



COLEGIO DE BACHILLERES

TALLER DE ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN I

FASCÍCULO 2. TIPOS Y FORMAS DE COMUNICACIÓN

Autores: Óscar Raúl Lara Reyes
Francisco Javier Ortiz Ramos



Asesora de contenido:
Patricia Fernández Hernández

Asesora pedagógica:
Zafira Paula Meza Monge

ÍNDICE

PROPÓSITO	5
INTRODUCCIÓN	7
FORMAS DE COMUNICACIÓN	9
COMUNICACIÓN PRIVADA	12
COMUNICACIÓN PÚBLICA	14
DIFERENCIAS Y SEMEJANZAS	16
TIPOS DE COMUNICACIÓN	20
CARACTERÍSTICAS DEL ACTO COMUNICATIVO	21
COMUNICACIÓN INTRAPERSONAL	24
COMUNICACIÓN INTERPERSONAL	25
COMUNICACIÓN GRUPAL O INTERMEDIA	28
COMUNICACIÓN MASIVA	32
VARIANTES DEL ACTO COMUNICATIVO	37
RECAPITULACIÓN	42
ACTIVIDADES DE CONSOLIDACIÓN	43
AUTOEVALUACIÓN	44

ACTIVIDADES DE GENERALIZACIÓN	45
BIBLIOGRAFÍA	46

PROPÓSITO

En este segundo fascículo de Taller de Análisis de la Comunicación I estudiarás las diferentes formas y tipos en que puede presentarse la comunicación, así como las características y variantes de los actos comunicativos realizados en nuestra compleja actividad social.

Esta asignatura tiene un carácter teórico y práctico, aunque predomina este último aspecto, por lo cual el fascículo te presenta diversos ejercicios que deberás realizar. Por este motivo, solicitamos que tu actitud al leerlo sea activa, reflexionando y analizando la información presentada y resolviendo cada uno de los ejercicios para facilitar la comprensión de los conceptos aquí presentados.

Lee detenidamente cada tema de este fascículo; si tienes dudas coméntalas con tu profesor o asesor para aclararlas y, de ser necesario, repasa los conceptos estudiados en el fascículo anterior.

Como resultado de tu esfuerzo adquirirás elementos teóricos y de análisis necesarios para comprender el contenido de los siguientes fascículos, avanzando en la construcción de una postura crítica ante los mensajes de los medios masivos de comunicación, objetivo final de esta asignatura.

INTRODUCCIÓN

En el fascículo I analizaste los elementos del proceso de la comunicación y su definición; pero habrás notado, al estudiar sus diferentes concepciones, las múltiples variantes que presentan las complejas actividades comunicativas del ser humano, especialmente en lo relativo a su entorno social y cultural.

Por este motivo, en este fascículo estudiaremos las formas y tipos de comunicación, conceptos con los que comprenderemos los diferentes actos de comunicación en los que participamos.

Asimismo, nos referiremos a actos y situaciones comunicativas, con la intención de dirigir nuestro estudio a aquellos momentos específicos en los cuales nos relacionamos por medio de la comunicación. Así, la combinación de formas y tipos nos presenta una serie de opciones a partir de las cuales podemos comprender las múltiples variables de las que hablábamos anteriormente.

El carácter práctico de esta asignatura, además de requerir de tu participación activa, te permite explicar los conocimientos que adquieras por medio de la reflexión y el análisis, en la construcción de una actitud responsable en tus propios actos comunicativos, ya sea como emisor o como receptor.

FORMAS DE COMUNICACIÓN

Anteriormente analizaste la definición y características de la comunicación. Para este tema que estudiaremos, en lugar de la comunicación, hablaremos de actos comunicativos, ya que pretendemos caracterizar el momento en el cual se presenta el proceso comunicativo. Antes de ver las formas de comunicación, te invitamos a divertirnos un poco.

ACTIVIDADES

Observa las siguientes tiras cómicas de Quino, y da la respuesta para cada una en las líneas subsiguientes.

a)



b)



c)



d)



1. ¿Cuántas personas participan en el acto comunicativo?

- a) _____
- b) _____
- c) _____
- d) _____

2. ¿Qué tipo de relación crees que hay entre los participantes?

- a) _____
- b) _____
- c) _____
- d) _____

3. Si a los personajes se les caracteriza como emisores y receptores, señala con una "X" en cuáles tiras se presenta la posibilidad de respuesta (retroalimentación):

a) () b) () c) () d) ()

4. ¿Qué objetivo consideras persigue el personaje-emisor de cada tira?

a) _____

b) _____

c) _____

d) _____

5. ¿En cuáles tiras el acto comunicativo presenta una situación de carácter privado?:

a) () b) () c) () d) ()

6. ¿En cuáles tiras el acto comunicativo presenta una situación de carácter público?

a) () b) () c) () d) ()

Como habrás notado, hay diferentes formas en las que puede presentarse la comunicación, las cuales tienen ciertas diferencias que probablemente ya percibiste al escribir tus respuestas. Estas diferencias dependen de:

- El número de personas participantes en el acto comunicativo.
- Las relaciones e interacciones (formas de relación) establecidas entre los participantes.
- Los objetivos e intenciones del emisor al comunicarse con una o varias personas.
- La presencia o ausencia de algún instrumento tecnológico para realizar el acto comunicativo.

Si observas tus respuestas, notarás la diferencia entre una situación de carácter público y otra de carácter privado. Además de los aspectos mencionados anteriormente, te has dado cuenta de la existencia de dos formas de comunicación; por esta razón queremos que definas cada una de ellas:

Comunicación privada:

Comunicación pública:

COMUNICACIÓN PRIVADA

Para explicarla procederemos a caracterizar esta forma de comunicación, y para ello te pedimos observar otras tiras cómicas, ya que con base en ellas mencionaremos los rasgos propios que la distinguen.

ACTIVIDADES

1. Observa las siguientes tiras cómicas, posteriormente lee la explicación que se presenta y reflexiona sobre la información que te proponemos:





De estos ejemplos determinamos lo siguiente:

- Los actos comunicativos que se establecen dentro de las tiras cómicas se producen a partir de las relaciones que hay entre los personajes en su vida cotidiana; cada uno de ellos participa comunicándose (se relaciona con) a partir de sus propios intereses (particulares o privados). Además, esto también sucede con el lector, porque la tira cómica plantea situaciones que él conoce o ha vivido (es decir, hay un marco de referencia común).
- Estos actos comunicativos requieren de una interacción directa entre quienes participan en ellos.
- La segunda tira cómica presenta una relación preestablecida entre los participantes (papá → mamá → hermana mayor → hermano menor...): la comunicación privada genera pautas que permiten reconocernos como miembros de una sociedad.
- La realización de estos actos comunicativos no requiere de la utilización de medios masivos, sin embargo, emisores y receptores pueden emplear recursos como teléfono, fax o correo, por ejemplo, pues lo que prevalece es el contacto directo entre dos o más personas.

Observa las relaciones que estableces con personas cercanas a ti e identifica los rasgos mencionados cuando te comunicas con ellas.

2. Lee las siguientes tiras cómicas para que estudies otras características de los actos comunicativos de carácter privado:





De estos ejemplos determinamos lo siguiente:

- En la primer tira se hace referencia a la familia y a la escuela; las palabras “amor” y “sopa” sirven para lograr el chiste manifestado por el personaje Mafalda. Así, podemos concluir que este acto comunicativo privado le sirve al individuo para reconocerse e interactuar en las instituciones que forman parte de su vida cotidiana (familia, escuela, trabajo, grupo de amigos, etcétera).
- En la segunda tira cómica, el personaje Susanita expresa un deseo particular que se desprende de una situación social (ser madre, tener una casa, “nietitos”...) la cual no comparte Mafalda, quien “hace la broma” al mencionar la palabra “escalafón”. De esto concluimos que cada participante del acto comunicativo tiene intereses particulares al interactuar con alguien, los cuales no necesariamente son comunes para la sociedad en su conjunto. La comunicación privada responde, entonces, a los intereses particulares de quienes participan en un determinado acto comunicativo. No obstante, esta forma de comunicación es relevante o significativa si la consideramos en relación con el grupo social en el que se presenta.

