos ayudamos a nosotros mismos.

El fin de la comunicación no es la manipulación del otro, sino la búsqueda de la felicidad y la plenitud del ser humano, empezando por lograr una relación armoniosa con nosotros mismos y con los miembros de los grupos a los que pertenecemos.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- ISSSTE 2008. “Guía técnica para la integración de Grupos de Ayuda Mutua”. <http://normateca.issste.gob.mx/webdocs/X10/200811101041200838.pdf?id=081543> (Obtenido el 28 de abril de 2019).
- López Jiménez, Daniel Fernando 2007. Humanizar la comunicación, la mejor apuesta de la organización. Cap. 1 en “Comunicación empresarial. Plan estratégico como herramienta gerencial y nuevos retos del comunicador en las organizaciones”. Bogotá: Universidad de la Sabana, Ecoe Ediciones Ltda.
- Mena, Abinadí. “Comunicación Organizacional y Liderazgo (El segmento extraído de la película Jobs)”. Publicado 5 mayo 2017. Disponible en <https://youtu.be/pc8Mwmeeuo4> Video
- Ocampo Villegas, María Cristina (Edit.) 2007. “Comunicación empresarial. Plan estratégico como herramienta gerencial y nuevos retos del comunicador en las organizaciones”. Bogotá: Universidad de la Sabana, Ecoe Ediciones Ltda.
- Racho, Dolores. “Comunicación organizacional”. Publicado 3 de marzo 2017. Disponible en <https://youtu.be/JDqIqLh-VGM>. Video
- Rebeil Corella, María Antonieta y Celia Ruiz Sandoval Reséndiz (coord.) 1998. “El poder de la comunicación en las organizaciones”. México: Plaza y Valdés Editores.
- “Steve Jobs”, 2015. Mark Gordon Company / Scott Rudin Productions / Universal Pictures / Legendary Pictures / Scott Rudin Productions. Película Disponible en: <https://youtu.be/zJcNE3aJg4g>
- Timoteo Álvarez, Jesús. 2013. “Manejo de la comunicación organizacional”. Ed. Díaz de Santos, s/l.

3.5 LA COMUNICACIÓN EN LOS GRUPOS INSTITUCIONALES Y GRUPOS DE AYUDA MUTUA Y AUTOAYUDA

OPERATIVO DEL APRENDIZAJE

UNIDAD III.

LA COMUNICACIÓN GRUPAL EN LOS PROCESOS SOCIALES.

APRENDIZAJE 5.

Reconoce la comunicación grupal, tipos de grupos y formas de organización en los movimientos sociales.

TEMÁTICA.

La comunicación en los movimientos sociales:

- Movimientos sociales
- Tipos de movimientos sociales

La comunicación grupal en los movimientos sociales.

La comunicación alternativa en los movimientos sociales

SECUENCIA OPERATIVA

A) PREINSTRUCCIONAL (CONOCIMIENTOS PREVIOS A LA CLASE).

- Se les pide a los alumnos que formen equipos de cinco integrantes y señalen qué son los movimientos sociales y cómo utilizan las redes sociales dichos movimientos.

B) COINSTRUCCIONAL (DESARROLLO EN CLASE O CLASES DEL CONTENIDO TEMÁTICO).

- Se les solicita a los alumnos la lectura del texto **LA COMUNICACIÓN Y ORGANIZACIÓN EN LOS MOVIMIENTOS SOCIALES** y que realicen un mapa conceptual en su cuaderno. Actividad extraclase.
- Realizar la estrategia “**Sufragistas**” (**ANEXO 1**)

C) POSINSTRUCCIONAL (AFIANZAMIENTO DEL APRENDIZAJE DESPUÉS DE CLASE).

- Llevar a cabo la estrategia “**Creando un movimiento social**” (**ANEXO 2**)
- En media cuartilla, cada alumno señalará lo aprendido en este aprendizaje.

