

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES
CENTRO DE ESTUDIOS DE LA COMUNICACIÓN**

**REPORTAJE:
EL QUÉ DE LA COMUNICACIÓN**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO
DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**PRESENTA:
ROBERTO ANAYA ESPINOSA**

**DIRECTOR
ROBERTO SÁNCHEZ RIVERA**

MÉXICO, D. F., FEBRERO DEL 2005.



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

PLEGARIA Y GRACIAS

Dios: ¿Qué he hecho para que me sigas teniendo aquí?
¡Si no he cumplido a tiempo con mis obligaciones, cómo el titularme!
¡No he cumplido con mis ciclos!

Dios: ¿Porqué, según yo, si no lo merezco, me sigues dejando en este lugar?
¡Si no he caminado por tu camino!
¿Recuerdas? Hubo una época que me autoproclame ateo-hereje y
¡Me sigues sosteniendo aquí! ¡Té falte al respeto con mis blasfemias!
¡Oh, Dios!

Y,... ahora té doy infinitas gracias por protegerme,
por permitir que dé este paso y estés conmigo:
me has dado la ayuda que he necesitado de tí en cada tropiezo,
por doloroso que haya sido, me has ayudado a levantarme.

Gloria a tí o Señor, ¡aleluya! Que tus bendiciones lleguen a la humanidad
Y que ésta logre abrir los ojos de su alma para, con tu manto protector
hacer una comunión digna a tí y para ti: sin querellas, sin odios.

Dios: ¡Gracias por tenerme aquí y darme una oportunidad mas!
¡Gracias por lo que me has dado sin merecerlo!

A MIS PADRES
F. A. C. y A. E. M.

Por darme la bendita oportunidad de estar y combatir en este valle de lagrimas, para unos, para otros la negación; para mí, el aprender a cada instante de la vida, las cosas maravillosas que entrama: la honradez, la honestidad, el bien andar por los caminos de Dios.

En procura de ayudar al necesitado; pero no al quejumbroso siniestro, fatal e insincero: a éste, ¡a combatirlo!

EN ESPECIAL AL GRAN SACRIFICIO: MI MADRE
A. E. M.

Por llevar esta carga tan pesada en tu vientre y a cuestras;
que me has enseñado el valor y la moral de las cosas y los hechos.

Por tú apoyo en toda índole incondicional, sin buscar ni esperar beneficio alguno:
Solo mi superación que me has legado como la mejor de las herencias.

Y, que gracias a tus sacrificios, esfuerzos y trabajo brindados al correr de mis años...

Gracias por ser mi ¡MAMÁ!

GRACIAS PADRE
F. A. C.

Porqué cuando acudí a tí me recibiste con el corazón en tus manos
Porqué cuando necesité de tí me brindaste el apoyo que pedí
Por ese amor tan sublime que me diste y por solo tu presencia
Ahora que en otro espacio espiritual estas, platicamos como dos grandes amigos y me sabes aconsejar.

¡Gracias, PAPÁ!

A ENRIQUE OMAR ANAYA ESQUILIANO **EN ESPECIAL**

Por estar siempre en mi corazón, sangre de mi sangre.
¡Padre a hijo, hijo a padre! ¡Espíritu con espíritu!
Por tu mirada inmaculada que me da confianza para levantarme a cada tropiezo de la vida.
Por la fuerza espiritual que inyectas a mi alma para fortalecerla, y superar los momentos de tristeza que se quieren albergar en mí ser.
Por tu dulce y tierna sonrisa que da luz a mi camino.
Por los recuerdos que tengo de ti.
Dios te dio a mí; la intriga y soberbia te quitó de mí.

A GABRIELA GARCIA ANAYA **EN ESPECIAL**

Gaby, gavilán eres el ser que con tus ocurrencias me das animo
Por ser como eres conmigo.
Por tus ocurrencias de niña traviesa:
¿Recuerdas, una ocasión cuando yo comía y tú te sentaste a mi lado?
¿O esta otra travesura?: ¡Te habla tu conciencia: “dale dinero a tu sobrina Gaby para que compre dulces”.
Yo dormía y tú me hablabas al oído.
me haces enfadar pero me das alegría con tus travesuras y tu sonrisa picara a este tío que te quiere mucho a pesar de los pesares: ¡mi Gavilán!

A MIS TRES HERMANAS

A TODOS MIS SOBRINOS Y SOBRINAS

A MIS PROFESORES Y MAESTROS

A mis mentores que contribuyeron con mi desarrollo académico a partir del ciclo pre primario a profesional.

En manera especial y con profundo respeto, agradezco a los profesores **Fernando Benítez** (qepd), a **Henrique González Casanova** (qepd), y al profesor Antonio Dellhumo por verter su sabiduría, que solo hombres y autores de éxito pueden proyectar.

Por darme la oportunidad y apoyo necesario con sus consejos tan acertados. ¡gracias!:

DON FERNANDO BENÍTEZ
DON HENRIQUE GONZÁLEZ CASANOVA

AL SR, ANTONIO REAL C.

Se te aprecia con verdadera sinceridad:
¡No hay dobleces, no hay conveniencias!

INDICE GENERAL
REPORTAJE:
EL QUÉ DE LA COMUNICACION

NOTA PRELIMINAR (INTRODUCCIÓN)..... I

PRIMERA PARTE

CAPÍTULO

I

EL REPORTAJE

TEMA	PÁGINA
1.- En el siglo XX.....	1
1.1.- Para cultivar al lector.....	3
1.2.- Por un periodismo verídico.....	5
1.3.- Desarrollo.....	6
2.- Dos métodos de construcción del reportaje.....	7
Método para escribir un reportaje según FOX MOTT (esquema).....	8

CAPÍTULO

II

LA NOTICIA

1.- Características.....	9
1.1.- Estructura de la noticia.....	11
1.2.- El hecho.....	13
1.3.- El significado.....	14
1.4.- Desarrollo.....	15
Breve explicación del esquema de la noticia.....	16
Página de referencias del reportaje	19
Bibliografía consultada reportaje	20

SEGUNDA PARTE
CAPÍTULO
III
EL QUÉ DE LA COMUNICACIÓN

TEMA	PÁGINA
1.- Comunicación.....	21
2.- Necesidades del hombre en cuanto a comunicación.....	26
2.1.- La opinión pública en la comunicación.....	31
3.- Conocimiento del marco de referencia.....	33
3.1.- El habla.....	33
3.2.- La escritura.....	34
3.3.- La imprenta.....	35
3.3.1.- Breve historia.....	36
3.3.2.- Sistemas de impresión más comunes.....	36
4.- Conocimiento del marco teórico.....	37
5.- Cinco cláusulas para el comunicador.....	41

CAPÍTULO
IV
CONCEPTOS DE LA COMUNICACIÓN

1.- De los orígenes.....	43
2.- Cuatro pasos comunicativos a seguir.....	45
3.- Charla de amigos.....	48
4.- Proceso comunicativo.....	54
5.- Tipos de comunicación.....	55

CAPÍTULO
V
COMUNICACIÓN: ¿PARA EL PERFECCIONAMIENTO
HUMANO?

1.- Comunicación de masas.....	62
2.- Comunicación y retórica.....	67
2.1.- ¿Qué es la comunicación?.....	67
2.2.- ¿Qué es la retórica?.....	75
3.- Persuasión: palabra convencidora.....	76
3.1.- ¿Persuadiendo?.....	78
4.- ¿Cibernética humana?.....	81

CAPÍTULO
VI
LENGUAJE DE LA VIDA

1.- Idea + Signos + Señas + Código (Palabras) = Mensaje.....	86
1.1.- Ideas.....	87
1.2.- Signos.....	91
1.3.- Señales.....	92
1.4.- Código.....	94
1.5.- Mensaje.....	94
CONCLUSIONES GENERALES.....	96
Páginas de referencia <i>El qué de la comunicación</i>	99
Bibliografía consultada <i>El qué de la comunicación</i>	102



PARA TRIUNFAR,
ES PRECISO LUCHAR

No son los triunfos olímpicos ni las victorias en las batallas cámpales que proporcionan a uno la verdadera felicidad, sino los esfuerzos personales con que supera uno la adversidad.

La comunicación nos da la satisfacción de tener esos triunfos y éxitos para beneficio de nuestra humanidad:

ELOCUENTES PALABRAS

¿En donde esta ese halagador susurro de aves que surcan el espacio?

¡Oh! Palabras con elegante elocuencia

¿Qué será de esta la humanidad que ya no escucha ese fino hablar?

¡Oh! Palabras de rítmica elocuencia

Fuente: Libro El Poder Mental. Autor: Franz, Erdmann . Pág. 82 (Ed. Don Bosco)

Nota del Autor: Las palabras en negritas son propias de Roberto Anaya (14-04-2004)

NOTA PRELIMINAR

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se compone de dos experimentos de argumentación que, viéndolos por separado, es necesario darles la ubicación aquí propuesta. El primero de ellos es una explicación, así como señalar la diferencia entre reportaje y noticia a manera de introducción, respecto a ***el qué de la comunicación***.

Entendemos que en el ámbito del periodismo siempre ha habido personas como filósofos, intelectuales, teóricos que han vertido sus puntos de vista a los receptores sobre acontecimientos fehacientes. Para esto recurren a distintas alternativas: una de ellas es la modalidad del reportaje.

El reportaje es el género periodístico que permite la investigación y el rescate de diversas experiencias cotidianas, de estructura narrativa en la que el escritor nos puede llevar a aventuras insólitas y de suma importancia para nuestras inquietudes cognoscitivas. Puede lograrse en un nivel estético y creativo del lenguaje.

Una de sus misiones es abordar los problemas sociales a través de canales empleados para la transmisión de mensajes envolventes; con lo que el receptor

II

sea subyugado por la persuasión del autor. Buscar que el lector del reportaje se sienta como un ente principal por el trato que se le de al mensaje.

De otra parte, la redacción de un reportaje nos permitirá medir nuestros alcances cognitivos y de trato adecuado y profesional en la escritura del relato, para conquistar, con ello los favores del lector.

Es así, como nos dimos a la tarea de investigar sobre esta modalidad periodística. Al concebir el concepto de reportaje, descubrimos que la función principal del reportero, es interpretar los acontecimientos diarios que ocurren en la sociedad y, para esto, es necesario indicar dos acepciones: la inmanente, la esencia de la investigación; la trascendental, la consumación y el significado de la narración manifestada.

En la segunda parte de esta indagación, se efectuó una investigación con relación a algunos aspectos de los medios de comunicación. En ***el qué de la comunicación***, se pretende hacer sentir a quien lo lea, la inquietud de contribuir a descubrir nuevos horizontes, para la investigación de la comunicación humana entre las tormentas y vientos desafiantes.

De tal suerte, se eligió el tema de ***el qué de la comunicación*** en esencia, a manera de reportaje que no necesariamente lo sea. Es un trabajo que se basa en indagaciones documentales y de campo.

Sabemos de la importancia que tiene la comunicación en las sociedades. Que es pilar fundamental para las relaciones humanas. Que es base de unión entre la humanidad. La comunicación es factor predominante en la vida del ser humano y nos lleva a interrelacionarnos con los demás.

III

Que se entienda que la actividad de comunicar esta íntimamente ligada al desarrollo de la humanidad: Ir al encuentro de esas opiniones públicas propositivas; ir en pos de la verdad de los hechos y cosas. Esparcir las semillas cognoscentes en las sociedades y cultivar al lector para recoger los frutos de esas relaciones humanas.

El contexto de esta investigación referente a la comunicación es diverso. Está organizada conforme a las indagaciones y sondeos en las áreas de sociología y psicología; en lingüística y filosofía. Relacionados a conocimientos relativos a la comunicación de masas y exploraciones cibernéticas entre diferentes ámbitos del razonamiento en el desarrollo de la comunicación.

Por otra parte, todo progreso comunicativo sobrelleva un rostro íntimo: entorno familiar; y otro exterior: entorno vecinal. Las ventajas alcanzadas por la transferencia de mensajes no surgen exclusivamente a través de las expresiones que se pronuncian, sino a raíz de los factores o conocimientos de ambos en el tema tratado.

A la zaga de compromisos externos, perentoriamente suceden instancias íntimas en el hombre genérico, círculos de amistades, en los grupos, en las masas, y en la colectividad. Únicamente las dificultades perceptibles son los pretextos verdaderos de conatos de incomunicación. Así pues, **el qué de la comunicación** es el entendimiento que el ser humano cultiva a manera de puente comunicativo.

De tal suerte, a través de los medios de comunicación se crea el puente de referencia en líneas arriba que, de forma directa e inmediata influye en la vida, el desarrollo y las condiciones de la humanidad para difundir la información, la educación y el esparcimiento para que de esta manera se inspire confianza en los receptores; para dar paso a un ajuste pleno al ideal del equilibrio emisor, mensaje, receptor (E + M + R).

A este tenor, la comunicación de ninguna manera establece sólo figura discursiva o cognitiva. Sino que manifiesta una corriente que ilustra los mensajes y, tal vez, se den ciertas objeciones en su argumento: está es la importancia de ***el qué de la comunicación.***

Empero, observemos que el desarrollo de esta investigación para el proceso de esta tesis se dio en seis capítulos, dividida en dos apartados, en el primero, denominado primera parte comprende dos capítulos, en el primero, expresamos la idea de reportaje:

Se explica cómo construirlo, mediante la teoría y un esquema del autor Fox Mott para, con un pretendido periodismo verídico y consistente en busca de ilustrar al lector; opinamos que la creación de un reportaje se da a partir de un hecho verdadero. Y se da referencia de sus inicios a partir del siglo XX, que los políticos aprovecharon esta forma de comunicación para arengar, a través del reportaje a sus combatientes durante la primer guerra mundial.

En el capítulo dos, mencionamos como escribir una noticia, iniciando con sus características, se menciona ser el relato de un hecho verídico y de interés

para el lector. Expresamos que los hechos son los acontecimientos sucedidos en el orbe que afecta, de una u otra manera, a la humanidad. Expusimos, por tanto, que la noticia es la razón del significado de un hecho consumado.

En la segunda parte se efectuó una investigación con relación a algunos aspectos de los medios de comunicación, y la denominé ***el qué de la comunicación***; motivo de esta consideración; establecimos en el primer capítulo las necesidades comunicativas del ser humano y no soslayamos que la comunicación es el fenómeno comunicativo que determina el desarrollo de las sociedades en busca de un perfeccionamiento humano, como lo expresamos en el capítulo III de este escrito.

En el capítulo II, ***conceptos de la comunicación***, hacemos referencia de los inicios de la comunicación y evocamos a los personajes primitivos, en su afán de lograr un proceso comunicativo interrelacionado a un contexto histórico.

Mencionamos la comunicación de masas en el capítulo III, en donde se observa este tipo de comunicación como portador de procesos sociales; diferenciándose de la comunicación informal. Así mismo, en este capítulo describimos cómo se da la persuasión para convencer a los oyentes. De otra parte, de la cibernética expresamos ser una ciencia en base a estudios lógicos, con relación a diversos métodos que nos impone el perfeccionamiento de la humanidad.

De tal suerte, en el capítulo IV observamos como se deriva la forma de hablar, cuando un individuo formuló ideas en su cerebro para procesarlas en signos y, posteriormente, en señas para dar paso al código: esto, lo damos como la base o raíz del lenguaje formula de la comunicación.

Como se observa, se dio a conocer la importancia a la capacidad de expresar ideas con claridad; se investigó en documentos irrefutables y fidedignos. Citamos eximios investigadores en ciencias y teorías de la comunicación como al lingüista Mauricio Beuchot, o a los sociólogos Denis McQuail, Gerhard Maletzke o al filósofo José Ferrater.

A través de las teorías de los autores citados, imaginé diferentes y vastas manifestaciones con las que se logró dar presencia a los conocimientos de las ciencias de la comunicación y las relaciones humanas.

Por otra parte, he de participar mis gratitudes, para el desarrollo de está investigación al director del plantel 9 del C. B., Aragón, licenciado Juan Gregorio Manzano del Castillo; al personal de la biblioteca del mismo plantel, en especial a la licenciada Francisca Rojas Pedraza, dirigente responsable.

Al profesor del plantel 2 del C .B., Cien Metros, licenciado Emigdio Guerrero, por su orientación e indicaciones bibliográficas. A mi sobrina, licenciada Laura Angélica García Anaya y a mi hermana C. María Teresa Anaya Espinosa, por su apoyo logístico.

PRIMERA PARTE

CAPÍTULO

I

EL REPORTAJE

¿Acaso el reportaje no es la soberana y diáfana expresión de quien lo estructura y firma?
RAE 01-24-2004

1. -EN EL SIGLO XX

Durante el nacimiento del siglo XX surgió en el ámbito periodístico una faceta: el reportaje, que atrajo la atención de los auditorios o lectores y editores empresarios periodísticos. Creó la necesidad, la búsqueda del elemento fundamental que es la noticia: “Todos los recursos periodísticos entran en el reportaje que a la vez puede disponer de la novedad de la noticia, la madurez de la crítica, el contenido del comentario, cierta poesía y a la vez buen humor, hábilmente desarrollados en una conversación que puede sacar a flote confesiones ocultas”¹ Los avances logrados a la fecha se reproducían en el periodismo; elementos útiles para crear el quehacer reporteril. El periodismo empieza a tener una estima respetable; es portavoz de algunas situaciones: de algún hecho significativo “Los reportajes mejores sobre discursos contienen

¹.- VELARDE, Hernán, El reportaje, Edit. Arica, Lima, Perú, 1972, 178 Pp. Pág. 9

oraciones completas y hasta párrafos enteros entrecomillados... Las citas son útiles para... variar el aspecto visual de la información"² Es como volver a dar la noticia pero en versión instrumentada, con testimonios fehacientes; esto no necesariamente lo redacta el autor o transmisor de la noticia dada sino otro escritor.

El reportaje conciso* y consiso** -de consistir-, ameno y claro es la base de los escritos de interés; este sistema se utilizó y mejoró con las guerras anteriores al primer conflicto bélico mundial. Durante los combates, las noticias se trocaron en frías y llanas por las consideraciones de las mismas: en ocasiones nos escribía la verdad de los hechos. "El reportero redacta su información acerca del discurso de manera tal que se ajuste a un patrón de la noticia periodística ordinaria. Comienza con lo que considera que es el aspecto mas importante o interesante y continúa con el que sigue en importancia hasta la conclusión..., pero procura que su propio arreglo produzca una información fragmentada y enredada."³

Los políticos comprendieron que existía otro camino para utilizar la prensa, así como que a alguien se le ocurrió sistematizar las conferencias de prensa; vislumbrando una tribuna explosiva de alto valor. La manejó como propaganda persuasiva para difundir su propia política: sus mensajes subliminales que llegarían a lo más profundo y positivo al alma estadounidense. La crítica política-humorística fue recibida con gran entusiasmo y, por ende, tuvo gran éxito.

².- FRASER Bond, F. Introducción al periodismo, Edit., Limusa, S.A., México, D. F., 1969, 419 Pp., Pág. 139

* Brevidad en el modo de expresar los conceptos o efectos de expresión atinadamente (Gran diccionario Patria de la lengua española)

** Establecer solidez, duración. Estar fundada una cosa en otra. Ser efecto de una causa (Gran diccionario Patria de la lengua española)

³.- Idem. Pág. 139

El reportero se desarrolló en otros aspectos o facetas más interesantes y creó nuevos campos de trabajo. Una de las secciones de gran relevancia lo fue la deportiva; en la actualidad, ocupa grandes espacios en los medios tanto impresos como electrónicos. Definitivamente, el reportaje se vuelve el atractivo de la prensa y los mass-media en general. A mitad del siglo, este tipo de escritos toma auge profesional y especializado para convertirse en textos de fondo.

De sus orígenes, el reportaje se forma a través de un acontecer que el escritor hará atractivo para sus lectores: “el trabajo de precisión, la palabra y la escritura en donde el factor cerebral predomina sobre el factor muscular.”⁴ Los comentarios enraizados, profundos de una noticia dan pauta a editoriales, reportajes u otras temáticas denominadas columnas. En estos géneros se da la opinión del comunicador, procurando conservar a sus lectores y atraer más.

En el reportaje se emplea toda clase de técnicas de investigación: la de campo, la documental, la entrevista; para hurgar aquí, ahí, allí y acullá. Observar y analizar el objeto del tema a desarrollar. Estar y no estar, penetrar (ver sus entrañas) y no penetrar (ver su entorno, sus encantos). Para estructurar el reportaje se debe tener la capacidad de escribir en prosa y ser poético: “la falta de imaginación de los periodistas y la inercia crítica de la masa han hecho que se conservara como definitiva esa representación cómoda y tan fácil abarcar de un vistazo.”⁵

1.1.-PARA CULTIVAR AL LECTOR

Hay que hacer de la investigación una seducción para cautivar, fascinar al lector para que se enamore de nuestros escritos, ¿Cómo dar esa fascinación? Adentrándonos a profundidad en el tema y dar verdades salpicadas con algo de

⁴.- CHAUCHARD, Paul, La fatiga, Edit. Oikos-Tau, S.A. Barcelona, España. 1971, 124 Pp., Pág. 28

⁵.- FÜLÖP-MILLER, René, Rasputín: El Diablo Sagrado. Edit., Iberia, Barcelona, España, 1929, 468 Pp., Pág. 10

picardía, con sabor jocoso es decir, no hacer aburrido nuestro reportaje, sino todo lo contrario para permear en el hipotálamo⁶ del lector. Estar bien enterado del tema para dar una veracidad; sin mácula alguna, pues la ocultación de algún dato en el cuerpo informativo sería privar al receptor a su derecho de informarse; atropellando la libertad de expresión. No caer en la demagogia a manera de inducir la opinión pública, ni en propagandas: ser imparcial (ser de sí pero desapasionado), no subjetivo (con tendencia al yo, al pensamiento de si, y no al objetivo), para informar razonablemente.