Si reflexionas sobre las últimas conclusiones (puedes también observarlas si las aplicas para analizar las actividades comunicativas que realizas cotidianamente), notarás cómo la clasificación de la comunicación, en una forma privada o en una forma pública, sólo la hemos hecho para poder distinguirlas, aunque en realidad se encuentran íntimamente relacionadas.

COMUNICACIÓN PÚBLICA

Esta forma de comunicación es muy importante porque en los siguientes fascículos nos adentraremos en el análisis de aquellos actos comunicativos que pertenecen a ella, y que se relacionan fundamentalmente con los medios masivos.

Probablemente te inscribiste en el Colegio de Bachilleres porque te enteraste de su existencia a través de algún medio masivo como la radio o la prensa, y deseas obtener un certificado de terminación de estudios; este documento te permitirá la posibilidad de ingresar a una escuela de nivel superior, o bien, conseguir un empleo que requiera de

una persona con la preparación adecuada. Así, podemos concluir que una forma de integrarse a la sociedad se presenta a través de la comunicación pública, pues debido a ella pudiste enterarte de una opción de estudio que te beneficia y responde a la necesidad de organización del grupo social al cual pertenecemos.

Tal vez recuerdes que hace algunos años existía un locutor de televisión de quien algunos de nosotros éramos sus “sobrinitos”, el cual y nos “espiaba” con un personaje llamado *Corcolito*. Éste se enteraba cuando nos portábamos mal, no comíamos o no hacíamos la tarea y le informaba al “tío” (locutor), quien nos hacía alguna recomendación, exhortándonos a portarnos bien para “no fallarle”. En este caso la comunicación establecida (entre el locutor-tío y nosotros-sobrinos) es de carácter público, porque aunque se dirigiera a alguien en específico (“...fulanito, no me falles, no me falles...”) la recomendación era para todo su público, aunque, evidentemente, los encargados de hacerla eran nuestros padres.

Ahora, según el ejemplo, podemos concluir que la comunicación pública procesa y elabora el contenido y estructura (forma) mensajes con fines distintos a los de la comunicación privada, pero afectan o interesan a miembros de la sociedad; es decir, la relación entre nosotros y nuestros padres (llamada de atención cuando hacíamos algo malo) es de carácter privado y en ella interfiere el locutor a través del medio masivo, debido a que su mensaje pretende reforzar normas de conducta aceptadas socialmente.

Por supuesto, *Corcolito* no existe ni “viaja” hasta nuestra casa por los medios de comunicación: éstos se utilizan como herramientas para producir y transmitir mensajes dirigidos a la sociedad en su conjunto sin identificar específicamente a los receptores; es decir, no existe un contacto directo entre emisor y receptor, de manera que el receptor no tiene posibilidad de respuesta ante el emisor; esto es característico de la comunicación pública, pues en ésta los receptores no tienen opción de elegir el comportamiento comunicativo de los emisores, ya que solamente se reciben los productos comunicativos de los medios. Así, los mensajes de estos productos comunicativos influyen en nuestras formas de comportamiento.

Así como la comunicación privada une a los integrantes de una familia, la pública contribuye a integrar formas de organización social.

Hasta el momento notarás cómo estas dos formas de comunicación no existen de manera separada sino que se relacionan estrechamente. Los actos comunicativos de carácter privado se reflejan, de alguna manera, en los de carácter público y éstos, a su vez, influyen en aquellos. Por tal motivo, en el siguiente tema distinguiremos los aspectos en común y las diferencias entre la comunicación pública y la comunicación privada.

DIFERENCIAS Y SEMEJANZAS

El siguiente cuento lo utilizaremos para distinguir las formas de comunicación estudiadas; te sugerimos leerlo dos veces: una primera lectura te servirá para conocer la historia narrada y la segunda para reflexionar en las situaciones comunicativas implícitas en el relato; trata de distinguir cuáles actos tienen un carácter público y cuáles un carácter privado.

Un día de Julio

Julio nació exactamente a las cero horas de un día de julio. Durante el embarazo, su madre siguió una dieta de carne de vaca “light” supervitaminada que su vecina le había recomendado. Por esta razón, Julio se gestó en sólo una semana, de tal manera que tres horas después del parto ya tenía el desarrollo de un niño de doce años. A las seis de la mañana, hora en que su papá salía a trabajar, nuestro personaje era un adolescente de diecisiete años por lo cual se fue con él para estudiar en el Colegio de Bachilleres. Después de las dos primeras horas de clase, tuvo que abandonar la escuela. A sus treinta años debía trabajar.

A las tres de la tarde no llegó a comer a su casa, pues en la mañana su papá le había dicho “cuando tengas cuarenta años ya debes tener tu propia casa”.

Más tarde, salió del trabajo con el cheque de su jubilación y compró el periódico para buscar un nuevo empleo. Se sentó en la banca de un parque, mientras escuchaba un mitin de obreros, lo leyó; había muy pocas oportunidades para personas de cincuenta y cinco años. Sin embargo, una hora después encontró un anuncio en el cual solicitaban empleados entre setenta y ochenta años de edad. Asistió a una entrevista, durante la cual sintió que tenía muchas posibilidades de ser contratado, pero al contestar la última pregunta ya rebasaba el límite de edad.

Se fue a su casa y llegó a las diez de la noche, justo a tiempo para ver en la televisión el partido en el cual la Selección Mexicana disputaba la final del Campeonato Mundial de Fútbol. Al terminar el juego, encendió la radio, telefoneó a una emisora radiofónica para contarle su vida al locutor; la conversación estaba siendo transmitida en vivo. Al colgar murió, eran exactamente las doce de la noche.

El público que escuchaba la radio se conmovió al conocer la historia de Julio, por ese motivo al día siguiente reunieron fondos para publicar su biografía. Así, su nombre y su vida se imprimieron con letras de oro en un hermoso libro de una sola página.

Oscar Lara

ACTIVIDADES

1. Del cuento anterior subraya aquellas situaciones en las que localices la presencia de hechos comunicativos o las que sean producto de actos de comunicación, y determina cuáles pertenecen a la forma pública y cuáles a la forma privada.

Comunicación privada	Comunicación pública

En la columna de comunicación privada debiste haber escrito los siguientes actos comunicativos: a) el consejo de la vecina a la mamá de Julio; b) las clases que tomó Julio en el Colegio de Bachilleres; c) el comentario de su papá acerca de tener una casa; d) la entrevista para solicitar empleo; e) la conversación telefónica con el locutor de radio, y f) la reunión del público (que suponemos se realizó) para reunir fondos.

En la columna comunicación pública debiste haber mencionado los siguientes actos comunicativos: a) la lectura del periódico para buscar empleo; b) el mitin de obreros; c) la transmisión del partido de fútbol por televisión; d) la transmisión por radio de la conversación de Julio con el locutor, y e) la publicación de su biografía.

Actos comunicativos que pueden presentar alguna confusión:

- Quizá consideraste las clases a las que Julio asistió como de carácter público porque el acto comunicativo se realiza por un grupo más o menos numeroso de personas, pero lo consideramos privado porque los participantes pueden interactuar entre sí directamente y la información manejada sólo repercute en quienes participan en ella.
- La conversación telefónica entre Julio y el locutor es privada porque sólo son ellos los que interactúan, utilizando el teléfono como medio o canal de comunicación. En cambio, cuando la conversación es transmitida y escuchada por otras personas pasa lo siguiente: Julio y el locutor se comunican entre sí, pero por otra parte, los miembros del público, quienes no tienen posibilidad de intervenir en el diálogo, realizan un acto comunicativo de carácter público al utilizar la radio como medio de comunicación.
- Julio realiza la lectura del periódico de manera individual, pero el acto es considerado como comunicación pública porque este medio proporciona información a un público muy amplio; el anuncio que localiza no está dirigido especialmente a él, ya que otras personas (del público) también pudieron haberlo leído.
- En el caso del mitin de los obreros no hay acto de comunicación entre Julio y el orador del mismo, por ello consideramos la situación de carácter público, pues se realiza entre el orador y el público que lo escucha (Julio puede ser parte del público,

pero el discurso no va dirigido a él en específico). Entre el orador y el público puede haber una relación directa, pero si se realiza un mitin es porque el mensaje se considera de importancia social para un público más o menos amplio.

Después de realizar esta actividad, esperamos que puedas distinguir cómo en diferentes actos comunicativos se presentan las formas estudiadas; sin embargo, todavía no precisamos cuáles son los rasgos que las diferencian y cuáles son semejantes para ambas.

