

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
DIRECCION GENERAL DE INCORPORACIÓN Y
REVALIDACION DE ESTUDIOS
COLEGIO DE CIENCIAS Y HUMANIDADES**

**Guía para examen extraordinario
Taller de Comunicación I**

Programa 2016

**Coordinadores. María Elena Arias Aguilar y Eduardo Juan Escamilla.
Pedro David Ordaz, Josefina Escamilla Escobedo, Rafael
de Jesús Hernández Rodríguez, Fernando Rosales Flores, José
Rogelio Rueda Segura
Julio Vidal Blanco y Esperanza Lugo Ramírez.**

Agosto 2019

Introducción

Este es un documento auxiliar en la preparación del examen extraordinario del *Taller de Comunicación I* que puedes consultar de manera impresa y/o en línea. En su elaboración participaron de manera colegiada profesores del Colegio de Ciencias y Humanidades (CCH) de los planteles Vallejo y Naucalpan quienes tomaron como base el *Programa de Estudios Actualizado* de la asignatura.

Este material contempla textos y lecturas breves que explican conceptos claves para alcanzar los aprendizajes contenidos en el *Programa* de la materia. Se dan instrucciones de actividades para el logro de los aprendizajes teórico-prácticos y se proponen formas de evaluación, o verificación del aprendizaje. Finalmente, se incluye la bibliografía básica y complementaria que ayude al alumno a profundizar en los temas y aumente sus probabilidades de acreditar el examen extraordinario.

La presente guía tiene como objetivo aumentar los niveles de aprobación de los alumnos, mediante la revisión concisa y mínima de los temas, que los habiliten en el estudio y análisis sistematizado de los temas de la comunicación humana, el lenguaje y la participación comunicativa en diferentes grupos sociales con los que conviven durante su vida cotidiana.

Instrucciones de uso

Para la correcta orientación de esta guía deberás leer los textos teóricos propuestos para cada aprendizaje. Después deberás responder a las sugerencias de actividades prácticas que te ayudarán a reconocer y comprender las temáticas con la finalidad de alcanzar los aprendizajes.

Contestar las sugerencias de actividades, así como la revisión de actividades de evaluación y autoevaluación te servirán para la preparación del *examen extraordinario del Taller de Comunicación I* y responder adecuadamente.

UNIDAD 1

La comunicación humana

PRESENTACIÓN

La presente Guía para el Examen Extraordinario de la asignatura Taller de Comunicación I, referente a la unidad: La comunicación humana, te orientará sobre los contenidos mínimos que deberás adquirir, tales como:

- a) La importancia de la comunicación en la formación y desarrollo de las sociedades humanas.
- b) El conocimiento de las principales características del lenguaje, su importancia en el proceso de hominización y su trascendencia para la vida de las personas y de las sociedades.
- c) La exploración de situaciones personales y sociales en las que la comunicación interpersonal es factor fundamental en la solución de conflictos y para ello son imprescindibles las relaciones éticas.
- d) El desarrollo de las habilidades para distinguir y usar diferentes formas de lenguajes con sus respectivos códigos.
- e) El análisis de los diferentes niveles de comunicación para mejorar sus habilidades cognitivas.

Para alcanzar estos elementos de la comunicación, la guía te ofrece actividades teórico prácticas, verificación de los aprendizajes y bibliografía según el propósito.

Propósito de la unidad 1

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.

Aprendizaje 1

Reconoce el estudio de la comunicación como una disciplina humanística.

Temática: (conceptos clave)

1.2.1 La comunicación humana como objeto de estudio:

- Disciplinario.
- Multidisciplinario.

Sugerencias de actividades teórico prácticas

Realiza la lectura La comunicación humana como objeto de estudio.

1.2.1 La comunicación humana como objeto de estudio

A mediados del siglo XIX, la palabra comunicación se había vuelto muy común y se interpretó como la transmisión de información entre dos polos.

Es por ello que podemos decir que hay comunicación entre dos personas que platican; también la hay cuando un macho realiza un ritual de atracción a la hembra; cuando los rayos del sol llegan a las plantas y elaboran el proceso de fotosíntesis, e incluso, hay comunicación a nivel celular.

Esta amplitud conceptual generó ambigüedad; por eso la comunicación como disciplina de investigación se aboca al estudio de las interacciones eminentemente humanas.

Disciplinario

Etimológicamente la palabra comunicación proviene del latín *communicare*, que quiere decir hacer común, “el vocablo mismo, en efecto, remite, etimológicamente, a una acción conjunta (=cum) a partir de la cual se construye (=munire) algo nuevo, diferente.” (Corral, 1999:44). Por ello, entendemos a la comunicación como la actividad humana que busca el bien común.

El autor Manuel de Jesús Corral enfatiza que una cualidad de la comunicación humana es que debe ser dialógica, simétrica y libre entre los hablantes, y que estas características aumentan las posibilidades que las personas se encuentren satisfechas en sus relaciones interpersonales.

Es dialógica si existe la condición de que tanto hablante (emisor-productor), como oyente (receptor-perceptor), pueden intercambiar sus papeles para que ambos se hablen y se escuchen respectivamente.

Es simétrica cuando el emisor-productor y el perceptor se respetan a pesar de que ocupen distintas jerarquías, sean por edad, conocimientos, experiencia o rango social, y se dan relaciones de equilibrio.

Y es libre cuando existe libertad de expresión; esto es, que el juego de poder entre los hablantes no reprima o limite a los hablantes bajo ninguna circunstancia.

Gregory Bateson, (1965) afirma que la comunicación “no se refiere solamente a la transmisión de un mensaje, sino que incluye todos los procesos a través de los cuales la gente entra en relación y se influye mutuamente.”, es decir, esta nueva disciplina implica el estudio del lenguaje y los procesos simbólicos de interacción entre las personas y que son parte del proceso de hominización.

Multidisciplinario

Se entiende por multidisciplinariedad una relación de varias disciplinas que cooperan en un objetivo común en la que cada disciplina conserva sus métodos y suposiciones diferenciadas de las otras disciplinas.

En este sentido, la comunicación también es multidisciplinaria porque se relaciona con otras ciencias y cada cuál desde sus propios enfoques y metodologías, aporta su visión analítica de un mismo evento.

Esto significa que la interacción entre las personas puede ser estudiado desde distintas disciplinas para comprender la influencia que puede ejercer un emisor-productor a un receptor-preceptor en ámbitos específicos.

Por ejemplo:

- ❖ La comunicación estudia el papel del emisor como productor de un mensaje; y la ciencia política analiza los vínculos del emisor con grupos de poder político y económico.

- ❖ La comunicación estudia el mensaje como un código, que es el contenido de información y la forma en que se estructura; y la semiología estudia las particularidades simbólicas de los signos empleados en el código.
- ❖ La comunicación estudia las características y cualidades de los preceptores que reciben los mensajes; y la sociología estudia los comportamientos de los grupos humanos.
- ❖ En comunicación el canal es el soporte físico por el que se envía el mensaje: papel, ondas eléctricas, medios digitales; y la antropología analiza cómo cada etapa histórica produce sus tipos de soportes.
- ❖ La comunicación categoriza el contexto como las circunstancias sociales, históricas, ideológicas, en las que se da el mensaje; y la psicología social es el estudio de los fenómenos espacio-temporales en la sociedad.

La investigación en la comunicación engloba un mundo de símbolos que dan identidad a un pueblo. El autor Giovanni Sartori (1997: pág.17), nos habla que habitamos un mundo simbólico y señala que esa es la cualidad humana que nos diferencia del resto de los animales: somos seres simbólicos.

En este mundo de símbolos están representados todos los lenguajes que permitieron la comunicación humana: la lengua, los movimientos, la transmisión de emociones, las ideas, la escritura, la vestimenta, los valores morales de las personas y de los pueblos, sus leyes y normas sociales, sus manifestaciones artísticas y en suma su visión del mundo.

Sugerencia de actividades teórica-prácticas.

Actividad 1

En tu cuaderno elabora un mapa mental de la lectura que acabas de realizar.

Actividad 2

Reflexiona y redacta en tu cuaderno las respuestas de las siguientes preguntas:

- a) ¿Cuál es el objeto de estudio de la comunicación?
- b) ¿Qué significa “comunicación” en su raíz etimológica?
- c) ¿Por qué se dice que la comunicación es una disciplina?
- d) ¿Por qué la comunicación es multidisciplinaria?
- e) ¿Por qué decimos que el hombre es un ser simbólico?
- f) ¿Qué ejemplos concretos puedes ejemplificar de relaciones simbólicas?
- g) ¿Cuáles son las tres cualidades de la comunicación humana?

Aprendizaje 2

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

Conceptos clave

1.2.1 La comunicación como recurso para la integración social.

Autoconocimiento

Intersubjetividad

Otredad comunicativa

Comunidad

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

Familiar

Escolar

Otros

Sugerencias de actividades teórico prácticas

Realiza la lectura del siguiente texto.

1.2.1 La comunicación como recurso necesario para la integración personal y social.

El ser humano requiere de la comunicación para fortalecer la integración social en la vida cotidiana, ya sea del individuo a la sociedad o bien de la sociedad al individuo. Existen cuatro procesos de comunicación humana para lograr integrarnos en los ámbitos personal y social de manera significativa: autoconocimiento, intersubjetividad, otredad comunicativa y comunidad. En cualquiera de estos procesos está presente la comunicación, ya sea en los niveles intrapersonal, interpersonal o grupal o bien como procesos para la solución de conflictos personales y/o sociales.

La comunicación se usa para el autoconocimiento personal en un diálogo con uno mismo y con la ayuda de otros; de la misma manera sirve para integrarnos con los interlocutores, compartiendo o no nuestros principios y valores a partir de la intersubjetividad y otredad comunicativa. Por último, la comunicación ayuda a vincularnos en comunidad y con comunidades.

A continuación te presentamos un cuadro con la definición de cada uno de los procesos de comunicación humana y cómo estos procesos ayudan a la integración personal y-o social.

Definición de procesos de comunicación humana	La comunicación te permite la integración personal , ya que se requiere para lograr	La comunicación sirve para la integración social cuando
Autoconocimiento: “... es una herramienta para lograr desarrollar un proceso de autoestima que “significa aceptarse, apreciar las propias cualidades, valorar los	Autoanálisis , consiste en la identificación de las características que configuran la personalidad del individuo a partir de la relación con los otros, implica un reconocimiento de habilidades para actuar	Tomamos en cuenta “Las opiniones de los otros , (pues) permiten que las personas observen aspectos que tal vez no han percibido por sí mismas (Estanqueiro, 2006, pág. 12-14).

<p>esfuerzos realizados y relativizar las críticas recibidas” (Estanqueiro, pág. 17)</p>	<p>de tal o cual forma. (Estanqueiro, 2006, pág. 12-14).</p>	
<p>Intersubjetividad: “Encuentro por parte del sujeto de otra conciencia que va constituyendo el mundo en su propia perspectiva. Constituye una característica esencial del mundo social” (Rizo, pág. 10)</p>	<p>Si subjetividad es la conciencia que se tiene de todas las cosas desde un punto de vista propio, entonces intersubjetividad es el encuentro de la conciencia propia influida por la de otro(s) sujeto(s).</p>	<p>La intersubjetividad se enfoca en los derechos de la naturaleza y humanos, es decir de la vida, por lo que los individuos deben asumir los principios de congruencia, reconocimiento y empatía. (Corral, 2009, pág. 38).</p>
<p>Otredad comunicativa El otro es un individuo diferente o desconocido con el cual se interactúa para enriquecer la comunicación.</p>	<p>Reconocimiento del otro a partir de :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aceptar que posee identidad propia, desde la percepción de que el individuo es diferente a uno. 2. Reconocer que tiene distintas formas de pensar, sentir y percibir la realidad. 3. Posee un sistema de valores y principios que ha construido en el transcurso de su vida. 4. Reconocer que es posible compartir ideas, intereses y puntos de vista. 5. Aceptar que las diferencias forman parte 	<p>Mejora las condiciones del entorno y convivencia en un contexto de respeto y aceptación de la existencia del otro. Ayuda a compartir ideas, intereses y puntos de vista.</p> <p>Acepta que las diferencias forman parte de las relaciones de convivencia social.</p>

	<p>de las relaciones de convivencia social.</p> <p>“...aptitud del ser vivo para contactar con otro ser vivo alejado en el espacio y/o en el tiempo, sirviéndose de instrumentos biológicos o tecnológicos” (Martín S. 1982, pág. 28)</p>	
<p>Comunidad Rizo (2013) argumenta que toda comunidad requiere del “establecimiento de una red de vínculos e interacciones, de la gestación y mantenimiento de un sentido de pertenencia y de la realización de acciones colectivas” (pág. 53).</p>	<p>Un espacio donde el individuo ejerce su individualidad y saca provecho de sus capacidades; pero también reconoce a otros y se integra con ellos para lograr metas comunes.</p>	<p>Comparten una serie de ideas con un significado común sobre en función de una propuesta que guía las acciones.</p> <p>Los objetivos se comparten y a partir de la comunicación y las acciones se establecen vínculos sólidos entre los individuos; pero también es importante la individualidad, puesto que las personas son entes conscientes con intereses propios, diferentes a los del resto de los integrantes de la comunidad, por ello una comunidad “respeta la pluralidad de fines y valores que cada individuo se plantea; pero también postula fines y valores que cada quien tendrá que hacer suyos si pretende superarse” Villoro (pág. 5</p>

En conclusión, la comunicación es un recurso que satisface la integración personal a partir del autoanálisis, la conciencia de la subjetividad, el reconocimiento del otro para el

logro individual en metas comunes. De la misma manera, es un recurso para la integración social pues ayuda a compartir expresiones, ideas, intereses y opiniones de los otros en congruencia, reconocimiento y empatía; además la comunicación sirve para compartir objetivos, metas y significados estableciendo vínculos sólidos con los individuos.

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

El conflicto forma parte de las relaciones interpersonales y sociales, es producto de diversos factores que muestran situaciones de oposición expresadas de diversas maneras. Cuando se estudia el significado del conflicto es necesario ubicarlo en un contexto específico de acuerdo con campos de conocimiento específicos como la sociología, la psicología, la historia, entre otros. La Real Academia de la Lengua Española refiere que el término se asocia con luchas y combates; apuros y situaciones desagradables; problemas jurídicos y psicológicos; así como querellas laborales, de igual forma, se presenta en circunstancias, que van desde lo individual, lo interpersonal, grupal y social.

Desde el terreno de la comunicación el conflicto tiene relación con las diferencias que se generan entre los individuos a partir de sus intereses, formas de percibir la realidad, situación social, cultura, valores e ideología entre otros aspectos. Esta situación de oposición se entiende como la “percepción por dos o más partes de una incompatibilidad de valores, metas o intereses” (Laca, 2008, p. 9), de tal forma que se produce un distanciamiento que puede tener repercusiones de diferente índole y que puede afectar a una o a las partes que intervienen.

Laca (pág. 10) agrega que especialistas como Burton (1987), Lederach (1997) y Coleman (2000) distinguen dos tipos de conflicto: aquellos cuyo objeto es tangible (dinero, territorio), y los de necesidades básicas psicológicas, cuyo objeto es intangible (reconocimiento de status, seguridad o sentido de control de la propia vida). Estas dos vertientes pueden combinarse y son el punto de partida para que se diversifiquen las formas de conflicto entre individuos, grupos y colectividades.

Solución de conflictos

Especialistas consideran que la comunicación es el recurso apropiado para dirimir situaciones de conflicto en sus diferentes niveles, a través de la utilización de una serie de herramientas y estrategias con las cuales se procure que el conflicto resulte ser una experiencia a partir de la cual se construyan aprendizajes y se generen propuestas.

Existen diferentes maneras de solucionar el conflicto, un primer acercamiento señala los siguientes elementos para resolución: la huida, el ataque y el diálogo. “La huida, implica una actitud de sumisión y falta de respeto por uno mismo; el ataque conlleva una actitud de dominación y falta de respeto hacia los demás; en tanto que el diálogo concilia intereses y negocia acuerdos, pues se fundamenta en el respeto mutuo” (Estanqueiro, 2005, pág. 55-56).

En la comunicación interpersonal cotidiana pueden utilizarse los recursos señalados; sin embargo, estos pueden generar reacciones y conductas diversas “La huida genera frustración y ansiedad. El ataque provoca resentimiento y deseo de venganza. Sólo el diálogo garantiza el éxito en la comunicación interpersonal” (Estanqueiro, 2005, pág. 57).

Otra propuesta se basa en la perspectiva de la conflictología, área de conocimiento multidisciplinaria cuya finalidad es solucionar los conflictos mediante la utilización de diferentes métodos (Aduato, 2009) denominados alternativos que se aplican tanto a situaciones cotidianas como a situaciones más complejas de los procesos comunicativos sociales, su principal característica se refiere a que son opciones de gran utilidad que evitan la acción jurídica en los tribunales.

- a) **Negociación.** Proceso de comunicación en el que los participantes resuelven las diferencias y establecen acuerdos.
- b) **Mediación.** Es un proceso voluntario en el cual los participantes tienen el propósito de solucionar las diferencias con apoyo de un interventor que asume una postura de imparcialidad.
- c) **Conciliación.** Es el establecimiento de acuerdos entre las partes basado en concesiones recíprocas, frecuentemente interviene un especialista, se aplica fundamentalmente en el contexto jurídico.
- c) **Arbitraje.** Procedimiento mediante el cual los actores del conflicto establecen un acuerdo para dirimir las diferencias con apoyo de un especialista experto en un tema que se encarga de analizar y emitir una resolución de forma imparcial.

En cada uno de los métodos señalados la comunicación resulta ser la principal herramienta de solución, pues al solucionarse los conflictos se ponen en práctica estilos de comunicación que consisten formas particulares de actuación ante las problemáticas, algunos de los estilos más usuales son los pasivo, agresivo, y afirmativo o asertivo.

Estilo pasivo. La persona asume una actitud de inferioridad, se carece de iniciativa, hay desconfianza de las capacidades propias, no se defienden los derechos propios.

Estilo agresivo. El individuo pretende imponer las decisiones propias de manera arbitraria, existe desconfianza en los otros, se asume una actitud de arrogancia e intolerancia. Se defienden los derechos propios; pero no de los demás.

Estilo afirmativo o asertivo. La persona tiene plena confianza en sí misma, expresa sus ideas con seguridad, escucha con atención las opiniones de los demás y actúa con responsabilidad. Defiende los derechos propios y ajenos.

Evidentemente las acciones de las personas ante los conflictos no necesariamente se concentran en un tipo de estilo específico, pues intervienen además los estados de ánimo o las circunstancias del entorno; sin embargo, pueden ser indicadores de comportamientos frecuentes.

Por lo arriba expuesto la comunicación es un recurso para la solución de conflictos en tu entorno familiar o escolar siempre y cuando consideres un diálogo constante, algún método alternativo (de negociación, mediación, conciliación o arbitraje) y adoptas un estilo de comunicación asertiva.

Actividades teórico-prácticas.

1. *En tu cuaderno elabora la definición de los siguientes conceptos:*

a) *Autoconocimiento*

b) *Intersubjetividad*

c) *Otredad comunicativa*

d) *Comunidad*

2. *Señala cómo el proceso de comunicación humana del autoconocimiento ayuda a la integración personal.*

3. Señala cómo el proceso de comunicación humana del autoconocimiento ayuda a la integración social.
4. Señala cómo el proceso de comunicación humana de intersubjetividad ayuda a la integración social.
5. Señala cómo el proceso de comunicación humana de la Otredad Comunicativa ayuda a la integración personal.
6. Señala cómo el proceso de comunicación humana de la Otredad Comunicativa ayuda a la integración social.
7. Señala cómo el proceso de comunicación humana de la comunidad ayuda a la integración personal.
8. Señala cómo el proceso de comunicación humana de la comunidad ayuda a la integración social.
9. Describe cómo ayuda la comunicación a la resolución de conflictos en tu entorno.

Aprendizaje 3

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

Temática: (Conceptos claves)

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

- Conocimientos
- Habilidades
- Actitudes y Valores.

Sugerencias de actividades teórico prácticas

Realiza la lectura La ética en la comunicación en sus diferentes niveles.

1.3.1 La ética en la comunicación en sus diferentes niveles

Para comunicarte requieres conducirte de manera ética, es decir, con valores morales en los diferentes niveles de comunicación que, a veces, se ejercen de forma simultánea.

Fernando Savater distingue la moral de la ética: La moral se refiere al “conjunto de comportamientos y normas que tú, yo y algunos de quienes nos rodean solemos aceptar como válidos. Representa las costumbres o a las reglas de conducta. La ética, por su lado, es la reflexión sobre la validez y comparación con otras ‘morales’ que tienen personas diferentes” (Savater, 2007, pág. 81).

El diccionario de la Real Academia Española señala que ética: Es la “parte de la filosofía que trata del bien y del fundamento de sus valores.”