Si el reportaje es bueno, intuitivamente será para el lector como una ventana que nos acerca y muestra al mundo con generosidad, abierta para escudriñar en los acontecimientos de su mundo, de la humanidad. No hay que dar escritos grisáceos o pálidos; se trata de escribir en azul en pos del apetito visual del lector, o de otra forma, hay que dar letras en azul con brillantez porque se cae en aburririones y el lector reaccionaria en contra, infiriendo que el autor es un ser de mente opacada, sin brillo, de personalidad apagada, por eso a la ignorancia hay que estrangularla: “con el lazo corredizo del conocimiento y el dominio”⁷ del buen hablar, del buen escribir. La excitación sublime al elaborar un reportaje se da cuando verazmente todo el periodismo es imparcial, pues al dar una noticia se esta reportando algún incidente; claro en la noticia se debe ser lo mas objetivo posible. Las nuevas teorías, tecnologías y metodologías no van a cambiar la responsabilidad básica en el medio comunicativo-periodístico de servir a la comunidad.

1.2.- POR UN PERIODISMO VERÍDICO

⁶.- El hipotálamo es el centro donde se generan muestras emocionantes registradas por nuestro cerebelo, “la armonía cerebral, intelectual o gestual, depende de los centros reguladores situados en la vecindad del hipotálamo”. En CHAUCHARD, Paul, La fatiga, Pág. 45.

⁷.- FRANZ, Erdmann, El poder Mental, Edit. Don Bosco, México, D. F., 1975, 125 Pp., Pág. 77

Se debe pugnar por un periodismo verídico que promueva propositivamente la elevación idiomática a un nivel culto, empeñado en tareas informativas de toda índole; empero, con moral, contribuyendo con razón y justicia a una verdadera educación informativa y convivencia comunitaria. Que conduzca por medio de reportajes a caminos sembrados con las semillas de la razón y la verdad a los ciudadanos.

De tal suerte el problema de querer cambiar el significado del hecho para armar un reporte apoyado en noticias e indagar los acontecimientos sobre la misma, nos orienta a tener: “La mirada libre frente a la verdad, la mano circunspecta, la paciencia y la seriedad... toda la probidad del conocimiento es la investigación... el tacto delicado y certero, no como un adiestramiento del cerebro, ...Sino como cuerpo...La investigación metódica, el espíritu de organización y la administración...”⁸

Nuestra obligación como periodista es buscar la manera de estructurar modelos atrayentes para los ojos del lector, *atraer el gusto visual de las pupilas del lector* para deleitarse plácidamente con la lectura del reportaje bien elaborado, darle la sazón con los ingredientes gramaticales y su toque final de redacción: con excelente retórica (“ha sido considerada en todo tiempo como el arte, facultad o poder de persuadir a los hombres, hablándoles con palabras bellas y abundantes... este poder se ejerce mas noblemente por la palabra que por el razonamiento escrito”⁹) “para que el lector no se quede con hambre, pero que tampoco se llegue a empachar; el tema es lo de menos. La cuestión es saber tratar el tema como si fuera una de nuestras novias y tratar con dulzura y amor todo lo que se escribe... el reportaje en esencia y por antonomasia debe ser

⁸.- NITZCHE, Federico, El Anticristo, Edit. Mexicanos Unidos, S.A., México, D. F., 1986, 124 Pp., Pág. 118

⁹.- ESPASA-CALPE, Enciclopedia universal ilustrada, Edit. ECSA, Madrid, España, 1993, tomo 50 (L), Pág. 1415

informativo: no debe perder a pesar de su creatividad y libertad de expresión que el reportaje se apegue a la noticia¹⁰.

Desde mi punto de vista, se considera en este caso, el uso de palabras adecuadas, emplear frases impactantes, es decir reflejar una excelente ortografía y un uso adecuado del idioma. Tener noción de cultura general, pues hay quien ha institucionalizado a municipios o ciudades como estados: tales como decir el estado de Toluca, el estado de Ecatepec o de Cuernavaca, o Pachuca inclusive sin imaginar la distorsión mental en los lectores u oyentes.

1.3.- **DESARROLLO**

El desarrollo e influencia que el periodismo ha alcanzado en los últimos años y el interés de parte del público a ser informado de manera expedita, con prestancia y precisión, ha dado al reportaje gran importancia y relevancia, sobre todo, si está bien organizado y escrito de manera inspirada, y no debemos soslayar comentarios que lo refuercen.

La estructura interna, el formato y la apariencia del periódico comenzaron a regularse como hoy lo conocemos: la página editorial, la sección humorística, sección de política, Y lo más importante, el lector es iniciado en el mundo del reportaje.

Por consecuencia, para dar forma y escribir un reportaje, hay que estar o disponer de tres hechos básicos:

A.-) Desear escribir para informar a los auditorios, complacerlos con pormenores, redactados y crear en sí el sentir de haber logrado un propósito al difundir sus ideales sin deformar la investigación.

¹⁰.- IBARROLA Jiménez, Javier, El reportaje, Edit. Gernica, México, D.F., 1994, 135 Pp., Cáp. 3, Pág. 41

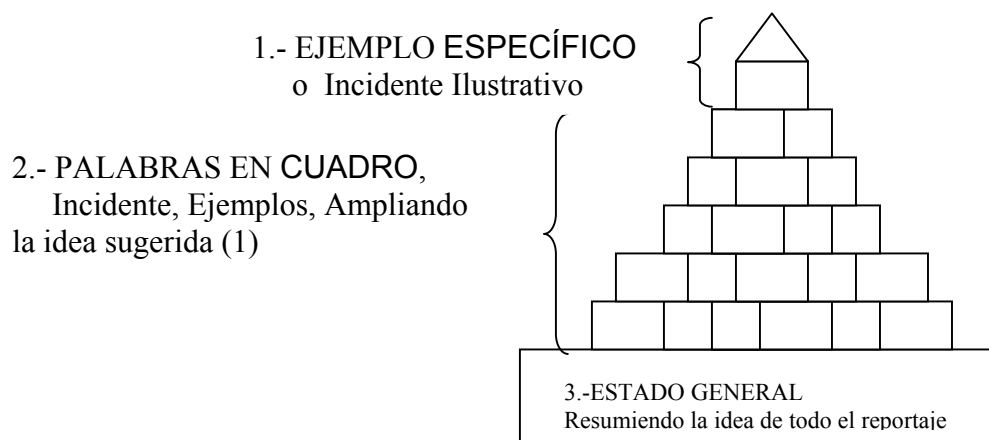
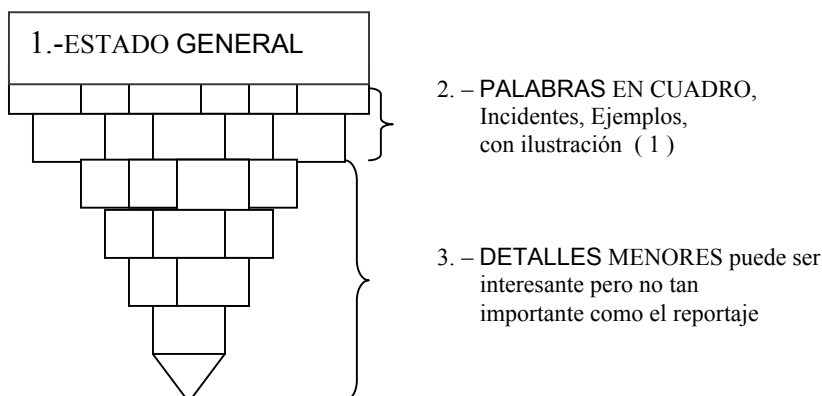
B.-) Buscar y atraer un tema interesante en donde el lector recree su intelectualidad. Y

C.- Que el reportaje estremezca al lector y con esto, atraparle con su tinta o voces y lo haga cautivo como frecuente receptor.

Hay que sujetarse a un marco verídico salpicado con algo de fantasía: el reportaje es para escudriñarse, para satisfacer al interesado.

2.- DOS MÉTODOS DE CONSTRUCCIÓN DEL REPORTAJE

En consecuencia de lo que hemos mencionado, si seguimos la metodología de George Fox Mott quien al respecto explica la construcción del reportaje de la forma siguiente¹¹:



¹¹.- FOX Mott, George, and others, New Survey of Journalism, Edit. Barnes & Noble, Inc., USA, 1968, 410 Pp., Pág. 293

MÉTODO PARA ESCRIBIR UN REPORTAJE

1.- Estado del tema Entrada o introducción

- A. Por medio de una expresión general del objeto en discusión.
- B. Por medio de un ejemplo específico o un incidente ilustrativo

2.- Definición de un tema, comentario de un método para explicar

La idea adicional

- A. Usar borrador de interés con escasa diferencia de expresión
- B. Usar una diferencia de opinión contraria.

3.- El tema establecido, presenta la lógica del sujeto

u objeto que el lector aceptará y asimilará fácilmente

- A. Uso de ejemplos o detalles
- B. Uso de comparación

4.- El tema aplicado: mostrado como la idea que armoniza con otra

verdad general

- A. Comparación con ideas similares
- B. Constante con diferentes ideas

CAPÍTULO

II

LA NOTICIA

La noticia es un reportaje en
embrión. La noticia será entonces la
madre del reportaje
R.A.E. 14-10-2003

1.- CARACTERÍSTICAS

Los periodistas en ciernes se cuestionan con frecuencia: ¿qué es noticia? Y su inquietud se despeja con la consulta del libro de Fraser Bond, *introducción al periodismo* en el que encontramos que la noticia "...es el relato que se hace de un acontecimiento, es la versión de lo ocurrido veridicamente. Es todo lo que interesa a gran parte de la población y que nunca antes había sabido."¹²

De otra parte, la agencia de noticias A.U.P. estadounidense en su manual que proporciona a sus representantes periodísticos, les hacen ver que "noticia es todo aquello de interés acerca de la vida y de las cosas en todas sus manifestaciones."¹³

Entonces, interpretando lo antes dicho, noticia viene siendo un reporte ocurrente de actualidad de los hechos de interés concernientes a la sociedad, y la noticia sobresaliente, es la que mas interesa a un gran numero de lectores.

Lo de importancia para el hombre es la especie humana. Por consiguiente, la noticia que llama la atención al lector u oyente habitual es lo que pudiera

¹².- FRASER Bond, F., Ídem, Pág. 97

¹³.- ÍDEM, Pág. 98

afectarle mas a él cómo es su salud, su seguridad, su bienestar en todo índole; en consecuente, es la información que el receptor espera en correspondencia consigo mismo. A través de la noticia, se analiza la conducta de la humanidad para descubrir aquellas que comuniquen mensajes de algún personaje relevante, o grupo de sujetos.

Se ha tratado de dar una explicación breve pero satisfactoría del género periodístico conocido como reportaje. Se dijo ser derivado de la noticia; que esta da luz al reportaje, pero solo en algunos casos por que se puede hacer un gran reportaje; de algún personaje pintoresco de nuestro barrio, algún Pito Pérez. Más, si observamos sobre todo en noticias del ámbito político y el deporte o la economía son campo propicio para un buen reportaje.

Para el desarrollo de algunos reportajes, se recurre a la metodología de preguntas y respuestas es decir, saber guiar una buena charla que nos dará la información requerida para describir nuestro objetivo; sin embargo, se dan casos de no encontrar la manera de iniciar una conversación y el trabajo se torna intrascendental, superficial. Es cuando el reportero hace un esfuerzo para sustituir la carencia de cultura del entrevistado, recurriendo el reportero a su agudeza mental.

Al redactar un reportaje se cumple con la misión de informar a través de analizar la noticia con las ideas propias del periodista con relación al tiempo, época e instante. Si tratamos un tema de cualquier índole se deberá resaltar el interés humano. Manifestar el suceso, referir las impresiones de contenido; atraer al lector para que vibre junto con nosotros. ¡Con nuestros escritos!

De tal forma, en el periodismo objetivo se da el suceso tal y como ocurre; es presentar los hechos apegados a la verdad; no corrompidos por beneficios personales o de la empresa periodística.

1.1.- ESTRUCTURA DE LA NOTICIA

Cuando escribimos una epístola solemos dar saltos de tema en tema, sin importar el orden de los acontecimientos pero a pesar de ello escribimos con ameno entusiasmo esta carta; un discurso o un sermón sacerdotal, los tratamos con temas sucesivos o continuos, es decir son ligados entre si para no perder el interés de lo narrado. “El cuento y la novela, la obra dramática comienzan por el principio a menudo describiendo el escenario o narrando una escena menor. El final llega cuando se alcanza el clímax... Por el contrario, la noticia periodística actual –que procura transmitir información urgente, antes que entretener al lector- comienza con los hechos más importantes. Luego vienen los detalles, en orden de importancia decreciente”.¹⁴

Pero veamos, el género denominado noticia, se da el caso que algunos reporteros se enfrentan en sus labores a diversas vicisitudes para elaborar su trabajo; el periodista va en su busca y debe ser eficaz. No olvidará que la noticia es lo esencial para su periódico, tiene múltiples enfoques que solo los reporteros logran dar con ellos. Se requiere de habilidad y conocimiento del tema, tener tacto y ser oportuno al suceso. Es necesario, cuando se dan las circunstancias de adelantarse a los acontecimientos, pero sin comprometer a su periódico; es lo que se dice: tener olfato periodístico.

De cierto, en la redacción de la empresa periodística, un equipo de redactores está pendiente de los teléfonos, de los canales televisivos o de la

¹⁴.- WARREN, Carl N., Géneros periodísticos informativos, Edit. A.T.E., Barcelona, España, 1975, 487 Pp., Pág. 98

radiofonía o de cualquier otra sistema informativo para captar algún indicio de noticia para, de tal suerte, contactar con sus reporteros y así informarles de posibles eventos para investigarlos. Momento en que el reportero se desplaza ipso-facto al lugar de los hechos; al encuentro de la noticia.

El tener conocimiento de primera mano de un suceso lo más exacto y posible, es indispensable para elaborar escritos noticiosos que nos lleven a la proximidad de los hechos; el escudriñar indicios como rastros dejados por las circunstancias de lo ocurrido es lo indicado para la investigación.

Cuanto mas esté el reportero atento a los acontecimientos le será fácil diferenciar lo esencial de lo no importante. El reportero tendrá constantemente el afán de encontrar información fresca, que dé fuerza expresiva a la noticia.

El que escribe noticias debe saber distinguir y desglosar los hechos, decir con claridad lo que quiere dar a conocer, lo que ha visto, lo que otros le han comentado o tal vez una suposición; de tal suerte que de la noticia se debe indicar el hecho, el acontecimiento que da origen al suceso (el qué), los protagonistas (el quién), el momento en que sucedió (el cuándo), cuestión de hechos (el cómo), su procedencia (el dónde), así como justificar las suposiciones en referencia. Es de importancia indicar dónde y cuándo se ven posibilidades de buscar noticias, así mismo, que el periodista esté al tanto de los acontecimientos.

De la noticia lo que llama la atención al lector, es un relato de acontecimientos de interés, de tal forma vemos que noticia es una comunicación, información o reporte inéditos, de interés general, con determinado valor sin perder actualidad. En la noticia se da la significación de los hechos consumados. La aceptación de lo veraz varía según el carácter que se otorgue a la propia

veracidad. De tal forma se discurre que noticia es lo nuevo, lo trascendental, lo del momento.

1.2.- EL HECHO

Pero la noticia es la narración de los hechos, el reporte de un acontecer verídico, ¡un hecho vivo! Y ¿qué es un hecho? Bien, es algo que esta presente, esta realizado en el entorno universal: Julia Didier, en su diccionario de filosofía nos refiere ser “cualquier dato en la experiencia entre el ‘hecho bruto’ que corresponde a la percepción común (por ejemplo: veo un objeto que cae) y el ‘hecho científico’, que es un enunciado en términos científicos (la ley de esta caída, conforme a la ley general de la caída de los cuerpos es un hecho científico que puede repetirse indefinido número de veces), un hecho histórico, gracias a sus particularidades de tiempo y lugar, recibe el nombre de ‘acontecimiento’ De una manera general, el hecho designa un simple dato y en consecuencia, se opone a la ley que enuncia un principio general”¹⁵

El hecho es lo verídico, lo que nos da a conocer los acontecimientos; las experiencias del hombre común, lo externo y lo libre sin sufrir alteración alguna, como lo indica el diccionario del lenguaje filosófico de Paul Foulquié: lo que se percibe clara y manifiestamente de lo verídico singularmente: Lo que ocurre con regularidad cuando ciertas condiciones están dadas y son objetos de una experiencia universal.

A este razonamiento, el autor Foulquié¹⁶ lo divide en tres partes: bruto (es el llamado pre-científico y consiste en los datos inmediatos de la observación), científico (son datos del hecho bruto, pero precisados e interpretados con ayuda

¹⁵- DIDIER, Julia, Diccionario de filosofía, Edit. Diana, México, D.F., 1999, 335 Pp., Pág. 132

¹⁶- FOULQUIÉ, Paúl, Diccionario del lenguaje filosófico, Edit. Labor, S.A., Madrid, España, 1967, 1089 Pp., Págs. 459-462

del método del saber, integrados a una teoría), el primitivo (es el esfuerzo voluntario anterior a cualquier elaboración racional del bruto)

De cierto, en las ciencias los hechos son los que tienen la razón ocasionalmente contraria al sentido común. De acuerdo a lo escrito, lo veraz no se nos da como si fuera un obsequio, pues es necesario tener la capacidad suficiente para escudriñar algo que nos parece un misterio, por ejemplo: los hechos cósmicos han estado situados en el infinito sideral a través de los siglos a la vista de la humanidad, empero, lo que estos hechos hacían patente no era un hecho sino un enigma que ha tenido repercusiones científico-políticas convertidas en noticia mundial.

Los hechos vienen a ser por tanto, los acontecimientos que se dan en el mundo afectando al ser, de una u otra manera. Se dan en nuestro entorno, en nuestras vidas y de cierto, el conjunto de contenidos expresados en el hecho, nos hace concebir una existencia verídica.

1.3.-EL SIGNIFICADO.-

Más, no se debe de descartar otro elemento que forma una trilogía con la noticia y el hecho: la significación. El significado es la representación o sentido de una palabra o frase desde el punto de la lingüística. De cierto, la noticia tendrá que dar cause al significado de un hecho verídico consumado.

La intención es comparar el contenido del juicio que parte de una correcta disposición de las frases entre si con funciones diferentes, que expresen experiencias vivas para dar a conocer juicios de un concepto con el propósito de señalar un objetivo o hecho. La determinación del significado en los actos intelectuales: en primer término es dar atributos para satisfacer su intelecto.

Es necesaria la capacidad intelectual del escritor, tanto de noticias como de reportajes, para separar lo útil de lo inútil, ajustar los hechos a su significación: mejorar y distribuir lo investigado.

Resumiendo: *la noticia es el significado que se le da al hecho.*

1.4.- **DESARROLLO.-**

En el desarrollo o construcción de la noticia, observamos que no nada mas es el hecho descrito, por muy seductor que parezca, sino la narración realizada del acontecimiento que le da cuerpo a la noticia; es dar la versión de lo ocurrido.

Concretamente, para el desarrollo, no se define a la noticia como a una “cosa” que ocurre sino como a diversas “cosas” variables en versión que se da a los hechos de actualidad. De suerte, la noticia es la significación propia y general de un hecho.

En el desarrollo de la redacción de la noticia se dan cuatro aspectos a seguir:

El primero es la cabeza o título del escrito; el segundo es el primer párrafo, clímax o entrada principal (1)* en donde el reportero contesta las interrogantes que la persona común se hace: ¿qué, quién, cómo, cuándo, dónde, porqué? Ésta parte es la que mas debe atenderse, pues aquí se da la noticia en síntesis, sin que pierda importancia el resto de la redacción; empero, que despierte el interés del lector.

Con respecto a lo restante de la noticia, El reportero amplifica, cabalmente la información en la que se da una explicación mas pormenorizada (2)*. Se escoge el incidente que sigue en importancia inclusive, para abordar los sucesos de menor importancia (3)*.

* ver esquema de la noticia (página 27)

Con respecto a la estructura interna de una organización editorialista, observamos que el formato y la apariencia del periódico comenzaron a regularse como hoy lo conocemos: la página editorial, la sección humorística; por ejemplo tenemos la edición del diario El Universal del 02- 06-2004 que contiene: la sección A contiene información general, política, reportajes, artículos de fondo y el editorial; la sección B nos muestra las notas financieras; la sección C nos da información del D. F., comunidad y metrópoli; la D nos enteramos de los acontecimientos deportivos; la E es de espectáculos; en la sección F encontramos notas culturales; la G nos da notas de sociedad, vida, tentaciones; en la sección H encontramos el aviso oportuno. Además, nos proporciona un suplemento especial “La cumbre de estrategia política”.

Otro ejemplo es el periódico Reforma 02-06-2004 conformado de la siguiente forma: en su sección A nos da información general nacional e internacional, política, en sus páginas 18 a 20 informaciones de los estados, de la 22 a 23 opinión y editorial; una segunda parte de esta sección contempla la subsección negocios (economía, mercados y finanzas).