A continuación plantearemos un caso en el que te puedes encontrar algún día, el cual implica la realización de diferentes actos comunicativos; entre paréntesis mencionaremos si se trata de comunicación pública (Co. Pu.) o de comunicación privada (Co. Pr.):

Dentro de poco tiempo terminarás tus estudios en el Colegio de Bachilleres y, ojalá, decidas estudiar en una universidad. Supongamos que ya te encuentras en ese momento y sabes lo que vas a estudiar y la universidad en la cual quieres ingresar. Platicas con tus padres para comentar tu deseo de estudiar y ellos te brindan su apoyo (Co. Pr.); por la radio te enteras de la fecha de publicación de la convocatoria para realizar el examen de admisión en la universidad que deseas (Co. Pu.); en esa fecha compras el periódico para enterarte de los requisitos necesarios (Co. Pu.); acudes a registrarte al lugar indicado; presentas el examen de admisión; por correo te enteras de los resultados y, finalmente, como con seguridad serán favorables, realizas las acciones indicadas para inscribirte.

¿Te diste cuenta de nuestro incumplimiento en lo que habíamos mencionado? En los últimos actos comunicativos no te indicamos la forma de comunicación correspondiente. Repetiremos el fragmento en donde no lo hicimos, pero tú serás quien escriba si se trata de comunicación privada o de comunicación pública:

“...acudes a registrarte al lugar indicado (); presentas el examen de admisión (); por correo te enteras de los resultados () y finalmente, como con seguridad serán favorables, realizas las acciones indicadas para inscribirte ()”.

Debiste indicar que “registrarte”, presentar el examen de admisión e “inscribirte” son actividades que implican actos de comunicación de carácter privado, porque se realizan entre tú y las personas con las cuales te hayas relacionado para realizarlas. En cambio, recibir el resultado por correo requiere del uso de un medio de comunicación de carácter público. En los actos mencionados con carácter privado existe una relación con instituciones públicas del sistema social, así, podemos ver cómo lo público y lo privado están íntimamente relacionados; la diferencia se presenta en el momento en el cual se realiza un acto comunicativo para interactuar con alguien.

La comunicación privada y la pública se asemejan en su relación con el sistema social. La privada se presenta en el ámbito de instituciones sociales (familia, escuela, trabajo, etcétera), y al realizarla nos reconocemos como miembros de una sociedad que comparte una cultura. Asimismo, la pública se presenta en relación con el interés de la sociedad en su conjunto, y sus mensajes se apoyan en la cultura que se comparte en el grupo social.

Estas mismas características nos permiten ver sus diferencias:

- La comunicación privada requiere de una interacción personal o directa, en tanto que la pública se sirve de medios masivos para dirigirse a gran cantidad de personas al mismo tiempo, pues no es necesario conocer a los receptores que reciben el mensaje. La comunicación privada se produce a partir de relaciones interpersonales de los participantes; en cambio, la comunicación pública se produce sin que el receptor se relacione interpersonalmente con el emisor, ya que sus mensajes están dirigidos al grupo social en conjunto.
- La comunicación pública es interdependiente con el sistema social, en cambio, los actos de la comunicación privada (aunque son afectados por la pública) pueden presentarse en forma independiente.

TIPOS DE COMUNICACIÓN

En el tema anterior estudiamos y diferenciamos las formas de comunicación; ahora analizaremos sus tipos. Cuando hablamos de formas, nos referimos a las modalidades del acto comunicativo dentro de un sistema social, y si mencionamos tipos, nos referimos a las modalidades del mismo acto, que al momento de realizarse se toma en cuenta la cantidad de personas que intervienen en él y la manera de relacionarse entre sí.

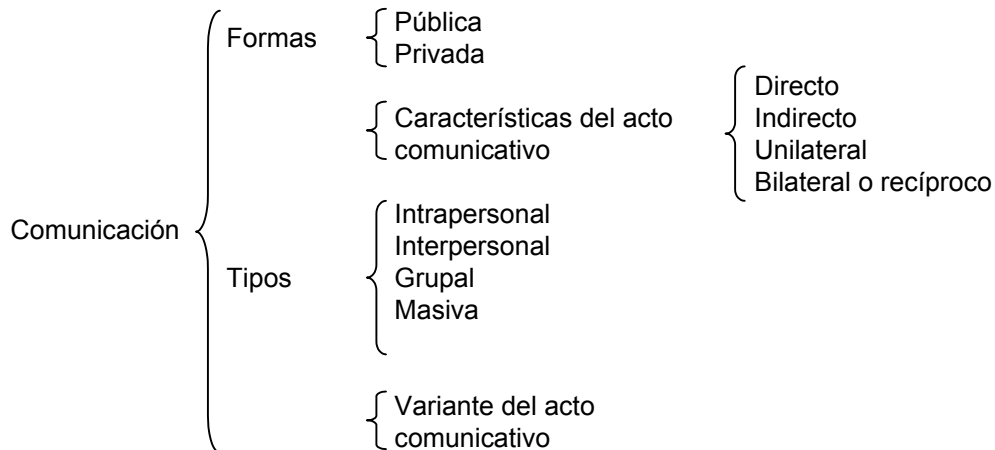
Para estudiar los diferentes tipos de comunicación (intrapersonal, interpersonal, grupal y masiva) es necesario conocer diferentes características de los actos comunicativos, las cuales fueron propuestas por Gerhard Maletzke.¹

Este autor plantea que la comunicación puede ser directa o indirecta, unilateral o bilateral (recíproca), pública o privada. Sin embargo, nosotros no utilizamos esta clasificación al pie de la letra, pues habrás notado que los términos “pública” y “privada” se manejaron como formas de comunicación, lo cual se debe a las características y objetivos de la asignatura por las siguientes razones:

- Si utilizáramos totalmente la propuesta de Maletzke, no sería posible analizar otras concepciones de la comunicación que nos son útiles. Si lo hiciéramos se presentarían confusiones y no cumpliríamos con la intención de realizar nuestro estudio desde diferentes perspectivas.
- Al hacerlo así nos centramos en el objetivo de la asignatura, dirigido al análisis de los mensajes de los medios masivos de comunicación, además de servirnos como antecedentes para los temas que verás en los siguientes fascículos.
- La concepción de este autor no incluye la clasificación de los siguientes tipos de comunicación: intrapersonal, interpersonal, grupal y masiva, la cual es muy importante para cumplir con nuestros objetivos. Conforme avances en el estudio de la asignatura te darás cuenta de ello.
- Finalmente, Maletzke maneja tipos de comunicación para referirse a lo que nosotros manejamos como características del acto comunicativo, las cuales nos permitirán comprender la clasificación mencionada y, junto con las formas de comunicación ya vistas, estudiaremos las variantes del acto comunicativo en el siguiente tema.

¹ Cfr. Maletzke, Gerhard: *Sociología de la comunicación*. 4ª ed. CIESPAL-Época, Quito, 1976, 367 pp.

Observa el siguiente esquema, el cual resume y aclara cuáles son los aspectos que estudiaremos:



Si sigues el esquema notarás que ya estudiamos las formas de comunicación que se mencionan. Las variantes del acto comunicativo las analizaremos al finalizar este fascículo, ya que en este tema sólo revisaremos las características del acto comunicativo y los tipos de comunicación.

CARACTERÍSTICAS DEL ACTO COMUNICATIVO

Un acto de comunicación es directo cuando emisor y receptor, al comunicarse, se encuentran presentes físicamente “uno frente al otro”; la transmisión de mensajes y respuestas entre ellos se hace en forma directa, precisamente por su presencia física; por ejemplo: un diálogo entre novios, la exposición de un profesor, una misa, una junta, consultar al asesor del SEA del Colegio de Bachilleres, “darse ánimos” a uno mismo antes de presentar un examen, etcétera.

Un acto de comunicación es indirecto cuando emisor y receptor, al comunicarse, no están presentes físicamente “frente a frente”, es decir, se encuentran alejados en espacio o en tiempo. Para intercambiar información utilizan algún instrumento técnico como medio o canal, superando la distancia física o temporal que los separa; por ejemplo: una conversación telefónica, leer el fascículo II de Taller de Análisis de la Comunicación I, dedicarle las “mañanitas” a alguien a través de la radio, ir al cine, saludar a los parientes “por correo”, conocer el pensamiento de Nezahualcóyot leyendo su obra, etcétera.