La comunicación requiere de emociones que configuran tu personalidad. La emoción la componen los rasgos somáticos, psicológicos y sentimentales. El primero es innato y los dos últimos son innatos y aprendidos (Fernández, 2014, pág.

39). “Somos seres emocionales que usamos la racionalidad para justificar o negar nuestros deseos porque todo sistema racional se funda en premisas básicas no racionales aceptadas desde nuestras preferencias” (Fernández, 2014, pág. 39).

La comunicación debe ser un ejercicio ético, guiado por los valores morales y universales, a pesar de la influencia emocional. Sin embargo, su aplicación es difícil porque “el comportamiento moral tiene que estar dictado por el deber”, y no por la conveniencia, según Kant (Arroyo, 2015, pág. 11). La dificultad se ilustra con los siguientes ejemplos: Un alumno que mediática estudia sólo para acreditar o el profesor que toma cursos sólo para cumplir un requisito, son ejemplos antiéticos, desde la perspectiva de Kant.

Esta inconsistencia ética, el psiquiatra Frankl la explica de la siguiente manera: “el hombre nunca se ve impulsado a una conducta moral preestablecida; actúa, en cada ocasión, de una forma determinada” (Frankl, 2015, pág. 129). Es decir, las condiciones contextuales del momento son las que determinan, en la mayoría de los casos, el comportamiento.

Al comunicarte de forma permanente contigo misma (o), con una o varias personas para satisfacer necesidades materiales, intelectuales y sociales de forma cotidiana,

entre otras utilizas los siguientes niveles de comunicación: intrapersonal, interpersonal, grupal y masiva.

Comunicación intrapersonal

La comunicación intrapersonal es el diálogo interno en el que te platicas, es decir, eres emisor y receptor de tus pensamientos y, por lo tanto, puedes concebir y analizar en libertad, lo cual te multiplica las posibilidades de que tomes la mejor opción ante un problema o profundices tu capacidad analítica.

La comunicación intrapersonal permite que conozcas tus aspectos cognitivos, intelectuales, morales y éticos. Este conocimiento lo tienes a tu alcance porque te das la oportunidad de platicar contigo, pero, sobre todo, de escucharte.

Comunicación interpersonal

El nivel de comunicación interpersonal se establece, con una o más personas, para resolver necesidades materiales, espirituales y socioculturales, o para convivir, entre otras. Se hace de forma directa, cara a cara y con los cinco sentidos, lo que te permite graduar tu conducta, establecer relaciones amistosas, cooperativas, desagradables y provechosas, es decir, te dota de certidumbre y pertinencia de tu proceder lo cual vigoriza o declina tu equilibrio emocional.

Para que logres la comunicación se requieren coordinar los siguientes elementos que integran el contexto referencial: a) características generales del emisor-receptor, b) lugar, c) tiempo y d) intenciones. Habrá ocasiones en que, aparentemente se cumplan, pero si, por ejemplo, uno o más de los participantes guarda intenciones, es probable que se frustre la comunicación.

Este nivel representa el modelo ideal de comunicación, porque te permite a ti y al receptor, precisar y aclarar el contenido del mensaje, reafirmarlo y mantenerlo o cancelarlo de forma inmediata. Es el que más se ejerce en los grupos familiares, escolares, amistosos, sentimentales y laborales. Por ello, los lazos suelen ser de gran vitalidad e importancia.

Comunicación grupal

Es el nivel que se establece entre más de dos integrantes, con el propósito de resolver problemas sociales, coyunturales o sistémicas, tomar acuerdos sobre algún proyecto de trabajo o familiar. La comunicación grupal es transitoria, formal e informal entre familiares, amigos, compañeros de trabajo, incluso, entre desconocidos.

La comunicación grupal la ejercen las personas de manera permanente en diferentes tipos de grupo, incluso, en lapsos de tiempo reducidos, en los cuales desempeñan roles particulares, afines a cada grupo. Existe la posibilidad, por ejemplo, de que un adolescente que tiene un desempeño irrelevante en su hogar destaque en grupos estudiantiles.

El espíritu o tendencia gregaria de las personas se establece en el seno familiar; por consiguiente, con estas interacciones, además de la transmisión de información y la exposición de opiniones, logras las condiciones para que los valores morales y éticos, aprendidos en familia, los apliques en otros grupos.

Comunicación masiva

La comunicación a nivel masivo la constituyen los siguientes rasgos:

- a) Emplea medios tecnológicos
- b) los mensajes mediáticos que las personas reciben en diferentes presentaciones e intenciones.
- c) Los mensajes se clasifican por sus propósitos en: informativos, publicitarios, propagandísticos, de entretenimiento, educativos y culturales.
- d) A través de éstos los grupos sociales transmiten valores morales y universales, información educativa, cognitiva y cultural acordes con los sistemas económico y político imperantes.

En consecuencia, la comunicación masiva influye de manera central, en la organización y funcionamiento de la sociedad.

Conocimientos, habilidades, actitudes y valores de la comunicación

Una vez definido los niveles de comunicación (intrapersonal, interpersonal, grupal y masiva) se pueden identificar diferentes tipos de conocimientos, actitudes y valores que promuevan relaciones éticas en cada uno de ellos.

Conocimientos

La obtención de conocimiento comienza con el nivel de conciencia que tengas de la necesidad de mejorar tu comunicación. Esta conciencia comienza con la propuesta de, “conócete a ti mismo”. Esta idea significa, de manera libre, que debe reflexionar en torno a tu conducta: lo que haces, cómo lo haces, cómo lo dices y, sobre todo de qué manera consideras las respuestas que recibes en tus interacciones.

Con estos conocimientos reunirás las condiciones para conocer tu comportamiento y, de ser necesario, modificarlo y encauzarlas hacia la convivencia. Requiere como mínimo los siguientes pasos:

1. Conocimiento y análisis de tus propias claves afectivo-sociales, es decir, un autoconocimiento conductual, y
 2. Facilidad para captar el sutil lenguaje interpersonal que te permita descifrar, discriminar, codificar y simbolizar comportamientos intra e interpersonales, entre otros.
- Además de la toma de conciencia, importa el conocimiento sobre las emociones, debido a que son la base de la comunicación. “Si tuviéramos que decir con una palabra cuál es el componente central, no el único, el central de la comunicación interpersonal diríamos que es la emoción” (Fernández, 2013, pág. 34).

El conocimiento de las emociones es importante, porque:

No me puedo poner de acuerdo con el otro a golpes de palabras cargadas de emociones, tengo que construir una racionalidad argumentativa. [...] Necesito instalarme pues en el terreno donde se construyen los argumentos racionales que permiten acciones coordinadas con fines compartidos. Necesito, en suma, transitar hacia la comunicación intersubjetiva. No es un tránsito fácil, involucra todo lo que somos y queremos ser (Fernández, 2013, pág. 63).

En efecto, no es fácil controlar las emociones, pero: Cuando uno logra contener las propias emociones y escuchar al otro, o a los otros intentando ocupar su lugar, o sea poniéndonos en sus zapatos, es posible comenzar a comprender desde dónde habla ese otro, “es posible tender un puente comunicativo entre él y yo, o entre ellos y nosotros para lograr acuerdos contundentes” (Fernández, 2013, pág. 60).

Habilidades

Las habilidades sociales refieren la capacidad que poseen las personas para interactuar, formar equipo, convencer a los demás de sus demandas. Las habilidades no son, necesariamente, producto de una formación académica; proceden de la herencia genética y de los aprendizajes ambientales y culturales obtenidos en el grupo familiar, especialmente en la infancia.

“Ladd y Mize (1983) definen las habilidades sociales como ‘la habilidad para organizar cogniciones y conductas en un curso integrado de acción dirigido hacia metas interpersonales o sociales que sean culturalmente aceptadas” (Hidalgo, 1999, pág. 23).

Además se agrega, que las habilidades sociales requieren tres condiciones:

1. Conocer la meta apropiada para la interacción social.
2. Las estrategias adecuadas para alcanzar el objetivo social.
3. El contexto en el cual una estrategia específica puede ser apropiadamente aplicada.

Los habilidosos se comportan de la siguiente manera:

- intervienen de manera oportuna y acorde al ritmo de la plática,
- expresan opiniones claras y afines a las necesidades de quien las requiera,
- reprimen observaciones negativas, si no son requeridas o carezcan de motivo,
- respetan las conductas y comportamientos de los demás, siempre y cuando no cause afección,
- suelen ser generosos con las personas que requieren ayuda y,
- son agradables e ingeniosos.

Actitudes y valores

La actitud lo es todo, afirma la expresión coloquial. El diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, define a la actitud como “Una disposición de ánimo manifestada de algún modo. Actitud benévola, pacífica, amenazadora, de una persona, de un partido, de un Gobierno.” Es decir, la actitud es el ánimo con el que se abordan a personas o se enfrentan situaciones.

La actitud te dota de una vigorosa voluntad para que luches por tus propósitos, a pesar de que carezcas de conocimientos, habilidades o enfrentes situaciones adversas.

Por lo tanto, la carencia de actitud significa poseer una conducta abúlica, carente de voluntad o ánimo para afrontar o resolver problemas, o iniciar y terminar cometidos valiosos, dejarse llevar por la dinámica de las circunstancias.

Por lo tanto, la actitud refleja tu predisposición común de sentir y reaccionar anímicamente ante ciertos estímulos; de forma positiva o negativa. Cuando lo haces positivamente aprovechas la experiencia, en cambio, si lo haces negativamente, te creas un sentimiento de frustración que te impedirá superar el conflicto y alcanzar propósitos convenientes.

A continuación te mostramos tres tablas que sintetizan los requisitos para promover relaciones éticas en cada uno de los diferentes niveles de comunicación a partir de los conocimientos, habilidades, actitudes y valores.

Nivel de comunicación	Los conocimientos que te aportan los diferentes niveles de comunicación para promover relaciones éticas.
comunicación intrapersonal	<ul style="list-style-type: none"> a) Manejo esencial de tus emociones y conductas. b) Escucharte internamente para analizar y reflexionar libremente sobre la toma de tus decisiones. c) Conectar lo que piensas y dices con conductas congruentes.
comunicación interpersonal	<ul style="list-style-type: none"> a) Conectar con las emociones de tu interlocutor (otro). b) Captar el lenguaje de tu interlocutor para descifrar las intenciones de tu interlocutor. c) Reconocer las condiciones socioculturales, afectivas y psicológicas del perceptor.
comunicación grupal	<ul style="list-style-type: none"> a) Discriminar tus relaciones para unirse en grupo con aquellos que se correspondan con tus normas o principios. b) Organizar a los integrantes del grupo con base a su características: liderazgo y roles c) Especificar metas comunes. d) Lograr objetivos.
comunicación masiva	<ul style="list-style-type: none"> a) Conocer el carácter mercantil e ideológico de los mensajes mediáticos y su influencia en la concepción de la realidad para distinguir el trato con la sociedad.

Nivel de comunicación	Las habilidades que te aportan los diferentes niveles de comunicación para promover relaciones éticas.
comunicación intrapersonal	<ul style="list-style-type: none"> a) Escuchar atentamente el perceptor. b) Conocerte para intervenir en la toma de decisiones. (Autoconocimiento) c) Analizar en libertad las posibilidades de tus comportamientos diarios.
comunicación interpersonal	<ul style="list-style-type: none"> a) Establecer relaciones amistosas, cooperativas y provechosas b) Conocer las características de los interlocutores a partir de las intenciones, lugar y tiempo.

	<ul style="list-style-type: none"> c) Precisar y aclarar el contenido del mensaje para reafirmarlo, mantenerlo o cancelarlo de manera inmediata. d) Intervenir de manera oportuna y acorde al ritmo de la plática. e) Escuchar las emociones del perceptor para tratarlo con honestidad.
comunicación grupal	<ul style="list-style-type: none"> a) Satisfacer las necesidades del grupo mediante la participación equilibrada. b) Resolver problemas sociales, coyunturales u organizacionales con proyectos.
comunicación masiva	<ul style="list-style-type: none"> a) Ver, escuchar y leer de manera crítica los mensajes mediáticos b) Expresar opiniones claras y razonables para distinguir lo ficticio de lo real.

Nivel de comunicación	Las actitudes y valores que promueven relaciones éticas.
comunicación intrapersonal	<ul style="list-style-type: none"> a) Actitud reflexiva para tomar decisiones con plena libertad. b) Actitud autocrítica de las emociones, pensamientos y acciones para lograr un Ser congruente con honestidad.
comunicación interpersonal	<ul style="list-style-type: none"> a) Actitud solidaria para la búsqueda de igualdad. b) Actitud comprensiva y empática para lograr interacciones con justicia. c) Actitud de retroalimentación para lograr el respeto de las diferencias. d) Actitud sincera para lograr una aceptación honesta.
comunicación grupal	<ul style="list-style-type: none"> a) Actitud participativa para el logro de consensos (acuerdos honestos y con respeto). b) Actitud propositiva para lograr objetivos y metas con responsabilidad. c) Actitud de ayuda y generosidad para alcanzar el logro de la sensibilidad humana. d) Actitud colaborativa para realizar cambios sociales con prudencia y compromiso. e) Actitud normativa para el logro del bienestar colectivo o de la comunidad.
comunicación	<ul style="list-style-type: none"> a) Actitud analítica ante los mensajes de los medios de

masiva	<p>comunicación masiva para aceptar con Tolerancia las diferencias culturales y sociales de otros grupos locales, regionales o mundiales.</p> <p>b) Actitud racional ante los mensajes de los medios de comunicación y los valores de los grupos sociales dominantes para la búsqueda de la Verdad.</p> <p>c) Actitud interrogativa ante los emisores, mensajes y contextos de producción de los diferentes tipos de mensajes en los medios de comunicación para producir mensajes alternativos con originalidad.</p>
--------	--

Sugerencia de actividades teórica-prácticas.

Responde el siguiente cuestionario

1. *¿Qué conocimientos te aporta la comunicación intrapersonal para promover relaciones éticas?*
2. *¿Qué conocimientos te aporta la comunicación interpersonal para promover relaciones éticas?*
3. *¿Qué conocimientos te aporta la comunicación grupal para promover relaciones éticas?*
4. *¿Qué conocimientos te aporta la comunicación masiva para promover relaciones éticas?*
5. *¿Qué habilidades te aporta la comunicación intrapersonal para promover relaciones éticas?*
6. *¿Qué habilidades te aporta la comunicación interpersonal para promover relaciones éticas?*
7. *¿Qué habilidades te aporta la comunicación grupal para promover relaciones éticas?*
8. *¿Qué habilidades te aporta la comunicación masiva para promover relaciones éticas?*
9. *¿Qué actitudes y valores te aporta la comunicación intrapersonal para promover relaciones éticas?*
10. *¿Qué actitudes y valores te aporta la comunicación interpersonal para promover relaciones éticas?*
11. *¿Qué actitudes y valores te aporta la comunicación grupal para promover relaciones éticas?*
12. *¿Qué actitudes y valores te aporta la comunicación masiva para promover relaciones éticas?*

Aprendizaje 4

Explica el papel del lenguaje en el proceso de hominización.

Conceptos clave

1.4.1 El lenguaje en su dimensión histórico-social:

- *Lenguaje y pensamiento*
- *Formas del lenguaje*

Sugerencias de actividades teórico prácticas

Realiza la lectura El lenguaje en su dimensión histórico social.

1.4.1 El lenguaje en su dimensión histórico social

Este aprendizaje parte de la teoría de la evolución de Charles Darwin, en donde el hombre es producto de una permanente y progresiva adaptación a las condiciones del medio ambiente, en este ejercicio adoptó varias formas de comunicación “El hombre no evoluciona a partir de los monos antropoides avanzados; pero sí comparte con ellos un antepasado común. Se cree que proviene de la línea de los homínidos, individuos muy parecidos a los primates, pero de características cerebrales avanzadas”. (Harry, 1993, pág. 21)

El principal rasgo que distingue a la comunicación humana de la animal es la incorporación de las técnicas a la producción, la difusión y la recepción de las señales, mediante el empleo de herramientas. Todas y cada una de las actividades que desarrollaron los primeros humanos dieron origen al lenguaje y pensamiento.

Lenguaje y pensamiento

El lenguaje es el sistema que el hombre instrumentó, gradual y conjuntamente para comunicarse a través de signos lingüísticos y no lingüísticos. Por lo tanto, es un invento creado y, al mismo tiempo, creador por el Homo sapiens, es decir, el individuo que logró pensarse a sí mismo, hablar e interpretar la realidad individual y social, porque comenzó a evaluar sus actos y los actos de los demás cuyo resultado lo llevó a establecer acuerdos y realizar acciones (trabajo y normas de convivencia) con otros.

La creación del lenguaje permitió al hombre aprender a representar la realidad de forma simbólica, por eso se dice que, “El lenguaje no es algo que se herede; es un arte que puede pasar de una generación a la siguiente sólo mediante una educación intensiva”. (Hoijer, 1993, pág. 293)

El lenguaje, en consecuencia, es un sistema exclusivamente humano a través del cual se comunican ideas, emociones y deseos de manera deliberada y simbólica, lo cual supera la limitación que le impone al hombre su propia experiencia de lo que ve, oye, siente o concibe.

El papel del lenguaje tiene dos funciones:

Comunicativa. Se convierte en instrumento para formular acuerdos y relaciones comunes entre hombres y éstos con los objetos y condiciones de su entorno mediante la palabra. “La palabra enlaza la relación existente entre el sujeto y la realidad con la relación existente entre el sujeto y otros individuos” (Gorski, 1961, pág. 65).

Cognitiva. El lenguaje ha incrementado el intelecto del hombre a través del análisis, la reflexión, la acumulación y aplicación de conocimientos.

Actividad

Contesta en tu cuaderno las siguientes preguntas:

1. Explica por qué el lenguaje es un sistema humano:
2. ¿Cuál es el papel del lenguaje según la función comunicativa?

3. ¿Cuál es el papel del lenguaje según la función cognitiva?

Formas del lenguaje

Realiza la lectura que se presenta a continuación.

Antes de que poseyera un lenguaje articulado el ser humano como especie, probó diversas formas de lenguajes, desde gruñidos hasta los actuales lenguajes digitales, por lo que los comunicólogos decidieron clasificar en eras, cada una de las etapas en las que el hombre tuvo formas y modos particulares de comunicarse, llamadas eras comunicativas:

Formas del lenguaje (eras comunicativas)	Características
Transmisión (signos y señales) De hace un millón de años a hace 90.000 años	<ul style="list-style-type: none">- Inicia con los pre-homínidos y la vida humana primitiva.- Al principio su comunicación es instintiva- Al desarrollar su inteligencia se relacionan a través de signos y señales por ejemplo, las señales de humo.- Elaboraron pinturas rupestres en las paredes de las cavernas- Crearon un tipo de 'escritura narrativa' a través de dibujos que tienen el propósito exclusivo de informar.- Establecen los primeros rudimentos de cultura

<p>Del habla y el lenguaje De hace 90.000 a 6.000 años</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Inicia con la aparición del hombre de Cro-Magnon. - Comienza a reproducir sonidos precisos y comunes para el grupo. - La teoría de las interjecciones sugiere que el hombre reproduce y significa sus sensaciones emotivas de dolor, sorpresa y sentimiento. Por ejemplo, un ¡hay! un ¡ho! y un aaagghh, etc. - La teoría de las onomatopeyas propone que el hombre trata de reproducir los sonidos de los fenómenos naturales.
<p>De la escritura De hace 6.000 años a la fecha</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Aparece en la Edad del Bronce - La escritura es inventada cuando menos tres veces. - Adopta el silabario egipcio de 24 caracteres y transforma a éstos en símbolos consonantes. - El conocimiento de la escritura se limita a los religiosos y gobernantes importantes. - Esta exclusividad, convierte al conocimiento en un factor de poder.
<p>De la imprenta De 1455 a la fecha</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La imprenta la populariza Hans Gutenberg en 1455 en la ciudad de Mainz, Alemania. - Con su uso se logra: a) Producción masiva del libro impreso. b) Divulgación rápida y simultánea del conocimiento a diferentes lugares. c) Transcripción fiel de libros y otros documentos y d) Registro permanente y organizado de los conocimientos sobre los cuales proceden los nuevos descubrimientos. - La imprenta llega a América en el siglo XVI por decisión del arzobispo fray Juan de Zumárraga. - Se instala en 1539 en la Ciudad de México, Juan Pablos.

<p>De la comunicación de los medios de masas De 1876 a la fecha</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Comienza en el último tercio del siglo XVIII por efecto del ascenso de la burguesía al poder político. - Los primeros instrumentos de la telecomunicación son el telégrafo y el teléfono. - A fines del siglo XVIII y principios del siglo XIX se agregan el cine, la radio, la televisión y los satélites. - Su amplia cobertura permiten la comunicación masiva. - En los últimos 25 años, el Internet se incorporó a la vida cotidiana, informada por los medios tradicionales: prensa, cine, radio y televisión.
<p>De la sociedad red 1940 a la fecha</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Inicia en la década de los cuarenta del siglo XX. - Se refiere a la amplia y complicada infraestructura de telecomunicaciones entre las instituciones y los individuos a través de las Tecnologías para la Información y la Comunicación TIC. - La sociedad red se especializa en la producción y uso de tecnología avanzada. - Gracias a las TIC se puede comunicarse a cualquier punto del planeta

Actividad Teórica práctica

Elabora una línea de tiempo en donde estén presentes las eras comunicativas.