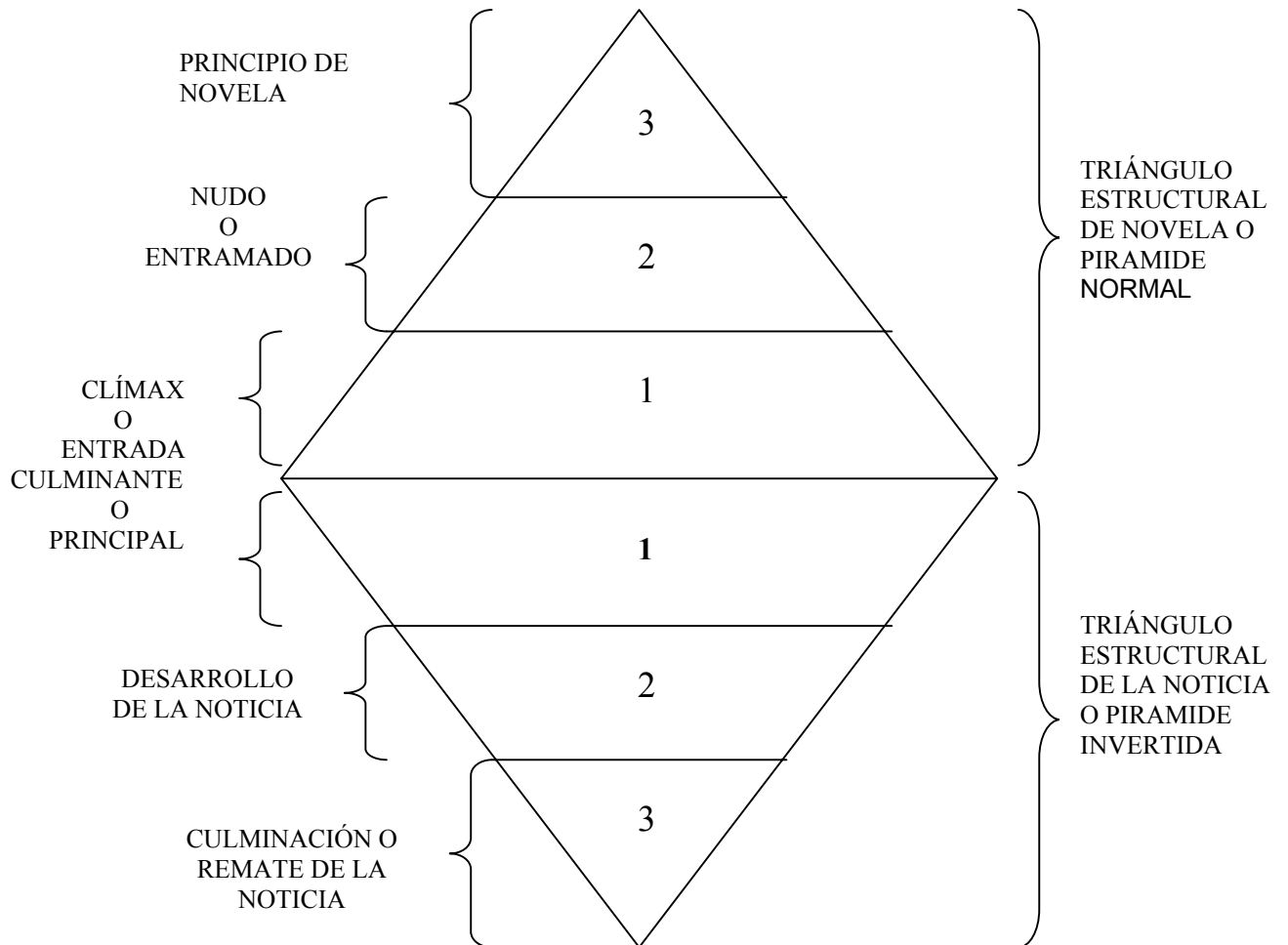
La sección B denominada Ciudad y Metrópoli, en sus páginas 6 y 7 se informa sobre justicia. La C es de temas culturales; la sección D nos da información deportiva; la E denominado gente: sociales y farándula; la sección F nos informa de negocios y empresas, incluye el aviso de ocasión

BREVE EXPLICACIÓN DEL ESQUEMA DE LA NOTICIA.

En el siguiente esquema trato de dar forma a la construcción de la noticia. De esta, hay una forma de escribirla y es iniciando con el clímax para continuar el

desarrollo con los detalles o notas secundarias y finalizar con los detalles que concluirán la noticia.

Hay quien escribe exactamente a la inversa de esta explicación, son los que se dedican a redactar novelas



1.- En novela: culminación o desenlace

en noticia: clímax o principio

2.- En novela: nudo o entramado

en noticia: desarrollo con las notas secundarias

3.- En novela: principio, se pone en conocimiento del lector la importancia de la obra

en noticia: culminación o remate de la noticia

Los reporteros escriben sus noticias con el clímax en principio es decir, lo de mas interés de los hechos para continuar con el desarrollo y rematar con la culminación, que son las notas finales.

En síntesis, los escritores de novela inician con los detalles para adentrar o interesar al lector en el suspenso, con los párrafos de interés secundario, para prepararlo cuando llegue el clímax o final de la novela.

Con la estructura de las dos pirámides: una invertida, la otra normal; se distingue la narración periodística verdadera y de la ficción.

La forma de redactar una nota informativa es determinada por la política del rotativo. El requerimiento de un buen estilo en la historia de las noticias no es arbitrario ni convencional; las estipulaciones y mecanismos bajo las cuales los reporteros escriben sus trabajos periodísticos tendrá que ser estrictamente con la mejor ética e imparcialidad.

PÁGINA DE REFERENCIAS

REPORTAJE

- 01.- VELARDE, Herman, El Reportaje, Edit. Arica, Lima, Perú, 1972, 178 Pp. Pág. 9.
- 02.- FRASER Bond, F., Introducción al periodismo, Edit. Limusa-Wiley, S.A., México, D.F., 1969, 419 Pp., Pág. 139.
- 03.- FRASER Bond, F., Introducción al periodismo, Idem, Pág. 139.
- 04.- CHAUCHARD, Paúl, La Fatiga, Edit. Oikos-Tau, S.A., Barcelona, España, 1971, 124 Pp., Pág. 28.
- 05.- FÚLÖP-MILLER, René, Rasputín: El Diablo Sagrado, Edit. Iberia, Barcelona, España, 1929, 468 Pp. Pág. 10 (prologo).
- 06.- CHAUCHARD, Paúl, La Fatiga, Idem, Pág. 45.
- 07.- FRANZ, Erdmann, El Poder Mental, Col. Nuestro Tiempo 8, Edit. Don Bosco, México, D.F., 1975, 125 Pp., Pág. 77.
- 08.- NITZCHE, Federico, El Anticristo, Edit. Mexicanos Unidos, S.A., México, D.F., 1986, 124 Pp., Pág. 118.
- 09.- ESPASA-CALPE, Enciclopedia Universal Ilustrada, Edit. ECSA, Madrid, España, 1993, Tomo 50 (L), Pág. 1415.
- 10.- IBARROLA Jiménez, Javier, El Reportaje, Edit. Gernica, México, D.F., 1994, 135 Pp., Cáp. 3, Pág. 41.
11. - FOX Mott, George & others, New Survey of Journalism, Edit. Barnes & Noble, Inc., USA, 1968, 410 Pp. Pág. 293.
- 12.- FRASER Bond, F., Ídem., Pág. 97
- 13.- ÍDEM, Pág. 98
- 14.- WARREN, Carl N., Géneros periodísticos informativos, Edit. A.T.E., Barcelona, España, 1975, 487 Pp. Pág. 98.
- 15.- DIDIER, Julia, Diccionario de filosofía, Edit. Diana, México, D.F., 1999, 335 Pp., Pág. 132
- 16.- FOULQUIÉ, Paúl, Diccionario del lenguaje filosófico, Edit. Labor, S.A., Madrid, España, 1967, 1089 Pp., Págs. 459-462.

OBRAS CONSULTADAS

REPORTAJE

- 1.- BOSCH García, Carlos, La Tesis Profesional, Edit. U.N.A.M, México, D.F., 1959, 62 Pp.
2. - BURGH, Hugo De, Investigative Journalism, Edit. Hugo de Burgh, New York, U.S.A, 2000, 316 Pp.
- 3.- CANTAVELLA, Juan, Manual de la Entrevista Periodística, Edit. Ariel, S.A., Barcelona, España, 1996, 180 Pp.
- 4.- CURTIS D., McDougall, Reportaje Interpretativo, Edit. Diana, México, D.F., 1983, 606 Pp.
- 5.- FERGUSON, Donald L., El Periodismo en la Actualidad, Edit. EDAMEX, México, D.F., 1988, 367 Pp.
- 6.-FONTCUBERTA, Mar De, La Noticia (Pistas para Percibir al Mundo), Edit. Paidós, Barcelona, España, 1993, 148 Pp.
- 7.-FOX Mott, George & Others, New Survey of Journalism, Edit. Barnes & Noble, Inc., U.S.A, 1968, 410 Pp.
- 8.- FUCIK, Julius, Reportajes (Al pie de la Horca), Edit. Cultura Popular, México, D.F., 1975, 176 Pp.
- 9.- HOCHMAN, Elena y Montero, Maritza, Técnicas de Investigación Documental, Edit. Trillas, México, D.F., 1979, 88 Pp.
- 10.- LEWIS, Carolyne Diana, El Reportaje por Televisión, Edit. Publigráfico, S.A., México, D.F., 1994, 230 Pp.
- 11.- MARTÍNEZ Albertos, José Luis, La Noticia y los Comunicadores públicos, Edit. Pirámide, S.A., Madrid, España, 1978, 244 Pp.
- 12.- MAYOBNE Machado, José A., Información, Dependencia y Desarrollo, Edit. Monte Ávila, C. A., Caracas, Venezuela, 1978, 206 Pp.
- 13.- MENDIETA Alatorre, Ángeles, Métodos de Investigación y Manual Académico, Edit. Porrúa, México, D.F., 1980, 214 Pp.
- 14.-ORIVE Riva, Pedro, Estructura de la Información Periodística, Edit. Pirámide, S.A., Madrid, España, 1977, 155 Pp.
- 15.- ORTEGO Costales, José, Noticia, Actualidad, Información, Edit. Universidad de Navarra, S.A., Pamplona, España, 1976, 159 Pp.
- 16.- PARDINAS, Felipe, Metodología y Técnicas de Investigación en Ciencias Sociales, Edit. Siglo XXI, México, D.F., 1969, 188 Pp.
- 17.- RODRIGO Alsina, Miguel, La Construcción de la noticia, Edit. Paidós, Barcelona, España, 1989, 208 Pp.
- 18.- RODRIGUEZ Castañeda, Rafael, Prensa Vendida, Edit. Grijalbo, México, D.F., 1993, 370 Pp.
- 19.- SHERWOOD, Hugh C., La Entrevista, Edit. Prisma, S.A., México, D.F., 1976, 140 Pp.
- 20.- TUCHMAN, Gaye, La Producción de la Noticia, Edit. Gustavo Gili, S. A., Barcelona, España, 1983, 241 Pp.

SEGUNDA PARTE

CAPÍTULO

III

EL QUÉ DE LA COMUNICACIÓN

No he sido inspirado por ideales de liberalismo pero , los medios de difusión: escrita , audio y visual han caído en el negativismo, en el libertinaje; se han convertido en un estercolero. En una competencia putrefacta, materialista . prefiriendo enajenar a los auditorios en lugar de darles educación y buen esparcimiento: *DE DONDE VENGO, QUIEN SOY, A DONDE VOY.*

R. A. E . - 06-02-2002

1. COMUNICACIÓN

En la comunicación humana, la socialización inevitable y deseable de las comunidades reclama una actitud y una producción comunicativa que se apegue a la ética y a la investigación. En el transcurrir del tiempo, la investigación consagrada a la ciencia de la comunicación se limito a la historia del hombre; por lo que estos estudios adquieren gran relevancia en la humanidad, actualmente son apoyados con bases científicas de varias disciplinas, entre ellas se encuentran: la sociología, antropología, psicología, filosofía del lenguaje, semiótica, matemáticas, etcétera, desarrollados en universidades e institutos dedicados a estas investigaciones, para dar respuesta a esos reclamos sociales.

La comunicación es fuente de estudio con antecedentes y experiencias en su perímetro de dominio para poner en conocimiento de los auditorios algo que

se da a la generalidad (poner en común algo a alguien), es “uno de los factores que, en forma más directa, efectiva e inmediata, influye en la vida, en el desarrollo y en las condiciones del mundo de hoy como son los medios de comunicación masiva”¹. Analiza a través de observaciones las conductas de la humanidad para descubrir aquellas que comuniquen mensajes de alguna persona o grupos de sujetos.

De tal suerte la comunicación estudia los mensajes de un emisor a un receptor y a la inversa a través de un código de signos convencionales; y es cuando cobra importancia la comunicación interpersonal.

En consecuencia el comunicarse es motivo de “...una de las actividades esenciales, probablemente incluso en la actividad principal del hombre y la mujer ... la mayoría de las veces lo verifica un lenguaje más elaborado: la sucesión de sonidos articulados del lenguaje oral o la sucesión de letras del lenguaje escrito”²

La comunicación es ante todo, un proceso para establecer una correspondencia entre emisor y receptor, es un intercambio de opiniones y puntos de vista que recurren a objetivos en curso para mantener latente a este proceso comunicativo; por cierto, es importante y necesario que la información no se descontextualice de su origen y en su contenido.

Wilbur Schramm con respecto a las ciencias de la comunicación nos señala lo siguiente: es ...“una de las más importantes encrucijadas en el estudio de la conducta humana... fundamental. Sin la comunicación no existirían los grupos humanos y las sociedades. Difícilmente se puede teorizar o proyectar investigaciones en cualquier campo de la conducta sin antes haber hecho

¹- RAVINES, Eudocio, El interés social y el foro nacional de la comunicación, RESUMEN No. 53, Mayo 1970 México, D.F., Edit. Libertad, Pág. 11

²- GAUQUELIN, Françoise, Saber comunicarse, Edit. El mensajero, Bilbao, España, 1970, 245 Pp., Pág. 19-21

algunas hipótesis con respecto a la comunicación humana ...han atraído el interés de psicólogos, sociólogos, antropólogos, políticos, científicos, economistas, matemáticos, historiadores y lingüistas... Ha sido una encrucijada académica por la cual han pasado muchos, pero pocos se han detenido”³

El estudio de la comunicación es indispensable para que los comunicadores cumplan su elevada misión de humanizar a las comunidades por medio de la verdad es decir, se trata de dar los mensajes precisos con los que informe a los auditorios, de persona a persona, sin mácula de ninguna especie; de suerte tal, que el comunicador cumple éticamente con su misión en la medida en que hace ciencia, es decir conciencia del mundo en que vivimos.

Por eso es válido afirmar que la comunicación es un fenómeno de vital importancia en nuestra vida y para el desarrollo de la especie humana; nos invita a lograr la superación personal en busca de la supervivencia, de tal suerte que se podrán establecer colectividades en constante esfuerzo por lograr metas de mejor calidad dentro de la estructura social. No hay que soslayar que corresponde a cómo se comporte el individuo, éste tiene la necesidad de relacionarse con sus semejantes dentro del concierto social en donde encontrará esa satisfacción que lo encausará y motivará a alcanzar sus objetivos.

Por medio de la comunicación, “base de las relaciones y de la actividad intelectual del hombre, cualquiera que sea su forma de expresión,... utilizando elementos de conocimientos que tienen en común y que responden a un mismo código de signos.”⁴, o bien de sus preceptos internos a través de su psiqué; en consecuencia, se intuye al hombre como un ser de naturaleza social.

³.- SCHRAMM. Wilbur, La ciencia de la comunicación, Edit. Grijalbo, México, D.F., 1982, 181 Pp., Pág. 4

⁴.- DE L A MOTA, Ignacio H., Diccionario de la comunicación, primer tomo, Edit. Paraninfo, Madrid, España, 1988, 374 Pp., Pág. 161

Por la necesidad de darse a entender con los demás se interpretan las formas de cómo relacionarse con otros, así es como surge la comunicación humana, con lo cual realiza sus propósitos, con la cooperación de sus congéneres que le darán el carácter de interdependiente, generando el desarrollo de la sociedad en que vive. De ésta circunstancia, de una u otra forma, la comunicación se genera en los ámbitos sociales al lograr su efecto en donde el objetivo es como la estructura de una ecuación:

$$\textit{MEDIOS + COMUNICACIÓN = SOCIEDAD} \quad S = M + C$$

De este factor se conformará el proceso de la comunicación en todos sus aspectos, expresada en tal forma en tratados a través de un conjunto sistemático de símbolos variando según el medio a emplear, sea escrito o audiovisual; sin embargo, se debe tener en cuenta que el mensaje no es el medio sino la intención proveniente de un emisor que da significado a lo que expresa para persuadir a alguien, por ejemplo en publicidad se crea en la mente del receptor la necesidad de algo a través de mensajes subliminales, intentando afectarle para permear su psique e inducirlo a una actitud determinada y conveniente, para que se comporte según los deseos del emisor.

De suyo, la comunicación es trascendental, es un medio que nos lleva a un cúmulo de conocimientos con los que el hombre se sentirá por esencia un ser para expresar su razonamiento y sentirse común a los otros, privilegiarse del conocimiento en sí y por sí, darse intelectualmente a los demás y considerar las reglas de conducta a seguir dentro de una sociedad eminentemente comunicada.

La finalidad de la comunicación es instaurar la íterinfluencia dentro de la sociedad con la acción para generar una reacción; es decir, el receptor se convierte en emisor y éste en aquel, mediante la retroalimentación que,

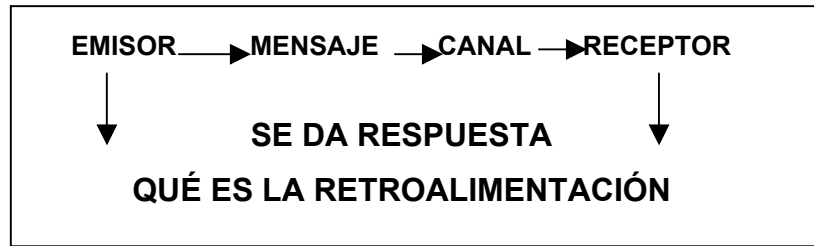
comprueba el grado de éxito o fracaso alcanzado por los usuarios de los medios de la comunicación, sin dejar de observar algunas fallas de sintonía entre ambos interlocutores.

David K. Berlo⁵ nos indica que con la retroalimentación es posible darse una comunicación compuesta de mecanismos implicados en la regulación del mensaje que fortalezca el esquema tradicional de ésta, pues el receptor tiene oportunidad de influir con respuestas al emisor, es decir las personas originan una conversación efectiva. El receptor pregunta, expone dudas, expresa desacuerdos. Reaccionará ante el mensaje que se le ha transmitido.

Esta reacción del oyente, demuestra al emisor el mayor o menor grado de éxito que obtuvo en su propósito informativo. La retroalimentación es una nueva comunicación en sentido inverso, es decir, del receptor al emisor.

El proceso de la comunicación se complementa al darse la retroalimentación, pues toda comunicación supone un intercambio de ideas entre dos o mas personas que simultáneamente son emisores y receptores en multitud de mensajes con los que se logran cambios de conductas para unificar acciones basadas en la comprensión y respeto de las ideas. No se trata de que el emisor se concrete a transmitir mensajes a los receptores, sino que se obtengan respuestas por parte de los auditorios; esto motiva a que los oyentes se conviertan en emisores de nuevos mensajes y el emisor de la información primera se convertirá en receptor de una segunda comunicación.

⁵.- BERLO, David K., El proceso de la comunicación, Edit. Ateneo, México, D.F. 1993, 228 Pp., Caps., 4 al 6, Págs. 57 a la 126



Por medio del factor comunicación buscamos abiertamente la forma en que habrá de desarrollarse la vida del hombre por el hombre, y encontrar el motivo del hombre con el infinito en una relación hombre universo existencial.

HOMBRE = UNIVERSO INFINITO

Esto implica que el hombre es tan sólo un punto en el ancho espacio universal: un todo por su capacidad cognoscitiva, y un nada por ser una partícula en el cosmos. De tal suerte, que las formas de comunicarnos nos hará más compatibles con los demás, según sepamos usar o llevar ese vaivén de la comunicación universal en que el hombre dentro de su naturaleza, en la que él y sus semejantes viven en conformidad.

2.- NECESIDADES DEL HOMBRE EN CUANTO A COMUNICACIÓN

Pero, el factor comunicación es la expresión de las necesidades del hombre que busca generar satisfactores para esas demandas o necesidades. No, no podemos soslayar el que el fenómeno de la comunicación sea tan sólo un producto social generativo de otros productos, determinando el desarrollo de las sociedades en un intento de cambiar a la naturaleza misma y de tener el control de todo,

De si, a través del análisis de la programación de televisión, observamos como nos dan en nuestras casas escenas de criminalidad, por medio de esa ventana electrónica llamada pantalla chica, que afecta la intelectualidad y moral del receptor.

Es de imaginar, que los medios deberían estar en manos de gente de cultura intachable, cuya influencia puede ser decisiva sobre los modos de pensar y actuar en el estilo de vida de los hombres o del pueblo. Empero, ¿cómo se vería o se manejarían los medios de comunicación en manos del gobierno o de algún partido político: cabría suponer que por doquier se bombardearía a los ciudadanos de ideales políticos y caeríamos en un estado de régimen autoritario; tal como ocurrió en México, bajo los regímenes del estado partidista, cuando el gobierno no supo administrar la televisora de **Imevisión**

De otra parte ¿el pueblo esta suficientemente apto y capacitado para dirigir una empresa de tal responsabilidad y magnitud como son los grandes consorcios comunicativos? creemos que no porque se caería en relajamientos culturales con la variedad de programas ofrecidos por estos medios y con frecuencia los operarios de los medios tratarían de llenar esas cajas encefálicas de los auditorios con valores falsos.

A través de los medios de comunicación se influye de forma directa e inmediata en la vida, el desarrollo y las condiciones de la humanidad para difundir la información, la educación y el esparcimiento para que de esta manera se inspire confianza en los receptores, y estos ya no se sentirán más una masa sin importancia, indiferente para el orador; traduciéndose en una serie de varios auditorios grandes o pequeños; para dar paso a un ajuste pleno al ideal del equilibrio emisor, mensaje, receptor (E + M + R).

El tratar a los oyentes como seres humanos inteligentes, dando oportunidad de entender la información dirigida a ellos; sin adoptar aptitudes puritanas con respecto al entretenimiento y diversión, más esto es solo un factor de la ecuación señalada líneas arriba.

