

MARCO DE REFERENCIA.

Es el conjunto de significaciones, conceptos, experiencias, creencias, saberes y conocimientos mediante los cuales podremos tener puntos clave para construir nuestra opinión de algo y ser así más objetivos.

NIVELES DE LA COMUNICACIÓN

Existen 6 niveles de la comunicación:

- Comunicación Intrapersonal. Es la comunicación que tiene lugar dentro del individuo; para decirlo brevemente es hablar con uno mismo; una persona puede ser emisor y receptor simultáneamente en su interior.
- Comunicación Interpersonal. Esta comunicación también llamada interindividual tiene lugar en forma directa entre 2 o mas 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 Grupal. Es la que ocurre cuando un conjunto de personas conforman una unidad prácticamente identificable y realizan transacciones de mensajes para la interacción, convivencia y desarrollo del grupo en busca del cumplimiento de sus metas.
- Comunicación Organizacional. Es una forma de comunicación interpersonal pero de diferentes características. En una organización es necesaria la jerarquía y el flujo en función de decisiones del poder

Tiene lugar en las empresas, en las iglesias, en las escuelas, partidos políticos y grupos deportivos.

- 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.
- Comunicación Intermedia. Esta se sitúa entre la comunicación personal y la masiva. Los medios de los que se vale son, entre otros, el teléfono, estaciones radiotelegráficas, el satélite y teletipo.

Esta comunicación se distingue por la presencia de un instrumento técnico en el cual participan sujetos identificables.

PROPÓSITOS DE LA COMUNICACIÓN

- **Informar:** Como por ejemplo una conferencia, una sesión de clase, un anuncio publicitario o una plática interpersonal para contar alguna novedad.
- **Entretener:** Es cuando se cuenta un chiste, un cuento, una anécdota o una conversación trivial.
- **Persuadir:** Es la comunicación que pretende modificar la conducta o la opinión de una o más personas.

Los propósitos de la comunicación se aplican en cualquier caso de interacción que realizan un emisor y un receptor, e incluso, en la comunicación intrapersonal donde emisor y receptor son una misma persona.

Además se considera que estos tres propósitos se aplican en el desarrollo de un discurso, pues cuando expresamos un discurso públicamente o pretendemos ofrecer información o entretener a nuestro público o bien persuadirlo.

Por otra parte, los propósitos específicos son aquellos que se desprenden de los propósitos generales.

El propósito general de informar tiene propósitos específicos:

- **Explicar:** Dar a conocer un proceso o funcionamiento de algo. Ejemplo: Dar a conocer la secuencia para elaborar un pastel.
- **Describir:** Dar las características esenciales o accidentales de algo para que el público construya en su mente una imagen.
- **Definir:** Aclarar un término. Ejemplo: Hablar de las diferentes acepciones de la palabra amigo y los tipos de amigos que existen o expresar algún concepto de interés en el tema del cual se está hablando.
- **Exponer:** presentar o dar a conocer un tema. Ejemplo: Ofrecer los resultados parciales de un censo y es muy importante que no se confunda explicar con exponer pues ambos son propósitos específicos, pero cada uno tiene su intención particular.

Los propósitos específicos de persuadir son:

- **Motivar a la acción.** Lograr que los fumadores dejen de fumar.
- **Convencer o Formar.** Es un propósito específico que pretende establecer una opinión o creencias o actitud respecto a algo.
- **Convencer reforzar.** Este propósito se emplea cuando el público ya aceptó una opinión, actitud o creencia y se le ofrecen razones para consolidar esa idea. Ejemplo: Promover el amor a la familia.
- **Convencer cambiar.** Consiste en modificar la idea, actitud, creencia u opinión que el público tiene respecto a algo. Ejemplo: Separar la basura orgánica de la inorgánica.

LA TECNOLOGÍA Y LA COMUNICACIÓN

- Al considerar el momento actual de la comunicación como el tercer gran salto de la comunicación, después de la agricultura y la era industrial.
- Al hombre le ha preocupado andar cada vez más a prisa por los caminos del transporte y la comunicación.

- Sin embargo no todos creen que sean buenos los avances en cuanto a la tecnología.
- Sócrates levantó su voz contra la invención de la escritura.

Thomas Jefferson pensaba que la prensa era un terrible vehículo de contaminación

Y cuando la Biblia se tradujo del latín al inglés Hobbes escribió indignado: Ahora resulta que cada estúpido que sabe leer cree que habla con Dios y que lo entiende.

MEDIOS DE PERSUACIÓN

Las funciones de la persuasión son:

- Motivar a la acción.
- Convencer.
- Refutar.

MEDIOS DE PERSUACIÓN SEGÚN ARISTÓTELES

- Ethos. Carácter o personalidad del orador
- Pathos. Capacidad de transmitir emociones y llegar al auditorio a experimentar uno o más sentimientos.
- Logos. Argumento de la idea que se esta defendiendo.

EL DISCURSO

Objetivo. El alumno organizará una exposición oral con base a un esquema de trabajo. En esta lección aprenderemos a estructurar un tema para exponerlo oralmente.

Existen muchos esquemas diversos que proponen los autores de libros sobre discursos, oratoria o comunicación oral, aquí se presenta un plan general.

ESQUEMA

- Tema. Pensar en el asunto que desea tratar.
- Propósito general. Informar, Persuadir o Entretener.
- Propósito específico. Definir claramente la intención determinada de realizar el discurso.
- Secuencia lógica. Es la forma de organizar la información.
- Bosquejo del tema. Son las ideas principales con del asunto que se trata.
- Subdivisión del tema. Indica las ideas principales con subdivisiones.
- desarrollo. Escribir las ideas completas de acuerdo con cada idea principal.