ACTIVIDADES

1. Escribe en los paréntesis de la derecha una “D” (directo) o una “I” (indirecto), según consideres los casos que implican la realización de un acto comunicativo:
 - a) Te enteraste por medio del primo del cuñado de tu vecino que tu amigo Daniel te espera en el cine; no hay presencia física entre Daniel y tú, sin embargo, recibes el mensaje y aceptas ir al cine. ()
 - b) Un orador se dirige a una multitud; hay tanta gente que utiliza un micrófono (instrumento técnico) para que lo pueda escuchar la persona: más alejada. ()
 - c) Un amigo tuyo pone una cinta en la reproductora, escuchas la voz de tu ex-pareja declarándote su inmenso amor; lo ves “frente a frente” y le das las gracias; él te recomienda que no la abandones; entre ella y tú hay un acto comunicativo que se caracteriza por ser. ()

Seguramente contestaste la siguiente:

En los dos primeros casos es directo. En el primero, aunque entre Daniel y tú no hay una presencia física ni un acto comunicativo a distancia, lo que se presenta es una serie de actos comunicativos directos entre Daniel y el primo, entre éste y el cuñado, éste con el vecino y él, contigo (directamente). En el segundo, aunque se utiliza un instrumento técnico hay presencia física entre el público y el orador, y ambos se dan cuenta de sus reacciones al observarse directamente.

En el tercer caso se trata de un acto comunicativo indirecto, pues quienes se encuentran presentes físicamente son tu amigo y tú; pero preguntamos qué pasaba entre tu pareja (ella) y tú: ella te transmitió un mensaje en forma indirecta a través de un aparato técnico porque se encuentra en otro lugar, no está presente físicamente, ni tú ni ella se comunican de manera directa.

Un acto comunicativo es unilateral cuando el proceso se da en un sólo sentido (de emisor o receptor), no hay un intercambio y, por lo tanto, no hay retroalimentación. Si se dan estas características, parecería que se trata de un acto informativo; sin embargo, lo consideramos como comunicativo porque aunque no haya respuesta del emisor frente al receptor en forma de mensaje, sí puede presentarse tal respuesta en forma de reacción del receptor, como una actitud o un comportamiento.

Ejemplos: Durante un concierto que se transmite por radio el receptor no elabora un mensaje para responderle a la radiodifusora o expresarle a los músicos su opinión, pero puede “responder” disfrutando la música. Un profesor solicita la respuesta de una pregunta en forma oral y quien responde se comunica con él, pero un estudiante que sabe la respuesta no contesta y, sin embargo, está comprendiendo la lección, cumpliéndose de alguna manera un acto comunicativo. Cuando alguien lee una carta póstuma se comunica unilateralmente con quien la escribió, pero, obviamente, no le puede responder.

Un acto comunicativo es bilateral o recíproco cuando el proceso se realiza en ambos sentidos (del emisor al receptor \longleftrightarrow del receptor al emisor), hay intercambio de mensajes y respuestas, de ideas; es posible la interacción inmediata entre quienes participan en el proceso, intercambian información, se comunican, recíprocamente.

Ejemplos: Una conversación telefónica, una plática entre amigos, una mesa redonda, un debate público, el uso de teléfonos "abiertos" durante la transmisión de un programa televisivo o radifónico, enviar una carta a los editores de un periódico para que se publique, junto con una respuesta en alguna de sus secciones.

ACTIVIDADES

1. Lee detenidamente los siguientes ejemplos de actos comunicativos unilaterales, y reflexiona sobre esta característica en ellos:

- a) Juan pone un anuncio en el periódico ofreciendo en venta su bicicleta.
- b) Un profesor, en cierta ocasión no puede asistir a la clase y envía por escrito a los alumnos una guía de estudio.
- c) Un locutor de televisión emite una opinión sobre su creencia en la existencia de ovnis.

En las siguientes líneas convierte los ejemplos anteriores en actos comunicativos bilaterales o recíprocos; puedes inventar cualquier cosa para transformarlos, lo importante es agregar elementos o situaciones que conviertan su característica unilateral a bilateral o recíproca:

a) _____

b) _____

c) _____

Tus respuestas pueden ser muy variadas, pero son correctas si escribiste algo como lo siguiente: en el caso del inciso a), se convierte en recíproco en el momento en que alguien se pone en contacto con Juan después de haber leído el anuncio; en el b), cuando los alumnos, después de haber leído la guía, hagan preguntas al profesor sobre ella, y en el c), si algunas personas del público hablan o escriben a la televisora para contactarse con el locutor y expresarle su propia opinión, entonces el acto es bilateral.

Estas características las retomaremos para ver los tipos de comunicación; sin embargo, es necesario aclarar que no son los únicos elementos que se deben considerar para caracterizarlos.

COMUNICACIÓN INTRAPERSONAL

Este tipo de comunicación se refiere a la que alguien realiza consigo mismo; es decir, el emisor y el receptor son el mismo individuo, como si “se hablara a sí mismo”. Este es un acto comunicativo que realizamos frecuentemente y es muy útil para darnos ánimos, reflexionar sobre nuestro comportamiento o nuestra vida, para conocernos mejor. Es unilateral porque el mensaje se envía desde y para uno mismo. Quizá dudes sobre esto porque recuerdas haber estudiado la comunicación como una forma de interacción entre dos o más personas; sin embargo, sabes que los elementos del proceso de la comunicación son elementos de un modelo para comprender los actos comunicativos; la comunicación intrapersonal existe no porque el individuo se “desdoble” y aparezca su copia para platicar, sino porque como proceso se cumplen sus requisitos. Veamos el siguiente ejemplo:

Marcela terminó sus estudios en el Colegio de Bachilleres y no sabe si estudiar Arquitectura o Informática; una semana antes de iniciar sus trámites de inscripción para ingresar en la universidad realiza consigo misma el siguiente “diálogo”: “¿Qué vas a hacer, Mar?, falta una semana y te tienes que decidir; no sé, las dos carreras me gustan; sí, pero tienes que escoger, ¿por qué Arquitectura?, porque me encantaría dedicarme a diseñar casas, es apasionante; ¿por qué Informática?, también es interesante, además tengo facilidad para entender computación y actualmente es una carrera con mucho futuro; pero, cuando sea profesionista, ¿cuál de las dos haría que te sintieras más feliz al ejercerla?, ¿qué es lo que quieres hacer de tu vida?...”.

En el ejemplo utilizamos la palabra “diálogo” para realizar nuestra explicación, aunque en realidad es un monólogo interno. Si observas, hay un emisor (Marcela que hace los cuestionamientos) y un receptor (la misma Marcela que se responde); la intención es tomar una decisión, y para llegar a ella, nuestro personaje recrea un diálogo.

Aunque en el ejemplo se trata de una sola persona, hay un acto de intercambio de información, que al efectuarse presenta nuevos planteamientos o se definen aspectos que ayudarán a Marcela a elegir. Esta elección es producto de un acto directo y unilateral de comunicación... de comunicación intrapersonal. Los pensamientos son otro ejemplo de ello.

COMUNICACIÓN INTERPERSONAL

Cuando éramos pequeños, nuestros padres pusieron especial énfasis en el desarrollo de una de las habilidades más importantes para convivir con otras personas e integrarnos a la sociedad: hablar. Esta sencilla palabra implica un proceso sumamente complejo que en términos de comunicación significa aprender a utilizar un código. En el caso de la comunicación intrapersonal dicho código no era tan importante debido a que el acto comunicativo se realiza en nuestro interior. En cambio, la comunicación interpersonal, al permitir relacionarnos con otras personas, requiere del uso de un código para expresarnos ante esas personas.

La habilidad de hablar (uso de código) nos hizo capaces, desde que aprendimos a hacerlo, de comunicarnos y, gracias a ello, cada día obtenemos información con la cual aprendemos y comprendemos algo más acerca de lo que nos rodea. Gran parte de esa información la hemos obtenido al estar entre personas, al relacionarnos y comunicarnos con ellas.

Estas relaciones son los actos comunicativos a los que se refiere la comunicación interpersonal, la cual nos permite reconocernos como parte de un grupo social, aunque su carácter es fundamentalmente privado. Sin embargo, reconozcamos que pocas veces reflexionamos en su importancia y en su naturaleza; para hacerlo te proponemos realizar un ejercicio.