Fíjate en el ejemplo:

LÍNEA DE TIEMPO DE LAS ERAS COMUNICATIVAS



Aprendizaje 5

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

Conceptos clave

1.5.1 Manifestaciones del lenguaje

- Lenguaje no verbal
- Paralenguaje
- Kinésica
- Proxémica
- Silencio
- Indumentaria
- Otros

1.5.2 Expresiones del lenguaje en su contexto sociocultural

- Jerga
- Caló
- Otros

1.5.3 La comunicación en la construcción de las expresiones culturales.

- Cultura popular
- Arte

1.5.1 Manifestaciones del lenguaje

Sugerencias de actividades teórico prácticas

Realiza la lectura del texto Manifestaciones del lenguaje.

Manifestaciones del lenguaje

Como has podido observar a lo largo de esta guía, durante mucho tiempo el ser humano compartió con los animales varios sistemas expresivos ligados todos ellos al cuerpo: desplazamientos, acercamientos, movimientos, sonidos, olores. Cuando los humanos desarrollaron el lenguaje articulado se distanciaron expresivamente de los animales y ampliaron su capacidad comunicativa.

Guiraud (1997) en su obra *La semiología* señala que la comunicación inicia con un signo que es un estímulo que tiene por función “evocar un objeto” (pág. 33). El signo tiene un código, es decir un conjunto de reglas que establecen los actores de la comunicación para interactuar. Las reglas establecen el valor o significado que debe tener un signo.

Existen varios tipos de códigos: técnicos-lógicos, de conocimiento científico, de saber tradicional, de señalización. Ávila considera que un lenguaje es un código constituido por un sistema de signos, que se utiliza para producir mensajes.

Guiraud señala que “la comunicación lingüística se basa en el empleo de signos articulados. Pero el discurso va acompañado con frecuencia de signos paralelos, entonaciones, mímica, gestos. Se trata de indicios naturales, espontáneos, que cumplen una función puramente expresiva” (pág. 65).

En otras palabras, cuando nos comunicamos usamos diferentes códigos, uno lingüístico y otro no lingüístico. El primero es un conjunto de signos que necesita del lenguaje verbal, es decir palabras articuladas en su forma oral o escrita. El código no lingüístico no necesita las palabras, pero se manifiesta en el lenguaje del cuerpo y los tonos de voz para expresar diversas actitudes, emociones y sentimientos.

Lenguaje no verbal

En 1872, Charles Darwin publicó *La expresión de las emociones en los animales y en el hombre* (1872). Durante más de treinta años, Darwin realizó observaciones sistemáticas sobre cómo las personas en diferentes culturas y los animales, tanto domésticos como salvajes y todos expresan emociones.

Darwin señala que la expresión de emociones como la ira, la tristeza o el asco no son únicamente humanas, sino que son compartidas con otros animales. Hasta el punto de que podemos reconocerlas con facilidad. Por eso, podemos afirmar que mientras que en el lenguaje verbal se dan informaciones objetivas, con el lenguaje no verbal se expresa sentimientos o estados internos como el hambre, la tristeza, la alegría, el miedo, la indignación, el enfado, la sorpresa.

El lenguaje no verbal puede presentarse en el paralenguaje, kinésica, proxémica, silencio o la indumentaria, mismas que definimos a continuación:

a) Paralenguaje. El paralenguaje es la comunicación transmitida por la entonación de la voz y otros componentes vocales del habla que no dependen de las palabras pronunciadas. El paralenguaje se refiere no a lo que la gente dice, sino al modo cómo lo dice.

El paralenguaje sirve para enfatizar, aparentar o expresar emociones presentes en el lenguaje oral y es importante para las interacciones humanas pues proyectan la

personalidad del hablante o enfatizar las palabras para el interlocutor, ya sea en una conversación o representación teatral.

b) Kinésica. En esta categoría se incluyen las señales comunicativas que tienen que ver con el desplazamiento o movimiento de los cuerpos, de los gestos aprendidos de percepción visual, auditiva o táctil.

La kinésica analiza:

- Gestos porque permite expresar una variedad de sensaciones y pensamientos, desde desprecio y hostilidad hasta aprobación y afecto.
- Expresiones faciales que se utilizan para enfatizar el contenido de un mensaje, expresar un estado de ánimo, indicar atención, mostrar disgusto, bromear, reprochar, reforzar la comunicación verbal.
- Miradas. Debido a que comunica la naturaleza de la relación interpersonal. La forma de mirar es una de las conductas más relevantes para distinguir a las personas.
- Sonrisas, formas de caminar, saludar, ponerse de pie etc.

Estas categorías de análisis sirven para identificar la personalidad o imagen que desean proyectar los interlocutores. Es importante en las interacciones humanas pues es a partir de estos gestos y movimientos que determinan el clima emocional en la comunicación interpersonal y la imagen personal y liderazgo de un comunicador en el campo social.

c) Proxémica

La proxémica es una teoría que surge en la década de los 60 y fue desarrollada por el antropólogo estadounidense Edward T. Hall, quien estudió cómo es que percibimos el espacio en diferentes culturas y cómo lo utilizamos para establecer distintas relaciones.

En otras palabras, la proxémica es el estudio de la proximidad, y de cómo la proximidad nos permite comunicarnos entre nosotros e incluso construir relaciones.

Las normas proxémicas son las que reafirman a un conjunto de seres humanos como un “grupo”.

- Distancia íntima: La reservamos para personas de nuestra (íntima) confianza. Separados entre nosotros por menos de cincuenta centímetros es fácil utilizar varios recursos de comunicación: El habla, los gestos, y el tacto.
- Distancia personal: Para hablar con nuestros conocidos, nos separamos de ellos entre 50 centímetros y un metro.
- Distancia social: De uno a tres metros.

Cabe recordar que estas distancias varían de un grupo a otro o de una cultura a otra. Sin embargo, ya sea en grupo o en un campo cultural la función de la proxémica sirve para manifestar el grado de acercamiento que gozan los interlocutores en la interacción social cotidiana.

d) Silencio

Por definición, es el estado en el que no hay ningún ruido o no se oye ninguna voz. Manuel Corral (2012, pág. 1) apunta que el silencio es la primera *sustancia expresiva* de la comunicación, registra hoy, un desgaste de la fuerza moral de la palabra; en su lugar se han instalado: a) el *carácter cosificador* como negación de la *naturaleza* y de la *humanidad* y, b) la *pérdida de la individualidad del sujeto* como negación de la comunidad. Se impone, por ello, en primer lugar, la negación de la negación y, en segundo, la reinstalación del circuito habla-escucha-habla, para preservar la vida realmente humana mediante la introspección de los sujetos.

En una situación como la actual de boruca, barullo y ruidos o zumbidos, fuentes de interferencias, la reinstalación ha de empezar desde abajo el silencio con su *potencial comunicativo* en las relaciones humanas.

El silencio concreto se verifica en la intimidad y apela, interpela, motiva, invita, dice; habla a la conciencia, tanto del propio sujeto auto-emisor para saber qué, cómo, cuándo, dónde usar el *habla*, como de los sujetos perceptores para que se dispongan positivamente a la escucha, y, desde ahí, el silencio concreto habla del tipo de comunicación que se precisa hoy: hablar lo estrictamente necesario y escuchar atentamente al otro. Comunicación de base ética en la que los sujetos comunicantes respeten su autonomía. Comunicación, por tanto, de índole dialógica, simétrica y libre. Por lo tanto, el silencio sirve en la comunicación intrapersonal para dialogar con uno mismo; en la comunicación interpersonal como principio de comunicación para escuchar al interlocutor y re instalar el circuito habla-escucha-habla. La importancia del silencio en nuestras interacciones sociales destaca para acercar y, contradictoriamente, su mal empleo ha servido para negar y alejar las interacciones de amistad, grupales o comunales.

e) Indumentaria

La indumentaria es el nombre genérico de la ropa que cubre y resguarda el cuerpo humano. Conjunto de prendas de vestir y de adorno que usa una persona. En nuestra sociedad, la indumentaria otorga un cierto prestigio de la persona, como por ejemplo, los militares que a través de sus insignias denotan el grado que tienen, también podemos deducir que alguien es un médico porque tiene una indumentaria específica, toda su ropa es blanca, lleva una bata con su nombre bordado y en la manga del logotipo del hospital en donde trabaja. Asimismo, las enfermeras encargadas del área neonatal visten con pantalón blanco y blusa rosa o con estampados infantiles que las identifica del resto de las enfermeras.

La indumentaria permite que las personas se distingan en: a) clases sociales; b) profesionistas; c) deportistas; d) oficios, entre otros.

La misma indumentaria otorga cierto prestigio debido a las marcas de prestigio que utilizan para vestirse, por ejemplo, cualquier persona puede vestirse con pantalones de mezclilla, playera y tenis, pero si usas unos “Levis” dejan de ser pantalones y se convierten en *jeans*, ocurre lo mismo con unos “Nike”, que dejan de ser nombrados por su nombre genérico, tenis, pareciera que por el solo hecho de comprar una determinada marca se compra prestigio.

La indumentaria permite distinguirse entre zonas geográficas, en el sureste de la República Mexicana se acostumbra usar una camisa que ayude a soportar las altas temperaturas llamada “guayabera”, hecha de algodón que permite que la prenda sea ligera y ayude a transpirar, pero en el centro del país como en la CDMX, no es usual ver a los hombres con esa prenda. Lo mismo sucede con los extranjeros, inmediatamente reconoces a un hindú por el turbante que tiene en la cabeza, que es tradicional en su cultura y es un distintivo de su indumentaria, lo mismo sucede con la Reina Isabel de Inglaterra, que en ciertos eventos utiliza su corona.

La indumentaria nos sirve para distinguirnos, pero también para identificarnos con nuestros semejantes, con el grupo social al que pertenecemos, en este caso, tú como estudiante, vistes igual o muy parecido a tu grupo de amigos.

En términos de manifestación del lenguaje no verbal, analizar la indumentaria nos sirve para identificar profesiones, estratos sociales, grupo al que pertenece (identidad grupal), prestigio social o cultural. Por otro lado, la indumentaria sirve como presentación o para destacar estatus e imponer una imagen personal en las diferentes interacciones sociales.

Actividades teórico prácticas

1. *Lee en voz alta a un compañero el texto que está en el siguiente cuadro con los tonos que se te pide y observa su reacción ante cada entonación.*

Texto	Tono Enojado	Tono Contento	Tono Triste
<ul style="list-style-type: none"> - Puedo escribir los versos más tristes esta noche. - Yo la quise, y a veces ella también me quiso. - En las noches como ésta la tuve entre mis brazos. - La besé tantas veces bajo el cielo infinito. - Ella me quiso, a veces yo también la quería. - Cómo no haber amado sus grandes ojos fijos. - Puedo escribir los versos más tristes esta noche. - Pensar que no la tengo. Sentir que la he perdido. 			

2. Escribe una reflexión en donde expliques qué es lo que cambia en el texto con la entonación. (Argumenta)

3. Selecciona un programa de la televisión y fíjate muy bien en el lenguaje no verbal y cómo lo utilizan, llena el cuadro con la información obtenida.

	Rasgos a describir	Indicadores	Personaje	Cómo lo utiliza y cuál es su importancia
Manifestaciones del lenguaje	Indumentaria: Qué dice su vestido	Tipo de vestimenta social		
	Kinésica: Qué dicen sus movimientos y gestos	Gestos del rostro Movimientos corporales		
	Paralenguaje	Cualidad de la voz: tonos suaves, fuertes, etc.		

no verbal		Vocalizaciones. Risa, llanto, suspiro, bostezo, estornudo, ronquido		
		Segregaciones vocales: m.hmm, ah, uh, upss		
	Silencio: Qué dicen sus silencios			
	Proxémica: Qué comunica su distancia con sus interlocutores	Espacio íntimo Espacio social		

4. Contesta el siguiente cuestionario:

- Define los términos de paralenguaje, kinésica, proxémica, silencio e indumentaria.
- ¿Cuáles son las funciones del lenguaje no verbal?
- ¿Cuál es la importancia de cada tipo de lenguaje no verbal (paralenguaje, kinésica, proxémica, silencio e indumentaria)?

1.5.2 Expresiones del lenguaje en su contexto sociocultural

El poeta y ensayista mexicano, Octavio Paz explica la indivisibilidad del lenguaje con el ser humano “El lenguaje es una condición de la existencia del hombre y no es un objeto, un organismo o un sistema convencional de signos que podemos aceptar o rechazar.” (Paz, 1986, pág. 31)

Las condiciones culturales y sociales, para no ahondar en las físicas, de las personas, están construidas de palabras que constituyen el lenguaje:

Los símbolos son también lenguaje, aún los más abstractos y puros, como los de la lógica y la matemática. Además, los signos deben ser explicados y no hay otro medio de explicación que el lenguaje [...] Las fronteras entre el objeto y sujeto se muestran aquí particularmente indecisas. La palabra es el hombre mismo. Estamos hechos de palabras. (Paz, 1986, pág. 30)

En traducción ordinaria la imagen poética de Paz, “Estamos hechos de palabras”, refiere las partes, funciones y condiciones del cuerpo humano, mediante su identificación y, luego, su nombramiento: corazón, cabeza, palidez, rostro, piel rasposa, etcétera. Lo mismo con los objetos que se utilizan para vivir en sociedad: vestido, zapatos, chaleco, adorno, bonito, feo, rojo, fino, corriente y amarillo, etc. Todo lo que se menciona se hace con palabras. “Ellas [las palabras] son nuestra única realidad o, al menos, el único testimonio de nuestra realidad” (Paz, 1986, pág. 30). Por ese motivo, concluye “La historia del hombre podría reducirse a la de las relaciones entre las palabras y el pensamiento [Porque] No hay pensamiento sin lenguaje, ni tampoco objeto de conocimiento: lo primero que hace el hombre frente a una realidad desconocida es nombrarla, bautizarla” (pág. 29-30).

Una característica importante de los signos es que están organizados en sistemas construidos a lo largo de la evolución sociocultural. Cada individuo se apropia de los sistemas de signos (y en general de las herramientas o instrumentos de mediación de la actividad humana) construidos a lo largo de la historia de la cultura. Vygotsky entiende el desarrollo humano como un proceso de enculturación, de ingreso en una cultura.

Los grupos se comunican entre sí y con los demás, a través de los lenguajes verbales y no verbales, estructurados en códigos socio-culturales afines. Éstos incluyen la ropa, el habla, movimientos corporales, adornos, niveles de comunicación: intra, interpersonal, grupal y masivo, entre otros. Las características socio-económicas de cada grupo

definen los medios y formas que utilizan para comunicarse. En los grupos marginados prevalece la comunicación interpersonal, la radio, el cine, las redes sociales y la televisión. En los grupos con mayores niveles intelectuales, se agregan medios como libros, revistas y la computadora como herramienta de trabajo. En los grupos privilegiados la incorporación de medios es más extensa y prevalecen los digitales, sobre todo en cuestiones económicas.

Tres estadios de la comunicación humana:

- LENGUAJE. Se refiere al sistema, condiciones y elementos que determinan el carácter humano de las personas,
- LENGUA. Describe y organiza las diferentes lenguas que se hablan en el mundo, es decir, los idiomas, como producto de una convención social y,
- HABLA. Se refiere a la expresión particular de la lengua, de parte de grupos que poseen características socioculturales comunes.

El idioma preponderante en México es el español, pero cada grupo lo hace con un habla particular. Las diferencias se refieren al vocabulario, ritmo, tono, inflexiones, estructura y pertinencia de los mensajes, entre otros, características que reflejan la relación que tienen las personas con el mundo. Un ejemplo. La celebración del día de muertos mexicana es única en el mundo, su singularidad ha sido ampliamente difundida por películas internacionales como Spectre, de la saga de James Bond, y recientemente Coco, de los estudios Disney. Esta distinción y el sentido familiar mexicano que se tiene de la muerte, la manifiestan las siguientes frases: expresiones del lenguaje en su contexto sociocultural.

Se fue de minero	Entregó el equipo
Chupó faros	Se lo cargó el payaso
Se lo cargó la pelona	Se lo chupó la bruja
Tronó como ejote	Colgó los tenis

Estas expresiones, que aparentemente denotan poca importancia por la muerte, acogen varios significados, algunos contradictorios: valentía, temor disfrazado, inseguridad, familiaridad, informalidad y baja autoestima, entre otras. Estas negativas se reafirman con expresiones de urbanidad, como las siguientes:

Un momentito	Con permiso
Ahorita	Me permite
Mande	Señito
Amorcito	A sus órdenes

El desarrollo del individuo no es comprensible dejando de lado el contexto social, histórico y cultural en el que tiene lugar. Cada cultura, y en cada época histórica, provee a sus individuos de determinados instrumentos de mediación.

La Ciudad de México la forma un conglomerado heterogéneo delimitado, estructuralmente, por las condiciones socioeconómicas. Estas influencias determinan las características intelectuales, ideológicas e incluso fenotípicas de los hablantes, es decir, de su cultura. La cultura se particulariza en giros del habla como jerga, caló y

argot, que determinan las ocupaciones que ejercen sus hablantes, el tipo y condiciones de vida que llevan y su percepción de la realidad y de su vida, entre otros.

Un alumno de nivel medio superior que estudie en una escuela pública y viva en un barrio de la periferia, hablará de forma distinta a otro que asista a una escuela privada, onerosa y viva en una zona residencial. Ambos se comunican (lenguaje) practican el español (lengua) pero lo hacen de manera diferente (habla) dividida en caló argot y jerga.

Los giros idiomáticos que a continuación se tratarán carecen de definiciones precisas, para contar con certidumbre al respecto, se propone la siguiente clasificación: Caló, Jerga y argot, que identifican a los grupos sociales por sus prácticas de vida.

Jerga

Corresponde al habla de los profesionistas. El vocabulario lo forman conceptos técnicos que precisan el campo profesional. Cuando dos médicos especialistas, por ejemplo, intercambian información sobre una intervención quirúrgica, utilizan un vocabulario particular, técnico, incomprensible para quienes no sean médicos.

Caló

El caló o caliche es el que se habla en “los círculos sociales ‘bajos’ o de delincuencia proviene directamente del caló gitano español, y con un uso análogo, es decir, sirve para ocultar el sentido a los no iniciados. Un ejemplo: ‘Si te cogen con la amarilla, suéltale la rienda’. Quiere decir: ‘si te sorprenden robando un reloj de bolsillo, suelta la cadena.

En las películas mexicanas de los años 50 del siglo pasado, el caló fue muy usado por los protagonistas, especialmente los delincuentes. El tono era cantadito. En las películas protagonizadas por el ídolo del pueblo, Pedro Infante, por ejemplo, sus amigos

o conocidos, que pertenecen a grupos marginados, incluyendo a él, expresan un habla distinta a los protagonistas de sectores sociales dominantes.

Otros

Argot

Se refiere al habla particular que utilizan las personas que ejercen oficios: mecánico, carpintero, panadero, carnicero, taxista, etc. Cada uno de ellos utiliza un vocabulario propio de las actividades a que se dedican.

Un estudiante universitario puede utilizar las tres categorías en su habla, la elección depende del contexto sociocultural.

En estados compartidos en Facebook puedes encontrar las siguientes frases, que muestran la manipulación cultural.

8 frases que los mexicanos usan todos los días... y no saben que son racistas

- Cásate con un güero para mejorar la raza
- Trabajo como negro para vivir como blanco
- No tiene la culpa el indio, sino el que lo hace compadre
- ¡Ah, como eres indio!
- Se fue como las chachas
- Se viste como las gatas
- El niño es morenito, pero está bonito
- Calladita te ves más bonita

Estas frases, que la mayoría de las veces se expresan sin la intención explícita de ofender, asientan el 'colonialismo cultural' que genera la siguiente contradicción.

Exponemos nuestro abierto rechazo al racismo y, con la misma contundencia lo ejercemos a través del habla.

Reconocer el tipo de expresiones del lenguaje en su contexto sociocultural (jerga, caló o argot) en nuestras diferentes interacciones sociales nos permite: a) examinar la pertenencia hacia un grupo social, b) reforzar nuestras relaciones a partir de palabras especializadas u originales y c) distinguir el nivel sociocultural de la(s) persona(s) que dominan estas expresiones.

1.5.3 La comunicación en la construcción de las expresiones culturales.

Cultura popular

Se refiere principalmente a la producción artesanal que satisface necesidades diarias como el vestido, utensilios de cocina, adornos personales y para la casa, celebraciones sociales y religiosas, entre otras manifestaciones que proporcionan identidad estructural a la sociedad, mediante valores culturales, que dirimen acuerdos y convenciones para hacerla funcional.