TALLER DE COMUNICACIÓN I

ANEXO 1

SUFRAGISTAS	
APRENDIZAJE: Identificar las formas de organización, la reivindicación, las formas y los medios de comunicación del movimiento social representado en la película Sufragistas .	
TIEMPO: 1 Hora 45 minutos LUGAR: salón de clase o sala audiovisual	MATERIAL: Servicio de sala audiovisual o si se proyecta en el salón de clases: computadora, proyector y bocinas. -Película: Sufragistas Sinopsis Relata la historia de las sufragistas inglesas en los albores de la Primera Guerra Mundial. La mayoría eran trabajadoras que veían cómo sus protestas pacíficas no servían para nada. Se radicalizaron y su lucha se hizo cada vez más violenta. Estaban dispuestas a perderlo (sus trabajos, sus casas, sus hijos y sus vidas), a fin lograr la igualdad. Ésta es la historia de Maud (Carey Mulligan), uno de estas activistas.
INICIO: 1) Se le da los siguientes aspectos para analizar la película “Sufragistas” y se les pide pongan atención en ellos: <ul style="list-style-type: none">• Tipo de movimiento social• ¿Cuál es la demanda o reivindicación?• ¿Cómo se organizan?• ¿Quiénes son las líderes?• ¿Qué formas de comunicación utilizan para organizarse y para dar a conocer su lucha a la opinión pública?	
DESARROLLO: 2) Proyección de la película Sufragistas. 3) Actividad extraclase: darán respuesta a estos puntos en un trabajo escrito en computadora para entregar impreso o enviar a alguna plataforma o red social que el profesor utilice.	
CIERRE: Comentan en grupo las respuestas a los aspectos de análisis. Se llega a conclusiones.	
EVALUACIÓN: <ul style="list-style-type: none">• Mapa conceptual de la lectura del texto “La comunicación y organización en los movimientos sociales”• Análisis de la película Sufragistas.• Participación en el análisis grupal.	

ANEXO 2

CREANDO UN MOVIMIENTO SOCIAL											
APRENDIZAJE: Los alumnos revisarán los tipos, las estrategias y los medios de comunicación en un movimiento social juvenil											
TIEMPO: 1 hr. 45 minutos LUGAR: sala audiovisual y/o salón de clase	MATERIAL: 1) Lectura del tema. 2) Cartulinas, marcadores, lápices de colores.										
INICIO: 1) Los alumnos revisarán en internet videos o imágenes de movimientos sociales juveniles en México o en otros países. (Extraclase) 2) Elegirán uno de ellos, en el cual localizarán los tipos, las estrategias y los medios de comunicación que utilizan este movimiento social. (Extraclase).											
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="3">CUADRO DE TIPOS, ESTRATEGIAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN</th> </tr> <tr> <th>Tipos de comunicación</th> <th>Estrategias de comunicación</th> <th>Medios de comunicación</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="height: 40px;"></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>			CUADRO DE TIPOS, ESTRATEGIAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN			Tipos de comunicación	Estrategias de comunicación	Medios de comunicación			
CUADRO DE TIPOS, ESTRATEGIAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN											
Tipos de comunicación	Estrategias de comunicación	Medios de comunicación									
DESARROLLO: 3) Los alumnos se organizan en equipos de seis integrantes. 4) Diseñan un movimiento social juvenil, consideran los siguientes aspectos: <ul style="list-style-type: none"> • Propósito del movimiento social: • Integrantes de este movimiento: • Demandas, reivindicaciones: • Estrategias de comunicación para dar a conocer su demanda y ganar simpatizantes: • Consignas (mensajes): 5) Medios de comunicación que utilizarán: 6) Los equipos elaborarán por lo menos un cartel con sus consignas. 7) Cada equipo presentará su trabajo al resto del grupo.											
CIERRE: 8) Cada alumno elaborará un texto de reflexión referente a la importancia de la comunicación en los movimientos sociales.											
EVALUACIÓN: <ul style="list-style-type: none"> • Cuadro de tipos, estrategias y medios de comunicación. • Participación en su equipo en la creación de un movimiento social. • Escrito de reflexión sobre la importancia de la comunicación en los movimientos sociales. 											

LA COMUNICACIÓN Y ORGANIZACIÓN EN LOS MOVIMIENTOS SOCIALES

DESARROLLO DEL TEMA

1. INTRODUCCIÓN

En el curso hemos revisado la comunicación en sus diferentes niveles, tipos y formas. También vimos que la comunicación es fundamental para la formación y organización de los grupos sociales, en el presente aprendizaje analizaremos la comunicación en la formación y desarrollo de movimientos sociales, cuyos miembros están en constante activismo para lograr una demanda o en la defensa de algún derecho.

El propósito de esta lectura es reconocer y analizar la comunicación grupal, tipos de grupos y formas de organización en los movimientos sociales.