De tal forma para proporcionar cierta ayuda “que la sociedad espera... pues no existe duda... que ‘los medios de comunicación de masas reflejan la estructura y los valores sociales de la comunidad igualmente como agentes de transformación social’”⁶

Sin embargo, según se desarrollen los medios de la comunicación, más cautos debemos ser en su manipulación, porque éstos en manos de gente enferma de poder, puede ser un arma mortal y poderosa que, por medio de la enajenación manipularían a las masas.

“una sociedad de masas es aquella ‘en la que varias o la mayor parte de las instituciones principales están organizadas para tratar con las personas como totalidad y donde las similitudes entre las actividades y la conducta de los individuos tienden a considerarse más importantes que sus diferencias’. De las sociedades o instituciones organizadas de este modo se dicen que poseen carácter masivo”⁷

El factor comunicación es un proceso por el cual se expresa, dialoga e interacciona el hombre asumiendo una actitud, una conducta. La educación es parte constitutiva, esencial de conocimientos morales: costumbres, hábitos y modos de pensar y actuar del individuo. Señala finalidades. Es el elemento imprescindible en el ser y por ende, de la sociedad: la encontramos en todos los ámbitos y en algún momento y de cualquier modo o forma así: impresa, auditiva, video, mímica, en fin, en cualesquiera de sus manifestaciones entendidas y comprendidas por el humano: propaganda, publicidad, religión, arte, relaciones públicas, etc.

⁶.- MARGÁIN Zozaya, Ricardo, Influencia de la comunicación en la evolución de la sociedad, RESUMEN, No. 53, Edit. Libertad, México, D.F., Mayo 1970. Pág. 35

⁷.- McQUAIL, Denis, sociología de los medios masivos de la comunicación, Edit. Paídos, Buenos Aires, Arg., 1979, 124 Pp., Pág. 34

Es importante tener en consideración que las exigencias o necesidades del habitante del mundo hacen imprescindible la comunicación, creando condiciones básicas en y a la vida humana.

Al desarrollarse el trabajo se multiplica la ayuda, se debe dar mutuamente con una actividad conjunta y reciclable mostrando así las ventajas de esas acciones coligadas en donde el individuo, como célula, tiene la obligación de contribuir con lo que, necesariamente, se forman núcleos, grupos de personas en donde la dinámica florecerá.

Con lo que, a fortiori, los miembros nucleares se vieron obligados a cruzar palabras: los unos con los otros; de tal forma se da paso a las palabras así, el hombre se vio estimulado y, en esfuerzo común, se desarrollo más y más a tal grado de generar un vocabulario y luego el lenguaje "los orígenes del lenguaje humano se pierden en las nieblas de la prehistoria, pero nuestras mejores conjeturas sugieren que el hombre era un animal capaz de comunicarse, que vivía en pequeños grupos..."⁸

El hombre se dejó arrollar por el caudal de costumbres para saber explicar sus actos por medio del pensamiento traducido en palabras: "los hombres transmiten informes e ideas, por medio de la palabra hablada, a personas, a pequeños grupos, a grandes auditorios; en escuelas, iglesias, en asambleas cívicas y en repletos salones. La eficacia de las palabras en los hombres ante cualquier auditorio depende, tanto de la forma como los oradores dicen lo que tienen que decir, como del contenido de sus palabras mismas. En su mejor forma, la influencia superior de la palabra hablada sobre la palabra escrita encuéntrese

⁸.- DeFLEUR, Melvin L. (Tr. Negrotto, Adolfo A.), Teorías de la comunicación masiva, Edit. Paídos, Buenos Aires, Arg., S/F., 339 Pp., Pág. 19

en la aptitud del orador: de impresionar a su auditorio con sus características personales y su manera de decir las cosas"⁹

De tal suerte, observamos en la investigación de campo efectuada, la disposición de algunos grupos para lograr progresos en sus vidas, dando paso a factores determinantes en la evaluación social por medio de la transmisión de conocimientos. El origen de estas reflexiones nos lleva a no considerar la neutralidad de las técnicas de la comunicación, sino a intuir que los comunicadores interpretan las propiedades características del contenido en los mensajes emitidos y, por ende, enajenantes en manera unilateral en la conductas estructurales de la sociedad errada; estos, según las sociedades de cada ciclo (es decir, según la época en que nos toque vivir , y que nuestras cajas encefálicas trabajen acordes a nuestra idiosincrasia), se dará la recompensa de su tecnología informativa.

Al tener la necesidad de decir algo a alguien fue por un cierto temor de sentirse solo, encontrarse en éste punto tan chiquito en el Universo, pero tan inmenso para el hombre La sobrevivencia iba siendo mas y mas importante, pero éste sentimiento fue generado por la soledad. Si, el hombre era un paría: ir de aquí para allí, de allí para cualquier otro lado sin saber a donde ir y qué hacer, excluido de las ventajas de los demás o, si sabía ¿Para que hacer algo sin sentido, sin importancia? Pero como líneas arriba se dice surgieron las palabras y el lenguaje, agrupando en núcleos a esas células dispersas por acá y por aquí. Propiciando la unificación humana: "...Así ... se formo la opinión pública, que viene a ser esa corriente de ideas y juicios que comienzan a ser comunes a un

⁹.- FRASER Bond, F., Introducción al periodismo, Edit. Limusa-Wiley, México, D.F., 1969, 419 Pp., Pág., 44

notable número de personas... esa opinión pública se mueve siempre frente a hechos... seguida de una actitud común...”¹⁰

Si bien en lo intelectual lo que más desconcierta y enajena en las familias y en consecuencia de la vida social, han sido los medios de comunicación que deforma la mente del auditorio; salvo algunas excepciones en donde se da programación cultural.

2.1.- LA OPINIÓN PÚBLICA EN LA COMUNICACIÓN

A nuestra consideración la Opinión Pública es un razonamiento colectivo originado por un acontecimiento o un enigma en sociedad; comprometida en este entender, la opinión no puede pertenecer como tal ni al contorno de la Psicología ni al de la Sociología, porque el criterio de las personas construyen la opinión pública según José Ferrater Mora¹¹ en su diccionario de Filosofía nos dice que: “La opinión es un fenómeno social que no se halla situado en el mismo plano del saber o de la certidumbre, sino que expresa más bien una forma especial de comportamiento. La opinión pública es por esto más un modo de actuar que de pronunciarse sobre la realidad, aún cuando se trate de un actuar que implica su manifestación en ciertos pronunciamientos. Mientras la opinión individual es un acto intencional, la opinión pública es un estado y ella misma se convierte... en objeto de cualquier posible opinión...”

Observamos que la opinión pública es un fenómeno social en el que cualquier individuo puede con libertad dar sus opiniones y expresiones ante un

¹⁰.- MARGÁIN Zozaya, Ricardo, Influencia de la comunicación en la evolución de la sociedad, Ídem, Pág. 32, 33

¹¹.- FERRATER Moro, José, Diccionario de filosofía, Edit. Sudamericana, Buenos Aires, Arg., 1975, 962 Pp., Vol. II, Pág. 583

auditorio, habrá quien le rebate algunos de sus tópicos ¿porqué? Porque es pública la opinión y todos a partir de una libertad respetada tenemos el derecho de expresión.

La opinión pública por sus distintos niveles socio-cultural, político-religioso llega a influir a los individuos, incluso comunidades y países enteros tenemos como ejemplo el fascismo hitleriano y el comunismo de la antigua Unión Soviética, incitándolos a un cambio de conducta favorable para el interesado; se le considera al cambio de conducta, un reflejo de esperanzas comunes engendrando cosas y causas indispensables para la conservación de una comunicación adecuada y correcta dando una sociedad armoniosa.

La primera etapa de la formación de opinión pública depende de dos factores muy importantes que son: el hecho y el conocimiento; para que el hecho pueda ser un factor decisivo, es necesario que sea conocido por toda la sociedad, ello se logrará a través de los medios de comunicación masiva. La noticia es uno de los principales ingredientes que propicia la opinión pública, al provocar condiciones esenciales para iniciar el proceso de formación de la expresión pública, de suerte, las condiciones son provocadas por poner en duda determinadas pautas culturales; expresar inquietudes ocultas con la finalidad de aligerar las presiones contenidas; o tratar de hacer cambios que sea de interés para las mayorías.

Para que se de una opinión pública es necesario que exista una disposición individual y un clima comunicativo. Información proporcionada por los medios masivos, y en forma grupal creando en el ser a un individuo positivo en sí y para sí consigo y para con los demás. De cierto, tenemos que “la opinión

publica no es ciertamente la opinión de los pueblos. Solo se trata de la de quienes controlan los medios de información, prensa, cine, radio, televisión, etc. Así, la opinión pública no es sino la de una minoría..., y nada tiene que ver con lo que en verdad opinan los pueblos. Los medios de difusión en el mundo son un monopolio...”¹²

El guía de opinión pública es un personaje que recoge originalmente las investigaciones de los medios para transmitir las a terceras personas, con el contenido de su propio comentario sobre las indagaciones recogidas. El líder de opinión es conocedor del área de la comunicación y en un tema determinado, por ejemplo, los líderes en política no lo son en arte u otro contenido.

3.- CONOCIMIENTO DEL MARCO DE REFERENCIA

Con relación a la historia de los medios, nos involucra navegar en los mares del tiempo para comprender su creación y desarrollo; se toman en cuenta a tres grandes forjadores de la comunicación: el habla, la escritura y la imprenta que contribuyeron en forma decisiva.

3.1.- EL HABLA

“Gracias a la lengua el hombre ha podido formar sociedades... Mediante la lengua expresamos nuestros pensamientos, nuestras emociones, nuestras actitudes... acerca de la manera de hablar de los demás; la lengua permite así mismo la creación de poesía... Como aprendemos a hablar sin darnos cuenta, nos parece que la lengua es un hecho natural y nos desentendemos de ella. Nos hacemos conscientes de la comunicación lingüística sólo en contadas ocasiones,

¹².- ROMANESCU, Train, Traición a occidente, Edit. Jus, México, D.F., 1961, 287 Pp., Pág. 275

como cuando corregimos a quien no se expresa según determinado modelo;”¹³.
 Por medio del habla, el hombre expresa pensamientos y actitudes.

Al desarrollarse el cerebro del ser humano, fueron tomando, también forma sus demás órganos, entre ellos sus cuerdas vocales. En su cerebro fue forjándose algo que con el tiempo se le conoce como *ideas*, con éstas lo irracional en algunos perdió terreno para dar paso a lo cognoscitivo. El horizonte del hombre cambia y se encuentra de pronto, envuelto en ese fascinante mundo del habla. La comunicación oral ha nacido; ésta evoluciona, sobre todo en los medios de comunicación, con los que podremos entablar un diálogo con otro ser. “El habla entra en acción... en cuanto... el lenguaje siempre se ha considerado que era la forma de arte mas rica del hombre, que distingue a éste de la creación animal”¹⁴

El habla es la significación que dirige el emisor al auditorio para que éste haga buen uso del lenguaje; nos subordina a las reglas gramaticales y nos guía a adaptar el vocabulario conforme a las necesidades del orador. Con el habla se desarrolla el intelecto del individuo. “El lenguaje prolonga y amplía al hombre, pero también divide sus facultades, su conciencia colectiva, el conocimiento intuitivo queda disminuido por esta prolongación técnica de lo consciente que es la palabra”¹⁵

3.2.- LA ESCRITURA

Las hojas del tiempo nos informan de la comunicación de nuestros

¹³.- AVILA, Raúl, La lengua y los hablantes, Edit Trillas, México, D.F., 1986, 134 Pp., Pág. 5

¹⁴.- McLUHAN, Marshall, La comprensión de los medios, Edit. Diana, México, D.F., 1993, 438 Pp., Pág. 110

¹⁵.- McLUHAN, Marshall, La comprensión de los medios, Ídem, Pág. 110

ancestros. En nuestra investigación observamos que “el hombre prehistórico quizá no tuvo gran interés en escribir, y de hecho, numerosos grupos y en diversos lugares del mundo, dejaron pasar siglos y milenios sin intentar alguna forma de escritura”¹⁶; así es como nos encontraremos con dos personajes: Aloq y Otuk que con su intervención, ayudaron a realizar la presente información.

3.3.- LA IMPRENTA

Con la invención de la imprenta por el alemán Johann Gensfleisch Gutenberg nació, a finales del siglo XV la actividad editorial; surge el renacimiento la centuria que da inicio a las luces intelectuales. En 1442 ideó la forma de usar caracteres movibles de madera.

Cabalmente, la imprenta causó en la vida intelectual gran entusiasmo: surge el primer diario fundado por Emilio Girardín. Así mismo la aparición del libro “...publicaciones que se parecieran lo más posible a los libros manuscritos... los primeros libros impresos no exigieron en realidad, diseño alguno; eran... copia de diversos modelos caligráficos”¹⁷.

Estos tres factores son el peso específico para el desarrollo de la comunicación y por ende, de la humanidad. Si observamos, nos daremos cuenta que los tres aspectos son fundamentales para que la humanidad se logre comunicar entre sí. Innegablemente, si alguno de ellos no existiera, el perfeccionamiento en nuestro mundo no se habría logrado.

¡Estaríamos como en épocas del hombre de las cavernas!

¹⁶.- BASURTO García, Alfredo, La escritura, Edit. Fernández editores, México, D.F., 1965, 131 Pp., Pág. 23

¹⁷.- LITTON, Gatón, Del libro y su historia, Edit. Bowker, Buenos Aires, Arg., 1971, 246 Pp., Pág. 101

3.3.1.- BREVE HISTORIA

En 1041 (hace 964 años) un herrero chino, supuestamente llamado Pi Sheng, ideó unir unos bloques de creta* blanca. En estos grabó ideogramas, o sea grupos de simbolismos con que escriben en China. Procedió endurecerlos con fuego y los pegó con capas de resina, apoyándose en un soporte de madera. La última operación fue entintar los ideogramas para imprimirlos en papel, con lo cual se creó la primera imprenta de tipos móviles. Para este tiempo los chinos a partir del año 600 imprimían por medio de la xilografía.

A través del tiempo las modificaciones y perfeccionamientos técnicos en los grabados en la fundición de caracteres nos adentran a nuevos sistemas. Entre 1802 y 1808 fue ideada una máquina de vapor, para dar considerable evolución a la imprenta, por el alemán Federico Kóning, construida de un cilindro deslizable para atrás y para adelante sobre una plancha plana. El mismo Kóning construyó una impresora de dos cilindros con la cual en la noche del 28 de noviembre de 1814 se imprimía la edición del Times de Londres; el tiraje constó de 1600 ejemplares por hora.

3.3.2.- SISTEMAS DE IMPRESIÓN MAS COMUNES

La técnica de impresión evoluciona y se desarrolla; en la actualidad se imprime empleando tres sistemas, que dan resultados perfectos, diferenciándose por la matriz. Es el tipo de matriz el que determina el sistema de impresión:

* Piedra caliza terrosa de color blanco, formada por microscópicas conchas.

- a. – Impresión tipográfica : la matriz esta en relieve, o sea las partes que imprime sobre salen con relación a las que no imprimen. Es el sistema del sello de goma
- b. – Impresión litográfica (off-set) : la matriz es una plancha de metal en la que las partes que imprimen están al mismo nivel que la que no deben imprimirse
- c. – Impresión rotograbado o calcográfica :las partes que se han de imprimir están grabadas, los huecos son llenados de tinta

4.- CONOCIMIENTO DEL MARCO TEÓRICO

A través de la investigación de campo paralelamente entre alumnos del Colegio de Bachilleres; en algunos barrios de la ciudad y con internos del reclusorio sur, descubrimos por medio de observaciones, las conductas humanas para encontrar aquellas que signifiquen mensajes de alguna persona o grupos de sujetos a otros entes.

Entonces, vemos que la escasa comunicación en el hombre genera graves problemas de relaciones sociales. De tal manera, que en los individuos se da la integración.

Esta investigación se ha enfocado en las distintas formas y aspectos de la comunicación para adquirir un mejor conocimiento del marco teórico a que se sujeta el factor comunicación; es necesario conocer los valores, comportamiento, razón o causa social, la comunicación es un comportamiento en el desarrollo del hombre, en tanto el se relaciona con los demás, involucrándose en cualquiera de las dos conductas siguientes: una de donde se da la asimilación, la cohesión y el

reforzamiento, con lo que se logra de cualquier forma atraer a grupos en torno a ideales convenientes para la unidad social.

Primer conducta:

De asimilación.- Algunos sujetos tienden a incorporarse a las mas media, en tanto que otros luchas por que se les concedan derechos;

De cohesión.- Porque los individuos buscan reunirse en base a sus sentimientos, afectos e intereses que los mantengan unidos; y

De reforzamiento.- Por medio del hombre se alimenta la unión dentro de un sistema social , dándole más forma y unión a ese grupo con los integrantes de la sociedad en referencia.

La otra, en donde se da rechazo estratificación y conflictos que desencadenan e violencias e inconformidades sociales en los grupos.

Segunda conducta:

De rechazo.- El sujeto es victima de los demás miembros del grupo social obligándolo a reconsiderar sus proposiciones;

De estratificación.- Se crean alejamientos y confusión entre los
 miembro de la sociedad para reducir los grupos;
 y

De conflicto.- Al no darse un mensaje con claridad, se dan
 situaciones desagradables y difíciles de
 resolver.

De tal suerte algunos teóricos de la comunicación buscan, por medio de la persuasión, que el sistema social no se pierda en la ignominia como tantas sociedades se han perdido en el túnel del olvido. Crear soluciones sin alterar la estructura de la sociedad para que los individuos de ella, no se fuguen a otros sistemas sociales en busca de nuevas oportunidades, con las que los empresarios y los medios de comunicación, así como sus empleados y demás oradores deberían de comprender la magnitud e "...importancia que representan en el desarrollo moral, intelectual y político de un pueblo y lo que estos medios pueden significar en mantener la paz social y en crear ese ambiente de armonía..."¹⁸ que con afán se anhela.

El propósito de las teorías de la comunicación es la búsqueda del hombre por el hombre encaminado a un bien común, que se encuentra por medio de **el qué de la comunicación** lo cual no es nada más que entender los mensajes y cada uno de sus elementos: "es inobjetable verazmente en la acción práctica cotidiana, que el responsable, principal de la orientación del contenido del mensaje, del temperamento y del espíritu de las comunicación de masas, es el empresario que financia y sostiene la emisión de los programas, la transmisión

¹⁸.- MARGÁIN, Zozaya, Ricardo, Ídem, Pág. 32

integra de los mensajes y la comunicación entera...Esa empresa auspiciadora es la responsable de la comunicación”¹⁹.

De otra forma, existe la tendencia de mal informar, a la conveniencia de los intereses empresariales creando deformaciones comunicativas y, sociales. Ésta manipulación impide el desarrollo de la sociedad arrastrándola inevitablemente a la incomunicación masiva: “...si se quiere auténticamente purificar la intercomunicación masificada,... hacerla digna de una sociedad que debe desenvolverse bajo el signo de la ética...es bien reducido el círculo de elite al cual hay que dirigirse. Entre millones de receptores del mensaje, solo hay miles de anunciantes. Es pues al círculo selecto de quienes pagan el mensaje... a quienes dirigirse”²⁰

Los medios de comunicación deben ser un vehículo accesible para la superación intelectual del pueblo; pero como se maneja hacen efectos retrógrados y contaminantes en el cerebro del ciudadano “... En el campo de la comunicación de masas la fuerza desintegradora de la cultura y la causal de la crisis, la suministra el productor o distribuidor, es decir, el anunciante que paga mensajes de esta naturaleza”²¹

Hacer cuanto este a nuestro alcance para impulsar al oyente en la escala cultural y moral de éste, es llegar a una satisfacción sublime “No es que sean iguales los objetos contrarios de que se trata sino que siempre lo verdadero y lo

¹⁹.-RAVINES, Eudocio, El interés social y el foro nacional de la comunicación, Ídem, Pág. 17

²⁰.- RAVINES, Eudocio, Ídem, Pág. 18

²¹.- RAVINES, Ibídem, Pág. 19

bueno son naturalmente de razonamiento mejor tramado y mas persuasivo por decirlo absolutamente.”²²

5.- CINCO CLÁUSULAS PARA EL COMUNICADOR.

De tal forma, a través de nuestra investigación y observación con los alumnos del Colegio de Bachilleres, de algunos barrios de la ciudad y en los internos del reclusorio sur diseñamos estas cláusulas pues debemos estar conscientes ya que el ser humano adquiere su carácter de la familia, de la cual serán los agentes internos; de la escuela, del entorno social, los medios de comunicación que hacen función de agentes externos. Y es aquí donde gravita la encrucijada de los medios, en cuyos casos el comunicante debe observar y conservar, según se aprecia, estas cinco cláusulas:

- A.- Satisfacer necesidades de capacitación de convivencia a los receptores para una mejora familiar;
- B.- Transmitir conocimientos con los que el oyente tenga el deseo de entrar en contacto con la cultura y la actualidad, en forma atractiva y amena: que se sienta considerado;
- C.- Estar atento a los acontecimientos nacionales y mundiales para informar al auditorio;
- D.- Provocar relaciones de hermandad con otros grupos; y
- E.- Dar esparcimiento sin escarnio para el concursante.

²².- ARISTÓTELES, La retórica, Tr. Tovar, Antonio, Edit. Instituto de estudios políticos, Madrid, España, 1953, 238 Pp., Pág. 8

Si se aplican en la práctica estas cinco cláusulas el comunicador se convertiría en un guía para el receptor; sin dejar de soslayar, que los medios ejercen una virtual tutoría sobre las masas y por tanto es necesario que se efectúe la manifestante de educación y cultura para dar paso al cambio social.