Durante mucho tiempo la cultura popular ha sido desdeñada, primero, por los sectores dominantes y, luego, por sus mismos protagonistas. Sin embargo, hubo o hay grupos que la han defendido y que, en los últimos años la han fortalecido, azuzados por la globalización, destacando a propios y extraños, su singularidad, belleza y profundidad intelectual y espiritual.

La cultura popular también se manifiesta entre los jóvenes, mediante el lenguaje icónico de los grafitis que pintan, en los lugares más inverosímiles para difundir su firma (identidad) y su osadía.

En las conversaciones realizadas en las redes socio digitales ocurren fenómenos similares. Estos espacios parecen ser auténticas incubadoras de una jerga caracterizada por la abreviatura, la deformación de la lengua, el uso de neologismos,

así como la adopción de préstamos lingüísticos. Por ejemplo: En mi blog de belleza tengo más de 2000 followers', 'holi', 'basis', LoL [una mezcla de acrónimo y anglicismo: laughing out loud, es decir, 'riendo a carcajadas'] Estas expresiones a menudo se acompañan de emoticones, también llamados emojis, y pueden pasar de moda rápidamente (ya nadie dice: 'ola k ase'), por lo que a los adultos resulta difícil seguirles el paso a los jóvenes (Juan, 2018. pág. 68).

Arte

El arte es la expresión sublime del ser humano. Apareció y desarrolló el talante humanístico del ser humano. En los mismos albores de la humanidad surgieron también las artes plásticas, la pintura entre ellas. El ser humano experimentó la necesidad de trascender a sí mismo y buscó romper las barreras del tiempo y del espacio. En el ámbito de la comunicación había que atrapar al habla y superar su evanescencia intrínseca para darle durabilidad. (Corral, 2002, pág. 33-34.)

En la década de los 20 del siglo pasado, José Vasconcelos visualizó la importancia de la formación artística de los alumnos, desde jardín de niños hasta la universidad [La SEP] creó el Departamento de Bellas Artes para coordinar desde el Estado las actividades artísticas. Con esta diversificación Vasconcelos pretendía establecer su concepto de 'educación integral' como principal eje de acción. De acuerdo con Patricia Irigoyen Millán: "[...] la intención del proyecto era educar a los individuos por medio de "vínculos estrechos entre 'las actividades estéticas y la moral' [...] se pretendía que los alumnos encontrarán la emoción por medio del 'placer desinteresado' más que por el razonamiento" (Quezada, 2017).

Algunos críticos coinciden con Vasconcelos al señalar que el arte es la creación más sublime de los sentimientos y que una persona con sensibilidad artística, o que aprecie

el arte, es difícil que sea una mala persona. Sin embargo, el poder económico ha impedido que esas expresiones lleguen a los grandes sectores de la sociedad.

Una de las 'justificaciones' ha sido la carencia de una educación adecuada de los amplios grupos sociales, para que tengan la capacidad de disfrutar el arte.

Actividad

Contesta las siguientes preguntas:

1. Relaciona los siguientes conceptos

4.1 Lengua ()	a) Creó al Homo sapiens.
4.2 Habla ()	b) Identifica a un país.
4.3 Lenguaje ()	c) Identifica a un grupo social

2. Relaciona los giros idiomáticos.

6.1 Bujías ()	a) Caló
6.2 Hemodiálisis ()	b) Jerga
6.3 Wey ()	c) Argot

4. Proporciona cinco ejemplos de la cultura popular

5. Con la lectura que hiciste en la guía sobre el arte, y con tu experiencia personal, anota tu concepción del arte y cómo la relacionas con la comunicación interpersonal.

REFERENCIAS

Básica

Bateson, G. y Ruesch, J. (1965). *Comunicación, Matriz social de la psiquiatría*. Buenos Aires: Paidós.

Causse, M. (2009). El concepto de comunidad desde el punto de vista socio-histórico-cultural y lingüístico. *Ciencia en su PC* (3), 12-21. Disponible en:

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181321553002>

Corral Corral, M. de J. (1999). *Comunicación y ejercicio utópico en América Latina*. México: Ediciones del lugar donde brotaba el agua.

_____ (2005). *Comunicación y vida 1*. México: Edere.

_____ (2009). "La comunicación intersubjetiva y los estudios de la comunicación". en *En Nosotros y los otros: La comunicación humana como fundamento de la vida social*, (pp. 29-49). México: editoras los miércoles.

_____ (2012) "Valor comunicativo del silencio". Disponible en: Revista INTERACCIÓN No. 52 - Sección EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN

[http://www.cedal.org.co/index.shtml?apc=h1b1---&x=20161435&cmd\[126\]=c-1-%2752%27](http://www.cedal.org.co/index.shtml?apc=h1b1---&x=20161435&cmd[126]=c-1-%2752%27)

Estanqueiro, A. (2006). *Principios de comunicación interpersonal*. España, Madrid: Narcea.

Farré, S. (2010). *Gestión de conflictos: taller de mediación. Un enfoque socio afectivo*. España: Ariel.

Fernández Christlieb, F. (2013). *La comunicación humana en tiempos de lo digital*. México: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Cuajimalpa.

Fried Schnitman, D. (comp). (2008). *Nuevos paradigmas en la resolución de conflictos. Perspectivas y prácticas*. Argentina, Buenos Aires: Granice.

Hidalgo. C., Carmen Gloria y otros. (1999). *Comunicación interpersonal. (Programa de entrenamiento en habilidades sociales)*. (3a ed). Colombia: Alfaomega.

Laca, F. A. (2008). Comunicación en conflictos interculturales. *Acta Universitaria* (18) 1, enero-abril, pp. 5-14, México, Universidad de Guanajuato. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41618101>

Martín Serrano M. (2007). *Teoría de la Comunicación*. México: Mc Graw Hill.

Martínez, M. de C., Quintanal, José y Renieblas, Ángeles. (2005). *Aprendo a solucionar conflictos. Estrategias, técnicas y programas*. España, Madrid: Sanz y Torres.

Rizo, M. (2009). La comunicación y lo humano. En *Nosotros y los otros: La comunicación humana como fundamento de la vida social* (pp. 1-15). México: editoras los miércoles.

Sartori, G. (1997). *El homo videns*. España:Taurus.

------(2013). Comunicación interpersonal digital y nuevas formas de comunidad.

Reflexiones sobre la comunicación pos-masiva. En *Imagonautas* 3 (2). Revista interdisciplinaria sobre imaginarios sociales. Disponible en

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4781884.pdf>

Villoro, L. (1999). De la libertad a la comunidad. Conferencia impartida en la cátedra Alfonso Reyes, en el ITESM. 15 de octubre. Disponible en

http://archivo.estepais.com/inicio/historicos/106/1_propuesta_de%20la%20libertad_villoro.pdf

Complementaria

Avila, R. (1977). *La lengua y los hablantes*. México: Trillas

Diario Oficial de la Federación. (27-08-2018). Constitución política de los Estados Unidos Mexicanos. Fecha de consulta: 11 de febrero 2019. Disponible en:

http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1_270818.pdf

Frankl, V. (2015). El hombre en busca de sentido. Barcelona: Herder.

Goleman, D. (1997). La inteligencia emocional. Por qué es más importante que el cociente intelectual. México: Javier Vergara Editor.

Grem Radio. (2019). Código de ética. Fecha de consulta: 25 de abril 2019. Disponible en: <http://www.gremradio.com.mx/codigoetica.htm>

Malaterre, J. (2003). Odisea de la especie. Fecha de consulta 25 de abril de 2019. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=n9HnFwChrZo>

Morón Arroyo, C. (1998). Las humanidades en la era tecnológica. Madrid: Ediciones Nobel.

Paz, O. (1986). El arco y la lira. México: Fondo de Cultura Económica.

Quezada, C. (2017). Educación Integral, el proyecto de José Vasconcelos. Fecha de consulta: 30 de abril de 2019. Disponible en: <https://culturalij.com/2017/10/26/educacion-integral-el-proyecto-de-jose-Vasconcelos/>

Savater, F. (1999). Ética para Amador. México: Ariel.

Vidal, B. J. (Coord.) (2017). Taller de Comunicación I. Paquete Didáctico. Manuscrito no publicado. UNAM, CCH.

Unidad 2. El proceso de comunicación

PRESENTACIÓN

En esta unidad tendrás oportunidad de identificar y estudiar las características y funciones de los elementos básicos que intervienen en los procesos de comunicación.

De igual manera conocerás las definiciones de los conceptos de comunicación y de información, así como sus diferencias y similitudes. Los elementos básicos y modelos, son los siguientes:

- a) Emisor
- b) Mensaje
- c) Canal
- d) Código
- e) Receptor-Emisor
- f) Modelos: lineales y circulares
- g) Ruidos y barreras
- h) Fidelidad y
- i) Redundancia

Con el estudio y aprovechamiento de los elementos, modelos y conceptos de la comunicación, obtendrás un panorama claro y específico de cómo se realiza el proceso de comunicación, en los diferentes niveles que utilizas a diario.

Propósito de la unidad

El alumno comprenderá el proceso de la comunicación a través de la identificación de sus elementos para mejorar sus habilidades comunicativas.

Aprendizaje 1

Establece la diferencia y relación entre comunicación e información.

Concepto clave

2.1.1 Concepto de comunicación

- Características de la comunicación.

2.1.2 Concepto de información

- Características de la información.

Sugerencias de actividades teórico prácticas

Lee el siguiente texto:

Se suele confundir los conceptos de comunicación e información porque están íntimamente relacionados, depende uno del otro; entonces es necesario definirlos y después entender, a partir de sus características esenciales, qué los une y cuáles son sus diferencias. Para ello se presentan algunas definiciones que facilitarán la comprensión de ambos fenómenos.

Información y comunicación

Información	Comunicación
--------------------	---------------------

<p>Del verbo latino <i>in-formare</i> que equivale a dar forma, poner en forma, formar (Corral, 1985, pág. 27).</p> <p>Conjunto de mecanismos que permiten al individuo retomar los datos de su ambiente y estructurarlos de una manera determinada, de modo que le sirvan como guía de acción (Paoli, 1999, pág. 15).</p>	<p>Proviene del latín <i>communicatio, communicatiōnis</i>, que a su vez deriva del verbo <i>communicare</i> que significa intercambiar, poner en común, compartir (Gómez, 1998, pág. 179).</p> <p>Proceso que requiere <i>Feed-back</i> (respuesta o retroalimentación). (Frías, 2000).</p>
<p>Reservamos la expresión relación de información a aquellas formas de la racionalidad en que transmisor y receptor pierden ambivalencia propia del esquema comunicacional, reemplazando el diálogo por la alocución o parénesis.</p> <p><i>Alocución</i> que quiere indicar aquí el discurso unilateral suscitador de una relación de información que es un decir ordenando, sin posibles réplicas de la parte receptora (Pasquali 1985, pág. 83).</p>	<p>Es un acto esencialmente humano porque implica la posibilidad de nombrar a la realidad, de significar, es decir, la capacidad de poder representar simbólicamente, cosas concretas y de poder además transmitir una idea, intención o pensamiento. Lo que hace de la comunicación un proceso eminentemente cultural, cuyo ámbito es el ser humano, y la sociedad (Regalado 2006, pág. 60).</p>
<p>Para reafirmar la relación de ambos conceptos, debes saber que el proceso de comunicación consiste en un intercambio de información y comprensión en una situación de interacción personal en la que operan las ideas, pensamientos, sentimientos y valores de las personas que participan en dicho proceso (Frías, 2000).</p>	

Observa las siguientes imágenes:



Imagen 1. Se aprecia que es información porque solo recibe.



Imagen 2. Puedes observar que hay comunicación, porque las dos personas están cara a cara y sostienen una conversación.

Como ya te diste cuenta, la imagen 1 representa información contenida en un mensaje que el emisor proporciona al receptor; mientras que en la imagen 2 se representa a la comunicación ya que, además, el receptor responde al emisor con más información. Por lo tanto, debe entenderse que la información es parte del mensaje, lo conforma, mientras que la comunicación, además de requerir que un emisor mande un mensaje-información, necesita de una respuesta para que cumpla con el **proceso de comunicación**.

Observa los siguientes ejemplos donde puede apreciarse cuándo es comunicación y cuándo es información.



Imagen 3. Observa que la imagen no presenta una aparente plática, pero representa comunicación no verbal debido a que dos seres vivos están interactuando, la cercanía y el contacto indican un intercambio el cual implica emisor, receptor, un mensaje, propósito, contexto.



Imagen 4. Observa que la imagen no representa una plática, pero sí información ya que hay una persona (receptor) que lee el periódico (emisor).

A continuación, para reafirmar el aprendizaje desarrolla las siguientes actividades.

Observa las imágenes y anota si es información o comunicación, según corresponda.

 <p>a) La imagen representa _____ (información /comunicación)</p>	 <p>b) La imagen representa _____ (información /comunicación)</p>
--	---

Determina en las siguientes frases si corresponde a comunicación o información.

1. Mientras se observa la televisión predomina la _____.
2. La televisión y el periódico son básicamente medios de _____.
3. En un salón de clase la relación entre alumno-profesor tiene preponderancia el desarrollo de la _____.
4. La _____ contiene _____.
5. Menciona cinco características del concepto de comunicación
6. Menciona cinco características del concepto de información

Aprendizaje 2

El alumno explica a la comunicación como un proceso a partir de la identificación de sus elementos.

Conceptos clave:

2.2.1 Concepto y características del proceso de comunicación

- Modelos lineales

- Modelos horizontales o circulares

2.2.2 Elementos básicos del proceso de la comunicación

- Emisor, receptor, mensaje, códigos, canal (medio), contexto, retroalimentación y ruido.

Sugerencias de actividades teórico prácticas

Realiza la lectura *Concepto y características del proceso de comunicación*.

2.2.1 Concepto y características del proceso de comunicación

Como recordarás, la comunicación es una herramienta que posibilita a los seres humanos expresar emociones, ideas y pensamientos. En este apartado revisaremos cómo utiliza diferentes elementos que interactúan y producen un fenómeno complejo.

En primer lugar, lee lo que dice el diccionario de la Real Academia Española sobre la palabra *proceso*:

1. m. Acción de ir hacia delante.
2. m. Transcurso del tiempo.
3. m. Conjunto de las fases sucesivas de un fenómeno natural o de una operación artificial.
4. m. *Der.* Conjunto de actos y trámites seguidos ante un juez o tribunal, tendentes a dilucidar la justificación en derecho de una determinada pretensión entre partes y que concluye por resolución motivada.
5. m. *Der.* causa criminal.

Proceso, proviene del latín: *processus* que remite a la idea de adelantar o progresar. Corral (2002) explica que en *comunicación*, un proceso corresponde a “la realidad que nos rodea: personas, modos de proceder de las instituciones de gobierno,

educativas, religiosas, etcétera. En todas estas hay cambios como resultado de la influencia que ejercen las personas, las instituciones y los objetos” (pág. 55). Tal y como has podido apreciar a lo largo de esta guía.

Para Martín Serrano, el proceso de comunicación se da cuando todos los “sistemas [o elementos] que en ella participan”, operan todos los componentes, cada uno en el momento que le corresponde (2007, pág. 153). De tal manera, que en esta guía entenderemos el proceso de Comunicación como una forma de interacción o intercambio de signos, datos o información que supone la participación de por lo menos dos actores que ocupan posiciones distintas y en el transcurso del acto comunicativo desempeñan funciones diferentes.

Para que entiendas cómo interactúan los actores comunicativos y qué elementos utilizan te invitamos a que revises los diferentes modelos que se han elaborado a lo largo de diversas etapas de la historia.

Los modelos

Un modelo es una construcción realizada por un investigador para comprender la estructura de una realidad. Los investigadores a través de modelos organizan, explican y simplifican la realidad a través de una representación (maqueta), idealización (esquema) o prototipo.

Martín, Piñuel, García y Arias proponen la siguiente definición de modelo: “un modelo es la representación de algún tipo de organización de alguna COSA. Para representar cualquier <<cosa>> es necesario tener en cuenta sus componentes y las relaciones que existen entre tales componentes” (1991, pág. 111).

Los modelos se producen en un momento histórico y en culturas determinadas, por eso, pueden cambiar, perfeccionarse o desecharse.

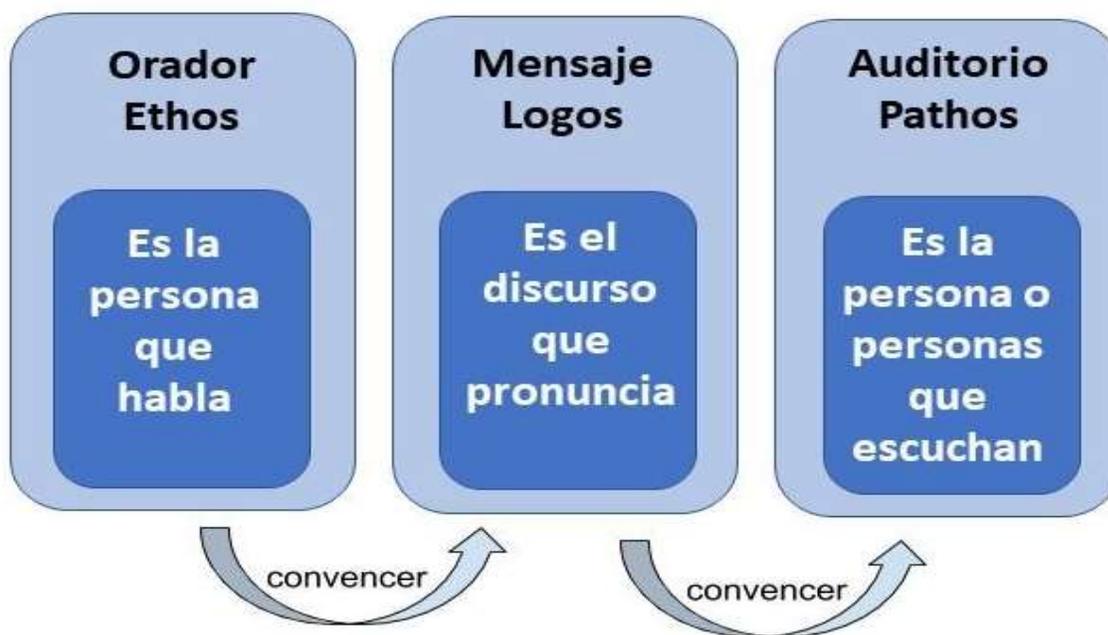
En comunicación, un modelo es una representación esquemática de diferentes elementos que integran un proceso y se pueden agrupar en dos grandes sectores:

Modelos lineales

El modelo lineal parte de la idea de que la comunicación es una serie de elementos encadenados en una dirección y en un sólo sentido.

Aristóteles (1998) consideraba que el objetivo central de la comunicación es la persuasión, es decir, un orador debe convencer a los demás para que tengan su mismo punto de vista. Esta manera de concebir a la comunicación como parte de la retórica se utilizó hasta la segunda mitad del siglo XVIII.

El modelo aristotélico utiliza como herramienta la comunicación y se basa en los siguientes elementos:

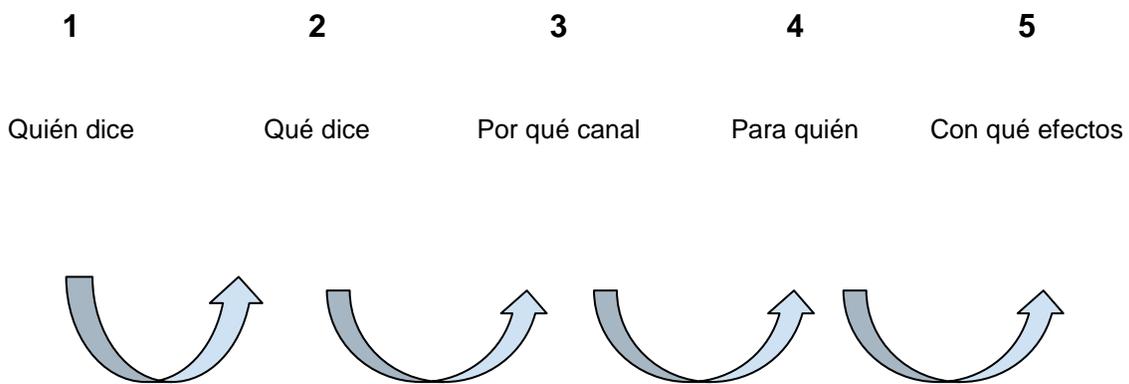


Castro y Moreno (2006) consideran que en el proceso aristotélico el *Ethos*, *Logos* y *Pathos* giran en torno a los intereses del orador, por tanto es un modelo de comunicación lineal.

Otro modelo, que se considera lineal, se concibió por Harold Dwight Lasswell en 1948, a través de un artículo titulado *Estructura y función de la comunicación de masas* en el que se plantea la Teoría de la aguja hipodérmica donde se propone que un

mensaje con destino específico se recibe y acepta directamente en su totalidad por un sujeto. El ejemplo más común de la aguja hipodérmica es la propaganda que busca conseguir la adhesión de los sujetos a través de la manipulación de un mensaje.