ACTIVIDADES

1. Reflexiona la siguiente situación y contesta el cuestionario que sigue; tus respuestas deben orientarse dentro del campo de la comunicación:

Leticia comenta con Raúl, un compañero del salón de clase, los pormenores de una reunión a la cual asistieron el pasado fin de semana; en ese momento se acerca Arturo, amigo de ella y en presencia de Raúl comienzan a platicar sobre sus amigos de la secundaria. Raúl, por su parte, sólo escucha, pues no conoce a aquellos amigos ni las situaciones a las que se refieren; además, por momentos, Arturo y Leticia emplean un “código secreto” que inventaron cuando iban a la misma escuela. Después de un rato, Arturo se despide y Raúl retoma la conversación.

1. ¿Cuántos actos comunicativos se realizan en el ejemplo?

2. ¿Quiénes son emisores y quiénes receptores?

3. ¿Por qué Raúl no pudo intervenir en la conversación de Arturo y Leticia?

4. Describe las condiciones que posibilitan la realización de las conversaciones del ejemplo (Raúl con Leticia; Leticia con Arturo).

5. Reflexiona en las respuestas anteriores y caracteriza la comunicación interpersonal (posteriormente compararás tu respuesta con nuestras explicaciones).

En el ejemplo anterior notaste que entre los tres personajes se realizaron dos actos comunicativos: uno, entre Leticia y Raúl, el otro, entre ella y Arturo. En cada uno de estos actos se asumieron las funciones de emisor y receptor en forma alterna por todos los participantes. También debiste deducir que Raúl no pudo intervenir en la conversación de los otros personajes, porque no conocía a las personas ni las situaciones de las que hablaban; es decir, no tenía la misma referencia de ellos. Además, en ciertos momentos el código utilizado no era común para todos. De cualquier

manera, Arturo tampoco interviene en la conversación de Leticia con Raúl debido a que son dos situaciones distintas, dos diferentes relaciones; es decir, para cada una de las conversaciones hay un fin y una intención comunes, y precisamente por ello se trata de dos actos comunicativos.

Con base en lo anterior, podemos comprender cómo la interpersonal es un tipo de comunicación que presenta las siguientes características:

- Básicamente es una manifestación de la comunicación privada, aunque en algunos casos tiene un carácter público, como lo veremos más adelante en las variantes del acto comunicativo.
- Se realiza a partir de la interacción directa entre dos personas (un mayor número de personas convertiría al acto y sus características en comunicación grupal, como lo veremos posteriormente); quienes participan tienen la oportunidad de intervenir cuando así lo deseen.
- Es una comunicación recíproca porque los participantes asumen alternadamente las funciones de emisor y receptor.
- Surge a partir de situaciones concretas de la vida cotidiana, del comportamiento de los individuos dentro de su contexto social.
- Entre el emisor y el receptor se maneja un código común.
- Los participantes comparten un mismo fin o intención, el cual, precisamente, provoca la relación comunicativa, además puede ser distinto al del resto del grupo social.

Con seguridad tus respuestas no fueron exactamente iguales a las nuestras, en especial esta última caracterización de la comunicación interpersonal; lo importante es que revises otra vez tus respuestas con esta nueva información; si tienes alguna duda repasa lo antes estudiado o consulta con tu profesor o asesor.

Recordarás que la comunicación intrapersonal es directa y unilateral; en cambio, la interpersonal, aunque también es directa, es de carácter bilateral o recíproco. Esta última característica, además de indicar una clara diferencia entre estos dos tipos de comunicación, nos muestra la importancia de la participación interactiva en cualquier proceso comunicativo.

COMUNICACIÓN GRUPAL O INTERMEDIA

Además de los dos tipos de comunicación ya estudiados, encontramos otro llamado comunicación grupal o intermedia, el cual puede pertenecer a la forma pública o a la forma privada, dependiendo de las interrelaciones que existan entre los participantes de acuerdo con las condiciones en las cuales se realiza el acto comunicativo. Para aclarar estas consideraciones veamos distintos ejemplos de estos actos.

ACTIVIDADES

1. Lee la siguiente información y reflexiona en los distintos actos comunicativos que se presentan en ella; posteriormente contesta el cuestionario.

Es común festejar los quince años de edad de las hijas de una familia con una gran fiesta, a la cual acuden familiares, compadres, chambelanes, amigos, amigos de los amigos (y sus amigos), meseros, músicos, y los imprescindibles colados, ¡ah!... y la quinceañera.

En estas celebraciones todos los asistentes bailan, conviven, se divierten, comen y quizá al-guien se tome una copa.

Además, la quinceañera y su corte de chambelanes bailan el vals y una polka o rock, mambo, rap y ocurre el inolvidable tropezón; tras bambalinas los contempla, sumamente nerviosa, la señorita Gertrudis, coreógrafa oficial para “poner” los valeses familiares.

También, durante este evento, se acostumbra que el orgulloso padre, con lágrimas en los ojos, dirija un emotivo discurso, en el cual hace la “presentación ante la sociedad” de su querida hija y, de manera especial, solicita a los más “allegados a la familia” que orienten y protejan a “la mujer que ahora nace”.

En el transcurso de la cena, los anfitriones se dirigen a cada mesa de los invitados para agradecerles personalmente su asistencia.

La fiesta prosigue con el baile general, felicitaciones y abrazos a la festejada hasta que la gente se empieza a retirar por culpa de las imprudencias de algún tío panzón. Retirémonos también para contestar el cuestionario.

1. ¿Cuáles son los actos comunicativos que se realizaron?

2. De los actos comunicativos que respondiste, menciona cómo es la relación entre quienes participaron en ellos.

3. Entre el acto comunicativo (discurso del padre) y los actos comunicativos (agradecimiento mesa por mesa), ¿qué diferencias encuentras?

4. El discurso del padre incluye dos partes; menciona cuáles son y explica la diferencia entre ellas.

5. A partir de tus respuestas menciona las características de la comunicación grupal o intermedia.

Verifica tus respuestas, reflexionando en cada uno de los aspectos comunicativos.

En la situación presentada hay dos actos de comunicación que involucran a los asistentes al festejo. En primer lugar, aquel que se efectúa entre el padre y todos los asistentes al momento del discurso, y otro cuando los anfitriones acuden a agradecer la asistencia existe el mismo número de actos comunicativos como mesas hay en la fiesta, porque seguramente en cada una de ellas se conversó sobre diferentes temas; sin embargo, para efectos de nuestra explicación, los hemos considerado como una sola situación comunicativa.

Los participantes en el acto comunicativo del discurso son el padre y un grupo que lo escucha; a los invitados los consideramos como grupo heterogéneo porque está integrado por familiares, amigos y otras personas, quienes no necesariamente se conocen entre sí, pero incluso actúan como grupo; por ejemplo, al final del discurso seguramente todos aplaudieron, aunque fuera por compromiso. En el otro acto comunicativo los participantes son dos grupos, el de los anfitriones (papá, mamá, hija) y el de quienes ocupan una mesa porque se conocen entre sí; por lo tanto, son grupos homogéneos que posibilitan la interacción directa entre sus miembros.

En estas situaciones, uno o ambos integrantes del proceso comunicativo (emisor, receptor) participan como grupo; por tal motivo, este tipo de comunicación recibe por nombre comunicación grupal.

Sin embargo, notaste que en uno de los casos se trataba de un grupo heterogéneo que recibe el mensaje directamente (hay presencia física), pero de manera unilateral porque sólo participa como receptor: el ser heterogéneo le imposibilita dar una respuesta como grupo porque no existe un fin común (su integración es circunstancial); por lo tanto, éste acto se caracteriza como comunicación grupal y pública.

De la misma manera, en el otro acto comunicativo los grupos participantes en el proceso (emisor, receptor), como en el caso anterior, también lo hacen de manera directa (hay presencia física). La diferencia es que en esta ocasión hay bilateralidad o reciprocidad (imagina a los anfitriones conversando con algunos de sus parientes cuando fueron a su

mesa): el ser grupos homogéneos les posibilita intercambiar información porque comparten un fin común (su integración es voluntaria); por lo tanto, este acto se caracteriza como comunicación grupal y privada. Debido a que la comunicación grupal puede ser privada o pública, también se le llama intermedia.