De esta forma, deducimos en nuestra investigación de campo, acerca de las ciencias de comunicación, diversas formas de expresión humana en busca del desarrollo social. Del perfeccionamiento de nuestra cultura y de nuestras normas de vida en común y, precisamente por eso debemos mantener una actitud crítica y responsable. Empero, si no asumimos esas condiciones, caeremos en mutilaciones mentales. La comunicación es el fruto de nuestra capacidad para comprender el espíritu humano, objetivo de nuestra investigación. Todo es reflejo de los medios sin embargo, estos no son malos, y si se cree que lo son, es porque la sociedad no esta educada para cambios ideológicos. Y como es de apreciarse, se ha caído en la ignominia del lenguaje, del libertinaje y del doble sentido.

CAPÍTULO

IV

CONCEPTOS DE LA COMUNICACIÓN

El ser humano es el puente de comunicación del hombre por el hombre para una integración cognoscitiva y subliminante en sí y para sí.

RAE 18-03-2004

1.- DE LOS ORIGENES

Ignoramos en qué época y circunstancia, el cuándo y cómo, surge la necesidad o inquietud en el ser humano de buscar compañía pero... a través del tiempo, “uno de los acontecimientos más grandes de la historia del hombre fue cuando éste pronunció la primera palabra que se escuchó en el mundo.

“Como es de suponerse, esa primera palabra se profirió hace tanto tiempo, que es inútil tratar de descubrir cuál era y cómo se decía. Hombres eruditos... tratando de discernir cómo llegó a pronunciarse la primera palabra,... mucho antes de dirigirse... a otra persona... verdaderamente el punto de partida del habla.”²³

Se da en un lugar y momento del tiempo en el que se encontraba un grupo de individuos frente a una pared de una caverna, un hombre sujetaba un objeto en una de sus manos y de pronto sintió el impulso de expresión ante los demás y, con el objeto en sus manos se encaminó a la pared y trazó algunos rasgos: tal vez una imagen, quizá algunos jeroglíficos. En espera de que sus acompañantes

²³.- S/A, Nueva enciclopedia temática, Edit. Cumbre, México, 1981, Vol. 6, 628 Pp., Pág. 211,212

entendieran; uno, al parecer, comprendió la inquietud de su amigo e “interpretó” lo plasmado en la pared de la caverna.

Así fue que Por medio de esta creatividad comunicativa arcaica, fueron representadas figuras de animales, cuya intención era comunicar era el deseo de cazarlos para satisfacer algunas necesidades principales: saciar su hambre y cubrirse con las pieles su cuerpo de las inclemencias del tiempo y, tal vez así, haya nacido la comunicación humana. dando cabida su primer peldaño de suma importancia: las relaciones interpersonales, gran paso, para crear civilizaciones y sociedades apoyadas en las relaciones públicas.

Pero imaginemos una situación en épocas prehistóricas: tiempo transcurrido, mucho después de la inquietud del atrevido que diseño rasgos en la pared de una cueva: cierta ocasión un sujeto, llamémosle Aloq, acudió a buscar en una cueva a su amigo, llamado Otuk (personajes aludidos en la página 29) para informarle del hallazgo de un ciervo, con la intención de pedirle ayuda para cazarlo. Como no salía nadie ante la insistencia de su llamado, entró a la cueva, busco en toda ella sin encontrar a su amigo; cuando desistió en la búsqueda; se disponía a retirarse del lugar, descubrió una pequeña hoguera que iluminaba radiante una de las paredes: en ella observó un mensaje de Otuk, había unos trazos semejando un arroyo en una arboleda cercana a una determinada colina. En medio del dibujo o mensaje se encontraba la figura de un venado y la de un sujeto. Aloq comprendió el mensaje de su amigo. Otuk le indicaba que había ido a cazar al ciervo en un bosque cercano a un río caudaloso.

De esta forma la humanidad descubre los secretos de la comunicación cuyos mensajes eran en ocasiones, portadores de sistemas de alerta ante un

peligro o bien, de alguna noticia. El hombre según su época de existencia ha buscado simplificar el esfuerzo, para transmitir su voz, su imagen con sus vanidades o, en plan serio, las noticias. Se encontró con los medios de comunicación los cuales, desde la pequeña tiza de carbón o madera carbonizada a nuestros días; se han perfeccionado con la creatividad del hombre.

Como nos cuenta la historia, los hombres prehistóricos no se sabían expresar con palabras si no a señas. El tiempo depuro los usos, costumbres, pensamientos e ideologías en el individuo. Éste supero esa etapa primitiva con esfuerzo, entusiasmo y tenacidad, con la idea de llegar a la palabra hablada, después a los garabatos o jeroglíficos para dar paso, a través de la posteridad , a la palabra escrita.

Pero el camino transitado por los medios es extenso, a la vez interesante: de ese dibujo hecho con algún instrumento comunicativo en las paredes cavernarias, a los modernos sistemas de comunicación.

Así, nos damos cuenta que el filósofo Aristóteles, por su obra "el arte de la retórica", nos induce a considerar que por medio de la comunicación empleamos todas las formas posibles para persuadir, o convencer de algo a alguien. Por medio de la retórica, adquirimos la habilidad de entender y conocer el momento oportuno en que se pueda persuadir, cuando los entes han sido conmovidos mediante el discurso. Podemos decir que el individuo ha sido persuadido

2.- CUATRO PASOS COMUNICATIVOS A SEGUIR

De cierta forma hemos interpretado las enseñanzas aristotélicas para

aplicarlas en comunicación humana, pues el filósofo nos persuade con sus conceptos e intuimos cuatro pasos a seguir:

A.- la base de la comunicación debe ser el conocimiento: es decir, estar en contacto con la verdad misma de los acontecimientos;

B.- analiza los hechos del apartado anterior, para convencer y persuadir al receptor;

C.- es una interrelación social dada y conformada por el tipo de conducta de los individuos; y

D.- nos induce una línea para moldear el sistema político-social.

Hemos interpretado a través de la retórica de Aristóteles e Inferimos que el propósito de la comunicación es convencer al oyente y procurar cambios en su conducta. En consecuencia, la función de la comunicación es unificar todo razonamiento dialéctico dentro de las relaciones sociales, por tanto, su objetivo es encausar a los individuos al punto de vista del comunicador.

De tal hecho, comprendemos: el hombre, por naturaleza, es un ser en busca de convivir con sus semejantes, creando un universo de correspondencias para llevar a cabo relaciones con sus vecinos y entablar una comunicación recíproca.

Ahora bien, a la ciencia de la comunicación se le ha definido de diversas formas: Por ejemplo, el investigador Wilbur Schramm en su libro "La ciencia de la

comunicación”²⁴, nos dice que la comunicación es una orientación acerca de grupos de signos informativos en los que los mensajes son transmitidos por los distintos canales, para hacerlos llegar al público; y para definir su proceso, parte de formas sumamente sencillas: la comunicación interpersonal.

Hace uso de elementos mínimos explicando la operación continúa de la comunicación. Ésta comprende el aspecto de informar, en un sentido, y de retroalimentar o responder, en otro: es la forma razonada de modos de expresión resultando un dialogo entre dos o más entes. En el factor comunicativo se dan tres formas generales: oral, mímica y escrita con los que se demuestra afectos , sentimientos, rencores y demás acciones, en fin una gama de recursos.

El ser humano al hablar hace uso de la comunicación oral: implica la pronunciación, entonación y volumen. Los factores con los que se denota son:

A.- la exposición: por medio de ella se presenta un tema bien estructurado a fin de desarrollar un informe o una conferencia . De si, la ponencia debe ser breve y precisa para no aburrir al auditorio y lograr la convicción de él, De esta brevedad resultará la agilidad de la discusión del tema. Se encausará el expositor a fundamentar totalmente, evitando la redundancia del contenido, esto en cuanto a un escrito. Concerniente a la exposición oral, el ponente diseñará esquemas, en donde, a través de la ponencia tendrá en cuenta el tema principal detallado de manera sencilla y enunciativa en cada punto a discernir. El esquema servirá de guía al orador para evitar omisiones o desorden; es como un índice

²⁴.- SCHRAMM, Wilbur, La ciencia de la comunicación humana, Edit. Grijalbo, México, D.F., 1982, 181 Pp.

básico. No necesariamente la exposición oral será una simple lectura de un escrito.

B.- el debate, es una controversia sobre un tema de actualidad o afectación a una comunidad, el cual va a ser discutido entre varias personas avezadas en el asunto a discernir.

C.- la entrevista es una conversación con la finalidad de obtener información de algún tema o hecho relevante y oportuno por excelencia en una investigación.

3.- CHARLA DE AMIGOS

De otra parte, el comunicólogo David K. Berlo, nos explica en uno de sus procesos como “la comunicación influye en el sistema social, y éste, a su vez, influye en la comunicación. Ninguno de los dos puede ser analizado separadamente... La gente que se ha estado comunicando durante cierto espacio de tiempo tiende a tener los mismos moldes de conducta... Al comunicarnos tenemos que prever como se habrán de conducir las otras personas. Desarrollamos expectativas con respecto a los demás y sobre nosotros mismos. Para hacerlo es preciso aumentar nuestra capacidad empática y la capacidad... de alcanzar objetivos relacionados con nuestra intención básica de influir en nuestro medio ambiente y sobre nosotros mismos.

“Decimos a menudo que queremos que nuestros receptores den ciertas respuestas, que sepan determinadas cosas, que piensen en una forma u otra, que puedan hacer distintas cosas... que podemos analizarnos a nosotros mismos

y al receptor con distintos grados de habilidad...,"²⁵; es decir, para que la comunicación tenga éxito es necesario que tanto emisor como receptor tengan habilidades similares; actitudes, conocimientos y sistemas socio-culturales parecidos.

De tal suerte, el comunicador deberá adquirir cierta capacidad para enviar los mensajes por medio de un canal escogido por él, el auditorio deberá poseer las mismas cualidades que el emisor para descifrar o traducir los mensajes del emisario. En consecuencia, gráficamente tenemos cuatro elementos indispensables para lo anterior expuesto de la comunicación:

EMISOR==MENSAJE==CANAL==RECEPTOR

Retornando al significado mismo de la comunicación en relación a los medios, observamos que se da una mayor interacción social cuando la compenetración sea posible en cada uno de los sectores de la colectividad "...la mayoría de los determinantes claves de una comunicación implica las relaciones entre las características de la fuente y el receptor... la relación entre el nivel de habilidades de la fuente y el receptor es un determinante vital de fidelidad."²⁶ En otras palabras, el comunicador debe inducir a lo receptores a elevar su grado de conocimientos.

Entonces, si emisor y receptor cuentan con el conocimiento educativo intelectual hacen posible aumentar a grados relevantes la capacidad comunicativa entre los humanos y la eficacia de aquélla consiste en la conquista de las mentalidades humanas a través de la palabra en este sentido "...una

²⁵.- BERLO , David K., El proceso de la comunicación, Edit. Ateneo, México, D.F., 1994, 239 Pp., Pág. 23

²⁶.- BERLO, David K., el proceso de la comunicación Ídem Pág. 42

sociedad de público... es el medio ascendiente* (sic) de comunicación y los medios de masas, si existen, simplemente amplían y animan la discusión, ligando a un público, cara a cara, por las discusiones de otro. En una sociedad de masas, el tipo de comunicación dominante son los medios formales y el público se convierte en un simple mercado para estos medios: el público de un programa de radio consiste en todos los que están expuestos a su difusión. Cuando tratamos de concebir a... una sociedad de público, comprendemos que ha recorrido una considerable distancia por el camino que conduce a la sociedad de masas”²⁷

Sin embargo, si el auditorio no está adiestrado psicológicamente para recibir una enseñanza de tipo cultural de acuerdo a su nivel intelectual; por tanto, se aprecia difícil el acceso a los distintos sistemas comunicativos por las sobrecargas de trabajo en el individuo.

La comunicación humana nos exige conocimientos alternos y afines entre emisor y receptor; y, por consecuencia “todo comunicador lleva consigo una imagen de su receptor. Tiene en cuenta a éste... al emitir un mensaje. Prevé las respuestas posibles de su receptor...”²⁸, mediante las facultades cognoscitivas del oyente; de tal forma investigaciones científicas de la comunicación y la psicología han observado en el ser humano una conducta *eidótica**, formadora de imágenes en la mente del hombre, más desarrollada en la juventud que en los adultos; de esta suerte, la industria de “La comunicación, desde sus

* Por un lado, ser el producto familiar; por otro lado, sobresalir con predominio moral para influenciar en los demás

²⁷.- MILLS, Charls Witt, Poder, política y pueblo, Edit. F.C.E., México, D.F., 1964, 480 Pp., Pág. 13

²⁸.- BERLO, David K, El proceso de la comunicación, Ídem, Pág. 89-90

* Es la capacidad que tienen algunos entes, sobre todo en edad infantil y prepupal, de reproducir imágenes perceptivas caracterizándoles de una agudeza mental en abundancia de detalles en ausencia de estímulos excitantes. Se da a partir de los 3 a 14 años; disminuyendo su efecto a la edad de 16 años, y así desaparecer posteriormente. Empero, un 7% de los adultos muestran fenómenos *eidéticos*. Esto no implica relación alguna con la inteligencia del ente.

manifestaciones más simples o primitivas a nivel preverbal, hasta la que se ha llamado comunicación de masas, ha sido objeto de preocupación permanente para los interesados en relaciones humanas"²⁹ pero ¿cómo, si verdaderamente buscan con afán su beneficio material sin importar nada?

El señor Janowitz, citado por el periodista Ricardo Margáin Zozaya en la revista, resume refiriendo: "...los medios de comunicación de masas reflejan la estructura y los valores sociales de la comunidad y actúan igualmente como agentes de transformación social. "³⁰. Pero si vemos la verdad sin pasión alguna, nos daremos cuenta que en los medios al auditorio se le persuade con mensajes subliminales, para que se disponga a seguir al flautista (En las páginas V-VI de la introducción a la Retórica de Aristóteles se lee: "Pues el público es dominado por el orador, que inspira en los oídos como el flautista en su instrumento, y la rebeldía del público, cuando ocurre, se puede comparar a la del caballo, cuya obligación es dejarse llevar por el freno y la espuela"³¹) de la mitología vestido de sutileza para que el oyente se rinda a sus encantos publicitarios

¿Se podrá hacer algo para que la cultura por parte de los medios se de al receptor, y sea capaz salir del marasmo social y pueda mirar "...con igual fijeza los fenómenos de la realidad circundante que llevan a la explotación y a la injusticia y los que conducen a la..."³² decadencia de la humanidad?

La insuficiencia de expectativas nos inclina a argumentar sobre "*el qué de la comunicación*" que es un reflexionar en el afecto propio del individuo: ente

²⁹.- GARZA G., Fidel de la, La televisión y su influencia psicológica, Edit. U.A.N.L., Monterrey, N.L., México, 1970, 16 Pp., Pág. 3

³⁰.- MARGÁIN Zozaya, Ricardo, La influencia de la comunicación en la evolución de la sociedad, Ídem Pág. 35

³¹.- ARISTOTELES, La retórica, Ídem, Introducción, Pág. v-vi

³².- LINDSAY, Jack, El humanismo de Lenin, Edit. Embajada rusa, México, D.F., 1968, Pág. 4,5

social y por igual un ser que manifiesta, un hombre reflexivo para estar en común con otros y lograr la armonía para afirmar que "la sociedad espera... una contribución que corresponda al esfuerzo... por comunicar mejor... por crear una comunidad cabalmente integrada en que se compartan las responsabilidades, se afirmen propósitos semejantes y haya conciencia de un destino común..."³³

Según el uso que se de a los medios nos colocará en el lugar que nos corresponda intelectualmente y nuestra moral se fortalecerá según nuestro conocimiento. Empero, Del emisor depende en gran parte la superación de los oyentes, de conformidad a como se aplique la elocuencia "... si los medios de comunicación social no son... Para preservarnos del mal, debemos buscar otros, pero por lo menos no deben servir de atalayas desde donde se ataque la libertad, el orden la moral, verdadero respeto mutuo que a su vez son principios que garantizan su existencia..."³⁴.

Tal vez, la confianza y habilidad de los dueños de los medios de comunicación, en sus negocios, les hace sentir que "el destino de nuestra vida democrática esta ligado estrechamente a la capacidad y responsabilidad con que se manejan los poderosos medios modernos, en especial la radio y la televisión, cuyos efectos son tan vastos que contribuyen a modelar la conciencia, el carácter y aún, la conducta de nuestro pueblo"³⁵. Por eso evocamos al legendario flautista líneas arriba, y según sea la sensibilidad del receptor acerca de todo lo que le afecte vitalmente: ya como célula de la sociedad, ya como en su actuar cotidiano

³³.- MOYA Palencia, Mario, Radio y televisión: atalayas de difusión de las ideas, TV. Radiolandia, Núm. especial, 37 aniversario, México, D.F., 1971, Pág. 34

³⁴.- MARGÁIN Zozaya, Ricardo, Ídem, Pág. 35

³⁵.- MOYA Palencia, Mario, Radio y televisión: atalayas de difusión de las ideas, Ídem, Pág. 34

compenerándose en todos los símbolos o señales; permitiéndole comprender los mensajes comunicativos lo cual le determinaran actitudes hacia su sociedad

Insistentemente afirmamos: el comunicador da por medio de los mensajes a través de los canales lo que desea que el receptor acepte y ejecute; en consecuencia, "hablar sobre la comunicación en un contexto personal es, en parte, referirse a la forma en que la gente aprende. Si reconocemos que el aprendizaje es un proceso, podemos apartarlo y hablar acerca de sus componentes o las relaciones entre estos, manteniendo todas las dudas y observando los requisitos necesarios en cualquier discusión estática de un proceso"³⁶. Se darán los resultados según se lleve la vida y condiciones del individuo con la obtención Intelectual obtenida en el seno socio-cultural del ente.

De tal manera al interpretar la retórica del filósofo Aristóteles nos encontramos con la esencia de la comunicación concebida en tres elementos: orador-discusión-auditorio, involucrados en las ciencias de ésta índole. De lo anterior se comprende el proceso comunicativo que abarca diferentes aspectos de la comunicación.

Colegimos que es perentorio comparar el papel histórico que cumple la comunicación y sus herramientas científicas relativo a la observación auténtica que vivimos, de tal suerte *"el qué de la comunicación" nos da acceso a los procesos de la comunicación, con lo que procuramos explicar las distintos perspectivas comunicativas, que conduzcan a los requerimientos lógicos del ser para familiarizarse con el cosmos para solventar sus propósitos a consumir*

³⁶.- BERLO, David K, Ídem, Pág. 57,58

4.- PROCESO COMUNICATIVO

La comunicación debe constar de una sólida estructura creada por los conocimientos del emisor con los cuales apoye sus discursos y el mensaje contendrá la racionalidad para inducir al auditorio (receptor); la comprobación de lo antes escrito se dará en un plano de posibilidades al obtener por resultado la retroalimentación que no es sino la respuesta dada por el receptor.

A la comunicación se debe considerar como la actividad primordial de la humanidad. La más importante porque por medio de ella se colabora decidida y decisivamente a una mejor comprensión y desarrollo en la vida. Convenirla en favor de la humanidad para fortalecer las relaciones humanas pretendidas, por el mundo objetivo de la información.

Nos percatamos, que la comunicación es la energía producida por el esfuerzo común de la humanidad, a través de investigaciones serias y científicas; de tal suerte que, la sociedad creada por la comunicación promueve e impulsa las relaciones públicas, en beneficio de nuestras actividades.

La comunicación es un proceso que presenta un conjunto de fases sucesivas, mediante las cuales un emisor envía un mensaje a través de un canal, lo construye con algunos de los elementos que almacena en su mente: la estructura y le da forma para enviarlo a un receptor o a un auditorio quien lo analiza, lo desbarata y lo comprenderá edificando cada uno de los componentes del mensaje (*ideas+signos+señales= códigos*).

De lo escrito, se deduce que en las ciencias comunicativas, por su naturaleza implica de facto, relaciones amigables entre los sujetos que conforman la sociedad para establecer convivencias en común.

De tal forma todo proceso comunicativo esta, obligadamente interrelacionado con un contexto histórico social encausado a la correlación de factores permisibles para encaminar un óptimo funcionamiento y equilibrio de la humanidad.

Por tanto, la comunicación es un proceso por el cual es posible transmitir señas, ideas, códigos que, agrupados y bien estructurados arman un mensaje viable para enviar de una a otra persona y; a tal grado, nos enterarnos de la existencia de factores que estructuran paradigmas de comunicación.

5.- TIPOS DE COMUNICACIÓN

Hemos ocupado el tiempo necesario para mencionar las conductas del emisor y los receptores. Se ha establecido a la comunicación como un proceso. Esto nos da pauta para establecer las premisas de Gerhard Maletzke en su *Psicología de la Comunicación Social*, sobre los factores que dan perfil a la estructura de tipos de comunicación:

A.- Directa e Indirecta,

B.- Unilateral y Reciproca, y

C.- Pública y Privada.

Los ejemplos siguientes nos ilustrarán en relación a los tipos de comunicación: tenemos en la *directa* una charla de familia, de negocios, en fin, una conversación perfil a perfil, lo cual nos indica que las personas están hablando frente a frente sin ninguna barrera que les imposibilite verse, En tanto en la *indirecta*, es cuando nos comunicamos a distancia corta o larga, de una habitación a otra; por medio de algún aparato de comunicación: teléfono, telégrafo, fax, Internet, y en su caso, la radio, la televisión, el cine , o el correo.

“Cada comunicación se realiza sea directamente, inmediata, sin intermediarios, cara a cara; o indirectamente, mediata, transmitida a través de una distancia de espacio, tiempo o de espacio-tiempo... Lo que para nuestro fin es esencial en la comunicación directa, ya ha sido indicado brevemente, de modo que ahora sólo hacen falta unos pocos datos respecto a... la comunicación indirecta se halla caracterizada por una distancia temporal o por una espacial, o por una distancia espacial-temporal.

