

Nº 3002

COLUMBIA. 301.16 I5978i 1972

INSTITUTO INTERAMERICANO DE CIENCIAS AGRICOLAS DE LA OEA  
CENTRO INTERAMERICANO DE DESARROLLO RURAL Y REFORMA AGRARIA

Sesiones Sectoriales - Tema 5  
Introducción a la Comunicación

INTRODUCCION A LA COMUNICACION HUMANA  
(Síntesis)

Por: Aníbal Noguera Mendoza

IICA CH CO 301.16 I5978i 1972

SEMINARIO DE MOTIVACION E INFORMACION EN ADMINISTRACION PUBLICA  
Bogotá, Febrero 15 a Marzo 14 de 1972



## COMUNICACION, GRUPO SOCIAL, CULTURA

La Comunicación es un fenómeno social que nace de la necesidad de relación entre los individuos.

Sin Comunicación no podría compartirse nada ni poseerse nada en común; porque "la socialización del individuo depende grandemente de la adquisición que haga de significados para los símbolos comunes usados, ya que el individuo solo puede entender qué es lo que se quiere de él después de haber adquirido tales significados. En otras palabras, el individuo adquiere los medios para la Comunicación como un resultado de la interacción con otras gentes".

(Ruth y Eugene Hartley, "Fundamentos de Psicología Social").

La vinculación entre individuo, grupo social o sociedad y cultura es muy estrecha. El individuo hace parte de un GRUPO SOCIAL, o sea "el conjunto de personas (población) que interactúan entre sí (interacción) de acuerdo a pautas preestablecidas (normas) para realizar objetivos comunes" y CULTURA es "el diseño total de la vida elaborada por el grupo a través del tiempo e impuesta a todos sus componentes de manera fatal" (Lipton). La cultura, pues, es compartida por todos los integrantes de un grupo social y la Comunicación es la conductora de esa cultura.

De todas maneras el hombre hace parte de un grupo social, compartiendo con los demás creencias, costumbres, leyes, aptitudes, religión, etc., cuyo conjunto forma su acervo cultural. Pero para compartir todo esto es indispensable la Comunicación como elemento natural de toda interacción.

"La socialización es el proceso por el cual el individuo adquiere la cultura de su grupo e internaliza sus normas sociales, haciendo así que su conducta comience a tomar en cuenta las expectativas de otros" (Charles R. Wright.).

This One



FYBE-1TP-322T

Digitized by Google

## Definiciones de Comunicación

- ..... es el proceso por medio del cual influimos (interacción) sobre los demás haciéndoles cambiar su conducta (efecto).
- ..... es el conjunto de técnicas a través de las cuales ejercemos dominio social (David Berlo).
- ..... es el acto de producir significados no el acto de enviar mensajes (Juan Díaz Bordenave).

Por ser la Comunicación un fenómeno social que nace de la necesidad de relación entre los individuos, tiene como consecuencia funciones educativas, sociales, económicas y culturales en la :

- + Formación integral del hombre y su personalidad
- + Capacitación técnica de los trabajadores
- + Desarrollo de la comunidad.
- + Modificando y acrecentando nuestra cultura

Por lo tanto, la Comunicación sirve para darle solución a nuestros problemas de índole personal, colectivos y masivos.

- Los propósitos de la comunicación son :
- + Informar
  - + Promover
  - + Educar

De todas maneras la comunicación busca producir cambios que afecten:

- + El pensar o sean los conocimientos
- + El sentir o sea la actitud
- + El actuar o sea la conducta y hábitos

Conducta: manera de proceder en una situación determinada de acuerdo a las costumbres.

Hábitos : , tendencias a actuar de una manera determinada, en cierta medida, inconsciente y automática.

### Proceso de la Comunicación

La Comunicación es un proceso dinámico y complejo en el cual la FUENTE y el RECEPTOR se afectan recíprocamente. Otros de estos procesos son el MENSAJE (lo que se comunique) y el CANAL (todo lo que sirve para llevar el mensaje).

Proceso es un complejo de eventos desarrollándose en varias direcciones de espacio y de tiempo. Todo proceso tiene eventos que son complejas estructuras de eventos los cuales a su vez son estructuras complejas de eventos. Esto nos demuestra que ningún proceso es rígido, y de la Comunicación como ningún otro es bastante complejo, el cual se estudia con los resultados en diversos campos científicos como la sociología. La lingüística, la psicología social, la antropología, etc. Es algo dinámico, continuo, en marcha, cambiante.

Cuando hablamos de proceso queremos decir al mismo tiempo que no tiene comienzo, ni un final, ni una secuencia fija de pasos sucesivos, Todo acto de comunicación es diferente de otro.

Como la Comunicación es un proceso vital, en donde intervienen seres humanos, todo lo que afecta al ser afecta a la comunicación. Se destacan, en especial, los factores de INTENCION, HABILIDAD PARA COMUNICAR, CONOCIMIENTOS DE LA MATERIA, ACTITUDES Y SISTEMAS SOCIALES.

La Comunicación produce siempre una respuesta a cambio, sin la cual no hay comunicación.

## Principios de la Comunicación

Los cuatro principios de la Comunicación Eficaz son (Schram):

- a.- El mensaje debe ser preparado y entregado de modo que gane la atención del destinatario,
- b.- El mensaje debe enviar signos que se refieran a la experiencia común entre la fuente y el receptor. Solo así se pueden transmitir significados de uno a otro.
- c.- El mensaje debe despertar necesidades personales en el receptor y sugerir algunas maneras de satisfacer estas necesidades de acuerdo a la situación del grupo social en donde el receptor se encuentra en el momento en que se le estimula a hacer la respuesta deseada.