Para Galeano, este modelo es lineal porque se sustenta en un Estímulo-Organismo-Respuesta. Y que se puede apreciar en el siguiente esquema que plantea Laswell:



1. Quién dice: es el sujeto que genera estímulos buscando una respuesta de uno o varios sujetos.
2. Qué dice: Es el estímulo comunicativo que aporta información y busca una reacción del sujeto o sujetos que estimula.
3. En qué canal: son los instrumentos físicos o técnicos que posibilitan la transmisión de los estímulos comunicativos.
4. A quién: son los sujetos que reciben los estímulos comunicativos y de los cuales se espera una reacción o respuesta.

5. Con qué efectos: respuesta obtenida en correspondencia con el estímulo.
(Galeano, 1998)

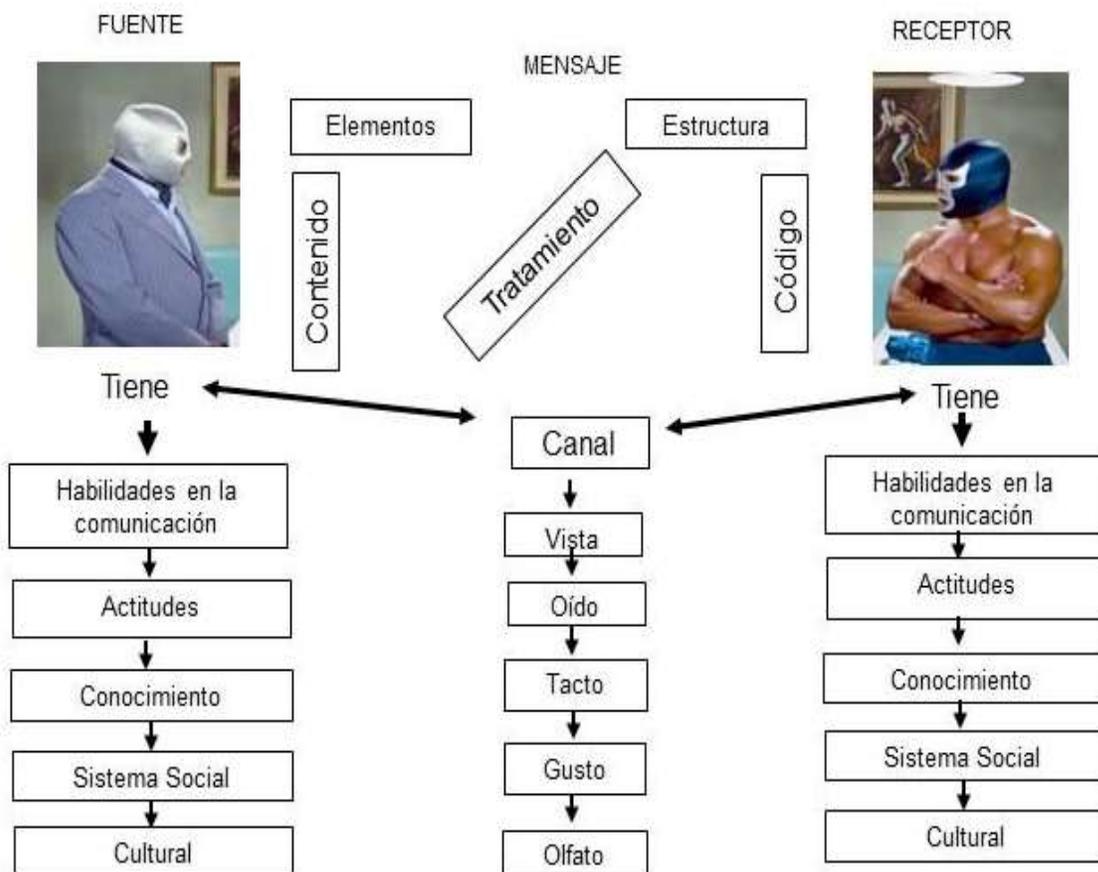
Shannon y Weaver publicaron también en 1948 un modelo de comunicación que se pensó en el funcionamiento de las máquinas electrónicas y por ello se le conoce como modelo cibernético o matemático.

El modelo se compone de seis elementos: 1) fuente, 2) transmisor, 3) canal, 4) receptor 5) ruido y 6) destinatario final.

- | | |
|-----------------|--|
| 1. Fuente | El elemento inicial del proceso de comunicación; produce o emite signos que forman el mensaje a transmitir. |
| 2. Transmisor | Es una máquina que transforma el mensaje emitido en un conjunto de señales o códigos que serán adecuados al canal encargado de transmitirlos. |
| 3. Canal | Es el medio técnico que debe transportar las señales codificadas por el tránsito |
| 4. Receptor | Se trata del receptor técnico, cuya actividad es la inversa de la del transmisor. Su función consiste en decodificar el mensaje transmitido y conducirlo por el canal, para transcribirlo en un lenguaje comprensible por el verdadero receptor que es llamado destinatario. |
| 5. Ruido | Es un perturbador, que altera en diverso grado la señal durante su transmisión. |
| 6. Destinatario | Es a quien está destinado el mensaje. |

No obstante, la sencillez, algunos investigadores de la comunicación consideran al modelo de Shannon y Weaver una ampliación de los modelos lineales.

El modelo de Berlo David K. Berlo tomó elementos del modelo matemático de Shannon y Weaver y los adaptó a la comunicación humana. En este modelo el mensaje depende del bagaje social, cultural, conocimiento, actitudes y habilidades de la fuente, es decir de quien elabora el mensaje. Dicho mensaje es sometido a un tratamiento y codificación que es recibido a través de los sentidos, por lo que cada individuo lo percibirá de acuerdo con sus habilidades de comunicación, sus actitudes, su conocimiento, su sistema social y su cultura.



En el modelo de Berlo **la fuente** es el sujeto que inicia la comunicación a partir de sus habilidades, actitudes y condiciones socioculturales.

El **mensaje** es el propósito de la fuente expresado de alguna manera. En él se consideran los siguientes elementos: código, contenido y tratamiento.

El **canal** son los sentidos que se utilizan para transmitir el mensaje.

El **receptor** es la persona o grupo de personas que constituyen el objetivo de la comunicación.

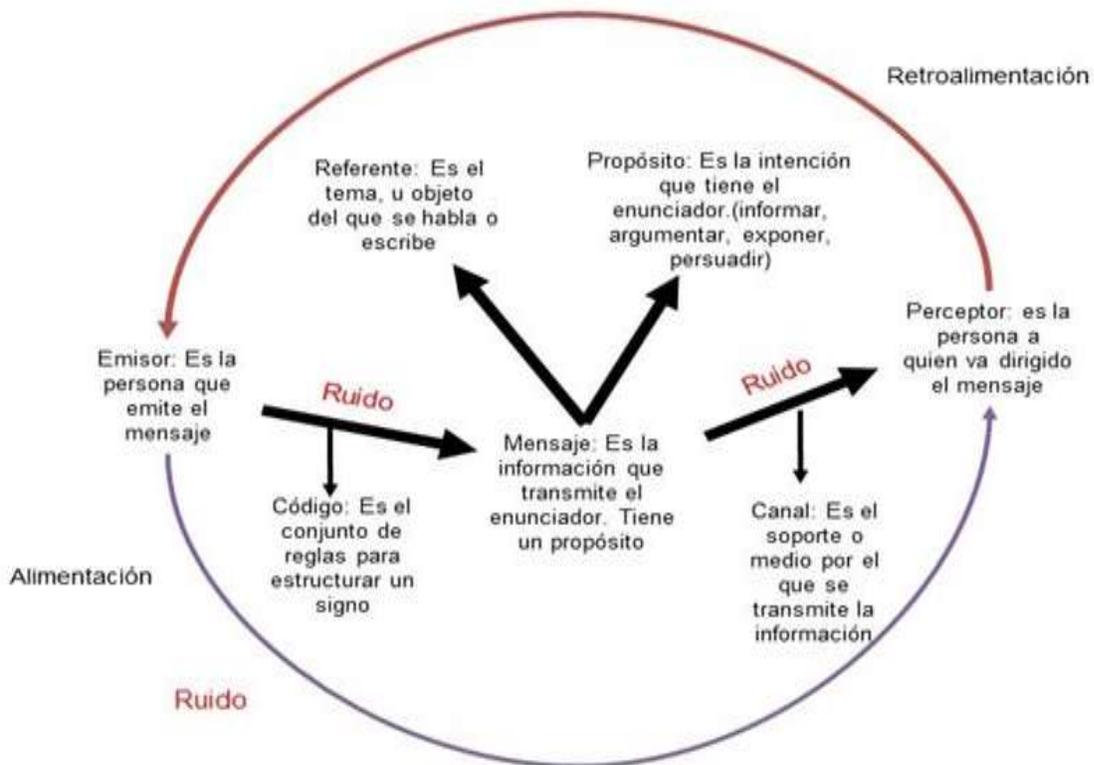
Para algunos autores este modelo es lineal, para otros es circular, debido a que Berlo considera la comunicación como un proceso reglado que permite al ser humano negociar su posición en el entorno donde habita, por lo cual la comunicación persigue una respuesta.

Modelos circulares de comunicación

Los modelos circulares proponen que la comunicación es una interacción, un intercambio de significados e información entre varios sujetos comunicativos.

En el CCH la enseñanza de la lengua se enfoca en desarrollar la competencia comunicativa entre hablantes y contextos sociales e históricos reales y específicos. En los Talleres de Lectura y Redacción constantemente se hace referencia a la situación comunicativa. En el Taller de Comunicación se hacen algunos cambios al modelo para quedar como sigue (Corral, 2002, pág. 61-68).

Esquema de comunicación



Contexto Es todo lo que rodea un texto.

Físico: El lugar en el que se da la comunicación (página, calle, escuela, iglesia, parque)

Tiempo: La fecha, hora en que se produce la comunicación

Cultural: Son el conjunto de experiencias que tiene un individuo.

Semántico: Significado que adquiere una palabra de acuerdo a su posición en una oración.

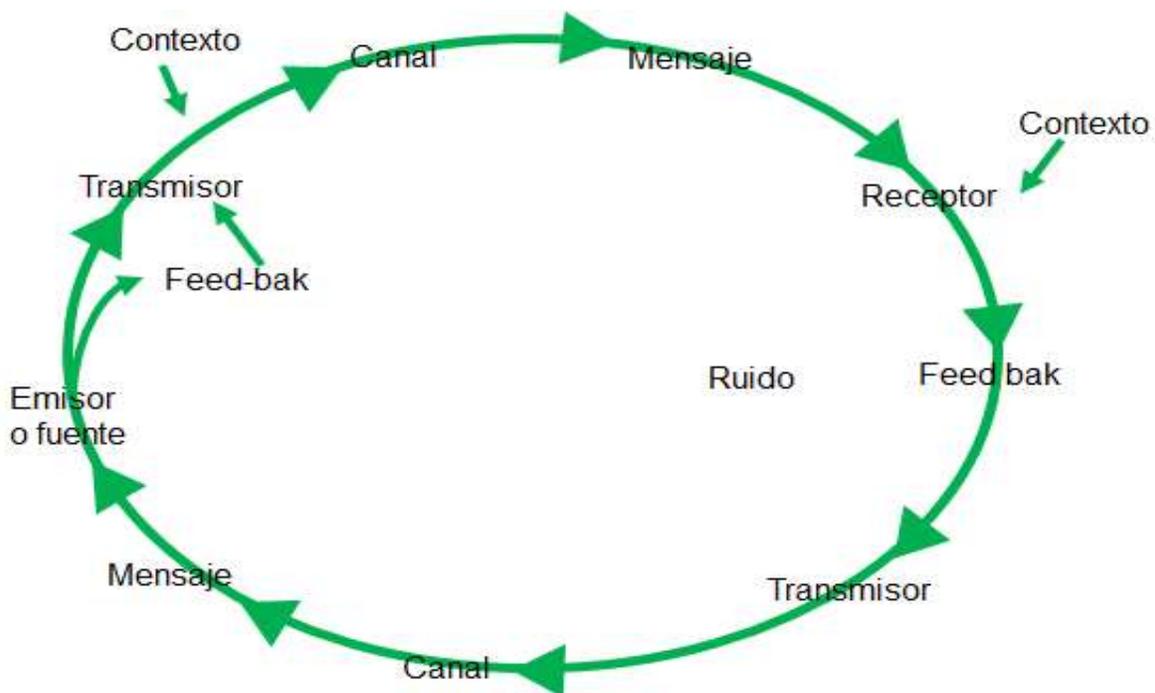
Situacional: Corresponde a la jerarquía o posición social que posea el individuo

Modelo elaborado por Pedro David Ordaz con base en Corral (1985).

Como puedes apreciar los modelos circulares contienen los mismos elementos que un modelo lineal, pero la principal aportación a estos modelos surgió de la cibernética con el concepto de *feed-back* cuya traducción al español sería retroalimentación.

El principio teórico del *feed-back* implica que el receptor construye un mensaje al emisor como consecuencia de lo que el segundo envió. En términos llanos, el emisor recibe una respuesta. La introducción de este elemento es de vital importancia porque cuestiona la concepción conductista de la comunicación en términos estímulo/respuesta y cuestiona a las teorías de la aguja hipodérmica que se centran en el efecto directo de la comunicación sin que exista respuesta.

El siguiente modelo se tomaron algunos elementos de la teoría cibernética y se agregó el *feed-bak* para transformarlo en circular.



Modelo elaborado por Pedro David Ordaz con base en Shannon y Weaver

2.2.2 Elementos básicos del proceso de la comunicación

Como observaste, la comunicación es tan compleja y la realidad es tan variada que es imposible tener un modelo único y totalizador de comunicación, pero hay elementos básicos que tienen todos los modelos que se revisaron, para que puedas aprenderlos te proponemos que resuelvas lo siguiente:

Una vez que leíste los modelos de comunicación realiza un cuadro comparativo de los diferentes elementos que constituyen los modelos enunciados.

Modelo	Elementos en común	Elementos diferentes
1. Modelo de Aristóteles		
2. Modelo de Shannon y Weber		

3. Modelo de Berlo		
4. Modelo circular de Corral		

Observa el siguiente video: <https://www.youtube.com/watch?v=GhmuZxvPeAg>
 Determina si el mensaje llegó íntegro a su destino, si no es así, explica cuál es el principal elemento de la comunicación que lo afecta.

Observa el siguiente video a partir del minuto 15 y hasta el minuto 18 <https://www.youtube.com/watch?v=8xV9DAFHTTc> Determina ¿Quién es el emisor? ¿Cuál es la intención del mensaje? ¿Quién es el receptor?, ¿Cómo aparece el ruido? Explica cada uno de los elementos contextuales. Argumenta si la comunicación que establece el emisor es efectiva y ¿por qué?

Aprendizaje 3

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

Conceptos claves

2.3.1 Factores que favorecen o limitan el proceso de comunicación

- Redundancia
- Fidelidad
- Barreras

Sugerencias de actividades teórico prácticas

Lee el siguiente texto:

La redundancia es un factor que permite restablecer la comunicación cuando ésta ha sido interferida, interrumpida o anulada. Cuando existe un mensaje mal planteado, el emisor debe volver a elaborarlo para dar una mejor explicación.

Seguramente te ha pasado que en alguna de tus clases no le entiendes al profesor porque explicó muy rápido, entonces encontraste una barrera, de repente levantas la mano para pedir que te lo explique, él lo hace pero de otra manera muy diferente a la primera, es ahí donde se puede ubicar la redundancia. Fíjate en el siguiente ejemplo:

Rapé

Urge vocero



Imagen 5

Esta imagen representa la redundancia; en el sexenio del ex presidente Fox, era complicado entender lo que decía en sus discursos, por lo que utilizaba un vocero. En el cartón político, Rapé nos muestra a Rubén Aguilar el vocero de Fox que al terminar su sexenio se quedó sin su puesto y ahora está frente el presidente Calderón pidiendo el mismo trabajo que tenía. Como tampoco se le entienden los discursos él se apunta para explicarlo al pueblo de México.

Rapé se vale de la crítica para evidenciar las carencias del sexenio de Calderón.

Cuando los propósitos o la comunicación no se logran se debe a que la comunicación no fue bien planteada, fue interrumpida y/o anulada, a estas interrupciones se les llama **ruido, interferencia o barreras comunicativas**, y a su opuesto, al logro de una comunicación efectiva se le llama **fidelidad**.

Toma en cuenta lo siguiente:

- a menos interferencia mayor fidelidad

- a más interferencia menos fidelidad

Como se estudió anteriormente, la comunicación es un proceso de intercambio de mensajes, pensamientos, ideas y razones, pero también supone intercambio de emociones, sentimientos y afectos. Así que resulta necesario saber que existen factores que favorecen o limitan el proceso comunicativo, entre ellos están la fidelidad, las barreras comunicativas y la redundancia.

La **fidelidad** es el logro de una comunicación efectiva gracias a las habilidades comunicativas, actitudes, experiencias, grados de conocimiento, entre otros factores; cuando estos actúan en sentido negativo funcionan como **barreras de comunicación**, es decir, como interferencias que limitan la comprensión del mensaje.

Las **barreras de comunicación** se clasifican en personales, físicas y semánticas, otros autores han agregado que hay interculturales. Ejemplos:



Imagen 6



Imagen 7

<p>Imagen 6</p> <p>En esta otra imagen, observa cómo la pareja de novios, en ese momento único y personal, están frente a frente compartiendo el momento y no hay nada que los interrumpa y aunque en silencio, se comunican con mayor fidelidad.</p>	<p>Imagen 7</p> <p>En la siguiente imagen se observa la interferencia, por lo tanto no hay fidelidad. La interferencia está representada por los gritos, el enojo, la postura de cada uno de ellos, etc.</p>
---	--

Ruidos y barreras

Para comprender los conceptos anteriores, se clasificaron los **tipos de ruido o barreras** que pueden existir:

a) **Físicos**: cuando la falla se registra en alguno de los medios físicos que se han empleado para transmitir o permitir el mensaje, estos pueden estar incluso en el medio ambiente, entre ellos se pueden citar ruidos, iluminación, distancia, falla o deficiencia de los medios tecnológicos que se utilizan: el teléfono, micrófono, grabadora, televisión, celular, internet, etc.

b) **Fisiológicos**: atribuibles a las deficiencias del emisor (deficiencia de la escritura o de la voz) o a la falla en la lectura o el oído del receptor. Ejemplo: cuando el volumen del emisor es tan bajo que el receptor no recibe adecuadamente el mensaje.

c) **Semánticas**: cuando emisor y receptor no dan a las palabras o a los signos el mismo significado, y se prestan para diferentes interpretaciones. Ejemplo: un yucateco acostumbra decir: “lo busco, lo busco y no lo busco”, eso significa que lo busca, lo

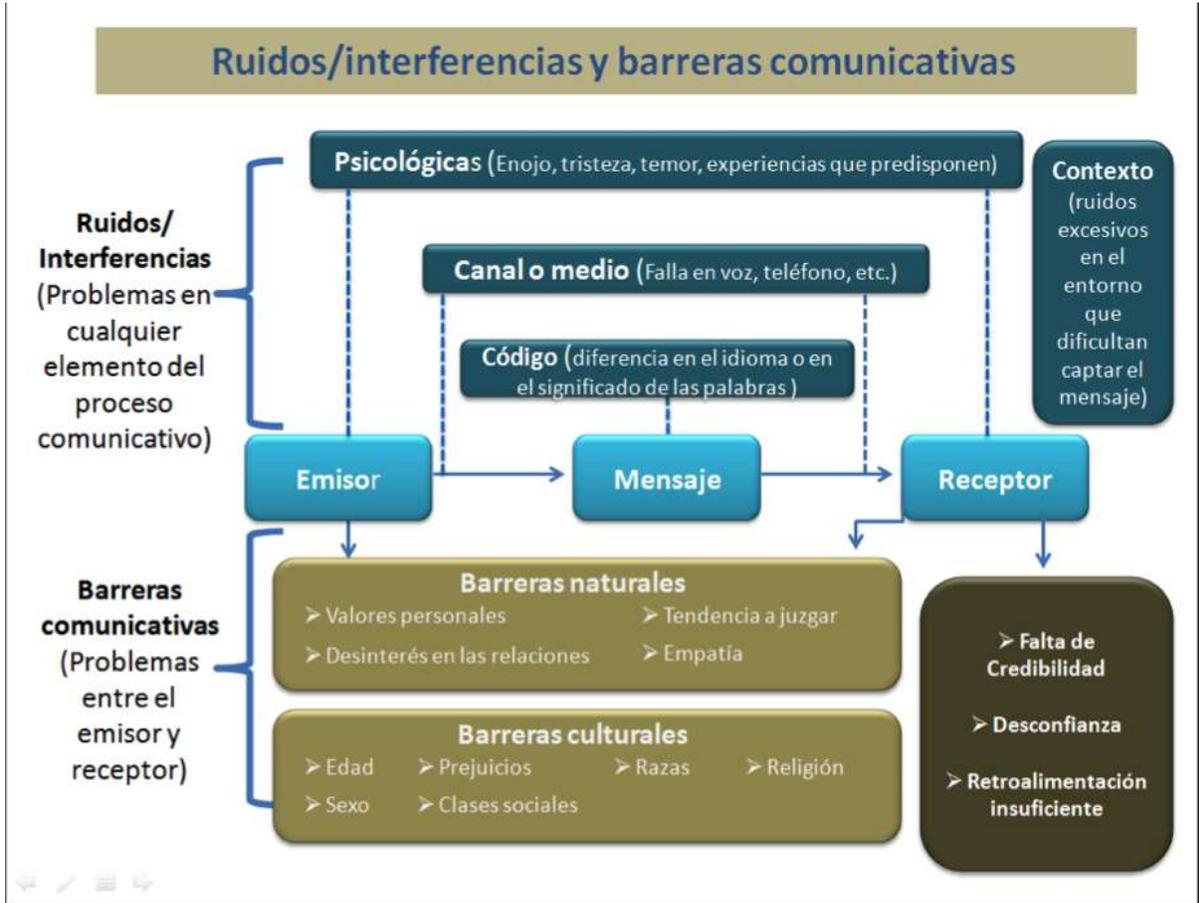
busca y no lo encuentra, expresarlo a una persona de otra región del país sería confuso.

d) **Psicológicos:** debido a las experiencias de las personas por lo cual tienen un marco de referencia distinto; la deficiencia también puede deberse a estados emocionales (enojo, temor, odio, alegría, tristeza); o a prejuicios. Ejemplo: un padre que evita hablar con su hijo sobre la sexualidad porque lo considera un tema tabú.