“Al mirar bajo este punto de vista las formas más importantes de comunicación, se obtiene la siguiente agrupación: existe una distancia meramente temporal... en numerosas señales, así como a veces en la palabra escrita o impresa; sólo espacial (con simultaneidad temporal de emisión y percepción) es la distancia al telefonar, en la comunicación radiofónica... hállese separados generalmente los participantes en espacio y tiempo...

“La diferenciación entre comunicación directa e indirecta nos lleva a la siguiente conclusión fundamental para nuestro tema: la comunicación social es

siempre una comunicación indirecta.”³⁷

Por lo que respecta a la *unilateral*, la efectuamos a través de conferencias, programas de televisión, una película: en este tipo de comunicación existen remotas posibilidades de conocer al instante respuesta alguna del auditorio o el receptor.

Todo lo contrario ocurre en la *bilateral o reciproca* por darse la oportunidad de conocer fácil y rápidamente la respuesta, dando pie a la retroalimentación: ésta comunicación la realizamos por medio de la conversación persona a persona, en una mesa redonda o una conferencia de prensa o una conversación telefónica

“La comunicación siempre se efectúa, sea recíproca, como por ejemplo en la conversación personal, en la que las partes cambian continuamente sus papeles de emisores y preceptores; o unilateralmente, o sea sin cambio de papeles, de tal modo que la una parte continuamente percibe los mensajes.”³⁸

La comunicación *privada* la dirigimos a una persona o a un escaso y selecto grupo de individuos; por ejemplo, una clase escolar, una conferencia para profesores de la misma materia pues se supone que a nadie, a parte de aquellos, les interesa el contenido de ésta comunicación.

La comunicación *pública* es la que se da a una comunidad, alguna ciudad o estado o país; se la ofertamos a las grandes masas por ejemplo los mítines políticos y las grandes concentraciones políticas, religiosas o de cualquier otra

³⁷.- MALETZKE, Gerhard, *Sicología de la comunicación*, Edit. Época, Quito, Ecuador, 1976, 348 Pp., Pág. 27-29.

³⁸.- MALETZKE, Gerhard, *Sicología de la comunicación*, Ídem, Pág. 29,30.

índole. Aquí radica la propensión a no respetar a nada ni a nadie, en nombre de la libertad de expresión, algunos oradores llegan a la difamación inclusive.

“Si lo expresado se dirige exclusivamente a una persona determinada o a un número limitado de personas definidas de manera inequívoca, calificamos a esta comunicación de privada. Por el contrario, si la intención del informante es de que el mensaje llegue a cualquiera que está en posición de obtener acceso a él y con el deseo de dirigirse a lo expresado, es decir, si el círculo de los preceptores no está estrechamente delimitado ni claramente definido por el informante, la comunicación tiene el carácter de social o pública.

“Ya que lo expresado en la comunicación social fundamentalmente no está dirigido a un grupo delimitado, ni específicamente determinado en este sentido, la comunicación social es fundamentalmente siempre ‘pública’.”³⁹

De tal suerte, advertimos que uno de estos tipos de comunicación, admiten como máximo tres de las definiciones anteriores inclusive. Ejemplos lo son:

- A.- comunicación cara a cara = directa, bilateral y privada;
- B.- comunicación por teléfono = indirecta, bilateral y privada;
- C.- programa de televisión = indirecta, unilateral y pública;
- D.- una conferencia = directa, unilateral y privada; y

³⁹.- MALETZKE, Gerhard, Ídem, Pág. 31.

E.- sección de cartas a la redacción de un periódico = indirecta,
reciproca y pública

“Al hacer uso del lenguaje para describir un proceso nos vemos obligados a elegir determinadas palabras y tenemos que ‘congelar’ en cierta forma el mundo físico. Además nos vemos obligados a dar prioridad en la oración a algunas palabras con relación a otras. Los idiomas occidentales se escriben de izquierda a derecha, de arriba a abajo. Todos los idiomas se escriben de adelante a atrás, desde el principio hasta el fin, a pesar de que sabemos que el proceso que estamos describiendo puede no tener ni izquierda ni derecha, ni extremo superior ni inferior, ni principio ni fin.”.⁴⁰

Saber entender y comprender los tipos de comunicación nos dará mas libertad en nuestras conversaciones. Sabremos expresar lo correcto a quienes nos dirigimos, sea una sola persona, a un grupo o a una multitud. Colegirnos con nuestros semejantes

Enfáticamente advertimos: es el comunicador quien debe tender su mano (voz arengadora) y capacidad intelectual porque en ellos esta el porvenir de los auditorios y por ende de la sociedad; es en él que se ha depositado la tarea de aprender aquella lección histórica del pueblo que, por años, nos ha legado la humanidad a la contemporaneidad, con la obligación de diseñar y rediseñar o en su caso, reformar, para un progreso óptimo y acertado en el momento de efectuar sus tareas.

⁴⁰.- BERLO, David K, Ídem, Pág. 21.

Acorde a símbolos, la comunicación plantea proposiciones mediante las cuales se interpretan significados para relacionar a los hombres e instaurar analogías conforme a técnicas de códigos. La comunicación está presente en las relaciones humanas. ¡Sin comunicación no hay nada, no existe nada!; no solo se transmiten significados, si no que suelen enlazarse (y analizarse) para mejorar los enunciados y compartirlos.

De tal suerte, podremos afirmar: "El hecho de que el sistema de información social pueda reflejar tan fielmente la organización social y contribuya a consolidar ese mismo orden social, es la causa que lleva a las distintas clases sociales a tratar de controlar los medios de comunicación mas desarrollados... con ellos refuerzan en el plano ideológico sus intentos materiales de organizar la producción, la vida cultural, la política, la sociedad entera,..."⁴¹

Al sondear los medios de comunicación, el emisor coloca los mensajes conforme a su ética; si bien, se debe acotar que el mensaje es la manifestación de ideologías y filosofías dirigidas a la audiencia. La conciencia del sujeto es el habla con lo que el ser se reconoce y por ende, solo hay comunicación cuando el hombre es capaz de responder en función de su conocimiento íntimo, reconocerse en la conciencia inflexible. Toda comunicación es reciproca de conciencias* y analogías de posibilidades; lo que es tolerable en la conciencia del ente.

⁴¹.- TAUFIC, Camilo, Periodismo y lucha de clases, Edit. Nueva imagen, México, D.F., 1989, 215 Pp., Pág. 25

* De conocimientos reflexivos

La función del comunicólogo, es hacer llegar el mensaje por medio de los canales al auditorio. A lo anterior, recordemos las enseñanzas aristotélicas en su obra de **la retórica** en la que nos da la explicación de las funciones de:

ORADOR>DISCURSO>AUDITORIO.

En efecto, el mensaje es la consecuencia de signos y códigos, estableciendo impulsos de relaciones humanas entre el emisor y el receptor; refleja en la comunicación el discurso; en la palabra escrita un desarrollo e inclusive, el mensaje mismo por excelencia. En la organización del análogo, se resumen tres elementos: *código, contenido y tratamiento* –aunque en lo personal, incluiríamos uno más: signo o símbolo-. El *código* se manifiesta en una ordenación de símbolos con el mismo significado: un ejemplo de ello son los idiomas; el *contenido* es lo seleccionado por el receptor para expresar sus propósitos. El *contenido* esta formado por la información que el emisor desea transmitir para realizar la comunicación.

CAPÍTULO
V
COMUNICACIÓN:
¿PARA EL PERFECCIONAMIENTO HUMANO?

Los mercenarios de la comunicación ponen en riesgo y peligro la estabilidad social del país. Con su actitud imprudencial. Su única misión es exhibir su pobreza cerebral.
RAE 18-03-2004

1.- COMUNICACIÓN DE MASAS

La reseña que se da para entender la comunicación de masas es una destreza fundamental de locuciones, expresiones y apreciaciones, estudiadas perentoriamente por sociólogos y psicólogos; los acontecimientos propositivos con algunas particularidades. Son definidas apropiadamente; aun cuando implican algo de polémica, sobre todo cuando se trata de demostrar que se realizó la paráfrasis de los sucesos investigados.

De lo precedente consideramos, como Saundra Hybels en su libro *la comunicación*, que “La comunicación de masas es un sistema de comunicación en el que un idéntico mensaje es originado por una organización institucionalizada y transmitido por un gran número de receptores por medio de los canales públicos..., es muy posible que la fuente esté compuesta por muchos

individuos, que los receptores sean desconocidos y que las oportunidades de realimentación estén limitadas.”⁴²

En la actualidad la antropología y la historia confirman categóricamente al individuo de civilizaciones antiguas como un ser estable en todo momento, pero sujeto al equilibrio civilizado de su época por el contrario, el individuo de las comunidades industriales es independiente, si bien está sometido a distintas agrupaciones eventualmente anónimas.

En el análisis de la comunicación de masas se constituye el principio de la investigación que “...desde hace algún tiempo tratan los psicólogos y sociólogos de precisar... aquello que en las ciencias sociales se entienden bajo ‘masa’. En forma ampliamente concordante han llegado numerosos investigadores al resultado de que existen... fenómenos claramente diferenciados que llevan el mismo calificativo de ‘masa’.”⁴³

El proceso de aprendizaje se da por medio de la información, cuando se dan los cambios de conducta logrados en objetivo personal de sí, observamos a la comunicación de masas como portador de procesos sociales haciendo permisible la interacción; a través de las personas se convierte en posible la adaptación de los individuos a los sistemas socio-político-económicos y urbano-ambientales. Gran parte de lo anterior, ayuda a las personas en la formación de su personalidad con la transmisión de valores y normas grupales

El desarrollo social del individuo constituye el principio de las comunidades que se da a través de la formación de grupos para forjar al hombre que aspira a

⁴²- HYBELS, Sandra, La comunicación, Edit. Logos, México, D.F., 1979, 295 Pp., Pág. 293

⁴³- MALETZKE, Gerhard, Ídem, Pág. 42

la preponderancia. El progreso de la humanidad se da por medio de las comunidades que en cierta forma da origen a la comunicación de grupos para dar paso a la comunicación masiva y ésta se da por la realización de metas trazadas por los integrantes de las comunidades.

Por tanto, "...la gran mayoría de hombres que ...se halla frente a una pequeña 'élite', presenta cambios específicos que conducen al 'hombre-masa' en la 'época de las masas'. Este proceso que muchas veces recibe el título 'colectivización progresiva', es observado en la mayor parte de los casos bajo puntos de vista 'crítico-culturales' de carácter..., que se interpreta como una manifestación... en el esfuerzo de caracterizar la masa latente por medio de una descripción del 'hombre-masa'... Se circunscribe en unas pocas características que se supone sean propias de hoy día... El pensamiento, el gusto y el estilo de vida se nivelan en gran parte... la opinión pública, dirigida en grado creciente el pensamiento y la actuación de cada uno."⁴⁴

Empero, la comunicación de masas es una forma especial: involucra condiciones distintivas con relación al auditorio por esencia, y son relativamente grandes y heterogéneos cuyos miembros o células son anónimos para el orador.

De lo precedente referimos que "Las audiencias de la comunicación de masas son muy distintas unas de otras. Generalmente, las audiencias de la prensa escrita, de la radio y del cine están especializadas, mientras que la audiencia de la televisión es mas diversa y generalizada. La audiencia de un particular medio de comunicación está determinada por las variables de edad, educación y nivel económico. Cuando éstas variables cambian es muy probable

⁴⁴.- MALETZKE, Ídem, Pág. 33

que el individuo cambie de medio de comunicación”.⁴⁵

De la misma forma, la comunicación de masas es el proceso mental-fisiológico informante-emisor cuya función consiste en descubrir el significado: es una función-relación de un ente mental que envía ideas, a otro ente físico: son percepciones traducidas a palabras; el objetivo es clarificar el significado del mensaje emitido por el conferenciante que persuade con su mensaje a un auditorio a través de los medios masivos de comunicación.

Personalmente enfatizo, que la comunicación de masas es diferente a la comunicación informal: está va dirigida a grupos de personas de determinadas clases o instituciones. En tanto que la primera se orienta a concurrencias extensas; apoyada en la tecnología introducida hacia una creación masiva con carácter de propagación amplia “No es posible determinar con exactitud la dimensiones del público que da origen a la comunicación *masiva*, pero éste debe ser mayor que la audiencia de otros (como a los que asisten a una conferencia u obra teatral)... No se trata solamente de que el tamaño de una colectividad pueda constituir una dimensión socio psicológica importante..., sino además, un público numeroso implica la existencia de ciertas tendencias hacia la estandarización y la estereotipia en lo que respecta al contenido de los medios masivos.”⁴⁶

El significado del mensaje se siembra en la mente del ente, dado por ideas asociadas entre si para originar pensamientos en los emisarios por medio de la comunicación masiva con la que propagamos pensamientos entre los individuos o grupos sociales para que actúen a nuestro favor.

⁴⁵- HYBELS, Sandra, La comunicación, Ídem, Pág. 293,294

⁴⁶- McQUAIL, Denis, Sociología de los medios masivos de comunicación, Edit. Paidós, Buenos Aires, Arg., 1979, 124 Pp., Pág. 20

Hay inquietud, en algunos líderes de opinión, de manejar la conciencia o intelecto masivo de la colectividad; obvio, esto es a través de ideologías propagandísticas y publicitarias, que son los verdaderos “guías” en los medios de comunicación: decía Lacimaco “...hemos creído que..., habréis pensado en los medios (de comunicación masiva) de hacerlos muy virtuosos; y si esta idea no os ha ocupado...”⁴⁷

Sin embargo, para inferir con relación a la comunicación masiva con frecuencia observamos, que se necesita un orden determinado y entrelazado y, así editar alguna publicación o la elaboración de un proyecto audiovisual para hacer llegar nuestros mensajes a grandes auditorios. Todo esto requiere de costos financieros y, en consecuencia, un cuidadoso manejo económico, para no caer en tentaciones. Existirá una organización escalafonaria para garantizar la continuidad de planes que den secuencia a lo antes expuesto.

La ciencia de la comunicación masiva implican dos situaciones o postulados.

A.- proceso comunicativo: es un fenómeno, por el cual las personas y grupos sociales se comunican y transmiten ideas a las grandes masas, y

B.- sistemas de comunicación: se dan diversas formas con las que la mass media se manifiesta en sus organismos sociales para lograr las relaciones humanas, considerándolas como herencias

⁴⁷.- PLATON, Diálogos, E.P., Larroyo, Francisco, Edit. Porrúa, Col. Sepan cuántos, México, D.F., 1973, 733 Pp., Pág. 43

culturales, aparejadas de una serie de problemas y soluciones comunes.

2.- COMUNICACIÓN Y RETÓRICA

En toda comunicación va implícita una retórica, pues en ambas se determina una influencia de una a otra persona, bien como determinan algunos preceptistas o filósofos, dadores de preceptos o reglas retóricas con la finalidad primaria de persuadir al escuchar por medio de significados y símbolos, resultando una interacción social con inducciones reciprocas a través de estímulos y reacciones mutuas. De este sentido, la comunicación es la acción humana en donde el sujeto se expresa, cuando sus contenidos internos se manifiestan en forma de ideas que el emisor; crea para la transmisión de actividades y virtudes culturales y emocionales, que establece las premisas, los valores y los fines dominantes.

2.1.- ¿QUÉ ES LA COMUNICACIÓN?

La comunicación es el intento de romper con la soledad, con el silencio; pues el individuo que quiere dialogar con un semejante, lo hace en forma bipersonal; de otra manera es algo imposible que aquel individuo logre algún conato de comunicación.

De hecho, la comunicación es básicamente la formación de ideas a procesar en significados, todo esto es en la mente de algún hablante o emisor por tanto, tenemos un sistema lingüístico-físico empleando para transmitir las ideas a la mente de algún intérprete; es el medio por el cual una persona influye o persuade a otra para producir un cambio de conducta en los individuos a los que va dirigida; se busca la participación de los oyentes mediante el aprendizaje que

los haga desarrollar habilidades intelectuales o de otras características, para aplicar en actividades futuras.

En la actualidad el desarrollo de la comunicación ha cambiado nuestro modo de convivir con los demás individuos. Hemos aprendido que las fuerzas de la manipulación llegan con su acción a los centros nerviosos y cerebrales del receptor al grado de hacerlo dependiente de algunos mensajes. Se ha fallado en contra de la autenticidad. Pero... ¿quién tendrá ese fallo por expresión fiel de la verdad? "...En las sociedades en transición, la comunicación debe cumplir una función integradora y transmitir la educación que demanda el cambio social."⁴⁸ A estas proposiciones en la variedad de conceptos sobre comunicación, observamos lo siguiente:

A.- la comunicación es un proceso: secuencia de acontecimientos interrelacionados. Es una relación dinámica entre los elementos participantes; algunos definen a la comunicación como un traslado de información que da un emisor a un receptor y que éste da respuesta a aquel entornando una conversación;

B.- la comunicación implica la cultura del ser humano en la sociedad: mediante el cual el individuo hace suyas las palabras, las actividades de una cultura; es decir, lo ubica en mejor armonía con sus congéneres;

C.- comunicación involucra una condición es decir, tener una disposición optimista alrededor de si mismo y hacia los demás;

⁴⁸.- MOYA Palencia, Mario, T.V. Radiolandia, 37° aniversario, Núm. especial, Pág. 35

D.- la finalidad de la comunicación es persuadir para inducir a alguien a algo que el comunicador le sea benéfico por medio del *bene lo quendi y el bene dicendi* (el bien escribir y el bien decir)

" Los que consideran a la retórica como el arte del bien decir, o sea el arte de hablar y escribir de la manera mas acomodada, al fin que nos proponemos... con respecto a la facultad de persuadir, está en la misma relación que la... lógica, con la de descubrir la verdad; propiamente hablando, es la teoría de la elocuencia"⁴⁹

Por este procedimiento, observamos a las teorías de la comunicación como la intencional de persuadir, en categórica alusión David K. Berlo, nos da "su verdad" de la comunicación con afirmaciones enfáticas derivadas de hechos redundantes en propósitos persuasivos, para atraer la atención del ente y así estructurar a manera de sugerencia la atención de forma singular para ver lo veraz. Todas las expresiones de un lenguaje poseen una dimensión persuasiva.

Para así afirmar que "El hombre que fundamenta sus mensajes en su completa objetividad; el que interroga su especial privilegio ya que se considera imparcial, comentarista sin prejuicio, es sospechoso. O es ingenuo en sus análisis de las funciones del lenguaje al describir la realidad física, o es deshonesto en sus afirmaciones de propósitos. Hay un desvío persuasivo en la opinión y existe también en el conocimiento,"⁵⁰

⁴⁹.- ESPASA-CALPE, Enciclopedia Universal Ilustrada, Edit. Espasa-Calpe, Madrid, España, 1993, Tomo 50 (L), Pág. 1414-1418

⁵⁰.- BERLO, David K., El proceso de la comunicación, Ídem, Pág. 177

La comunicación ha sido en la historia de la humanidad una especie de ariete que ha abierto los senderos del porvenir progresivo entre los individuos y las comunidades. El hombre no puede convivir ni realizarse sin comunicación.

No se propone comprender al hombre. Los modernos informadores que proliferan en los medios de comunicación van solo en procura de sus intereses. No entienden que el ente como ser humano es protagonista básico del ámbito social y por tanto actores de la cercana y lejana historiografía; son los emisarios de nuestro pasado; pretenden ser los eternos interpretes de la historia y, por lo regular, la dan deformada, según conveniencia de los acaudalados publicistas que nos la suministran.

Estos comunicadores con espléndido estigma a su profesión, no declinan en sus conceptos; y el emisor se obliga a usar componentes intelecto-cognoscitivos para que sus mensajes sea comprendidos. Impresiona leer o escuchar la desfachatada ignorancia de temas tratados en sus comentarios charlatanería falaz de estos comunicadores que en absoluto tienen un comentario honesto. Nunca se puede ni debe confundir el intelecto con la empresa de hacer dinero y algunos al parecer lo hacen.

Una fuente que envía mensajes a través de los medios, se puede decir que pocos, a partir de sus facultades cognoscitiva busca intercambiar opiniones con sus semejantes: y a la vez convencerlos de que sus ideas son validas.

Es necesario modificar la actitud de algunos informadores que dan mal uso al lenguaje* pues, "...Nuestro andar se dificulta si los medios de comunicación, que son valiosos instrumentos para expresar un contenido, deforman con sus transmisiones la veracidad, degradan los gustos o estimulan el ejercicio de la violencia y vulgaridad, en vez de estimular formas superiores de convivencia e integración Nacional."⁵¹, Entonces, lo que queremos decir es simple, hay que buscar, clasificar o refinar nuestra forma de pensar; de hablar; de nuestro comportamiento cotidiano y las razones por las cuales procedemos al compás de los baladíes oradores.

De tal forma, avalamos perentoriamente que a través de la convicción se manifiestan los conocimientos del individuo en cuanto a su procedimiento en referencia a los medios de comunicación. Esta creencia, debería emplearse como una orientación a las masas y estimular la docencia en todos sus niveles.

De lo anterior, comparativamente, los grupos o las organizaciones de esta índole no tienen distinción en cuanto a la conducta de los individuos, relacionados por transferir y definir relaciones de simpatía con los demás, de diferentes formas y personalidades. Esto no impide que las familias, grupos u otras asociaciones sean significativas con propiedades y funciones que le son propias.

Igualmente, con estas suposiciones se exime de todo titubeo para establecer la imparcialidad del comunicador acerca de cuando "La opinión pública entra en cada observación, en la verificación de toda afirmación de un hecho... sujeta a la opinión de alguien. Al discutir la realidad social, el dominio de la

* HAMLET acto III, escena X, el mismo Hamlet a Horacio; "... los que tienen almibarada la lengua, váyanse a lamer con ella la grandeza estúpida, y doblen los gaznes de sus rodillas donde la lisonja encuentre galardón..." Autor: William Shakespeare.