La comunicación que utilizan los movimientos sociales es la llamada alternativa o la “otra comunicación” debido a que los integrantes de dichos movimientos no cuentan con recursos económicos, para contratar espacios en los medios comerciales, ni pueden recurrir al apoyo de los medios gubernamentales, porque no coinciden con la ideología de las empresas comerciales o estatales de comunicación.

A falta de recursos, las estrategias comunicativas de los movimientos sociales son creativas, recurren al ingenio popular, tanto para la organización del grupo, para ganar simpatías de la opinión pública, como para presionar al gobierno o autoridad a la que se le demanda la reivindicación. En la sociedad postindustrial, las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) se han convertido en instrumentos fundamentales para el flujo de información, la transmisión de mensajes, la organización de los grupos, la difusión de demandas políticas y sociales y su discusión en la esfera pública. Por ello, en la actualidad algunos movimientos sociales se han organizado desde las redes sociales; sin embargo, han tenido impacto porque enarbolan una demanda sentida por la sociedad o por lo menos un sector de ella y no sólo por el uso de dichas redes tecnológicas.

2. MOVIMIENTOS SOCIALES

Hasta este momento hemos estudiado la comunicación en diferentes grupos, de distinto tamaño, propósitos y estructuras; en este apartado trataremos grupos donde participa un amplio número de integrantes, a quienes une una demanda o reivindicación. El movimiento social sigue un proceso de (re)constitución colectiva, fuera del ámbito de la política institucional, por la cual se dota de sentido la acción individual y colectiva [Revilla, 1996: 1]. Los movimientos sociales han transformado la historia y las sociedades, en menor o mayor medida.

A través del tiempo, se han manejado diversos términos para dar cuenta de la manera en que se mueven las masas o grupos populares para responder a situaciones de dominación u opresión socioeconómica-política en determinadas coyunturas y procesos: se les ha llamado: de protesta social, de resistencia, de contrapoder o antipoder, emergentes, de la sociedad civil, entre otros. [Adame, 2013: 58].

La demanda o reivindicación es “algo” en la que los integrantes del grupo creen. Los integrantes de los movimientos sociales forman grupos secundarios y, dependiendo de su organización y de las relaciones que haya entre los integrantes y sus líderes, pueden ser movimientos democráticos, autocráticos o caóticos.

Para que el movimiento social tenga eco en la sociedad o en un sector, la demanda debe ser un sentir o una necesidad compartida. La acción de estos grupos ha contribuido a que la sociedad se transforme constantemente.

“Los enfoques teóricos que se dedican al estudio del movimiento social y de la acción colectiva como estrategia, es decir centrándose en el cómo actúa y se moviliza un determinado sector de población, parten del estudio del movimiento social como organización, sin cuestionarse el origen de la organización y sin dar explicación al paso del nivel individual al colectivo” [Revilla, 1996: 1].

Los movimientos sociales van cambiando con la evolución de la sociedad, incluso las demandas y reivindicaciones son diferentes, aunque hay algunas que prevalecen en todos los tiempos y todas las sociedades. El propio contexto socio-histórico del surgimiento del movimiento social determina su composición social y su dinámica.



https://alterglobalizacion.files.wordpress.com/2011/02/movimientos_sociales.jpg

3. TIPOS DE MOVIMIENTOS SOCIALES

Existen diversos tipos de movimientos sociales: políticos, sociales y culturales, aunque por supuesto en todos se puede presentar una combinación. “Antonio Aguirre Rojas (2008:5-59) plantea que hay una diferencia entre movilizaciones y movimientos, mientras las primeras son pasajeras y en torno a un objetivo puntual y acotado (aunque puedan ser masivas), los segundos son algo permanente, organizados, con objetivos inmediatos, mediatos y a largo plazo (y pueden ser populares o no populares)...” [Adame, 2013: 60-61]

Los movimientos políticos están relacionados con el ejercicio del poder público, busca minimizar o resolver el choque entre los intereses en conflicto en la sociedad. Por ejemplo:

- La marcha de la Sal. En marzo de 1930 Mahatma Ghandí emprendió la conocida Marcha de la sal con la que logró arrancar la independencia de la India. Realizó un recorrido a pie de unos 300 kilómetros desde Sabarmati hasta la ciudad costera de Dandi, cuando por fin llegó tomó un poco de sal como acto simbólico en contra de los impuestos colocados a ésta. [Mundo.com s/f]
- Primavera Árabe. La llama se encendió el 17 de diciembre de 2010 en la ciudad de Túnez, cuando un vendedor se inmoló a modo de protesta por el despojo de sus mercancías y cuentas de ahorro por parte de la policía. Su agonía despertó la furia de miles de tunecinos que comenzaron a alzarse contra las malas condiciones del país, algo que se replicaría por el resto de las naciones árabes. [Mundo.com s/f]

TALLER DE COMUNICACIÓN I



En la historia de México, ha habido una enorme cantidad de movimientos sociales políticos, desde su conformación como país hasta nuestros días; algunos de los más recientes son: en 2005, el movimiento contra el desafuero de Andrés Manuel López Obrador, entonces Jefe de Gobierno de la Ciudad de México; en 2012 el movimiento Yosoy123 encabezado por estudiantes de la Universidad Iberoamericana en protesta contra el

candidato presidencial del Partido Revolucionario Institucional (PRI), Enrique Peña Nieto.

3.1 MOVIMIENTOS SOCIALES

Éstos se refieren a los movimientos que encabezan distintos grupos sociales, y cuya causa o reivindicación no es de interés político, aunque cabe aclarar que no existe una diferenciación radical entre los distintos tipos de movimientos sociales, políticos o culturales.

Nuestras hijas de regreso a casa. Formado por familiares y amigos de mujeres jóvenes que han sido asesinadas o se encuentran desaparecidas en el Estado de Chihuahua. El movimiento surgió 2001, cuando 5 jóvenes desaparecieron en un lapso de dos meses en Chihuahua, tiene por objetivo proteger los derechos de las mujeres mexicanas, pues según cifras del Observatorio Ciudadano Nacional del Femicidio entre los años 2013-2014 fueron asesinadas seis mujeres a diario en México. [Fernández, s/f]

Movimientos por el caso Ayotzinapa. Surgió en el año 2014, cuando en una serie de protestas y manifestaciones entre la policía municipal, el ejército mexicano y estudiantes de la Escuela Normal Rural de Ayotzinapa, resultaron heridos periodistas y civiles, nueve muertos y 43 estudiantes desaparecidos. Las familias de los estudiantes desaparecidos continúan exigiendo al Estado que responda por dichas desapariciones. [Fernández, s/f]

4. LA COMUNICACIÓN ALTERNATIVA EN LOS MOVIMIENTOS SOCIALES

La comunicación es fundamental para la conformación y organización del grupo o grupos que forman parte de un movimiento social. La interacción puede ser interpersonal, grupal, directa (cara cara), indirecta (utilizando algún medio tecnológico por ejemplo dispositivos como el celular o la computadora).

TIPOS DE COMUNICACIÓN	EJEMPLOS
Intrapersonal	Cuando los líderes o integrantes del movimiento reflexionan sobre la demanda y un plan de acción
Intrapersonal	Los integrantes del movimiento platicar para llevar a cabo un mitin.
Grupal	En una asamblea o reunión para tomar acuerdos.
Privada	Los líderes conversan sobre la viabilidad de las acciones del movimiento
Pública	La que se da en un mitin, en una red social o en una entrevista en un medio masivo de comunicación

TIPOS DE COMUNICACIÓN	EJEMPLOS
Unilateral	Los líderes ordenan a los integrantes del grupo las acciones, en una red social algún integrante publica un mensaje pero no responde a los comentarios.
Recíproca	Los miembros del grupo dialogan para acordar el plan de acción.

Recordemos que los medios de comunicación son los soportes donde se coloca en mensaje en el proceso de comunicación. Los integrantes de los movimientos sociales, ante la falta de acceso a los medios comerciales, utilizan la creatividad para aprovechar cualquier soporte: la ropa, autos, ventanas de sus casas, volantes pancartas; en la actualidad, las redes sociales son excelentes herramientas para organizar movimientos sociales y dar a conocer sus demandas.



Si a tu frontera llega una paloma 🎵
Cuida que no sea buitre lo que se asoma
Cuanta falta nos hace Benito Juárez 🎵
Para desplumar aves neoliberales...