Y, por el contrario, la fidelidad es el logro de una comunicación entendida, clara y efectiva.

Barreras Administrativas: Éstas pueden ser por la falta de planeación, presupuestos no aclarados, distorsiones semánticas, expresión deficiente, pérdida en la transmisión y mala retención, escuchar mal y evaluación prematura, comunicación impersonal, desconfianza, amenaza y temor; periodo insuficiente para ajustarse al cambio; o sobrecarga de información.

La utilización de modelos permite ubicar en una perspectiva más general, el pensamiento de un autor y, en función de ello, suponer qué tipo de aportaciones brindaron determinados temas y teorías, por lo tanto se considera valioso que analices la ubicación del ruido o interferencia en el siguiente esquema comunicativo:



Sugerencias de actividades teórico prácticas

Escribe un ejemplo de redundancia.

Coloca en la línea de cada imagen, qué tipo de barrera está dándose en las situaciones comunicativas que se presentan.

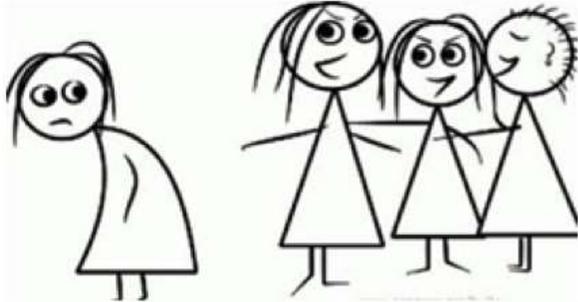


Imagen 8



Imagen 9

1

2



Imagen 10



Imagen 11

3

4



Imagen 12

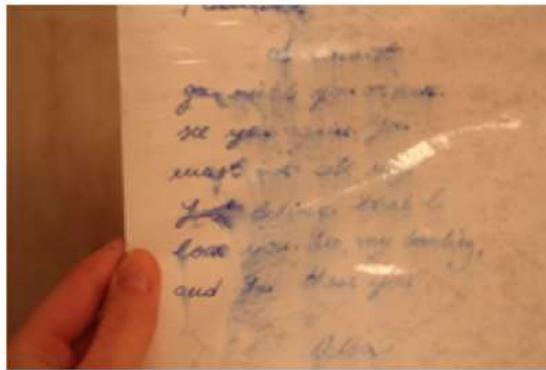


Imagen 13

Coloca una "R" si se refiere a Ruido, una "RF" si se refiere a Ruido físico, "RS" Ruido semántico, "BC" Barrera Cultural, "BN" Barrera Natural, "BP" Barrera Psicológica.

- a) El jefe no confía en sus subordinados, no les pide opiniones. _____
- b) El maestro tiene ronquera que evita se entiendan sus lecciones. _____
- c) Un sordomudo no logra dar a entender su mensaje en una calle. _____
- d) Diferencias religiosas provocan el divorcio de una pareja. _____

REFERENCIAS

Básica

- Aristóteles. (1998). *Retórica*. (Trad. Alberto Bernabé) Madrid: Alianza.
- Castro, I. y Moreno, L.Z. (2006). *El modelo comunicativo*. México: Trillas.
- Corral Corral, M. (1985). *Manual de Comunicación*. México: CECSA.
- (2015). *Comunicación y vida 1* (octava reimpresión). México: edere.

Galeano, E.C. (1998). *Modelos de comunicación*. Buenos Aires: Macchi.

Paoli, J. Antonio (1999). *Comunicación e información: perspectivas teóricas* (10ª reimp). México: Trillas.

Schramm, Wilbur (1982). *La ciencia de la comunicación humana*. Editorial Grijalbo. México, Barcelona, Buenos Aires.

Complementaria

Ecured. (2019). *Barreras de comunicación*. Fecha de Consulta: 17 de septiembre de 2019. Disponible en: https://www.ecured.cu/Barrera_de_la_Comunicaci%C3%B3n

Fleitas Triana, M.; López Orozco, G.; Araneda Fornachiari, G. y Gil Montelongo, M. (2009). Comunicación en procesos de trabajo. *Ingeniería Industrial*. vol. XXX. Núm. 3, pp. 1-6. La Habana, Cuba: Instituto Superior Politécnico José Antonio Echeverría. Fecha de consulta: 12 de febrero de 2019. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/3604/360433571003.pdf>

Frias Azcárate, Rosario (2000). "Una aproximación al concepto comunicación y sus consecuencias en la práctica de las instituciones". Revista *Nómadas*, núm. 1. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Fecha de consulta: 18 de septiembre de 2019. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/181/18100103.pdf>

Martín Serrano, M; Piñuel Raigada, J.I; García Sanz, J. y Arias Fernández, M.A. (1991). *Teoría de la comunicación I. Epistemología y análisis de la referencia*. México: UNAM-ENEP-Acatlán.

Martín Serrano M. (2007) *Teoría de la comunicación. La comunicación, la vida y la sociedad*. Mc. Graw Hill. Madrid.

Rizo García, M. (2013). Comunicación e interculturalidad. Reflexiones en torno a una relación indisoluble. *Global Media Journal*. México, Volumen 10, Número 19, pp. 16-42. Fecha de consulta: 15 febrero 2019. Disponible en: https://journals.tdl.org/gmjei/index.php/GMJ_El/article/view/16

Rizo García, Marta y Romeu Aldaya, Vivian (coords.) (2013). *Comunicación, cultura y violencia*. Bellaterra: Instituto de la Comunicación, Universitat Autònoma de Barcelona.

Imágenes obtenidas en:

1. (<https://pixabay.com/es/de-papel-escritorio-mesa-descanso-3164718/>)
2. (https://pixabay.com/es/photos/?q=comunicaci%C3%B3n&image_type=all&cat=&min_height=&min_width=&order=popular&pagi=3)
3. <http://psicologiavigo.com/amor-y-relaciones-e-pareja/>
4. <http://servicios.laverdad.es/servicios/cuadernossalud/pg241107/suscr/nec2.htm>
<https://www.emaze.com/@ALZTQTRL/Comunicaci%C3%B3n>
5. <https://procesos3administrativos.blogspot.com/2016/09/barreras-de-la-comunicacion-la.html>
6. <https://www.grandespyemes.com.ar/wp-content/uploads/2015/05/fallas-de-comunicacion.jpg>
7. <https://www.comunedicutrofiano.com/forum/blog/2015/01/06/c-e-chi-ci-guadagna-2i-cittadini-ci-perdono-per-questo-siamo-indignati/attachment-arroganza/>
8. <https://www.taringa.net/posts/info/15377902/Comunicacion-elementos-y-barreras.html>
9. <http://missrr.blogspot.com/2011/02/carta-de-ilsa-rick.html>

Unidad 3. La comunicación grupal en los procesos sociales

PRESENTACIÓN

En esta unidad estarás en posibilidades de concebir la vida en términos de un *yo* y de un *tú* individual para pasar a un *nosotros* social. Es el paso a la alteridad de los sujetos colectivos, cuyas acciones inciden directamente en la comunidad local, nacional o mundial a la que se pertenece, para lo cual puede valerse de la organización mediante redes virtuales, para ello discernirás el siguiente propósito:

Comprender 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.

Como aprendizajes centrales se abordarán:

- a) Identificar las características de la comunicación grupal
- b) reconocer el comportamiento de los actores de la comunicación grupal en diferentes contextos
- c) identificar las formas y los medios de comunicación empleados en los distintos tipos de grupos
- d) identificar el papel de la comunicación en grupos institucionales, de ayuda mutua y autoayuda y
- e) reconocer la comunicación grupal, tipos de grupos y formas de organización en los movimientos sociales.

Aprendizaje 1

Identifica las características de la comunicación grupal.

Conceptos claves:

3.1.1 Concepto y características de los grupos

- Identidad Cohesión y dinámicas de grupo
- Objetivos de grupo

3.1.2 Características de la comunicación grupal

- Redes de comunicación
- Recursos y medios

Sugerencia de actividades teóricas prácticas

Lee el siguiente texto:

3.1.1 Concepto y características de los grupos

El diccionario de la Real Academia de la Lengua Española de 2013, apunta que el grupo es un conjunto de seres, cosas y elementos químicos, entre otros, que están juntos en un lugar o que tienen alguna característica común. Las personas con rasgos y/o necesidades comunes, forman grupos para planear, realizar actividades y tomar decisiones en una intensa relación interpersonal, que no siempre es lineal o tersa.

Un “grupo es la unidad social formada por individuos que mantienen relaciones interpersonales, que persiguen propósitos semejantes y que desarrollan vínculos afectivos de diferente nivel e intensidad.” (De La Mora,1999).

Las características de un grupo son la identidad, cohesión y dinámicas de grupo, las cuales desarrollamos a continuación.

Identidad

La identidad la permite el ingrediente emocional y valorativo que cohesiona a los grupos, con tal fuerza que sus integrantes adoptan conductas y aspiraciones comunes fácilmente visualizados. Sus rasgos y acciones proceden de las culturas que los nutren y cuyas manifestaciones principales son los lenguajes.

Gilberto Giménez considera que “la identidad tiene que ver con la idea que tenemos acerca de quiénes somos y quiénes son los otros, es decir, con la representación con los demás (en) un proceso subjetivo (y frecuentemente auto-reflexivo) por el que los sujetos definen su diferencia de otros sujetos (y de su entorno social) mediante la auto-asignación de un repertorio de atributos culturales frecuentemente valorizados y relativamente estables en el tiempo.”

La identidad en la lengua es el medio de comunicación que identifica a un grupo de hablantes, pero es el habla, a través de sus categorías: caló, argot y jerga, es la que crea una identidad socio-cultural a grupos específicos. Por ejemplo, los adolescentes que viven por el rumbo de la Merced tienen un habla diferente a los adolescentes que viven en las Lomas de Chapultepec. Además de su aspecto, los grupos se identifican oralmente por su habla compuesta por un vocabulario específico, tono, ritmo y códigos culturales particulares.

Otras características propias de un grupo son la cohesión y sus dinámicas.

Cohesión y dinámicas de grupo

La cohesión la produce la correspondencia que mantienen, entre sí, las personas que se identifican con las normas y principios del grupo. A esta integración, el investigador Jackson la llama unidad homeostática, así la expone: la homeostasia “hace hincapié en

la relativa constancia del medio interno, una constancia mantenida, en realidad, por todo un juego de fuerzas dinámicas” (Jackson, 1994, pág. 233).

La cohesión, valga la metáfora, es comparable a los campos gravitacionales que regulan las órbitas de los cuerpos celestes del universo. En los grupos familiares, en que las personas comparten espacios, emociones y relaciones diarias intensas, su ‘campo gravitacional’ lo integran las normas que conciben los espacios vitales de cada integrante de la familia. Cuando se trastoca alguno, se desequilibra -para seguir con la figura retórica-, el universo familiar.

En los grupos se debe mantener un equilibrio psicológico, sin embargo, sus integrantes requieren ser dinámicos, es decir, deben estar ocupados para que el grupo mantenga la cohesión.

El psiquiatra Frankl señala “Lo que el hombre necesita no es vivir sin tensión, sino esforzarse y luchar por una meta que merezca la pena.” y para ello es necesaria la dinámica en el grupo. Aduce, que es más benéfico vivir con apremio “de un deber o la urgencia de una misión por cumplir” que vivir sin motivos. Por ello es necesaria la interacción entre los componentes del grupo. Con ello tendrás la motivación suficiente para evitar la tensión y el aburrimiento que, según Schopenhauer, son las condiciones que crean los vacíos existenciales de la vida. (Frankl, 2015, pág. 133)

Es decir, la dinámica grupal es necesaria para: a) mantener en movimiento y ocupado al grupo; b) luchar y esforzarse por una meta; c) mantener una identificación entre sus integrantes y d) que los integrantes del grupo se auto-motiven.

Objetivos de los grupos

Otra característica elemental de los grupos son los objetivos de éstos, son precisos para satisfacer las necesidades comunes de sus integrantes. Sin la existencia de

objetivos en un grupo, éste desaparece, pues pierde cohesión y paulatinamente desaparece.

Dentro de los objetivos de los grupos está la convivencia cotidiana; también, es una eficiente y necesaria escuela de sociabilidad. Esto se debe a que: “El grupo es una especie de matriz, una célula-madre que da a cada miembro una posibilidad de nacer o de renacer, de llegar a ser lo que todavía no se es” (Leperlier, 1994, pág. 67)

Tus aprendizajes en la comunicación grupal los consigues a través de tus actos cotidianos, de manera casual y natural, sin embargo, son reales, como lo explica la siguiente cita:

Nadie nos enseña específicamente cómo se combinan los mensajes verbales y los gestuales, por ejemplo, pero de todas maneras se enseña y aprende. Nadie explica en qué consiste una coalición y cómo se propone y corrige, pero su aprendizaje tiene lugar desde el mismo comienzo de la socialización, a través de la experiencia interaccional cotidiana (Watzlawick, 2012, pág. 13).

En síntesis la comunicación grupal satisface necesidades comunes de los integrantes del grupo; satisface la convivencia cotidiana y la sociabilidad, a través de la interacción de sus integrantes.

Características de la comunicación grupal

Las características de la comunicación grupal dependen de su tamaño (número de integrantes), organización y propósitos. En los grupos de tres personas, la comunicación será cara a cara, en los grupos más grandes, como los escolares, la comunicación es, también directa, pero con menor participación.

Por su tamaño, la comunicación puede ser desde tres integrantes hasta cientos de personas. En los grupos pequeños se ejerce la comunicación de manera directa mediante los lenguajes verbal y no verbal. En grupos más amplios, lo hacen con los cinco sentidos: la vista, el olfato, el oído, el tacto y el gusto. Con este acercamiento

tienes la posibilidad de comprobar la veracidad del discurso, el interés que se supone mantiene la plática y te posibilita forjar y establecer amistades duraderas, por placer, según Aristóteles, debido a que compartes y generas ramilletes de emociones que te crean simpatías y empatías.

La organización de los grupos se da manera formal e informal. La primera requiere de normas y principios por el grupo, por ejemplo una institución laboral. La segunda es espontánea y casual, por ejemplo un grupo de amigos.

Los grupos de personas con las que convives suelen influirte, debido a que compartes con ellas ciertas cosmovisiones y formas de ver la vida. (D' Adamo, 2007, pág. 43).

Por último, recuerda que todo grupo debe tener propósitos comunes por alcanzar, estrategias para hacerlo, observancia de los participantes y la realización de las metas.

Redes de comunicación

Una red puede ser entendida como un conjunto de entidades de objetos o personas conectadas entre sí. En la comunicación humana las personas mantienen vínculos en los grupos y emplean la comunicación para el logro de sus interacciones sociales y satisfacción de las necesidades compartidas. Pero cuando se usa como medio o instrumento a la tecnología entonces podemos hablar de redes sociales de comunicación en donde las personas mantienen interacciones sociales que repercuten en la vida personal, política, o cultural de los usuarios. El nivel de comunicación deja de ser interpersonal (cara a cara y existe retroalimentación) y se acerca a la comunicación masiva, pero no lo es; de esta manera consideraremos a las redes sociales como comunicación intermedia pues se requieren de instrumentos tecnológicos y existe la

posibilidad de respuesta. Las redes y los recursos de comunicación ayudan a diversificar, amplificar o traducir diversos lenguajes para posibilitar la comunicación.

Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC)

En los últimos 25 años la microelectrónica ha permitido que las personas que forman la masa por efecto de los medios tradicionales; dejen el anonimato. El hombre masificado, con pocas o sin posibilidades de comunicarse con los autores de los mensajes mediáticos y los grandes públicos y, menos de producirlos; ahora puede hacerlo mediante las herramientas que dispone las (TIC). Por lo tanto, el hombre masa se ha convertido en productor y receptor de mensajes que puede enviar a usuarios, cercanos o lejanos, de manera casi instantánea, lo mismo que recibirlos.

A principio de este siglo XXI aparecieron en la escena cotidiana, entre otras, herramientas electrónicas, las redes sociales. De inmediato tuvieron una acogida multitudinaria. En un principio privilegiaban el entretenimiento y el ocio, ahora intervienen en la economía y la política. Las redes sociales más conocidas son: *Facebook, Twitter e Instagram, etc.*

Las redes de comunicación, que son la expresión más acabada del impacto que ejerce la tecnología en la organización y funcionamiento de las sociedades, están proponiendo la posibilidad, a los grupos sociales mayoritarios, de que practiquen principios democráticos, ya que cada uno de los usuarios de las redes pueden manifestarse, casi directamente, ante los grupos dominantes, transmitir eventos de todo tipo y, lo más importante, lograr que los gobernantes atiendan y, a veces, solucionen sus problemas cuando éstos han sido subidos a la Red.

Sin embargo, este despertar de la conciencia ciudadana está siendo obstaculizada por la misma Red. Los políticos mexicanos utilizan con frecuencia el Twitter para enviar, responder, acusar, defender, alabar y denostar, entre otros usos;

con gran eficacia por la inmediatez y oportunidad de los mensajes digitales. Alejandra Lagunes Soto Ruiz, Coordinadora Nacional de Estrategia Digital de Los Pinos (casa oficial del presidente Peña Nieto), entre otras actividades, maneja una cuenta en Internet “para apoyar acciones de gobierno, desacreditar y emproblemar a críticos y promover o tumbar tendencias destacadas (los *trending topics*)” (Hernández, 2016, pág. 43).

Otros ejemplos del impacto radical de las redes, son los siguientes: en 2010 en Túnez, los jóvenes promovieron el movimiento conocido como la Primavera Árabe a través del Internet, provocando profundos cambios políticos en la región. En noviembre de 2016, en el poblado La Joya, del municipio de Villa de Guadalupe de San Luis Potosí, un padre de familia utilizó el Internet para invitar a sus parientes que viven en el extranjero, a los quince años de su hija Rubí. De inmediato se vio asediado por el público en general y, particularmente por periodistas de televisión. Las cadenas televisivas nacionales invitaron a Rubí y a su familia a sus programas de variedades, los anfitriones se afanaron en destacar el mayor número de detalles triviales de la celebrada. “*Twitter* ha cambiado el modo en el que vemos la televisión. De hecho, se está llegando al extremo de que algunos programas incluso suscitan más interés por su debate en directo a través de la red social que por su calidad intrínseca televisiva” (Nicolás y Grandío, 2012, pág. 56-57).

Como consecuencia de esta gran capacidad tecnológica, “las redes sociales propician la atención a conceptos como *micro-targets* o tribus, debido a la formación de comunidades por intereses comunes. Comunidades basadas en actitudes o conocimientos, que desarrollan contenidos linkeables, encontrables, permanentes y gratuitos en el escenario *online*” (Nicolás y Grandío, 2012. pág. 72).

Las redes sociales te facilitan la innovación del proceso de aplicación de las TIC. Con tu celular, medianamente dotado, además de servirte de teléfono, cuentas con

posibilidades de cumplir necesidades sentimentales, intelectuales y laborales, entre otras, en el momento y lugar que sea. Además, puedes diseñar modelos y estrategias para estudiar, emplearte, conquistar y desarrollarte.