Veamos lo que se refiere a las partes del discurso del papá. Recuerda cómo se dirige a los invitados: a todos les presenta a su hija, pero sólo a algunos les solicita preocuparse por ella. Con estos últimos suponemos que existe algún vínculo o interés común, ¿quiénes son ellos? Evidentemente se trata de un grupo homogéneo. En consecuencia, el grupo al que se presenta la hija es heterogéneo, es decir, está integrado por toda la concurrencia y, como ya habíamos mencionado, no hay necesariamente un fin ni intereses comunes entre ellos. Así, podemos comprobar cómo en un grupo heterogéneo la respuesta al mensaje es diferente para cada uno de sus miembros, por lo tanto, no hay reciprocidad; en cambio, con el grupo homogéneo se presenta la posibilidad de bilateralidad.

Con esta información revisa tu respuesta a la pregunta número cinco, la cual puede tener muchas variantes, lo importante es la clarificación de los conceptos estudiados. Posiblemente pienses que un acto comunicativo entre tres personas se considera como comunicación interpersonal porque hay reciprocidad y presencia física de los participantes por tratarse de un reducido número de personas. Sin embargo, las tres personas ya conforman un grupo donde los participantes no pueden intervenir simultáneamente, sino que, al comunicarse, uno de ellos asume la función de emisor y los otros dos de receptores, de manera que, aunque estas funciones se alternan, siempre habrá un emisor y dos receptores.

Por ejemplo, al platicar con tu papá y tu mamá pasa lo siguiente: papá (emisor) se dirige a tu mamá y a ti (receptores); mamá (emisor) se dirige a tu papá y a ti (receptores) y tú (emisor) te diriges a ellos (receptores): entonces decimos que conforman un grupo que se comunica. Si tu papá se dirige sólo a ti, o sólo a tu mamá, entonces son dos casos de comunicación interpersonal.

Con base en lo anterior podemos comprender cómo la comunicación grupal o intermedia se caracteriza por realizarse entre tres o más personas. Sin embargo, hay otras características que nos servirán para distinguir su carácter público o su carácter privado, y por ello las explicaremos a partir de esta diferenciación.

Comunicación grupal privada: se realiza en un grupo relativamente pequeño que tiene un fin e intereses comunes, es decir, entre sus miembros hay cierto grado de cohesión e identidad porque se trata de un grupo homogéneo; no necesariamente requiere de apoyos tecnológicos para el intercambio de información; la función de emisor la puede desempeñar cualquiera de los integrantes del grupo, lo que le confiere reciprocidad al acto comunicativo, es decir, hay interacción directa entre emisor ↔ receptor.

Comunicación grupal pública: se realiza en un grupo numeroso que se constituye como público disperso, porque como tal no comparte fines e intereses comunes y sus miembros no necesariamente se relacionan entre sí; en general se utiliza algún recurso tecnológico que facilita la relación entre el emisor y el resto del grupo, quienes no tienen posibilidad

de interactuar; la comunicación es unilateral; debido a la colectividad del grupo la relación emisor↔receptor es indirecta.

La comunicación grupal se realiza en grupo; también se le llama intermedia porque las características de ese grupo la definen como forma pública o como forma privada.

COMUNICACIÓN MASIVA

El último tipo de comunicación que analizaremos es la de masas o masiva, que es la más importante para nuestro estudio, porque en ella participan los medios masivos y sus mensajes, cuyo análisis es el propósito de esta asignatura.

Los siguientes fascículos te proporcionarán mayor información sobre aspectos como el sistema de comunicación pública y su relación con el sistema social, los cuales se basan, precisamente, en este tipo de comunicación. Por ello aquí sólo mencionaremos sus características para distinguirlo de los otros tipos ya estudiados. Para conseguirlo, los caracterizaremos a partir de ejemplos y ejercicios que surgen de situaciones de la vida cotidiana.

ACTIVIDADES

1. Lee la siguiente información y reflexiona en ella a partir de los elementos ya estudiados; posteriormente responde al cuestionario que te presentamos.

Imagina: Hoy es sábado y te dispones a ir con tu pareja al cine; antes de salir de tu casa ves en la televisión la transmisión de “la pelea del siglo por el Campeonato Mundial de Peso Walter”, según anuncia el locutor. (¿Por qué seremos tan afortunados de ver cada año en distintas ocasiones, dos o tres “peleas del siglo”?).

Decides viajar en Metro; la persona que está sentada junto a ti lee un ejemplar de una revista especializada en “las cositas de los famosos”, le echas un vistazo y te enteras de dos cosas importantes: la primera, alcanzas a leer el nombre del cine y los horarios de la película que escogiste; segundo, sólo era un rumor aquella calumnia que se decía últimamente sobre el cantante de moda: ¡No usa “chones”!, que por fortuna éste encargó de desmentir personalmente. Suspiras con alivio y sales del Metro para abordar un microbús que te lleve al lugar donde encontrarás a tu pareja; caminas con lentitud mientras observas un gigantesco anuncio arriba de un edificio, el cual muestra unos caballos salvajes junto al nombre de una marca de cigarrillos (te preguntas: ¿Los caballos salvajes fuman?).

A bordo del colectivo, entre uno que otro cabezazo, escuchas el último éxito de Bronco, transmitido a todo volumen por el radio que el chofer trae encendido. Antes de bajar, alcanzas a oír tres “clásicas” del programa “La hora de Juan Gabriel”. Encuentras a tu pareja en el sitio acordado y abordan otro colectivo para ir al cine que elegiste; ahora el concierto es diferente, aunque no el volumen: parados en el pasillo, junto con otros pasajeros, y ayudados por algunos topes y baches, van escuchando y bailando un dinámico ritmo de rap.

Antes de dormirte, te preguntas cómo es posible que el héroe de la película que vieron haya realizado las siguientes hazañas: en la bolsa del pantalón traía todo el armamento de su país y comida para dos meses; con la mano derecha eliminó a miles de narcotraficantes (curiosa-mente, ninguno era güero) y destruyó Medio Oriente (en la izquierda siempre cargaba a una hermosa mujer); atravesó dos selvas, un desierto y el Polo Norte a bordo de una motocicleta (si un tanque de gasolina le alcanzó para eso, no debe extrañarte que la motocicleta la encontró en una isla desierta). Pero, lo que en realidad no alcanzas a explicarte es cómo hizo todo eso sin despeinarse: mientras que ustedes, sentados durante dos horas, salieron totalmente despeinados.

Por fin logras dormirte, prometiéndote no volver a ver una película de la matiné infantil. Es evidente que el caso presentado es ficticio, esas cosas no pasan en la realidad; concéntrate en la actividad y responde al siguiente cuestionario:

1. Anota los actos comunicativos que encontraste en el texto:

2. ¿A quién están dirigidos los mensajes de los actos comunicativos que mencionaste en la respuesta anterior?

3. En el ejemplo, ¿a través de qué medio o canal se transmiten los mensajes?

4. ¿Qué relación hay entre emisor y receptor de los actos comunicativos mencionados?

5. ¿Qué tiene en común el público (grupo de personas que se constituyen como receptores) que recibe los mensajes?

6. A partir de tus respuestas caracteriza, utilizando los términos adecuados, a este tipo de comunicación, llamada masiva:

Revisa tus respuestas pensando siempre en términos de comunicación. Para fines del ejercicio pensemos que tú eres el personaje del ejemplo. Seguramente localizaste cinco actos de comunicación cuando: a) viste la pelea de box por la televisión; b) leíste la revista de tu compañero de Metro; c) observaste un anuncio de cigarros en la calle; d) escuchaste la radio en dos ocasiones en los microbuses y e) viste una película en el cine.

Aunque ante tales mensajes participaste como receptor, éstos no estaban dirigidos en especial para ti sino a un público, integrado por miembros del grupo social en el que se presentan. Estos mensajes, independientemente de quien los reciba, se encuentran presentes para los miembros de ese grupo. Aunque percibiste la pelea de box, la revista, el anuncio espectacular, los programas radiofónicos y la película, seguramente también lo hicieron miles o quizá millones de personas, debido a que los medios o canales utilizados: la televisión, los medios impresos, la publicidad, la radio y el cine son de carácter público.

