

4. Comunicaci3n Interpersonal

El nivel de comunicaci3n mas inmediato y expresivo en la vida cotidiana de cualquier persona, es el de la comunicaci3n entre dos o mas personas o interpersonal. Sobre todo cuando ella trasluce la comunicaci3n intrapersonal de los sujetos comunicantes y cuando la relaci3n entre estos es directa y presencial y, por lo tanto, cara, a cara. En este caso el campo de las significaciones se amplia: se significa con las palabras, pero tambi3n con el cuerpo. El nivel de comunicaci3n interpersonal ha sido, junto con la forma comunicaci3n verbal. El intercambio, la reciprocidad, el dialogo, aun mas all3 de las palabras son inertes a la comunicaci3n. Es preciso se3alar esto por la manipulaci3n, consiente o no, que se ha venido haciendo del termino comunicaci3n; se le ha equiparado con t3rminos tan dis3miles a el como transferencia, transmisi3n, persuasi3n, etc. la comunicaci3n se produce por el hecho de transferir o transmitir significados de un punto a otro o cuando a partir de esos significados se logra persuadir al interlocutor.

Consideradas las cosas de esa manera, el proceso comunicativo es despojado de su propia estructura y dinamismo ya que se detiene, o termina, cuando uno de los polos de la relaci3n se limita a recibir los significados que se le env3an; se le convierte as3 en un recept3culo inerte, pierde su capacidad para co-pensar, co-actuar y co- hablar o es inducida a hacerlo de acuerdo a los prop3sitos del emisor. La enajenaci3n del polo receptor se da aqu3 por la v3a de la conquista que realiza el polo emisor.

La comunicaci3n entendida como transmisi3n, transferencia, persuasi3n, asigna as3 una funci3n diferente a quien comunica algo en relaci3n a aquel a quien se comunica. En la practica, este planeamiento equivaldr3a a aceptar que en el proceso comunicativo un individuo se comporta como agente y otro como paciente; uno elabora mensajes y otro los consume, etc.

La perversi3n ling3stica, en este caso, se pone en evidencia. Aceptar este esquema te3rico, que se deriva de una confusi3n terminol3gica y conceptual, podr3a significar acaso la convalidaci3n, como hecho natural y no puramente hist3rico, de la jerarquizacion de la sociedad.

En la anulaci3n de las capacidades propias de uno de los sujetos consiste la reificacion de las relaciones humanas mediante la cual una persona es trasformada por otra en una cosa.

Las disparidades sociales propias de la sociedad jerarquizada impide a los hombres desplegar sus potencialidades a consecuencia de la reificacion de las relaciones sociales por las que un sujeto concibe al otro como puro medio o instrumento. Las relaciones de comunicaci3n no escapan, por tanto, a ese proceso. Esto es particularmente cierto en la llamada comunicaci3n colectiva, pero no es exclusiva de ella. Las relaciones y v3nculos deificados pueden encontrarse tambi3n en la comunicaci3n intermedia: grupos educativos, religiosos, sindicatos, partidos, etc. Y

aun en la comunicaci3n interpersonal: maestro- alumno, padre hijo, var3n - hembra, etc. Cuando esta basada en el dominio de unos sobre otros.

El concepto de comunicaci3n y la estructura y din3mica del proceso por el contrario, como ya se se3alo, excluye toda apropiaci3n del objeto por uno de los sujetos. En la comunicaci3n no hay recipiendario y recipiente, sino reciprocidad de sujetos activos. La comunicaci3n as3 entendida requiere ciertas precondiciones sin las cuales no se puede garantizar su factibilidad como dialogo exento de toda dominaci3n. La respuesta a esta situaci3n de dominio de unos sobre otros en cualquier campo de la actividad humana ha sido el surgimiento, aqu3 y all3, de movimientos, hasta ahora minoritarios pero muy activos, que demandan la transformaci3n de una sociedad cuya esencia son las desigualdades sociales y la transformaci3n de las relaciones y los v3nculos sociales y la transformaci3n de las relaciones y v3nculos sociales deificados, por otra cualitativamente distinta en la que el hombre. Por ello habr3a que

considerar que el tipo de comunicaci3n no enajenada, de vinculo sim3trico, requiere tambi3n de un escenario pol3tico que haga posible el debate, la argumentaci3n libres de cualquier tipo de dominio.