En la etapa industrial de la sociedad se produjeron herramientas con funciones tecnológicas restringidas. La invención de la máquina de escribir mecánica y luego eléctrica, aunque provocaron un fuerte impulso a la generación y divulgación del conocimiento, sus desempeños tecnológicos fueron limitados, sujetos a la temporalidad y ubicuidad, que la tecnología digital ha superado.

Recursos y medios

La comunicación grupal emplea recursos y medios para satisfacer las necesidades en las interacciones sociales. Como recursos se entienden al conjunto de elementos disponibles para lograr una comunicación grupal que promueva una actitud ética. Por otro lado, los medios son entendidos como aquellos soportes físicos y tecnológicos que se usan para amplificar, traducir o intercambiar mensajes. Los recursos y medios varían dependiendo

Comunicación grupal	Recursos: conjunto de elementos disponibles para resolver una necesidad (materiales o humanos)	Medios: soportes físicos y tecnológicos para amplificar, traducir o intercambiar mensajes.
Comunicación grupal	Test proyectivos para identificar roles. Dinámicas grupales para motivar la identidad del grupo. Resolución de tareas para el logro de metas y objetivos.	Micrófonos, altavoces, impresos y audiovisuales.

Comunicación grupal intermedia (uso de tecnología en grupos para mantener interacciones humanas)	Aparatos tecnológicos como: computadoras, teléfonos inteligentes, tablets, software, escaners, entre otros.	Redes sociales: Facebook, twitter o Instagram. Grupos de WhatsApp y messenger, entre muchas otras.
--	---	--

Responde a las siguientes preguntas:

a) La identidad permite el ingrediente _____ y _____ que cohesiona a los grupos.

- a) racional / subjetivo
- b) terapéutico / psíquico
- c) emocional / valorativo
- d) cultural / psicológico

b) La _____ la produce la correspondencia que mantienen las personas que se identifican con normas y principios del grupo.

- a) interacción
- b) afinidad
- c) identidad
- d) cohesión

c) Las características de la comunicación grupal dependen de su _____, integrantes y propósitos.

- a) organización
- b) interacción
- c) información
- d) planeación

d) Las redes de comunicación son la expresión más acabada del impacto que ejerce la tecnología en la _____ y _____ de las sociedades.

- a) democracia/ solidaridad
- b) organización/ funcionamiento
- c) expresión/ retroalimentación
- d) conciencia/ responsabilidad

e) Encuentra palabras relacionadas con identidad. Un grupo es un conjunto de:

- a. elementos con característica común
- b. personas diferenciadas entre sí
- c. seres que contraponen normas
- d. elementos similares sin normas

f) Un grupo se encarga de:

- a. Planear actividades caóticas
- b. Generar ideas comunes
- c. Tomar decisiones
- d. Relacionarse por ocio

Aprendizaje 2

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

Conceptos claves

3.2 Comportamiento de los actores de comunicación grupal.

- Roles.
- Liderazgo.

Sugerencias de actividades teórico prácticas

Realiza la lectura Prácticas de comunicación en los diferentes grupos y a continuación contesta las actividades que se te solicitan

Comportamiento de los actores en la comunicación grupal

La vida cotidiana es pluralidad de actividades que realizamos. Nos desarrollamos en diferentes ámbitos en el hogar, la escuela o trabajo; también participamos en lo social, político y cultural pues somos parte de distintos grupos sociales. Asumimos la pertenencia a grupos de diferente índole y con diversos objetivos. En esos ambientes requerimos de la comunicación grupal, para desempeñarnos adecuadamente.

En este aprendizaje se busca que reconozcas el comportamiento de los actores en la comunicación grupal en diferentes contextos, ya que éstos son parte de la vida cotidiana y formamos parte de ellos.

Los Roles

Julieta Fernández y Guillermo C. Cohen (1986) definen que los roles, son interacciones, maneras o funciones que cada uno de los integrantes del grupo identifica y ejecuta con el objetivo de que el conjunto crezca y produzca.

En el siguiente cuadro se aprecian tres tipos de roles y sus características:

1. Roles para la tarea del grupo	Ejemplos y características
<p>Los participantes se relacionan con la tarea que el grupo decide realizar. Su propósito es facilitar y coordinar los esfuerzos del grupo relacionados con la selección, definición de un problema común y la solución del problema.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) El innovador. Sugiere o propone al grupo nuevas ideas o una forma diferente de ver el objetivo o el problema del grupo. b) El aclarador. Pregunta para esclarecer los valores concernientes a lo que el grupo realiza. c) El informante. Ofrece hechos o generalizaciones “autorizadas”, o relaciona en forma adecuada su propia experiencia con el problema del grupo. d) El opinante. Expresa oportunamente su creencia u opinión. e) El coordinador. Muestra o clarifica la relación entre las diferentes ideas y sugerencias, trata de coordinar las actividades de los diferentes miembros o subgrupos. f) El técnico. Acelera el movimiento del grupo realizando tareas de rutina; distribuye materiales, manipula objetos, por ejemplo, ordena las sillas, verifica el funcionamiento de lo que se va a utilizar... g) El registrador. Anota las sugerencias, lleva un registro de las decisiones de grupo y del resultado de las discusiones. Su rol es “memoria del grupo”.

2. Roles de constitución y mantenimiento del grupo	Ejemplos y características
<p>Los roles de esta categoría se orientan al funcionamiento del grupo como tal. Tiene por objetivo mantener la forma de trabajo del grupo al fortalecer, regular y perpetuar actividades o rutinas.</p> <p>Algunos ejemplos son:</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) El estimulador. Elogia, está de acuerdo y acepta la contribución de los otros. Expresa comprensión y aceptación de otros puntos de vista, ideas y sugerencias. b) El conciliador. Es intermediario en las diferencias entre otros miembros, intenta armonizar desacuerdos, mitiga la tensión en situaciones de conflicto, haciendo una broma o presentando alguna solución. c) El transigente. Opera desde dentro de un conflicto en el que su idea o posición está involucrada. Admite sus errores, se disculpa a fin de mantener la armonía del grupo. d) El canalizador. Intenta mantener abiertos los canales de comunicación, estimulando o facilitando la participación de otros, proponiendo la corriente de comunicación. f) El seguidor. Sigue el movimiento del grupo en forma más o menos pasiva, aceptando las ideas de otros y ocupando el lugar de audiencia en la discusión y decisión del grupo.

3. Roles individualistas

Las participaciones se dirigen a la satisfacción de las necesidades individuales de los participantes.

El propósito es algún objetivo particular que no es relevante para la tarea del grupo.

Ejemplos y características

- a) El agresor. Puede operar de muchas maneras: disminuye el *status*, desaprueba valores, actos o sentimientos de otros miembros, ataca al grupo, niega interés al problema sobre el que se trabaja, se burla agresivamente, muestra envidia por las contribuciones de los demás, trata de desacreditar.
- b) El jactancioso. Trabaja de diferentes maneras para llamar la atención, ya sea vanagloriándose, exhibiendo logros personales, actúa de manera inusitada, lucha para prevenir cualquier posibilidad de que lo coloquen en una posición inferior.
- c) El mundano. Hace alarde de su falta de compromiso en los procesos del grupo. Esta actitud infiere cinismo, indiferencia, payasadas y conductas “fuera de foco”.
- d) El dominador. Trata de hacer sentir su autoridad o superioridad manipulando al grupo o a algunos de sus miembros. Este deseo de dominar puede manifestarse como adulación, muestras de status superior o de reclamo de la atención, directivas autoritarias, interrupciones cuando hablan otros, etc.
- e) El devaluado. Intenta despertar respuestas de “simpatía” de otros miembros o de todo el grupo, ya sea a través de expresiones de inseguridad, confusión personal o depreciación de sí mismo.
- f) El adulator. Celebra exageradamente,

encomia, miente, promete, festeja y procura evitar todo lo que desagrade al objeto lisonjeado (adulado).

Localiza la película Invictus (Estados Unidos, 2009) en el enlace:
<http://www.repelis.tv/222/pelicula/invictus.html>.

Precisa el tipo de roles y liderazgos en los personajes de la película Invictus.

	Personaje de la película		Personaje de la película
Agresor		Innovador	
Contrincante		Aclarante	
Mundano		Informante	
dominador		Opinante	
Adulador		Coordinador	
Devaluado		Técnico	
seguidor		registrador	
Canalizador		Logra objetivos	
Transigente		Integra y mantiene al grupo	
Conciliador		Satisface las necesidades del grupo	
Estimulador			

Realiza un mapa conceptual donde identifiques los roles en tu grupo familiar o en algún grupo social del que formes parte.

Liderazgo

Liderazgo es el ejercicio del poder en un individuo o grupo, para el logro de objetivos organizacionales, en un proceso y marco situacional cambiante. El liderazgo dirige a objetivos personales de la organización; en la dirección se concibe el logro organizacional.

De esta manera se podría tener liderazgo efectivo, pero no necesariamente una buena dirección, cuando los objetivos logrados por el líder no son los de la organización (Soria, 1999, pág.87).

Los psicólogos sociales han enfatizado la idea de que el liderazgo es un fenómeno de grupo no individual, sin embargo, el concepto tradicional se debe a que al líder se le considera como un ser superior, poseedor de carisma, de una personalidad fuerte y distinguida sin considerar al grupo que lo apoya.

Por ello, desde hace unas décadas, se admite que el fenómeno de liderazgo es tanto individual como de grupo. Si bien no se puede ejercer el liderazgo si no se cuenta con el grupo, es el líder el que tiene que organizar, promover, convencer. Por otro lado, no se puede decir que el líder sea capaz de realizar el trabajo del grupo que dirige por sí solo, pero si la organización lo ha nombrado para un puesto de dirección, es porque tiene autoridad, información y presumiblemente preparación para alcanzar los objetivos fijados. En situaciones reales el líder necesita flexibilidad para resolver los problemas que se le presenten, pero si está respaldado por un grupo competente, se puede esperar mayor éxito que si no lo estuviera.

Tipos de liderazgo

1. Liderazgo autocrático

Los líderes tienen poder absoluto sobre el equipo. Los integrantes del grupo poseen una pequeña oportunidad de dar sugerencias. A menudo el liderazgo autocrático provoca frustración y resentimiento entre los integrantes del grupo.

Para algunas tareas el estilo autocrático puede ser efectivo al ser más eficiente en la toma de decisiones.

2. Liderazgo burocrático

Los líderes burocráticos, siguen las reglas rigurosamente y se aseguran que todo lo que hagan los integrantes del equipo sea como se estableció en los organigramas. Este tipo de liderazgos es efectivo por ejemplo, cuando se maneja dinero.

3. Liderazgo participativo o democrático

Los líderes democráticos invitan a otros miembros del equipo a contribuir con el proceso en la toma de decisiones. Con ello aumenta la satisfacción de los integrantes y ayuda a desarrollar habilidades. Los miembros de equipo se sienten motivados. Uno de los principales defectos de este tipo de liderazgos es que la participación democrática toma tiempo.

4. Liderazgo natural

Este término describe al líder que no está reconocido formalmente como tal. Cuando alguien en cualquier nivel de una organización lidera simplemente por satisfacer las necesidades de un equipo, se describe como líder natural. De muchas maneras este tipo de liderazgo es una forma democrática de liderazgo porque todo el equipo participa del proceso de toma de decisiones. Sin embargo, puede tener conflictos con líderes formales o elegidos por una institución.

Ubica quiénes forman parte de tu grupo, qué rol ocupan y qué tipo de líder lo encabeza:

Grupo al que perteneces	Integrantes	Rol que ocupa	Tipo de líder que encabeza al grupo
<i>De la Familia</i>	1. 2. 3. 4. 5.	 	
Del grupo Escolar	1. 2. 3. 4. 5.	 	

Compara ambos cuadros y comenta tus hallazgos.

Aprendizaje 3

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

Conceptos clave

3.3.1 Prácticas de comunicación en los diferentes tipos de grupos.

- Por composición: primarios y secundarios.
- Por objetivos y formas de organización: democráticos, autocráticos y *Laissez faire–Laissez passer* (caóticos).

3.3.1 Prácticas de comunicación en los diferentes tipos de grupos

Por su composición

A lo largo de esta guía has aprendido que los humanos como entes gregarios necesitamos relacionarnos con los demás. De manera continua, interactuamos con otras personas y nos vinculamos con ellas. Así surgen los grupos.

En 1981 Mario Bunge señaló que grupo es un conjunto de individuos que mantienen entre sí un conjunto de relaciones o modos de interacción, en un espacio y tiempo determinados que originan ciertas estructuras sociales.

Por su parte Chehaybar (1994) considera que el grupo es un conjunto de personas con un objetivo común.

Existen diversas formas para clasificar a los grupos, sin embargo, desde el punto de vista de la comunicación se categorizan de la siguiente manera:

- a) **Grupo primario:** se forma con base en las relaciones de carácter afectivo de cada persona. El grupo primario está mediado por factores psicosociales en un vínculo muy estrecho difícil de romper ejemplo: grupos familiares o grupos de amigos. Generalmente los grupos primarios se caracterizan por ser pequeños y cohesionados por los mismos intereses.
- b) **Grupo secundario:** se caracteriza porque el vínculo afectivo no es estrecho y las relaciones que se mantienen no tienen grado de permanencia. Ejemplos de estos grupos son: los equipos que se forman en la escuela, empresas o asociaciones (Segredo, 2007).

En cambio, otros autores señalan que los grupos se categorizan como:

- a) **Formales:** Se constituyen de manera “artificial”, de acuerdo a lineamientos establecidos por una institución, empresa o gobierno. Las personas que interactúan en este tipo de grupos deben seguir los lineamientos o reglas que implementa la institución.
- b) **Informales.** Son aquellos que se forman a partir de lazos afectivos y se conforman de manera “natural”, es decir, sin que autoridad alguna los organice.

Por objetivos y formas de organización

Ahora bien, los grupos se clasifican por sus objetivos y formas de organización en: democráticos, autocráticos y caóticos.

a) Democráticos

Este tipo de grupos generalmente tiene un líder que alienta, escucha y facilita la interacción de los integrantes para lograr un objetivo. De esta manera, los individuos se toman el tiempo para compartir experiencias y solicitar los puntos de vista de todos; al sentirse involucrados los participantes ponen en práctica y asumen los acuerdos a los

que llegan. En este tipo de grupos, todos tienden a sentir satisfacción en lo que hacen porque se sienten valorados, pues cualquier cosa que digan será tomada en cuenta.

b) Autocráticos

Los grupos autocráticos o autoritarios tienen una organización en la cual un líder tiene el control completo, toma todas las decisiones y no permite la discusión en el grupo. Al no existir discusión, las decisiones se toman de manera rápida y eficiente. Sin embargo, los integrantes en ocasiones no sienten satisfacción o sentido de pertenencia al no ser tomados en cuenta.

c) Caóticos (*laissez faire, laissez passer*)

Los grupos caóticos también nombrados *laissez faire, laissez passer* (expresión de origen francés que significa “dejar hacer, dejar pasar”), se caracterizan por no tener una buena comunicación; sus integrantes no están organizados ni asumen responsabilidades pues nos les interesa cumplir con los objetivos del grupo.

Observa las siguientes imágenes y determina qué tipo de grupo es por su objetivo y forma de organización **democrático autocrático o caótico**.



Imagen 14

Tipo de grupo: _____



Imagen 15

Tipo de grupo: _____



imagen 16

Tipo de grupo: _____

Observa el siguiente video en youtube:

<https://www.youtube.com/watch?v=5xQYQRXEEaY> e identifica si se trata de un grupo formal o informal. Argumenta tu respuesta.

En el siguiente video <https://www.youtube.com/watch?v=KRXiBeflVKI> identifica qué tipo de grupo (primario o secundario) conforman la *mujer maravilla*, *Flash*, *Acuaman* y *Cyborg*.

Aprendizaje 4

El papel de la comunicación en los grupos institucionales.

Objetivo: El alumno identifica el papel de la comunicación en grupos institucionales, de ayuda mutua y autoayuda.

El papel de la comunicación en los grupos institucionales.

Hombres y mujeres, como seres sociales, pertenecemos a redes de relaciones humanas tanto en grupos primarios como en grupos secundarios. Dentro de estos últimos, se encuentra una categorización que es la pertenencia a grupos institucionales.

Se llama comunicación institucional a aquella que se da dentro de grupos con objetivos muy definidos, que cuentan con normas y estatutos que rigen sus maneras de trabajo interna. Estos grupos institucionales son producto de la misma organización social para el propio desarrollo humano.

Canel, (1997) conceptualiza a esta forma como “conjunto de reglas, principios, procedimientos y aplicaciones de la comunicación de intención persuasiva que, con

recursos psicológicos e informativos, llevan a cabo las instituciones para influir en los destinatarios con el fin de conseguir en éstos una adhesión permanente para ejercer y distribuir poder, y realizar el bien público.”

Algunos autores la llaman comunicación organizacional; y la definen como aquella que se desarrolla dentro de una institución o empresa con objetivos definidos y con directrices específicas llamadas: misión, visión y valores.

Es importante reconocer que la comunicación en los grupos institucionales implica una estrategia fundamental porque es la forma adecuada para implementar y socializar las directrices políticas en forma clara, ordenada y a su vez, permite la mejor solución de problemas u obstáculos para el cumplimiento de objetivos.

Es por ello que la comunicación institucional se convirtió en un campo de atención y estudio obligatorio en las instituciones y empresas, sean del ámbito que se trate, para alcanzar mejor las metas y objetivos planteados. “La comunicación institucional es, por lo tanto, especialmente importante para la generación de credibilidad, reputación, legitimidad de ejercicio y confianza en las organizaciones públicas” (Gutiérrez García y La Porte Fernández, 2013).

Algunas acciones propias de la comunicación organizacional son:

- Elaboración de las estrategias de Comunicación Institucional.
- Asesorar y coordinar perfiles, objetivos y funciones de la comunicación entre los integrantes.
- Mantener actualizada una base de datos de instituciones y personas.
- Organizar eventos corporativos.
- Elaborar un Manual de protocolo y velar por su cumplimiento.
- Diseñar, implementar y evaluar campañas promocionales.

- Diagnosticar y sondear la opinión pública interna y externa.
- Verificar la aplicación de instrumentos, métodos y técnicas para captar estados de opinión, y proponer acciones comunicativas de respuesta.
- Promover relaciones inter-institucionales a nivel nacional e internacional.

Para que una institución o empresa logre avanzar, producir, crecer y fomentar el desarrollo social e individual de sus integrantes, debe contar de manera explícita con sus criterios comunicacionales.

Podemos encontrar tres niveles de comunicación dentro de las instituciones:

1.- Comunicación descendente: El líder o superior en la institución emite las directrices a sus subordinados. Esta forma permite establecer con claridad las políticas de la institución y orienta a los empleados en las metas a lograr, los procesos a desarrollar, los tiempos y las expectativas. Para ello se utilizan los informes, memorandas, instructivos, reglamentos, manuales de organización y diagramas.

2.- Comunicación ascendente.- Establece una ruta para recibir sugerencias, comentarios, quejas, dudas u opiniones. A través de esta forma se puede conocer el clima interno de la organización y fomentar la integración de los empleados con la dirección. Se apoya en entrevistas y una política de puertas abiertas. Suministra retroalimentación de los subordinados.

3.- Comunicación horizontal.- Pondera las relaciones participativas libres y dialógicas; a pesar de las diferencias entre los integrantes, crea condiciones de igualdad y participación conjunta. Es muy útil para la formación de los equipos de trabajo, generar un ambiente de comodidad, confianza y respeto. Mejora la coordinación en el proceso de trabajo así como las relaciones interpersonales.

La comunicación en grupos de ayuda.

Los grupos de ayuda son organizaciones, colectivos o fundaciones integradas por personas interesadas que por convicción se reúnen para ofrecer orientación a personas que requieren apoyo para afrontar situaciones. Así, los participantes se ayudan unos a otros a través del intercambio de experiencias.

“El funcionamiento de los Grupos de Apoyo Mutuo (GAM), es dinámico (activo y vivencial) basado en dos aspectos: comunicación y escucha de experiencias y vivencias basadas en las distintas razones de formación de los grupos como padecimientos, inestabilidad emocional, enfermedades, dolencias, etc.” (Mandujano: 2012).

Existen grupos de ayuda en diversos ámbitos de la vida social y profesional, algunas de las siguientes problemáticas pueden ser:

- Situación de alguna enfermedad crónica: VIH, cáncer, etcétera.
- Problemas de comportamiento: alcoholismo, drogadicción, obesidad, anorexia, juegos de apuestas, estrés.
- Pérdida de un familiar, separación de parejas, aceptación de la vejez, violencia familiar.
- Problemas de marginación: discapacidad, homosexualidad, violación, minoría étnica.

En estos grupos generalmente no hay un especialista en el ramo, sino que la participación activa entre los integrantes es la razón de ser del mismo; se puede llamar a algún especialista o puede estar cerca observando el proceso, pero generalmente está aparte del ejercicio de los integrantes del grupo.