(<https://lyricstranslate.com/es/eugenia-leon-la-paloma-juarista-lyrics.html>)

<https://hotbook.com.mx/los-movimientos-que-han-surgido-en-las-redes-sociales/>

La comunicación que utiliza los movimientos sociales es la Alternativa, se llama así porque es una alternativa a la comunicación comercial o gubernamental, a través de esta comunicación quienes comúnmente no tienen voz en las grandes corporaciones de comunicación, pueden hacerse escuchar.

También debemos considerar lo que señalan Olivier Fillieule y Danielle Tartakowky [2015] que vivimos en sociedades en movimiento, en las que el recurso a la calle es elegido por actores muy diversos. Las manifestaciones en las calles es un recurso por excelencia de los movimientos sociales y allí, en la calle, se da una riqueza enorme de creatividad para expresar consignas.

5. CONCLUSIONES

¿Las redes sociales pueden crear movimientos sociales? No, en sí mismas las redes sociales no crean un movimiento social, pero sí han sido poderosas herramientas para la organización de los movimientos sociales y para la difusión de mensajes, ideas, consignas y críticas, debido a las siguientes características: eliminan la barrera de la distancia; tienen la capacidad de estar presente en todas partes al mismo tiempo (ubicuidad), con ello, la instantaneidad, la interactividad y la sensación de que participamos en la discusión de los asuntos públicos, y en su solución.

TALLER DE COMUNICACIÓN I

Por otro lado, los mensajes se diseñan con los lenguajes cibernéticos que contienen todos los de los demás medios (fotografía, libros cine, periódico, radio, televisión), ello ha propiciado mayor impacto de los mensajes transmitidos en las redes; además, la interactividad permite la retroalimentación inmediata entre los usuarios de las redes.

La organización y la forma de lucha de los movimientos sociales, se han modificado con la presencia de medios digitales (computadoras, iPad y celulares); pero no debemos olvidar que éstos sólo son herramientas, y por sí mismos no son capaces de crear un movimiento, como no la ha hecho ningún otro medio de comunicación en la historia.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Adame Cerón, Miguel Ángel 2013. "Movimientos sociales, políticos, populares y culturales. Una disputa por la democracia y el poder en el México neoliberal (1982-2013)". México: Itaca.
- Canal 6 de Julio 2016. "Sociología. Memoria contra el olvido. "Movimientos sociales en México". Publicado 13 de agosto 2016. Disponible en <https://youtu.be/Go6ma8eYKGG?t=107>. Video.
- Colussi, Marcelo. "Medios de comunicación alternativos: una guerra popular". <https://www.voltairenet.org/article138301.html> Obtenido el 21 de mayo de 2019.
- Fernández Esteccher, Scarlet (nd). "Los movimientos sociales en México de la actualidad". Lifereder.com. <https://www.lifereder.com/movimientos-sociales-en-mexico/> Obtenido 19 de mayo de 2019.
- Fillieule, Olivier y Danielle Tartakowsky 2015. "La manifestación, cuando la acción colectiva toma las calles". Buenos Aires: Siglo veintiuno editores.
- UNED Documentos. "Movimientos Sociales: Cambio Social y Participación ciudadana". Publicado 28 de mayo 2014. Disponible en <https://youtu.be/3EdGbwQuY8Q?t=364>. Video.
- Mundo.com Cultura. (s/f) "Movimientos sociales que cambiaron el curso de la historia". <https://www.mundo.com/cultura/movimientos-sociales-que-cambiaron-el-curso-de-la-historia/> Obtenido el 22 de marzo de 2019.
- Revilla Blanco, Marisa. El concepto de movimiento social: Acción, identidad y sentido. Última Década. <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=19500501>> ISSN 0717-4691. Obtenido el 23 de marzo de 2019.
- Sierra Caballero, Francisco 2015. "Videoactivismo y movimientos sociales". Barcelona: Gedisa.
- Simmel, George 2013. "El conflicto. Sociología del antagonismo". Madrid: Sequitur.
- Universidad Iberoamericana Puebla 2014. "Lázaro (Documental sobre movimientos sociales en México)". Publicado 9 de junio de 2014. Disponible en <https://youtu.be/Cv5eXRBnQEQ>. Video

PAQUETE DIDÁCTICO

TALLER DE COMUNICACIÓN I

Se terminó de imprimir en el departamento de
impresiones del Colegio de Ciencias y Humanidades
Plantel Oriente, en agosto de 2023



2023