Ese contexto pol3tico es el que corresponder3a al de una sociedad democr3tica de contenido en que puedan compartirse no solo los significados, sino tambi3n los intereses, las luchas, la necesidades y la necesidades y la riqueza social comunes a todos los hombres con el fin de orientar a la sociedad comunes a todos los hombres con el fin de orientar a la sociedad hacia metas verdaderamente humanas.

5. Antonio Pasquali: informaci3n, comunicaci3n y conocimiento

Comunicaci3n

Trasmisor medios de comunicaci3n receptor

t-r t-r

Dialogo

La relaci3n de las correlaciones funcionales entre totalidad hist3rico - social de conocimiento de conocimiento propiamente dicha corresponde a una sociolog3a del conocimiento que como tal deber3a formar capitulo aparte de una sociolog3a general y saber y no confundirse con ella.

Informaci3n

Medios de informaci3n

Trasmisor receptor

t-r alocucion t-r

la relacionabilidad en que transmisor y receptor pierden la ambivalencia propia del esquema comunicacional, reemplazando el dialogo por la alocuci3n o par3nesis. Alocuci3n quiere indicar aqu3 el discurso unilateral suscitando de una relaci3n de informaci3n, que es un decir ordenado sin posibles replicas de la parte receptora hasta el punto de justificar la licencia idiom3tica el rasgo mas peculiar de la alocuci3n; la tentativa de sustraer, empujar, aduearse y alienar (al receptor).

Conocimiento

(Sujeto transmisor) (objeto receptor)

(metodo cognoscitivos)

de donde

(medios de difusi3n) (receptor)

Conocimiento

en la relaci3n de conocimiento el termino "receptor" es un eufemismo que indica, en realidad, el objeto, lo conocido el termino de la relaci3n mismas mientras que en " transmisor" es empleado para sealar al sujeto cognoscente. Aun cuando en una relaci3n de conocimientos no hay, pues autentica bipolaridad del tipo intercomunicaci3n al, el sujeto cognoscente no deja de actuar, en una perspectiva trascendental, como

cosa pensante que va al encuentro del objeto equipado con “formas de conocimiento” las cuales funcionan de manera de enfoque y ello viene de una manera de “transmitir” algo al otro término de la relación mediante una operación que en ciertos contextos filosóficos se connota con la expresión literal de in - formar.

La comunicación aparece en David Berlo como un proceso reglado (no como un simple acto) que permite al ser humano negociar su posición en el entorno en el que vive. De este modo, la comunicación es un valor de interlocución, de poder, de influencia, de control... La eficacia o ‘fidelidad’ de la comunicación, no obstante, está sujeta a estrategias y no produce resultados ciertos, sino que puede estar avocada al fracaso, generalmente por incompatibilidad entre el propósito de quien emite y la disposición de quien recibe. La eficacia radica, en buena medida, en eliminar, en un sentido amplio del término, los ‘ruidos’ que pueden distorsionar el propósito comunicacional. Desde el punto de vista de sus objetivos, los alcances de la comunicación son, según este autor, de dos tipos: aquellos que se satisfacen en el hecho mismo de la comunicación y los que, más allá que transmitir un mensaje, dar a la comunicación un carácter instrumental y persiguen una respuesta concreta (cambio de actitud, consumo, voto político, etc.). Berlo, a través de su modelo denominado ‘S-M-C-R’ (source-message-channel-receiver) distingue, pues, la acción del emisor y su estrategia e intención de la del receptor. Este último puede aparecer como destinatario ‘intencional’, esto es, objetivo directo del mensaje del emisor, o como ‘no intencional’, que es todo aquel al que llega el mensaje, aun cuando no figuren como objetivo de la comunicación. Berlo aplica este esquema al conjunto de los fenómenos de comunicación, incluida la interpersonal, por lo que, según los tipos, se produce una síntesis o simplificación en los procesos que definen el protocolo de la acción comunicativa. Desde una posición conductista, para Berlo el proceso sigue las pautas del aprendizaje, estableciendo relaciones de causalidad a partir de la aplicación de las pautas procesales.