Conforme a estos principios, los aspectos ATENCION, CLAVE COMUN, NECESIDADES PERSONALES Y SITUACION DE GRUPO, deben tenerse muy en cuenta en el acto de comunicar.

El ser humano tiene una tendencia innata a estructurar, organizar, y simplificar la realidad para poderla percibir. También actúa movido por un deseo de obtener recompensas, la respuesta correspondiente será retenida y repetida.

## Medios de Comunicación

Existe un gran número de medios de Comunicación, pero cada cual tiene ventajas, limitaciones y usos específicos. El comunicador debe conocer bien los medios a fin de escoger la combinación más apropiada para sus propósitos y público.

Diversos son los enfoques para clasificar los medios de comunicación :

- a.- Si la selección se hace según el propósito de la fuente los medios se clasifican como INFORMATIVOS - cuya finalidad es la de dar noticias - DE PROMOCION - o sean, los que incitan el interés para determinadas acciones y EDUCATIVOS - destinados a instruir y a enseñar.
- b.- Si la selección se hace según la cantidad de público que la fuente desea alcanzar entonces los medios se clasifican en INDIVIDUALES, DE GRUPOS y MASIVOS.
- c.- Según la percepción sensorial se clasifican en ESCRITOS, ORALES Y AUDIOVISUALES.

Desde luego que no se descarta la posibilidad de que un mismo medio pueda ser aplicado a propósitos que no le sean específicos. La radio, por ejemplo, es un medio típicamente informativo, sin embargo su uso muchas veces se orienta hacia la educación.

#### Participación de los Receptores

La mayor preocupación del comunicador es conseguir la participación activa de sus receptores. Pero desafortunadamente los medios que alcanzan una extensa área humana (los masivos) no permiten que se establezca la comunicación retroceda o de doble vía y si se logra es retardada. Por ello, cuando se usan medios de este tipo debe ponerse en el mensaje una ilusión de participación con el empleo de ejemplos cotidianos, de lenguaje familiar, de tono coloquial, etc.

Para las Campañas con los campesinos los Medios de Comunicación más apropiados son los de GRUPO, pues a la vez que se entra en contacto directo con las gentes y se discuten sus problemas cara a cara con ellos se adquiere información de las preocupaciones de toda la comunidad. De esta manera sus soluciones aparecen creadas por todos - comunicador y receptores - y las decisiones son más fuertes y eficientes. El grupo se convierte en multiplicador de nuestras ideas.

### Cómo lograr la comunicación de doble vía

- 1.- Nunca debe esperarse que la otra persona entienda todo lo que se dice.
- 2.- En los puntos claves debemos ser completos y específicos.
- 3.- Deben usarse varios métodos de comunicación
- 4.- Deben confirmarse los puntos claves
- 5.- La fuente debe ponerse en el lugar del receptor
- 6.- Deben conocerse todos los hechos que rodean al problema
- 7.- Debe usarse en nuestros mensajes una simbología apropiada
- 8.- Debemos demostrar interés sincero en el problema del otro
- 9.- Debemos tratar de llegar a un acuerdo con la otra persona
- 10.- No debemos nunca herir susceptibilidades
- 11.- Deben considerarse las costumbres, hábitos y tradiciones de la otra persona
- 12.- Se debe permitir siempre la participación de todos en algunas de las decisiones que se tomen.



### Por qué fracasa una Comunicación

Cuando nos dirigimos a la gente nuestro mensaje puede ser interpretado de manera diferente a nuestras intenciones o, sencillamente, no ser comprendido. El fracaso en la comunicación puede ser el resultado de :

1. No decir las cosas claramente.
2. Hablar cuando la otra persona no está escuchando.
3. Poner el mensaje a una altura superior a la capacidad actual de comprensión de la persona.
4. Tratar de que nuestro mensaje sea aceptado por mentes obstinadas.
5. Ponernos en un papel que la otra persona no espera, ni cree, ni acepta.
6. Estar convencidos de que estamos en lo cierto, cuando otros nos consideran errados, y seguir adelante con nuestro mensaje como si nada sucediera.
7. Incapacidad para ver el punto de vista de la otra persona, antes de seguir adelante.
8. Desprecio de las creencias, hábitos y costumbres de la otra persona, cuando estamos tratando de comunicar.
9. Olvidarse que la mente necesita tiempo y energía para absorber y dirigir la información.

(Este texto es tomado de ADECO)



## PLANEAMIENTO DE LA COMUNICACION

- PLANEAR es :
- a) Estudiar el pasado y el presente para pronosticar el futuro.
  - b) Conforme a ese pronóstico, determinar metas a alcanzar y qué necesitamos hacer para alcanzarla.

Qué podemos hacer ?

Por qué necesitamos hacer esas cosas ?

Como y cuándo y dónde debemos hacer esas cosas ?

### ETAPAS DEL PLANEAMIENTO

- 1) INVESTIGAR : Hechos para interpretarlos y relacionarlos entre sí y con nuestras intenciones.
- 2) PRONOSTICAR : Hacer "cálculos informados" de lo que probablemente ocurrirá.
- 3) FORMULAR PLANES ALTERNATIVOS : Qué queremos, qué deseamos, cuánto más planes mejor.

Los elementos de la acción :

- a) EL PROGRAMA
  - b) LA ESTRUCTURA
  - c) LAS FACILIDADES
- 4) Elección del Plan a seguir: es la decisión final, la etapa de atender los detalles, de escoger los medios de comunicación, etc.

### OTROS ELEMENTOS IMPORTANTES

Los objetivos deben definirse claramente.

El planeamiento debe ser continuo.

A las gentes afectadas se les debe dar la oportunidad para que participen en el planeamiento.

El plan debe evaluarse continuamente

PLANEAR ES PENSAR ANTES DE ACTUAR