Por lo anterior, los actos comunicativos que se realizan a través de estos medios son unilaterales e indirectos. Son unilaterales porque el emisor transmite sus mensajes sin esperar una respuesta inmediata, además los receptores no tienen posibilidad de respuesta ante ellos. En todo caso, a nivel individual se puede emitir una respuesta (la cual sólo en raras ocasiones se dirige al emisor). Pero el receptor que estamos considerando es el público, la colectividad de personas que reciben los mensajes; como tal, difícilmente elabora una respuesta. Son indirectos porque no hay una presencia directa entre los participantes del acto: tanto emisores como receptores se desconocen entre sí (por ejemplo, en el caso de la radio es imposible apreciar los gestos del locutor). Entre emisores y receptores no hay bilateralidad o reciprocidad y el contacto directo sólo en raras ocasiones se presenta.

Piensa en la persona que menos aspectos tienen común contigo: a pesar de las diferencias, esa persona también pudo ver la misma pelea de box, leer la misma revista, ver el anuncio de los cigarrillos, escuchar las canciones de Bronco, Juan Gabriel y de rap, e incluso, haber visto la misma película. Lo que sucede es que los mensajes transmitidos por esos medios son del interés del grupo social. Esto no quiere decir que todos tengan los mismos gustos ni que todo el grupo reciba todos los mensajes de estos medios: ante los mensajes de estos medios, el receptor (público) es una colectividad de individuos que se comportan como masa (término que utilizamos dentro del estudio de la comunicación colectiva para explicar el carácter del público-receptor: heterogéneo y disperso).

Lo que une a los individuos que conforman este público es un interés momentáneamente común, como el informe anual del presidente, un partido de fútbol o el anuncio del aumento a los salarios mínimos; así, a este tipo de comunicación se le llama colectiva o masiva; a su vez, a los instrumentos que se utilizan para posibilitar la transmisión de este tipo de mensajes se les llama medios masivos de comunicación o, como con seguridad también has escuchado, medios de difusión masiva, medios de información, medios de comunicación colectiva; lo importante es ubicar e identificar al tipo de comunicación que estamos estudiando, así como diferenciarlo de los otros tipos ya estudiados.

Con base en lo anterior, la masiva es un tipo de comunicación que se caracteriza por:

- Ser social, sus mensajes son objeto de interés del grupo o colectividad social en donde se presentan.
- Son públicos porque no se dirigen a alguien en específico, sino a un grupo considerado en su conjunto como receptor (por ello se habla del “público”).

- Sus mensajes se transmiten a través de un medió masivo de comunicación (cine, radio, televisión, prensa, etc.) de manera indirecta; hay una distancia física y temporal entre emisores y receptores.
- Los actos comunicativos generados en este tipo de comunicación son unilaterales porque el receptor no tiene posibilidad de respuesta o intervención directa e inmediata; una actitud o un comportamiento pudieran ser considerados como respuesta, pero de cualquier forma el emisor no se retroalimenta, pues no conoce tales res-puestas inmediatamente.
- En los procesos de comunicación que utilizan medios masivos, el receptor es un público disperso, masivo, integrado por miembros del grupo social; en ese momento, sólo se constituyen como tal en relación con el mensaje transmitido.

Compara y analiza tus respuestas con estas características. Es muy importante que comprendas con claridad estos conceptos; como antes mencionamos, a este tipo de comunicación lo estudiaremos ampliamente en los siguientes fascículos.

La masiva es un tipo de comunicación de carácter público, unilateral e indirecto que transmite mensajes de interés para los miembros de una colectividad o grupo social.

VARIANTES DEL ACTO COMUNICATIVO

En este último tema integraremos todos los conceptos que hemos estudiado hasta el momento. En el fascículo 1 se analizó la comunicación en general; en éste hicimos referencia a aquellas actividades concretas en relación con otras personas a través del uso de la comunicación, las cuales designamos como situaciones o actos comunicativos; asimismo, estudiamos sus características (directos o indirectos, unilaterales, bilaterales o recíprocos). De esta manera, hemos visto las formas (pública o privada) y los tipos (intrapersonal, interpersonal, grupal o intermedia y masiva) de comunicación con el propósito de adquirir elementos teóricos que te permitan analizar los actos comunicativos en los que participes.

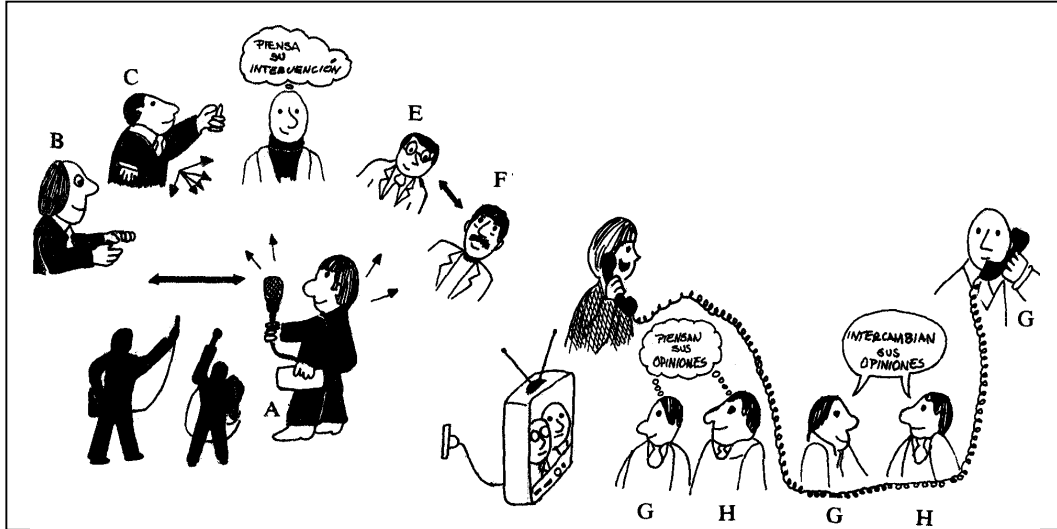
Las características, tipos y formas vistas pueden utilizarse indistintamente para hablar de comunicación, de actos o de situaciones comunicativas: el objetivo es comprender estos primeros elementos de análisis que nos permitan acceder a los estudios de mensajes que se realizarán en los siguientes fascículos.

Por estas razones, veremos cómo al relacionar formas con tipos de comunicación obtenemos una multiplicidad de variables a las que hemos designado variantes del acto comunicativo, de las cuales alguna o muchas de ellas nos encontraremos al analizar toda situación comunicativa.

Finalmente, pretendemos que ubiques qué función desempeñas en los actos comunicativos en que participas y comprendas, reflexionando en sus características, la situación o forma de relación en la cual te encuentras. De esta manera, en cualquier forma de participación que adoptes al comunicarte, podrás realizarla activamente, ya sea como receptor o emisor. De nuevo nuestro camino de estudio es el de la práctica.

ACTIVIDADES

En los temas anteriores describimos situaciones comunicativas para explicar los conceptos estudiados, utilizando principalmente el lenguaje escrito y algunas historietas. A través de la asignatura conocerás la existencia de otro tipo de lenguajes empleados en la comunicación. Por eso, para analizar este último tema usaremos una ilustración, la cual te pedimos observes con atención y reflexiones en los diferentes tipos de relaciones comunicativas que se presentan:



En el esquema anterior, el personaje designado como “A” es locutor-conductor y los otros son participantes de una mesa redonda o panel. Se trata de un programa de televisión en el cual un grupo de personas discutirán y darán su punto de vista sobre un tema específico que puede ser de interés general. Además, el público puede expresar su opinión utilizando el teléfono, como lo hace el telespectador “G” del ejemplo. Las flechas entre “A” y “B” indican que, en determinado momento, el conductor sólo se dirige a esta persona; las otras flechas indican cuando lo hace a todo el grupo (por ejemplo para plantear una pregunta). A su vez, cada uno de ellos se puede dirigir a los demás, como lo hace el participante “C”. Las flechas entre “E” y “F” indican cómo, entre los integrantes del grupo, también puede haber una relación comunicativa: para fines de este ejemplo, ésta sólo se da entre ellos, los demás integrantes y el público no los escuchan.