La comunicación como proceso reglado se atiene a las pautas clásicas de la acción comunicativa (Shannon y Weaver), con una posición emisora (fuente), una mediación (codificador) que transforma la intención de la fuente en mensaje, a transmitir por un canal (medio o soporte), que debe ser decodificado para ser eficaz en la producción de comunicación sobre un receptor (audiencia) final. La idea de ‘ruido’, analizada en el plano físico por Shannon y Weaver como merma del mensaje, paliable mediante la redundancia en el flujo emisor, la lleva Berlo al plano de la fidelidad o eficacia en el fenómeno de la comunicación humana. Y esa eficacia o fidelidad, esto es, la consecución de los objetivos fijados por la fuente, la basa en unas pautas que afectan al conjunto del proceso: Capacidad de la fuente en la formulación estratégica de sus objetivos (definición de qué y a quién se quiere comunicar), codificación adecuada (valores narrativos, retóricos, etc.), elección del canal más eficaz en función del mensaje y del receptor final, siempre en aras de transmitir seguridad, confianza y credibilidad, que aparecen aquí como valores asociados a la fidelidad. Pero, también, la eficacia pasa por la capacidad y facilidad de diálogo entre interlocutores que tienen distintos roles en el sistema social, incluso por una empatía cultural e ideológica de la fuente y del receptor; de modo que la proximidad en los rasgos de identidad facilitan el alcance de los objetivos (esto es, ‘hablar el mismo idioma’). En el caso de la comunicación masiva, el proceso debe partir del conocimiento del sistema social, de la posición de sus actores, de las posiciones receptivas (demandas, expectativas, formación, prácticas culturales, etc.). El propio sistema social, definido por los roles de sus agentes, es en sí, para Berlo, un sistema de pautas de comunicación, de proximidades, lejanías, afinidades y controversias. El conocimiento de las estrategias de comunicación de los propios agentes sociales condiciona también la propia comunicación dentro del sistema.

Pero hay un elemento diferenciador en el modelo teórico de Berlo y es la relación entre eficacia de la comunicación y gratificación del receptor. La recompensa se convierte aquí en el mecanismo reflejo de la aceptación y objetivación de la acción comunicativa. Se produce entonces un mecanismo de complicidad o conexión en la línea de intereses de los actores del proceso, a partir de la cual la efectividad de la comunicación alcanza un carácter reversible, que produce una alimentación de la fuente a instancias del receptor; esto es, lo que se ha dado en llamar ‘realimentación’, ‘retroalimentación’ o ‘retroacción’ (Berlo se acerca al modelo de Osgood, expuesto por Schramm), que permite un refinamiento, rectificación o mayor sensibilidad y sintonía comunicativa en las sucesivas acciones del emisor. Berlo da un gran importancia a la recepción, y señala que “los significados no están en el mensaje, sino en sus usuarios”;

esto es, la decodificación es el valor final y diferenciado que fija, por contraste con el propósito inicial del emisor, la eficacia de la comunicación.

6. niveles de la comunicación

Comunicación intrapersonal

La comunicación intrapersonal implica, en cierta medida un proceso de introspección para llegar al autoconocimiento. “conoce a ti mismo como decían los filósofos griegos auto conocerse, por ejemplo, en referencia a las relaciones

- con uno mismo ¿quien soy?, ¿cómo cuido mi cuerpo?, ¿ejercito mi cuerpo? ¿qué concepto tengo de mí?, me ¿quiero como persona? ¿he pensado elaborar o tengo ya elaborado un proyecto de vida?, ¿cómo desempeño mis responsabilidades de estudio, trabajo, entretenimiento, etc.? ¿conozco y defiendo mis derechos humanos?
- Con los demás ¿cómo me comporto con los otros? ¿se escucha al otro? ¿respeto las formas de pensar y de sentir del otro aunque no las comparto? ¿respeto y defiendo los derechos humanos del otro? ¿cómo asumo mis responsabilidades sociales?
- Con el entorno físico: ¿cuido los espacios físicos en los que se desarrolla mi vida cotidiana: hogar, colonia, escuela, plaza pública, edificios, etc.? ¿me preocupo por hacer más habitables para todos estos espacios?.

Estas y otras muchas podrán ser preguntas para ejercitarse en la comunicación intrapersonal. El ejercicio y la práctica de esta nivel de comunicación, nutre y enriquece a la persona y la capacita para desarrollarse en el mejor de los niveles interpersonal, intra e intergrupal y si es el caso en el nivel masivo.

Comunicación Interpersonal.