Para que el grupo funcione, se nombra quién coordine la acción, esta persona recibe el nombre de Facilitador, que tiene entre sus funciones las siguientes:

- Coordinar el desarrollo logístico de las reuniones.
- Moderar las participaciones de los integrantes.
- Cuidar los tiempos de participación.
- Generar actividades de integración entre las personas.
- Limar posibles diferencias o asperezas.
- Motivar a aquellos a quienes les cuesta trabajo hablar en público.
- Coordinar con profesionales cursos o eventos extraordinarios.

La función del facilitador es proporcionar apoyo emocional, para ello, sí debe prepararse en cursos y talleres de manejo de grupos. De tal manera que las dinámicas y actividades que realice fomenten la confianza, el respeto, la honorabilidad y la dignidad de las personas y puedan compartir miedos, angustias, depresiones, rabias, pero también alegrías y esperanzas.

El papel de la comunicación en estos grupos es fundamental porque al intercambiar información entre los integrantes lo hace a través de un diálogo que promueve la simetría, la libertad y relaciones de reciprocidad que hagan saber a los participantes que tienen el derecho a ser escuchado con respeto, atención y espíritu solidario.

Es muy importante el carácter rotativo de los participantes ante las distintas necesidades y responsabilidades que se van generando conforme el grupo avanza y vaya creciendo, por ello, la forma de ejercer el poder por parte del líder debe ser lo más democrático posible.

En este mismo sentido, cada grupo va estableciendo por consenso sus propias reglas de conducta; su propia normatividad que serán los principios bajo los cuales deberán regir sus actividades y conductas. Las más comunes suelen ser:

- La actitud será siempre de cooperación y de ayuda.

- Puntualidad y respeto.
- La presencia y permanencia es totalmente voluntaria.
- No violencia.
- No alcoholismo ni consumo de drogas.
- no juzgar.
- Discrecionalidad total.

La comunicación que se da dentro de los grupos de ayuda es y debe ser respetuosa de las ideas y los esquemas culturales de los participantes, es decir, debe haber una relación democrática, pues el líder-facilitador debe promover la igualdad para la mejor participación de todos y las decisiones en cuanto a su propia logística y coordinación se tomen por consenso.

Así, la comunicación es intragrupal, y también es directa ya que los partícipes están cara a cara y por ello intervienen formas verbales y no verbales; es privada porque sólo les compete a ellos dentro de sus tiempos y formas en sus reuniones particulares; y es recíproca, porque los hablantes, -emisores-, son también oyentes, -perceptores-, en un juego constante de hablar y escuchar en condiciones de equidad y libertad.

Actividad 1.

Resuelve el siguiente cuestionario con base en la lectura correspondiente.

- 1.- ¿Qué entiendes por un grupo institucional?
- 2.- ¿Qué características tiene un grupo institucional?
- 3.- ¿Cómo se da la comunicación dentro de estos grupos?
- 4.- ¿A qué se le llama comunicación ascendente?

5.- ¿A qué se le llama comunicación descendente?

6.- ¿A qué se le llama comunicación horizontal?

Actividad 2.

Resuelve el siguiente cuestionario con base en la lectura correspondiente.

1.- ¿Qué es un grupo de ayuda?

2.- ¿Cómo se forma un grupo de ayuda?

3.- ¿A quién va dirigido un grupo de ayuda?

4.- ¿Cuál es el papel del facilitador?

5.- ¿Cómo se da la comunicación dentro de este tipo de grupos?

6.- ¿Cómo se da el manejo del poder dentro de estos grupos?

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.

Sugerencias de aprendizaje:

Lee el siguiente texto.

La Comunicación en los movimientos sociales

Un grupo social se forma por individuos con inquietudes e intereses comunes que logran generar relaciones interpersonales, para alcanzar las metas y propósitos como individuos y como agrupación; dentro del grupo, el individuo proyecta sus problemas, emociones, sentimientos, razones, ideologías y afinidades con los demás integrantes.

La comunicación grupal estudia las formas de interacción, participación, dialogicidad y juego de poder que permite a cada integrante desarrollar su sentido de pertenencia e identidad dentro del grupo. De tal manera que un “grupo es la unidad social formada por individuos que mantienen relaciones interpersonales, que persiguen propósitos semejantes y que desarrollan vínculos afectivos de diferente nivel e intensidad.” (De La Mora.1999).

Asimismo, el autor David K. Berlo, (1985), llama a los grupos *sistemas sociales* y afirma que “no podemos realizar todos nuestros objetivos por nosotros mismos; necesitamos la interdependencia con los demás. Para cumplir las tareas que queremos ver cumplidas, obtener los productos deseados, ganar nuestra subsistencia, necesitamos pertenecer a un sistema social”.

Así, los individuos pueden formar grupos por sus necesidades laborales, económicas, culturales; por pertenecer a un grupo socialmente definido y con intereses comunes

como campesinos, indígenas, sindicalizados, académicos, obreros; y también habitantes de comunidades afectadas en sus localidades.

Estos grupos comienzan a organizarse para satisfacer sus demandas correspondientes. Así, al tener la misma necesidad de resolver un problema que les aqueja socialmente, forman un grupo para trabajar juntos y es ahí cuando generan formas de comunicación interesantes.

Podemos observar algunas características comunicativas dentro de estos grupos:

- ❖ Se convocan para platicar del problema. Pueden avisarse de viva voz o por medio de carteles, trípticos o la red de internet.
- ❖ Nombran democráticamente un coordinador que debe ser alguien con autoridad moral dentro del grupo.
- ❖ Elaboran planes de acción.
- ❖ Inciden de manera importante en diversos ámbitos al exponer sus puntos de vista y exigir que sus demandas sean escuchadas.

En este proceso, es fundamental elaborar estrategias de información y difusión para presentar sus demandas públicamente, para que la sociedad conozca su lucha y se genere una opinión pública a su favor. Así pueden dar un salto de ser un grupo con una demanda a convertirse en un movimiento que involucre a toda la sociedad.

La información que logren transmitir a través de los medios tradicionales de difusión como prensa, radio, televisión y las actividades clásicas de lucha política como la realización de marchas públicas, plantones y elaborar boletines informativos, serán clave para lograr aceptación social, solidaridad y presencia en la agenda gubernamental.

Lograr esta presencia en los medios de difusión no es nada fácil, sobre todo porque quienes controlan la información son grandes empresas de poder mediático que están

aliadas con los grupos de poder político y no van a transmitir nada que pueda afectar sus intereses económicos; ante esta situación, se vuelve obligatorio el uso de las redes sociales, que verás más adelante.

Estos grupos pueden llegar a convertirse en movimientos sociales si su demanda es pertinente en el ámbito política-social, si es justa y busca fundamentalmente el bien común de un importante sector de la sociedad.

Los Movimientos Sociales

Desde el final de la segunda Guerra Mundial y hasta los años 60 y 70 del siglo XX, hablar de movimientos sociales era hablar de movimientos que pretendían hacer una revolución armada en una sociedad para lograr un cambio político al tomar el poder del gobierno a través de las armas.

Es por ello que hablar de movimientos sociales es hablar de procesos no fijos, estáticos, sino de formas dinámicas y en constante variación pero que tienen como denominador común la exigencia de un cambio radical en la sociedad que integre a grupos social e históricamente marginados, olvidados o que han sido víctimas de abusos.

Por su importancia, algunos de los grandes movimientos revolucionarios que influyeron en las nuevas relaciones sociales en el siglo XX fueron:

- ★ La revolución Rusa en 1917, encabezada por Vladimir Ilich, que daría lugar a la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS).
- ★ La revolución comunista en China, en 1949, encabezada por Mao Tse-Tung y que instaura la República Popular China.
- ★ La revolución cubana en 1959 encabezada por Fidel Castro y Ernesto el “Che” Guevara.
- ★ La revolución Sandinista en Nicaragua en 1979.

- ★ En México la guerrilla de Lucio Cabañas en 1976 con el Partido de los Pobres.
- ★ El movimiento revolucionario que llevó a cabo el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) en 1994.

Todos estos movimientos se plantearon el mismo esquema de tomar el poder político por medio de las armas.

Paralelamente había formas de lucha social y política que no querían verse involucrados en acciones armadas; sectores sociales cada vez más sensibles a los actos de abusos, corrupción y marginación. Algunos ejemplos de estos movimientos en el mundo son:

- Mahatma Gandhi realiza en 1940 la independencia india contra el imperio Británico practicando la llamada desobediencia civil no violenta y logra la independencia de India.
- El movimiento civil encabezado por Martin Luther King contra el racismo en Estados Unidos entre los años 1950-1968.
- El movimiento hippie en los años sesenta impulsado por la música de Rock.
- La formación de Greenpeace para la defensa de los derechos de los animales en los años setenta.
- La caída del Muro de Berlín en 1989, que dividía a Alemania.

Tipos de movimientos sociales

Hemos visto ya las características de los “clásicos” o incluso “viejos” movimientos sociales que se plantearon como objetivo alcanzar el poder político a través de revoluciones armadas.

Ahora veamos a los llamados “nuevos” movimientos sociales, que no buscan tomar el poder político; sino que el estado cumpla con la exigencia de reivindicar un derecho político, social, cultural, sexual, etcétera, dentro de un país que no satisface a su población en términos de justicia y equidad.

Por ello, los “nuevos” movimiento sociales empoderan a grupos, colectivos, organizaciones o sectores para la defensa de sus derechos civiles y políticos, ejercen la participación ciudadana y promueven la comunicación para generar formas nuevas de comunidad.

Un ejemplo interesante de nuevo movimiento social es la música de *Rock and Roll* en los años 60 del siglo XX; cuando los jóvenes a través de la música encontraron una forma de expresión que les permitió exponer sus necesidades, sus inquietudes, su ideología de paz y amor; la música de Rock fue un impulso contundente que logró nuevas relaciones sociales por la presencia de una nueva.

En México, los antecedentes de nuevos movimientos sociales que marcaron la presencia y fuerza de un sector naciente: la sociedad civil, fueron:

- el movimiento “de liberación sexual” que marchó por primera vez en 1978.
- las brigadas civiles de apoyo en el terremoto de 1985, donde se formó la Coordinadora Única de Damnificados (CUD).
- el fraude electoral de 1988, que generó una mayor conciencia e indignación social.
- la acción ciudadana que sale a las calles para protestar por las mujeres desaparecidas en Ciudad Juárez.

En estos eventos, participan grupos más organizados y exigentes, se trata de ciudadanos más conscientes e informados, que cuestiona la calidad informativa de los medios oficiales y prefiere, a través de convocatorias a reuniones en espacios como aulas, patios o plazas, obtener más y mejor información.

Según este enfoque, el objetivo de los nuevos movimientos sociales ya no es la lucha armada por conseguir el poder político, sino la lucha organizada por libertades políticas, sociales, culturales, morales, de expresión, sexuales, de género y feminismo, entre muchas otras.

La comunicación grupal en los movimientos sociales

Una pregunta muy interesante a reflexionar es ¿Cómo se fue generando la comunicación en estos grupos sociales que lograron incidir en las políticas nacionales? Entender los movimientos sociales desde el campo de la comunicación, en una perspectiva amplia, significa que ésta tiene que ver con relaciones interpersonales “donde se comparten informaciones que a todo el conjunto o a amplios sectores del mismo afectan. La vida social y su reproducción están básicamente constituidas por y en procesos de comunicación”. (Corral.1999).

En los años setenta y ochenta surgieron expresiones de una sociedad civil que buscó espacios de participación e incidencia social. Para entonces las noticias por televisión y en menor grado la radio y los periódicos eran los principales medios de difusión.

Estos grupos se autodefinen como parte de la “sociedad civil”, tienen en común una serie de características básicas, por ejemplo:

- ❖ Son independientes, no reciben algún tipo de ayuda o financiamiento gubernamental que pueda condicionar sus políticas internas.
- ❖ Son fundamentalmente pacíficos y buscan cambios en la sociedad que permitan incluir a grupos, clases, sectores o etnias antes excluidas.
- ❖ Pugnan por respetar reglas democráticas, su organización se rige por criterios de igualdad de derechos y sin jerarquías de poder autocráticas.
- ❖ Su estructura suele ser rotativa y horizontal, o sea, todos pueden de manera alterna, ocupar cargos de dirección y de coordinación.
- ❖ Realizan actividades por el cumplimiento de un derecho social que mejore la vida cotidiana de sus comunidades o sus países.
- ❖ Su composición interna es heterogénea, participan hombres y mujeres sin distinción de edad, sexo, condición social, nivel cultural o económico.
- ❖ Realizan actividades como colectas, bazares, talleres informativos, mítines.
- ❖ Sus actividades son sin fines de lucro.

- ❖ Se definen como activistas y solidarios con otras agrupaciones, crean redes de acción.
- ❖ Su objetivo es poner en la agenda de discusión el derecho civil o político.

Así, la sociedad se va transformando y se publican nuevos periódicos y revistas independientes al gobierno con un manejo de información nuevo, crítico, confiable y verídico.

La comunicación alternativa en los movimientos sociales.

En los años noventa, con la aparición de la red de Internet, los nuevos movimientos sociales adquieren un mayor impulso pues permiten a la ciudadanía enterarse de acontecimientos nacionales e internacionales de manera pronta y veraz.

Se le llama Medios Alternativos a aquellos canales de radio, televisión o documentales que tienen sus páginas “Web” en la red de internet y que no pertenecen a los grandes grupos monopólicos de la comunicación como Televisa o TV Azteca, por ejemplo.

Se entiende como comunicación alternativa a todas esas formas que utilizan los movimientos sociales para promover la difusión de mensajes propagandísticos distintos a la versión oficial de las grandes empresas de poder mediático.

Son organizaciones de voluntarios que están muy vinculados a las luchas de las organizaciones sociales, pero sobre todo, se caracterizan porque ejercen una práctica más honesta en el manejo de la información, pues las agencias noticiosas tienen fama de manipular los contenidos informativos y mentir a la población.

Entre los ejemplos más representativos y conocidos están: Aristegui.Noticias.com; Desinformémonos; Rompeviento TV; Indymedia; entre otros y además:

- ★ Los famosos “comunicados” del subcomandante Marcos del EZLN que conformaron un discurso político que logró una enorme simpatía a favor de los pueblos indígenas y puso en la discusión nacional el tema de la pobreza, marginación y explotación histórica de los pueblos originarios.
- ★ Con internet, cobran presencia los llamados *Medios Libres*, que son espacios informativos y críticos organizados por colectivos que generan la discusión de

temas de interés político, y que no se publican en los medios tradicionales y monopolios oficiales.

- ★ Los espacios virtuales como *Facebook* o *twitter* que permiten que los mensajes de una sola persona, pueda llegar a cientos de personas de manera instantánea.

La difusión en la red de grupos virtuales, permite que grupos interesados en la misma problemática se encuentren rápidamente, ejemplos de ello han sido:

- la llamada *Primavera árabe*, en Egipto; contra el régimen de Hosni Mubarak logrando derrocarlo.
- lo *Chalecos amarillos* en Francia, contra el alza de algunos impuestos.
- los *Pañuelos verdes* en Argentina, a favor de la legalización del aborto.

Es fundamental reflexionar sobre estos hechos por la utilización de la red de Internet y que hayan logrado incidir políticamente en sus respectivos países.

Con las tecnologías digitales, ha ocurrido que pequeños grupos de activistas logran generar una opinión pública a su favor, y en un momento dado y bajo circunstancias peculiares, incidir social y políticamente a favor de una causa.

Ahora vemos que es posible magnificar y proyectar una demanda social o política con el empleo de las redes digitales, aunque numéricamente no sean grandes multitudes que estén presentes físicamente, las redes sociales han sido apoyo y complemento para los grandes sectores participativos y demandantes de un derecho.

Actividad 1.

Escribe tres características de los “viejos” y “nuevos” movimientos sociales.

Viejos Movimientos Sociales	Nuevos Movimientos Sociales
1.-	1.
2.-	2.-
3.-	3.-

Actividad 2.

Selecciona un movimiento social y reflexiona acerca de la información dada por la televisión oficial y los medios alternativos que hayas visto. Por ejemplo:

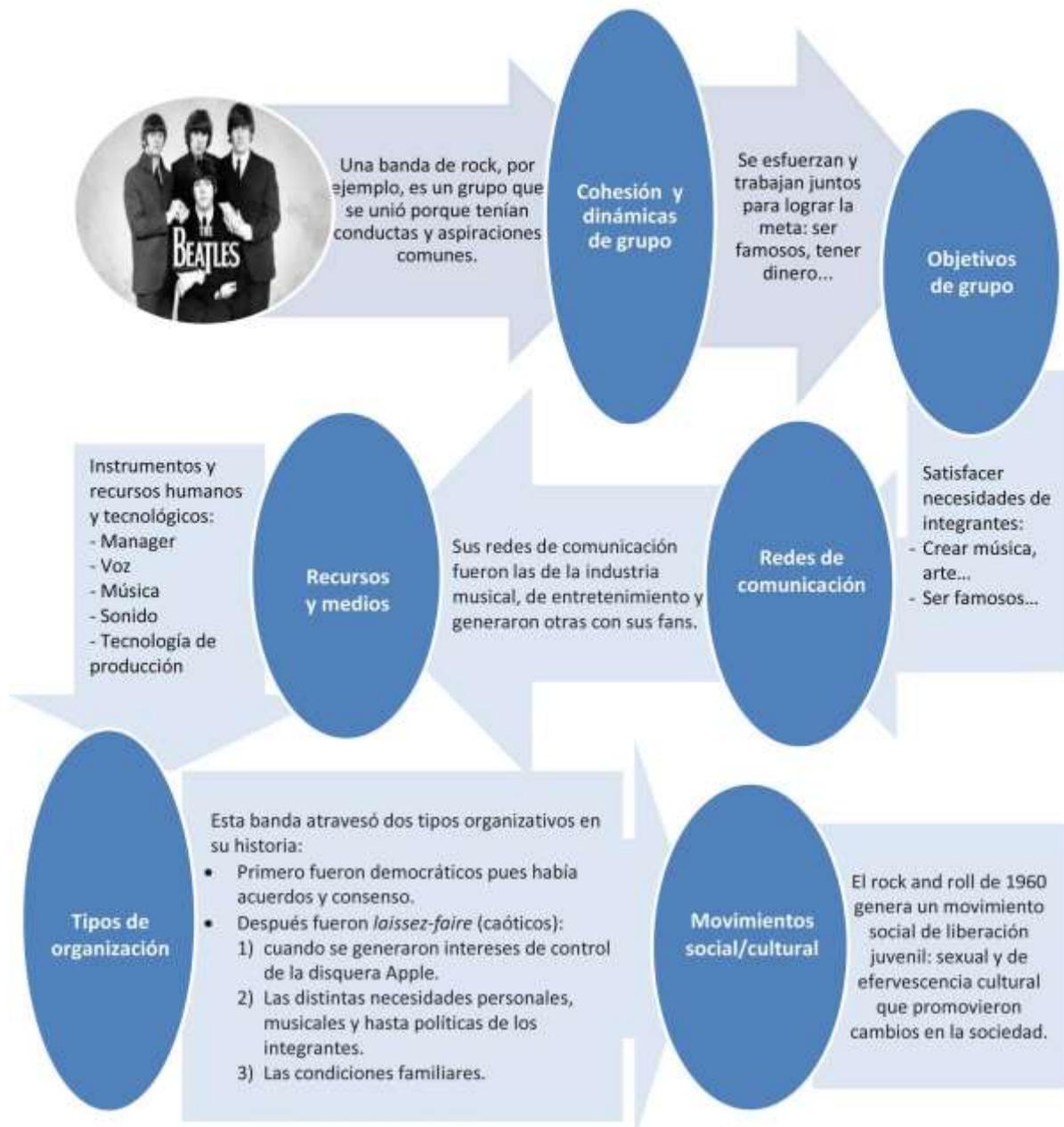
- La elección política en México de 2018.
- Las caravanas de migrantes.
- El Nuevo Aeropuerto de la Ciudad de México.

Actividad 3.

Elabora una línea del tiempo de la lectura: *El papel de Internet y de las redes sociales en las revueltas árabes: una alternativa a la censura de la prensa oficial.*, en el siguiente link:

<http://www.revistacomunicar.com/indice/articulo.php?numero=41-2013-14>

Observa el siguiente ejemplo de la comunicación grupal como un proceso social.



Fuentes Consultadas

Canel, M. J. (1997). *Comunicación de las instituciones públicas*. Madrid: Tecnos.

Castells, Manuel. (2012). *Comunicación y poder*. México: Siglo XXI

Gutiérrez García, E., y La Porte Fernández-Alfaro, T. (2013). *Introducción: misión de las instituciones en un ámbito democrático*. En Tendencias emergentes en la comunicación de instituciones. Barcelona: UOC Press.

Mandujano Juárez, Gabriela. Bruno López de La Vega. Leticia Hernández Carreño y Silvia Padilla Loredo.(2012) *Educación para la salud en grupos de ayuda mutua para la promoción de estilos de vida saludables*. En <https://www.medwave.cl/link.cgi/Medwave/Revisiones/Analisis/5574>