Con estas consideraciones, contesta el siguiente cuestionario:

1. Menciona, según su tipo, los actos comunicativos que encuentres en el ejemplo:

Intrapersonales:

Interpersonales:

Grupales:

Masivos:

2. De los actos mencionados, ¿cuáles son privados y cuáles públicos?

3. Elabora una lista de los actos comunicativos, mencionando forma, tipo y características de cada uno de ellos:

Coteja tus respuestas con nuestras explicaciones, ya que debiste localizar los siguientes actos comunicativos:

Intrapersonales: Cuando el participante "D" piensa su intervención, cuando el espectador "G" piensa su opinión y de igual manera hace el espectador "H". Se consideran así porque se realiza un proceso interno, en el cual la persona intercambia sus diferentes informaciones (conocimientos, experiencias) con las nuevas que está escuchando; esto lo hace para sí mismo.

Interpersonales: El que se realiza entre el conductor "A" y el participante "B", entre los participantes "E" y "F", entre los espectadores "G" y "H", cuando el espectador "G" habla por teléfono a la estación de televisión (seguramente le contestó una telefonista).

Grupales: La relación comunicativa entre el conductor "A" y los participantes en el panel, entre el participante "C" y el resto del grupo.

Masivos: La transmisión del programa de televisión a nivel colectivo o masivo.

Privados: Todos los actos intrapersonales del participante "D" y los de los espectadores "G" y "H", los interpersonales entre los participantes "E" y "F", entre los espectadores "G" y "H" y entre el espectador "G" y la telefonista del programa; la información opinión que proporciona este espectador, después el conductor la puede leer en público, pero el acto analizado sigue siendo privado: el espectador nunca se dirige al público; sería diferente si la llamada pasara directamente "al aire", por ejemplo, para hacer algún tipo de solicitud a los telespectadores.

Públicos: El que realiza el conductor "A" y el participante "B": éste parecería ser acto privado, pero la relación comunicativa tiene el objetivo de transmitirse públicamente, sus intervenciones se efectúan considerando al público que los ve; el acto grupal entre el conductor y los integrantes del panel, por la misma razón del caso anterior; la intervención del participante "C" y, finalmente, la transmisión televisiva.

Observa las diferencias de cada uno de los actos comunicativos vistos en el ejemplo:

Participante "D" y espectadores "G" y "H" piensan, reflexionan, se comunican consigo mismos: son actos comunicativos intrapersonales y privados; se caracterizan por ser unilaterales y directos.

Entre el conductor "A" y el participante "B": es un acto comunicativo interpersonal y público; se caracteriza por ser bilateral o recíproco y directo; aquí hay dos niveles de comunicación: el primero es privado entre "A" y "B", pero finalmente, segundo nivel, termina siendo público.

Entre los participantes "E" y "F": es un acto comunicativo interpersonal y privado (compáralo con el anterior); se caracteriza por ser bilateral o recíproco y directo. La diferencia con el anterior es que este acto comunicativo interpersonal no está dirigido ni al grupo ni a los espectadores, por eso lo consideramos privado.

Entre los espectadores “G” y “H”: es un acto comunicativo interpersonal y privado; se caracteriza por ser bilateral o recíproco y directo. Fíjate cómo éste es similar al anterior.

Entre el espectador “G” y la telefonista: es un acto comunicativo interpersonal y privado; se caracteriza por ser bilateral o recíproco e indirecto (no es directo por el uso del teléfono).

Entre el conductor “A” y los integrantes del panel (quienes se constituyen como grupo), y entre el participante “C” y el mismo grupo: son actos comunicativos grupales y públicos; se caracterizan por ser bilaterales o recíprocos y directos. Si antes de iniciar el programa hubo algunas indicaciones para los participantes, seguiría siendo un acto comunicativo grupal, pero de carácter privado. Si el grupo participantes fuera más numeroso (por ejemplo: cien personas en una conferencia), seguiría siendo grupal y directo, pero se convertiría en un acto público y unilateral: este último caso es un ejemplo del por qué a la grupal también la designamos como comunicación intermedia: es pública, pero no masiva.

La transmisión del programa de televisión: es un acto comunicativo masivo y público (nunca puede ser privado); se caracteriza por ser unilateral e indirecto.

La comunicación humana no puede explicarse de manera general, ya que algunos conceptos pueden definirse (como en el caso de información y comunicación y sus elementos, y los mencionados en este fascículo). En los seres humanos no hay un patrón de conducta (por la multiplicidad de elementos que intervienen tanto a nivel personal como social) que explique totalmente las situaciones comunicativas en las cuales participamos. Por lo tanto, cada acto comunicativo debe ser analizado y comprendido en lo particular, por eso cada concepto debe comprenderse y aprenderse con claridad.

RECAPITULACIÓN

Los actos comunicativos (entendidos como los momentos específicos en que se realiza un proceso de comunicación) deben estudiarse de manera particular, de acuerdo con las formas y tipos de comunicación, así como por sus características.

Entendemos por formas las variables de la comunicación definidas por los propósitos e intereses de un acto comunicativo que puede ser público o privado.

Entendemos por tipos las variables de la comunicación definidas por las características del acto comunicativo, considerando las condiciones en que se presenta (participantes, forma de relación, fines e intereses, medio utilizado). Éstos pueden ser intrapersonales, interpersonales, grupales o intermedios y masivos.

Características del acto comunicativo: directo o indirecto, unilateral o bilateral o recíproco.

Comunicación: actos comunicativos				
<i>Formas</i>	<i>Tipos</i>			
	<i>Intrapersonal</i>	<i>Interpersonal</i>	<i>Grupal</i>	<i>Masiva</i>
Privada	Sí	Sí	Sí	No existe
Pública	No existe	Sí	Sí	Sí

ACTIVIDADES DE CONSOLIDACIÓN

Escribe en las líneas las características de las diversas variantes de actos de comunicación.

a) Intrapersonal privado:

b) Intrapersonal público:

c) Interpersonal privado:

d) Interpersonal público:

e) Grupal privado:

f) Grupal público:

g) Masivo privado:

h) Masivo público:

AUTOEVALUACIÓN

Verifica tus respuestas a las Actividades de consolidación, (puedes consultar el recuadro al final de la página de Recapitulación):

- a) Intrapersonal privado: Directo y unilateral.
- b) Intrapersonal público: No existe.
- c) Interpersonal privado: Puede ser directo o indirecto y siempre es bilateral o recíproco.
- d) Interpersonal público: Se da en dos niveles. Puede ser directo o indirecto y bilateral o recíproco (primer nivel) o unilateral (segundo nivel).
- e) Grupal privado: Directo y bilateral o recíproco.
- f) Grupal público: Puede ser directo o indirecto y siempre es unilateral.
- g) Masivo privado: No existe.
- h) Masivo público: Indirecto y unilateral.

ACTIVIDADES DE GENERALIZACIÓN

Observa, reflexiona y analiza diversos actos comunicativos en los que participes; anótalos de acuerdo con sus características en el siguiente recuadro:

Tipos y formas	Intrapersonal	Interpersonal	Grupal	Masiva
<i>Privado</i>	Directo y unilateral	a) Directo y bilateral b) Indirecto y bilateral	Directo y bilateral	No existe
<i>Público</i>	No existe	a) Directo y bilateral b) Indirecto y bilateral c)	a) Directo y unilateral b) Indirecto y unilateral	Indirecto y unilateral

BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

BLAKE H., Reed y Edwin Haroldsen O.: Una taxonomía de conceptos de la comunicación. Nuevo Mar, México, 1984.

KATZ, Chaim, *et al*: Diccionario básico de comunicación. 4a. ed., Nueva Imagen, México, 1989.

MALETZKE, Gerhard: Sociología de la comunicación. 4a. cd., CIESPAL-Época, Quito, 1976.

MARTÍN Serrano, Manuel: La producción social de la comunicación. Alianza, Madrid, 1986.

PAOLI, Antonio: La comunicación. Trillas, México, 1989.

PARDINAS, Felipe: Manual de comunicación social. EDICOL, México, 1978.

QUINO: 10 años con Mafalda. 8a. ed., Lumen, Barcelona, 1973.

RICCI Bitti, Pío E. y Bruna Zani: La comunicación como proceso social. Grijalbo-CNCA, México, 1990.

SCHRAMM, Wilbur: La ciencia de la comunicación humana. Grijalbo, México, 1988.

Taller de Análisis de la Comunicación I,
Fascículo II: Tipos y formas de comunicación.
Se terminó de imprimir en octubre de 1994.
La edición consta de 0 000 ejemplares