⁵¹.- MOYA Palencia, Mario, T.V. Radiolandia, Ídem, Pág. 34

opinión, se ha podido decir:"⁵² que al entender la determinante social, la influencia de la opinión se ha conseguido exponer lo que es; tiene que ser para otros y para usted verdadero y asimismo. "Cada uno de nosotros define su sistema de opiniones según sus propios objetivos e intenciones de influir en su medio y..."⁵³ en efecto esto da fuerza a lo manifestado por el emisor que da referencia a las circunstancias intelectuales para vigorizar la opinión; de suerte que cuando un lector opina de un periódico o revista es porque:

A.-el lector reconoce en la comunicación escrita la honestidad de ese medio y, si es honesto y sincero consigo mismo, él buscará hacer un análisis de su contenido para valorar su género;

B.- si el periódico o comunicador defiende una posición paralela a los intereses del receptor, sea cual fuere ésta, se le reconocerá como objetivo; de otra forma, caerá en lo propagandístico.

Si recapacitamos con relación a lo investigado sobre los temas de la comunicación, observaremos que el emisor expone su opinión a los receptores; misma que le permite unirse al padrón del poder, para un "...propósito determinado,... máxime cuando se trata de la información pública,... se informa para orientar en determinado sentido... en ningún caso la comunicación esta flotando 'entre la tierra y el cielo', independientemente de los que participan en ella, de sus intereses e ideologías... La comunicación se revela como una fuerza que puede servir tanto para la liberación del hombre, como para su opresión"⁵⁴ La

⁵².- BERLO, David K, El proceso de la comunicación, Ídem, Pág. 175

⁵³.- BERLO, David K, Ídem, Pág. 175

⁵⁴.- TAUFIC, Camilo, Periodismo y lucha de clases, Ídem, Pág. 26-28

comunicación, están en el ambiente que nos rodea, todo es cuestión de cómo se emplee.

Esta vigente en cada momento, ante toda circunstancia y forma según lo manifiesta el escritor, Camilo Taufic, en su libro *Periodismo y lucha de clases* nos hace concebir que la comunicación no se da aislada a las demás actividades a partir de las estructuras sociales componentes del Estado: la comunicación involucra conveniencias e ideologías a partir de aprovechamientos individuales y colectivos; privados y públicos, se manifiesta a través de inducciones favorables o desfavorables, según sea el suceso. Se refleja en la lucha social para ser parte de las estructuras políticas, económica, religiosa, etc. de la sociedad, para consolidarse en la clase social verídica sobre la que se alzan los soportes jurídico-políticos y socio-económicos en su sentido más lato: El espiritual.

Si se analiza detalladamente lo antes escrito observaremos que el comunicador produce ideas para transmitir las y provocar una reacción: sea de rapidez o de interrupción en las actividades sociales, de acuerdo a lo deseado por los emisarios y a la capacidad intelectual e ideológica del receptor. El emisor es trascendental, de los intereses que son individuales o conveniencias sociales colectivas. De tal forma que las satisfacciones utópicas de cubrir, no son solo de carácter espiritual: educar, preparar humanísticamente al hombre para preservación del patrimonio cultural; tiene también obligadamente que, actuar como venero comunicante en toda la esfera social, transformando energía para cubrir las necesidades del gremio celular cuyas funciones son institucionalizadas en el plan de acción, coordinado por el instrumento normativo social: el Estado.

En la actualidad la relación del comunicador con el régimen capitalista es un relativo bienestar social común y no para una pequeña cúpula de poder que monopolice el organigrama de las comunidades disgregadas por donde los vientos de las necesidades económicas hogareñas las arrojan sin poder prestar atención a los problemas de la colectividad, y ser aprovechado éste lapso de substracción por emisores para desestabilizar localidades que están unidas en la armonía; y crear la inconsistencia. Puede ser útil para fortalecer la filosofía de linajes omnipotentes, representante de una minoría social. El manejo de los recursos humanos es impulsado a placer por los grupos empresariales: los dueños del dinero.

De si, son productores que actúan en una forma precisa, involucrándose entre sí relaciones políticas y sociales determinadas. Ésta observación resultara a fortiori, en cada caso concreto, de un enlace dado entre las organizaciones político-social y económico-financiero-productivo, para crear una sucesión que da la impresión de vivir en épocas pasadas en donde la ¡No se podía expresar uno con libertad! ¡Todo era represión por parte de las autoridades!

Los hombres adquirieron conciencia de que pertenecían a un pueblo. La historia indica que los grupos eran considerados como grupos manejables. Legaron épocas las de ahora, las de ayer; los pueblos que fueron y son, los que fueron y no lo son, los que son y aparentemente lo serán, ¡Perennemente el hombre ha existido! Y los auditorios, con un bueno discurso combativo, impactante, retórico hasta el éxtasis de los receptores acepta la alocución. Un discurso es bueno por su serenidad, su sinceridad, su congruencia, su realismo; por no ofrecer lo imposible.

2.2.- ¿QUÉ ES LA RETÓRICA?

¿Y porqué no hablar de la *retórica* en este espacio, si es necesario para dar énfasis al tema? Se comprenderá que en éste inciso se estudia concisamente el tema; dé tal suerte, tenemos que la *retórica*, es el arte del bien decir y, del bien hablar. Nos damos cuenta en esto, algunos autores distinguen a la *retórica* de la gramática, entre otras artes (la poética, la oratoria y la preceptiva literaria) porque con esta se nos dan reglas para hablar con corrección un idioma.

Los modelos escolásticos concernientes a la grandilocuencia; nos inducen al arte de dialogar; de hablar con corrección para influir en los auditorios; en tanto la comunicación se emplea para dirigir a las masas. Por consecuente, el propósito principal, en esencia del discurso es guiar las actividades de los demás, para producir modificaciones en la conducta de las personas a las que va dirigida. Desde luego, si el orador es competente para hacerlo y los áticos* de las sectas aristotélicas sabían como hacerlo.

Los educadores en estas enseñanzas sabían de la capacidad que todo hombre tiene en mayor o menor grado de exteriorizar sus pensamientos, el orador al hacer uso de su vocablo origina efectos y motiva resultados, que obtiene con la elemental transmisión, por la argumentación armoniosa con apropiadas palabras.

En todo alocución la entonación de la voz es lo mas trascendental para dar mayor énfasis a lo que el orador se propone pronunciar a la consideración de los oyentes, pues mas que lo que se dice, importa mas el cómo se dice para

* De ÁTICA, ciudad de la antigua Grecia. Elegancia de regio gusto que caracteriza a los escritores y oradores atenienses de la Edad Clásica.

cautivar al receptor que "...juzga sobre cosas propias de manera que no se requiera otra cosa sino demostrar que es así como dice el que aconseja; pero en los discursos...no basta esto, sino que es útil cautivar al oyente,..."⁵⁵

En la época de Aristóteles el discurso era considerado como el buen arte de convencer a los auditorios. Aquél la empleó como la fuerza de hallar en cada sujeto lo mas apto para persuadir al oyente con las ideas, según se conformen en el cerebelo del ente receptor.

3.- PERSUACIÓN: PALABRA CONVENCEDORA

Los entes que expresan públicamente una persistente violencia, son predisponibles a algún acto persuasivo es decir, son partidarios a la abundancia de palabras del comunicador. Difícilmente éste ser agresivo podrá ser inducido a los propósitos del emisor; el fracaso de éste se debe en primer instancia, al orador y en segunda a la terquedad o cerrazón del receptor.

Sin embargo, hay personas dispuestas a rectificar su forma de actuar, y afectuosamente prepararse para seguir precautoriamente ciertas declaraciones de la fuente. La finura de los actos la detentan entes experimentados en asociaciones culturales, deportivas o de cualquier índole, a las que asisten en forma participativa por su deseo de ser considerados como participantes en alguna actividad. El propósito básico en esencia es tomar la dirección de los actos de los demás.

Y, a pesar de sus reacciones hay momentos en que buscan acercamientos en otros grupos pues estos sujetos con todo y sus símbolos son persuasibles.

⁵⁵.- ARISTÓTELES, Retórica, Ídem, Págs. 6,7

Todo es cuestión de que el comunicador sepa hacer esa labor de proselitismo porque "ante la multitud, el orador es más persuasivo... y, por tanto, el que no sabe más que el que sabe; también respecto a las demás artes, aun sin conocerlas, puede parecer mas sabio que las que realmente saben."⁵⁶ Por si mismo, la retórica por la persuasión es la que tiene su poder en la palabra, y se podría suponer si se quiere: sutilizar al hablar.

Con la retórica se debe convencer, y para eso es necesario atraer con palabras adecuadas al receptor: "Además, es preciso ser capaz de persuadir..., no para hacer una y otra cosa, pues no se debe persuadir lo malo, sino para que no nos pase desapercibido cómo es, y para que cuando otro use las mismas razones injustamente, podamos deshacerlas"⁵⁷

Si hablamos de los líderes que aceptan con mayor facilidad nuevos puntos de vista, y a los canales informativos en cuyos discursos hablados o escritos demuestran que tienen imaginación y capacidad para lograr su objetivo y por consecuente un alto grado de reacción empática, para inducir a los auditorios.

Personas de estas características, dependen de las circunstancias a su alrededor, cediendo supuestamente en ocasiones a sugerencias sociales, a toda persuasión dictada por los demás, por las opiniones de liderazgo tenidas, son proclives a adoptar ideas y adaptarse de acuerdo con todos y sentir que nadie habrá de disgustarse por "...ciertas observaciones... de personas que tratan de verificar ciertos tipos de proposiciones. Si la intención de un juicio es persuadir, se deduce que habrá una dimensión persuasiva...las afirmaciones de hechos tienen, en parte, un propósito. Dirigen la atención, estructura la percepción y

⁵⁶- PLATÓN, Gorgias, Tr. Colonga Ruiz, Julio, Edit. I.E.P. Madrid, Esp., 1951, Pág. XV, Int.

⁵⁷- ARISTÓTELES, Retórica, Ídem, Pág. 8

sugieren un modo particular de ver la realidad física. Todas las expresiones: De ningún juicio puede decirse que no es persuasivo”⁵⁸

Se esta expuesto a defender su enfoque. La exposición de algún informe para interpretar los contenidos y satisfacer las necesidades del concepto de la persuasión cuyo mensaje es esperado por las personas involucradas. Hay quien pretende la armonía entre sus creencias y sentimientos, cognoscitivos o emocionales sin embargo, en algo se tiene que ceder.

Empero, existe un modelo de equilibrio sustentado en el conocimiento y su consecuencia, innova las ideologías del conocimiento, en consecuencia, expresamos que existen dos géneros de pensamientos: el lógico y el del deseo: el primero es aquel que nos hace actuar meditadamente, en busca de respuestas razonadas; el segundo es el que por medio de los sentimientos queremos hacer las cosas a nuestra voluntad; sin tomar en cuenta nada, mucho menos la razón; en esta inclinación, en ocasiones se obtienen respuestas frustrantes. De tal suerte, el régimen de dogmas en una persona se da mediante los precepto de proposiciones interrelacionadas.

3.1.- ¿PERSUADIENDO?

La persuasión es un arte que se auxilia en la “creencia cuya certidumbre se apoya en una base subjetiva, como ya lo indica Platón cuando distinguía ‘el pensamiento que se genera en nosotros por la vereda de la enseñanza y la opinión por la senda de la persuasión. El primero se funda en un razonamiento verdadero, al otro le falta base; el uno es sólido frente a la persuasión, la otra se

⁵⁸ BERLO, David K, Ídem, Pág. 177

deja modificar.’ En psicología... se define como coercitiva a la persuasión inducida en quién está en estado de no libertad, y como oculta la formación o la modificación de la opinión de una masa obtenida con estímulos subliminales que operan por debajo del nivel de la conciencia...”⁵⁹

En cuanto a convencer para implicar a las personas y a las masas, se manifiesta que con la argumentación se logra el propósito básico, pues se induce a los individuos a efectuar cambios de conductas virtualmente; en consecuencia, se observa cómo la argumentación es “...considerada en todo tiempo como el arte, facultad o poder de persuadir a los hombres, hablándoles con palabras bellas y abundantes, o sea, con palabras elocuentes... este poder se ejerce más noblemente por la palabra que por el razonamiento escrito: ‘la palabra es un animal vivo; el libro, un simulacro o apariencia de aquella...”⁶⁰

Se supone que el hombre comenzó a intercambiar opiniones en el desarrollo de la información persuasiva, pues a ciencia cierta tuvo el propósito de convertir a los miembros de su agrupación para cumplir determinadas acciones sin necesidad de recurrir a la fuerza física. Para convencer es necesario estimular el procedimiento de los individuos con razones capaces, para precisar que lo dicho es válido. Manifiestamente, la seducción consiste en promover, por medio de testimonios, para procurar la adhesión de quien lee o escucha respecto de las ideas que se exponen.

“De ordinario, nos persuadimos por las razones que nosotros mismos hallamos que por las que se les ocurre a los demás... El comerciante, el profesor,

⁵⁹ GALIMBERTI, Humberto, Diccionario de psicología, Edit. S. XXI, México, D.F., S/F., 1114 Pp., Pág. 817

⁶⁰ ESPASA-CALPE, Enciclopedia universal ilustrada, Ídem, Pág. 1415

el sacerdote, el abogado, el ministro no hacen otra cosa. No los veis cambiar la superficie de la tierra, ni transportar los objetos. Lo que se les resiste no es el objeto, sino el hombre”⁶¹

De tal suerte, por medio de la persuasión, al igual de la lógica los líderes vendrán hacer aquellos cuyos discursos demuestren que tienen el don y el “...valor persuasivo de una idea proviene mucho... de sus cualidades intelectuales que de sus relaciones con el carácter de cada hombre... Creemos con demasiada frecuencia que un pensamiento no lo es sino se rinde...”⁶² al hablar con la teoría de la elocuencia, a tal grado de una reacción empática.

El propósito para la sugestión se da cuando el emisor pretende que su discurso tenga impacto; así el orador ha de lograr lo que desea: convencer al auditorio para que modifique sus conductas de acuerdo a las métodos de la fuente. Al percibir el mensaje nos interesa determinar que Inducir es convencer la inspiración “...añade a la convicción la fuerza necesaria que conduce a la acción..., la distinción entre convencer y persuadir no será menos esencial, pero serán los medios, y no los resultados lo apreciado, que otorga la primicia a la convicción.”⁶³.

Deducimos: para motivar a las masas o a un individuo como célula, es preciso sugerir lo siguiente: determinar un contexto ecuánime, para satisfacer sus insuficiencias de cualquier índole (comida, agua, seguridad personal o económica): no obstante, los elementos trascendentales para involucrarlo son: la

⁶¹ FOULQUIÉ, Paúl, Diccionario del lenguaje filosófico, Edit. Labor, México, 1967, 1089 Pp., Pág. 775

⁶² FOULQUIÉ, Paúl, Diccionario del lenguaje filosófico, Ídem, Pág. 775

⁶³ FOULQUIÉ, Paúl, Ídem, Pág. 775

transmisión de mensajes acordes a los propósitos del comunicador, anónimo e inspirar confianza en el persuadido.

4.- ¿CIBERNÉTICA HUMANA?

La cibernética es una ciencia de razonamientos basados en estudios lógicos con respecto a una información: “El origen de la cibernética se encuentra en un dominio fronterizo entre varias disciplinas, sobretodo en la frontera en que insospechadamente colindan la tecnología, las ciencias biológicas,... En realidad un conocimiento profundo de todas estas disciplinas...”⁶⁴

El arribo de la electrónica nos obliga a actualizarnos continuamente, no solo en cuanto al acceso y manejo cibernético y de la comunicación sino, en lo referente a la comprensión de la soberanía social, debido a que el desarrollo científico y tecnológico condiciona al ser humano con las exigencias de la época que demanda un cambio intelectual en la humanidad.

“Las nuevas tecnologías de comunicación dan a los periodistas miles de ojos, cientos de brazos y piernas, la posibilidad de la ubicuidad y de una velocidad antes inimaginable para el envío y recepción de información. Pero también les regalan un reto: con las nuevas herramientas ¿seguirán haciendo el mismo periodismo? la revolución informática ¿significará solamente un cambio de soporte para llevar a las pantallas de las computadoras lo mismo que traslada cotidianamente a la televisión, la radio y a las páginas impresas, o cambiará el

⁶⁴ GRENIEWSKI, Henrik, Cibernética sin matemáticas, Edit. F.C.E., México, 1965, 214 Pp., Pág. 11

modo en que los periodistas documentan, narran e interpretan la historia de todos los días?”⁶⁵.

La comunicación que en determinados temas es “Inasible y desafiante rompe las barreras del tiempo y el espacio... tiene muchos rostros... los medios de comunicación y a las manos del artista... se filtró a las casas con rostro de juego, se acercó a los niños para entretenerlos como generación nintendo. Era solo el principio... anuncia un cambio radical para la cultura humana.”⁶⁶

El cambio debe establecerse en el dogma incidencial encaminado al perfeccionamiento de la capacidad humana del ser y, favorecer con esto, a su desenvolvimiento individual y social para instituirse y luchar por su progreso.

Desde nuestro nacimiento hemos sido dotados de un cerebro aquí tenemos todo, habido y por haber; solo falta para demostrar que nuestro sentido común es prodigioso y eficaz. Comprender que a través del sistema de computo se logra “...un modelo que tiene las características que comparte toda la automatización. Desde el punto de la admisión de materiales hasta el de salida del producto..., la tecnología de los sistemas se fundió en el diálogo humano... los hombres pasan a ser súbitamente nómadas colectores del saber... los medios eléctricos de almacenar y mover información con rapidez y precisión...”⁶⁷.

Qué le demos un adecuado uso para dar salida a ese fascinante mundo cibernético que es nuestra caja encefálica. Qué nos llevará a donde queramos y a sabernos comunicar con claridad con los demás, por eso decimos: **comunicación, ¿para el perfeccionamiento humano?** ¡Con la cibernética

⁶⁵ MALVIDO, Adriana, Por la vereda digital, Edit. Conaculta, México, D.F., 1999. 400 Pp., Pág. 195

⁶⁶ MALVIDO, Adriana, Por la vereda digital, Ídem, Pág. 23

⁶⁷ McLuhan, Ídem, Págs. 435, 436, 437

tenemos abierto el camino del todo! los credos, la religión verdadera: “Todas las principales condiciones de una civilización sabia, todos los métodos científicos estaban allí ya: se había fijado el grande e incomparable arte de leer bien, requisito necesario para la tradición de la cultura, para la unidad de las ciencias; Las ciencias naturales, unidas a las matemáticas y a la mecánica, estaban en el sentido de los hechos, el último y más precioso de todos los sentidos.... Todo lo era esencial..., los métodos...La paciencia y la seriedad... Toda la probidad del conocimiento...”⁶⁸ Estar en contacto con lo infinito y lo cósmico, pero para llegar a ello es necesario comprender que “La tecnología moderna ha hecho surgir muchos tipos de sistemas de información, los cuales son actualmente indispensables en una sociedad civilizada. Se les puede clasificar como sistemas... para transmitir información... para registrar información usados para hacer operaciones con la información... la cibernética investiga... aquello que es común a los procesos de comunicación que ocurren...”⁶⁹

Debemos comprender que “todos hemos sido dotados de sentidos y de mecanismos para utilizar las sensaciones que nos transmiten”⁷⁰ a través de la cibernética que es un medio de producir información para su difusión, “aporta la verdadera ‘producción en masa’ no a base del volumen sino de un... carácter de los ‘medios de masas’. Son indicaciones no de la magnitud de su público sino del hecho... amalgamarse con la información y el saber...” a través del procedimiento computacional.⁷¹

⁶⁸ NIETZSCHE, Federico, El anticristo, Edit. Mexicanos Unidos, S.A., México, D.F., 1998, 124 Pp., Pág. 117, 118

⁶⁹ GRENIEWSKI, Henrik, Cibernética sin matemáticas, Ídem. Págs. 26 y 61

⁷⁰ MEJIA Cole, Juan, La aventura de Guillermo Marconi, T.V. Radiolandia, 37º aniversario, núm. especial, Pág. 4

⁷¹ McLUHAN, Ídem, Pág. 425

Empero se observa a través del desarrollo industrial y la intensidad informativa-comunicativa como se dan y crean situaciones novedosas en el campo de las ciencias de la comunicación: “El mundo del periodismo... será otro. ‘Con las nuevas tecnologías tendremos que aprender a hablar de manera distinta sobre una realidad que nos cuesta percibir con toda su complejidad de manera tradicional’. Los periódicos mexicanos como *La Jornada* (el primer diario en internet) o *Reforma* pasan en línea el mismo producto que ofrecen en papel... pero mejor sería que elaboraran plataformas para poder utilizar el hipertexto y la multimedia...”⁷²

El fenómeno de tecnificación en los medios de cibercomunicación es ocurrentemente entusiasta: en principio, nos estamos acostumbrando a un sistema cuando ya surge uno o más métodos del mismo medio o es otro íntegramente moderno: “determinante en la evolución social es el sistema de ‘transmisión de los conocimientos’. La raíz de su pensamiento consiste en... admitir la neutralidad de las técnicas de comunicación. Por el contrario, considera que a estos medios determinan la naturaleza y el contenido de los mensajes transmitidos y por lo tanto influyen de manera radical en los comportamientos y estructuras sociales... y de acuerdo con esto la sociedad de cada época sería el fruto de su tecnología informativa.”⁷³

Tenemos publicaciones noticiosas que emplean el hipertexto o texto virtual como los estadounidenses News Observer de North Caroline o el Chicago Tribune; en nuestro país tenemos, a parte de *La Jornada* y *Reforma*, que la mayoría de las impresiones se han implicado en el sistema del hipertexto.