Esta comunicación también llamada interindividual tiene lugar en forma directa entre 2 o más personas físicamente próximas con una retroalimentación inmediata. Sus características son:

- ♦ La participación de dos o más personas físicamente próximas.
 - ♦ Existe un solo foco de atención cognitiva visual.
 - ♦ La interacción se da mediante un intercambio de mensajes en el que los participantes se ofrecen recíprocamente algunas señales.
 - ♦ La interacción es cara a cara.
- El contexto interpersonal es en gran parte no estructurado, es decir son regidos por pocas reglas.

Comunicación intragrupal e intergrupal

En la vida cotidiana, en una situación normal, todo individuo o persona pertenece, quiera o no, a uno o más grupos de acuerdo con las actividades a que se dedique o que desee desarrollar. De esta manera, aparte de su grupo familiar, un estudiante de bachillerato puede por las mañanas formar parte de su grupo escolar, al mediodía con sus amigos del barrio o de la colonia y en la tarde con sus compañeros de equipo de fútbol o de su grupo político o religioso.

Se puede hablar, por lo pronto de dos tipos de grupo.

- Los informales, o sea aquellos que surgen a partir de las circunstancias concretas tales como el lugar donde se vive o se trabaja, pero sin tener objetivos ni programas ni normas ni metas expresamente formulados y, por tanto, carecen de reconocimiento institucional
- Los formales, o sea aquellos que se integran por la decisión libre de cada uno de sus miembros, que cuentan con objetivos, programados, normas y metas que se han de lograr para que sean avalados institucionalmente.

Para poder sostenerse, requiere de un mínimo de cohesión interna. Esta cohesión les es dada por la participación en el de cada uno de sus miembros. Dicha participación tiene, a su vez, como instrumento básico, la comunicación. Grupo en el que no hay participación ni por consiguiente, comunicación, no logra conformarse como tal hasta desaparecer.

La comunicación Inter. - grupal se da cuando hay interacciones de diferentes grupos.

Comunicación Masiva.

Es la comunicación de difusión o de masas y recurre a la ayuda de la tecnología moderna bajo la forma de medios masivos. No debe confundirse la presencia de estos instrumentos con el proceso mismo.

Los medios masivos son las diversas formas industrializadas de producir información y entretenimiento en la sociedad de consumo. Sus características son:

- Son auditorios relativamente grandes.
- Se trata de un auditorio heterogéneo
- Como el auditorio conserva su anonimato
- El medio actúa en forma pública
- Transmite de manera transitoria.

7. tipos de comunicación

Directa: es una comunicación de tipo presencial, cara a cara o de manera inmediata. Salvo casos excepcionales cuenta, además, con la ventaja de que las y los involucrados en el proceso emiten su mensaje no solo verbalmente, sino también a través de los signos no verbales que se desprenden del lenguaje corporal.

Indirecta: es una comunicación que se lleva a cabo con base en señales que rompen las barreras del tiempo y del espacio. En su desarrollo ha tenido un destacado papel la aparición de la escritura, de la imprenta y actualmente los grandes medios de difusión. Con estos últimos se ha ampliado el potencial de los sentidos de la vista y el oído. Pierde, sin embargo, la ventaja del elemento presencial que enriquece a la comunicación directa.

Unilateral: no hay intercambio ni cambio de papeles porque uno emite y el otro simplemente recibe. El emisor ejerce dominio sobre el receptor. Este, en efecto, es concebido por el emisor como “pura re extensa” término latino que quiere decir cosa.

Reciproca: se refiere a los intercambios y diálogos de entre los sujetos. En respecto a la autonomía de los sujetos involucrados en el proceso se influye mutuamente y actúan sobre el mensaje. Los dos polos de la relación se comportan activamente. En este tipo de comunicación se da lo que en términos mas

coloquiales se denomina conversación o plática.

Privada: aquel tipo de comunicación que se dirige a unas o pocas personas fácilmente ubicadas e identificables.

Publica: aquella que esta dirigida a públicos amplios, heterogéneos y anónimos. Los mensajes están dirigidos a todos en general y a nadie en particular.

Combinaciones de la tipología de Maletzke

- Directa - reciproca privada
- Directa - reciproca - publica
- Directa - unilateral - privada
- Directa - unilateral - publica
- Indirecta- reciproca - privada
- Indirecta - reciproca - publica
- Indirecta - unilateral - privada
- Indirecta - unilateral - publica