⁷² MALVIDO, Adriana, Ídem, Pág. 195

⁷³ BARRIOS Gómez, Agustín, Comentarios de hoy: “Los medios de comunicación de masas ¿Nos sirven o nos dominan?”, El heraldo de México, Miércoles 02-12-1970, México, D.F., Pág. 3L

Otras innovaciones se observará en los procesos de realización en las revistas y periódicos habituales: “No existirá el concepto de cierre. La información se podrá poner en línea al ritmo en que se vaya generando; la selección del material no estará restringida por el espacio de la edición en papel; los conceptos de primera plana y ocho columnas desaparecerán...”⁷⁴. La prensa se realizará de diferentes presentaciones, desaparecerá la organización acostumbrada de las planas periódicas.

⁷⁴ MALVIDO, Adriana, Ídem, Pág. 196

CAPÍTULO

VI

LENGUAJE DE LA VIDA

El poder esta en la palabra, ten cuidado con lo que dices o escribes.

Creo para entender: el creer es tan consciente del todo para entender a mi alma, mi pensamiento...mi libertad de expresión.

La verdadera magia es creer en uno mismo, ser uno mismo. ¡Tenerse **fe!**
RAE 04-03-2004

1.-IDEA + SIGNO + SEÑALES + CÓDIGO (PALABRAS) = MENSAJE

Vemos que en un segundo principio fue el habla, y esta nació ante la necesidad de comunicar algo. Es decir, un individuo cuya intención era la de manifestarse, quiso comunicar sus sentimientos a otro, que vendría a ocupar el lugar de oyente; obvio, primero formuló ideas en su cerebro, que ahí mismo fueron procesadas a signos mentales con lo que surgirían las señas y éstas, a su tiempo, se transformarían en palabras y códigos para dar forma a la conversación.

“El significado de una palabra... es el objeto que denota o la ‘idea’ que suscita,... su significado puede ser doble: si es oída es el movimiento que provoca; si es expresada, es el deseo al que corresponde una ‘idea’ que es el efecto deseado.”⁷⁵

⁷⁵ BEUCHOT, Mauricio, Elementos de semiótica, Edit. FFL U.N.A.M., México, 1979, 353 Pp., Pág. 126

La expresión de *idea* generalmente se ha empleado, según lo refiere Nicola Abbagnano en su diccionario de filosofía, con dos expresiones básicas "... 1) como la especie única intuible en una multiplicidad de objetos; 2) como cualquier objeto del pensamiento humano, o sea como representación en general. En su primer significado la palabra fue utilizada por Platón, Aristóteles, los escolásticos, Kant, etc. En su segundo significado fue empleada por Descartes, los empiristas y buena parte de los filósofos modernos; y así es comúnmente aceptada en las lenguas modernas."⁷⁶

La intención conveniente del significado de *idea*, a juzgar por Baruch Spinoza, al hacer designaciones específicas de una imagen definida para describir lo definido de *idea* con lo imaginado por ella.

1.1.- IDEAS

De acuerdo a la ideología de John Locke, con la que establece sus hipótesis en la sabiduría de los preceptos aristotélico-tomista, describe que "el conocimiento es sensación o es *idea*; pero *idea* tiene aquí el sentido de imagen, sensación, fantasía, etc. Cualquier tipo de percepción proveniente de la experiencia; por consiguiente, Locke no admite la existencia de ideas innatas^{*}. Antes de entrar en contacto con la experiencia, la mente es como un papel en blanco en el cual nada hay escrito."⁷⁷ La *idea* es una empresa intelectual y específica de las circunstancias.

⁷⁶ ABBAGNANO, Nicola, Diccionario de filosofía, Edit. F.C.E., México, 1996, 1206 Pp. Pág. 126

^{*} El innatismo es el método filosófico el cual nos manifiesta que las ideas son connaturales a la razón; nacidas con el mismo sujeto

⁷⁷ CHÁVEZ Calderón, Pedro, Historia de las doctrinas filosóficas, Edit. Alhambra, México, D.F., 1992, 290 Pp., Pág. 133

Es la primera y la más obvia de las acciones del entendimiento humano, con la que se da inicio a la **comunicación**; ésta se origina en el cerebro en forma de ideas para ser procesadas a signos o símbolos que a la vez se transformarán en palabras para crear el vocabulario; que se conforma diáfana y manifiestamente mediante las facultades intelectuales en el sujeto: de una cosa u objeto, imagen o representación que, del objeto percibido, queda en el cerebro. Inteligencia pura, razón natural ajustada a las características de nuestro razonamiento.

Wilhelm Leibniz determino su punto de vista con relación a las ideas y a la inteligencia conforme a las subsecuentes expresiones:

“1.- El conocimiento intelectual se da a través de las ideas, las cuales son representaciones abstractas de las sensaciones,

2.- Algunas de las ideas son innatas en cuanto que existen potencialmente en el intelecto; es decir, éste, por su propia naturaleza, tiene capacidad para formularlas independientemente de toda experiencia, y

3.- Hay tres tipos de percepciones o conocimientos. Las pequeñas percepciones son confusas y, de ordinario, inconscientes para el sujeto. Las percepciones empíricas se basan en la memoria y en

la asociación de otras. La percepción racional es el conocimiento de las verdades necesarias.”⁷⁸

Se deduce que la idea es el saber explicativo de lo universal con lo que el ente conseguirá crear ilimitados y formidables conceptos al libre albedrío y voluntad; se establece, en rigor, lo abstracto para depurar sus ideas antes de darlas a conocer a través de signos o señales; a diferencia de la imagen o icono que va de lo singular, concretándose en una sola cosa u objeto.

Para tener una concepción más clara de lo que se habla apuntamos los siguientes rasgos de idea: su origen es de forma sintética, para abastecerse de representaciones mentales. A la idea se le asignan tres connotaciones virtuales a saber:

- a) Tener percepciones por medio de los sentidos en el campo mental,
- b) Compila cabalmente una gama infinita de cuadros o representaciones para acciones físicas y verídicas, y
- c) Ser representativa de acciones una vez fuera de la mente realizadas verazmente.

Con la retórica comunicativa se pretende crear y sentir al ser mismo, hacer y hacerlo: idea, señal, signo, código o palabra para emitirla a manera de mensaje; responder a su creación a través del viaje ideológico, seductor y retórico (acoplado conveniente y perfectamente en el pensamiento del ente receptor), que nos da la palabra bien empleada. Se habla y al hablar comunicamos

⁷⁸ CHÁVEZ Calderón, Pedro, Historia de las doctrinas filosóficas, Ídem,

pensamientos, ideas que afectan a los demás persuasivamente a manera de reacciones con las que se busca ser entendibles. Al expresar algún lenguaje vertimos signos, señas e ideas transformadas en palabras.

Al generarse el lenguaje, se da importancia a las ideas así como a su raíz. Las ideas son producidas en la mente del individuo, son apariciones entrelazadas a la actividad cotidiana del ente: se originan como pensamientos que se presentan, cuál brote de manantial, en su conducta material para, de tal suerte, elaborar leyes y normas para regir los destinos de la humanidad por medio de la política –códigos jurídicos– y la religión –códigos y máximas morales y espirituales– para enajenar a los pueblos. Empero, si encontramos a un ser capaz de desarrollar aptitudes comunicativas observaremos a distancia, que su mentalidad evoluciona a pasos acelerados para originar un dialogo de ente a ente.

La idea es esencialmente el significado de su creación progresiva, con lo cual se argumenta la representación “de signo de la realización en realización a la idea significada... Sin ella no habría ninguna razón para hablar de la... realización perfecta de la idea. Y, por tanto, si la realización parcial de la idea... no fuera signo natural de esta idea,”⁷⁹.

Cualquier cosa o significado con lo que evocamos la idea de otra para dar paso a las manifestaciones externas del individuo lo es en el sentido más general del término; a la vez un fenómeno sensible destinado a manifestar algo que no es sensible o, incluso que no puede serlo nunca; pero que sin embargo nos remite a la significación del signo.

⁷⁹ DE Murat, André, La idea de la fenomenología, Edit. CEL, U.N.A.M., México, 1963, 456 Pp., Pág. 22

1.2 SIGNOS

La explicación del signo se equipara con el procedimiento del tiempo presente de lo científico; En toda circunstancia científica la significación “es un signo que expresa una significación que lleva en él. La significación está en cierta manera incluida en el signo, puesto que es poseída por él, y además lo trasciende, puesto que indica una relación con otra cosa. La significación es el acto propio de relación con el sentido, pues el signo significa el sentido”⁸⁰.

Según el autor Mauricio Beuchot en su libro *Elementos de Semiótica* en la página 18, señala que el escritor Glottlob Frege, en las funciones del signo nos hace saber que éste asume dos funciones: una, es para indicar algo, la otra es un modelo apropiado para el individuo con el fin de demostrar lo indicado; de tal forma, “todo signo, para ser tal, debe *designar una entidad, hacerla presente al entendimiento*; sin este requisito no existe signo alguno... Pero no acaba en esto la función del signo; al hacer presente a la inteligencia una entidad. Puede decirse que comprendemos el significado de una expresión cuando ‘ésta’ nos hace reaccionar con determinada conducta... por... aceptar las imágenes como intermediarias ‘mentales’ entre el signo y el objeto.”⁸¹

Se da una concordancia que parte de las referencias a la infinita unidad científica que de a conocer esta unidad en referencia que expresa “...la doctrina del signo y permite afirmar el paralelismo siguiente: lo mismo que el signo remite a su significado como a lo que le da su sentido y su ser,... Ahora bien, *el lenguaje es manifiestamente un signo en relación con el pensamiento*,... Basta entenderse

⁸⁰ DE Murat, André, La idea de la fenomenología, Ídem, Pág. 19

⁸¹ BEUCHOT, Mauricio, Elementos de semiótica, Ídem, Págs. 18 y 107,108

acerca del sentido de la palabra *signo*. Si se admite que el ***lenguaje es un signo*** se admite también, que...⁸² al humo se le considera como un signo del fuego.

El signo a diferencia de la señal (que veremos en el siguiente inciso) se dirige al reflejo, concierne un conocimiento que desentraña la idea de una analogía a través de un hecho percibido y una hipótesis, "...los signos lingüísticos junto con sus reglas combinatorias constituyen, a causa de su función simbolizadora de la 'realidad', el segundo sistema de señales."⁸³

1.3.- SEÑALES

La seña es una indicación o ademán que nos da a entender un mensaje o una pretensión. Friedrich Dorsch en su diccionario de psicología nos revela que señal es una "Representación física de noticias o datos, suceso que implica un significado distinto de su propia entidad y actúa así en la **comunicación** unilateral o recíproca entre sistemas como soporte de información. Un estímulo, por tanto, posee carácter de señal sólo cuando desencadena y dirige... no su propia acción física directa, sino su significado."⁸⁴

El mismo autor nos expone en términos biológicos que señal es una forma de "...estímulo (estructuras corporales, voces, olores, comportamientos específicos) al servicio de la comunicación intraespecífica o ínterespecífica. Poseen generalmente una función desencadenante. Las señales específicas pueden imitarse mediante mimetismo por animales de distinta especie..."⁸⁵ para

⁸² DE Murat, André, Ídem, Pág. 22

⁸³ DORSCH, Friedrich, Diccionario de psicología, Edit. Herder, Barcelona, España, 1985, 884 Pp., Pág. 731

⁸⁴ DORSCH, Friedrich, Diccionario de psicología, Ídem, Pág. 730

⁸⁵ DORSCH, Friedrich, Ídem, Pág. 731

crear una cualidad ritual que el individuo aceptara, para convertirlas en señales intraespecíficas o ínter específicas, según sea el caso.

El principio universal que nos enseña la naturaleza "...física de las señales, de cómo y porqué se propagan, es algo que acostumbra a olvidarse cuando tratamos de ellas en términos de frecuencia y ancho de banda..."⁸⁶ si se tratará, por ejemplo, de la radio, la telefonía o la televisión. Se observo cómo se consigue codificar y la cantidad de señales que se consigue combinar para ser transmitidas en un mensaje escrito. Empero, "¿cómo consiguen las señales eléctricas trasladarse de un lugar a otro?"⁸⁷ Responder este argumento indicando que percibimos que las señales se propagan por hilos conductores, por el vacío, ¡sería una gran falacia!

De esta circunstancia, las señales dan forma a las ideas y, estas a las palabras para, de tal analogía se elabora, los mensajes que son transmitidos por el comunicador. "A veces el mensaje puede estar en la forma misma que la corriente o la tensión de la señal..."⁸⁸

Es la transmisión originada de las ideas del ente en su discernimiento para formar los signos y crear códigos para procesar y promover estímulos en los destinatarios y, estos, en su caja encefálica, den forma a sus respuestas. Su manifestación es por medio de los signos, transformados en códigos para influir de alguna forma, en los cambios de conducta del auditorio, o bien, entre los individuos de una entidad.

⁸⁶ PIERCE, John R., Señales: La ciencia de las telecomunicaciones, Edit. Reverte, S.A., Barcelona , España, 1995, 237 Pp., Pág. 109

⁸⁷ PIERCE, John R., Señales: La ciencia de las telecomunicaciones, Ídem, Pág., 109

⁸⁸ PIERCE, John R., Idem, 41

1.4.- CÓDIGO.-

En este aspecto se antepone, por naturaleza, la corroboración de **I+SI+SE**. Para proporcionar como resultado al código. De tal forma, se crea un entorno de señas y signos estructurados para establecer la comunicación que originara, en primer instancia, el mensaje para ser remitido por un orador a un auditorio; por un emisor a un destinatario, procurando un mismo significado para ambos.

1.5.- MENSAJE

Se establece el habla o la comunicación una vez que se halla conjugado el sistema de ideas, signos señales con su consecuencia código-mensaje, que se inicia "con la generación de una sonora producida por el aire por el acto de hablar... una onda sonora es una perturbación mecánica en la que la presión del aire aumenta y disminuye de manera mas o menos rápida. La cantidad en que la presión aumenta o disminuye es la *amplitud* de la onda... el número de veces que la presión de un sonido simple (*tono*) aumenta o disminuye en un segundo es la *frecuencia* de la onda en *hertz*."⁸⁹

En consecuencia, el mensaje es el producto de ideas, signos y códigos, para establecer motivos de relaciones humanas entre emisores y receptores; por ende, la construcción de un manifiesto estructurado por un emisor y enviado a un consignatario a través de un canal.

En la palabra hablada se proclama el discurso; en la palabra escrita un exhorto o un manifiesto, inclusive, el mensaje mismo por antonomasia. En la

⁸⁹ PIERCE, John R., Ídem, Pág. 26,27

ordenación del mismo se reconocen tres elementos que dan fuerza a lo hablado o escrito a saber: código, contenido y tratamiento –no obstante en lo personal, tendríamos uno más: signo o símbolo-.

El código se manifiesta en una estructura de símbolos con el mismo significado, tanto para el emisor como para el receptor, un ejemplo de ello son los idiomas; el contenido es lo seleccionado por el receptor para expresar sus propósitos.

El contenido está formado por la información que el emisor desea transmitir. Suponiendo, el mensaje lo tiene; ¿el canal? sus cuerdas bucales. Ya está todo dispuesto; el orador, con sus ideas, signos y señas transformados en códigos para conformar mensajes, se dirige a su gran auditorio para manifestar sus emociones, sus sentimientos, su agradecimiento tal vez...

Al reflexionar, sobre lo antes escrito, advertimos que las ideas son conectores de pensamientos transcritas a códigos de palabras a través de imágenes, signos y señas que nos ubican en otros niveles a comparación de los demás entes: “Ser o no ser, he ahí el dilema”*. Pero esto es cuando el ser pensante, con arrogante comunicación se coloca al nivel del ser impensante,

* HAMLET, Acto III, escena IV. Al principio Hamlet en un soliloquio: “existir o no existir, esta es la cuestión...” (ser o no ser...) WILLIAM Shakespeare

CONCLUSIONES GENERALES.-

El siglo XX fue determinante en el desarrollo de diversos métodos de información; una de las inquietudes influyentes de las modernas directrices del periodismo moderno que establecen las investigaciones sobre los códigos; las relaciones que se dan en la formación del reportaje. Se dio importancia a la capacidad de expresar las ideas con transparencia.

Esta investigación se realizó en base a búsquedas en documentos y en campo. Y se da en dos partes: el reportaje, en el que puntualizamos como se estructura un reportaje con base a la noticia; y una definición de comunicación, intitulada *El qué de la comunicación*, en donde expusimos sus orígenes y evolución; así mismo, dimos una clasificación apoyados en lecturas a Maletzke: directa e indirecta, unilateral y bilateral o reciproca, y en pública y privada.

Hablamos de la comunicación de masas en donde manifestamos teorías de eximios escritores como Maletzke, Berlo, Schramm, entre otros. Escribimos acerca de la comunicación cibernética en donde referimos sobre el empleo de internet para difundir noticias en línea.

Se ha comprobado que a través del desarrollo comunicativo se logra derivar a modo el suceso de relación por razón de lo cual dos o mas individuos rememoran habitualmente una expectación, tal como lo demostramos en la segunda parte de esta investigación.

Esta afirmación logra asumir idéntico conocimiento, tal como lo demostramos en el segundo apartado de este trabajo. Lo trascendental es ostentar un entendimiento común que, tanto el emisor como el receptor, conciban.

Logramos definir en la segunda parte, también, el significado de comunicación a través del acopio de elementos que permiten al ser humano retomar los testimonios de su contexto y ordenarlas en un método establecido, de manera que se utilicen a manera de pauta de su labor, tal como definimos en el concepto de Reportaje y Comunicación, proyectado en la primera parte y desarrollado en la segunda de este material

La comunicación es un medio para relacionar a la colectividad; esta percepción se argumenta para formar las diferentes manifestaciones teóricas que provienen de diferentes géneros. Un elemento imprescindible para la investigación socio-psicológica es la conformación social y que sirve a la comprensión de la comunicación.

Los conocimientos de medios de comunicación, de respuestas, de código, de emisor, de receptor y de la evolución, quedaron manifiestos en la forma de admitir la estructura social, tal como se demostró en presente trabajo.

En efecto nuestro objetivo se cumplió al ofrecer una amplia y definida descripción para los factores de la comunicación, que fueron ampliamente expuestos en la primera parte de este texto.

Resumo y termino: hacer que al lector u oyente se le estremezca la medula espinal, con esa seductiva y fascinante armonía gramatical; que lo cautive con la noticia, el hecho y el significado que, en conclusión esos tres

asuntos dan vida al reportaje de ***el qué de la comunicación***, título de la presente tesis.

PÁGINA DE REFERENCIAS: EL QUÉ DE LA COMUNICACIÓN

- 1.- RAVINES, Eudocio, El interés social y el foro nacional de la comunicación, Resumen, Revista mensual, Núm. 53, Edit. Libertad, México, D.F., mayo 1970, Pág. 1
- 2.- GAUQUELIN, Françoise, Saber comunicarse, Edit. El mensajero, Bilbao, España, 1970, 245 Pp., Pág. 19, 21
- 3.- SCHRAMM, Wilbur, La ciencia de la comunicación, Edit. Grijalbo, México, D.F., 1982, 181 Pp., Pág. 4
- 4.- DE La Mota, Ignacio H., Diccionario de la comunicación, Edit. Paraninfo, Madrid, España, 1988, Primer tomo, 374 Pp., Pág. 161
- 5.- BERLO, David K., El proceso de la comunicación, Edit. Ateneo, México, D.F., 1993, 228 Pp. Caps. 4 al 6, Págs. 57 a 126
- 6.- MARGÁIN Zozaya, Ricardo, Influencia de la comunicación en la evolución de la sociedad, Resumen, Revista mensual núm. 53, Edit. Libertad, México, D.F., mayo 1970, Pág. 35
- 7.- McQUAIL, Denis, Sociología de los medios masivos de la comunicación, Edit. Paidós, Buenos Aires, Arg., 1979, 124 Pp., Pág. 34
- 8.- DEFLEUR, Melvin L., Tr. Negrotto, Adolfo A., Teorías de la comunicación masiva, Edit. Paidós, México, D.F., S./F., 339 Pp., Pág., 19
- 9.- FRASER Bond, F., Introducción al periodismo, Edit. Limusa-Wiley, México, D.F., 1969, 419 Pp., Pág. 44.
- 10.- MARGÁIN Zozaya, Ricardo, Influencia de la comunicación en la evolución de la sociedad, Ídem, Pág. 32, 33.
- 11.- FERRATER Moro, José, Diccionario de filosofía, Edit. Sudamericana, Buenos Aires, Arg., 1975, 962 Pp., Vol. II, Pág. 583.
- 12.- ROMANESCU, Train, Traición a Occidente, Edit. Jus, México, D. F., 1961, 287 Pp., Pág. 275.
- 13.- ÁVILA, Raúl, La lengua y los hablantes, Edit. Trillas, México, D.F., 1986, 134 Pp., Pág. 5.
- 14.- McLUHAN, Marshall, La comprensión de los medios, Edit. Diana, México, D.F., 1993, 438 Pp., Pág. 110.
- 15.- McLUHAN, Marshall, Ídem, Pág. 110.
- 16.- BASURTO García, Alfredo, La escritura, Edit. Fernández editores, México, D.F., 1965, 131Pp., Pág., 23.
- 17.- LITTON, Gatón, del libro y su historia, Edit. Bouker, Buenos Aires, Arg., 1971, 246 Pp., Pág. 101.
- 18.- MARGÁIN Zozaya, Ricardo, Ídem, Pág. 32.
- 19.- RAVINES, Eudocio, El interés social y el foro nacional de la comunicación, Ídem, Pág. 17.

- 20.- RAVINES, Eudocio, Ídem, Pág. 18.
- 21.- RAVINES, Eudocio, Ídem, Pág. 19
- 22.- ARISTÓTELES, La retórica, Tr. Tovar, Antonio, Edit. Instituto de Estudios Políticos, Madrid, España, 1953, 238 Pp., Pág. 8.
- 23.- S/A, Nueva Enciclopedia Temática, Edit. Cumbres, México, 1981, Vol. 6, 238 Pp., Pág. 211, 212.
- 24.- SCHRAMM, Wilbur, La ciencia de la comunicación, Edit. Grijalbo, México, D.F., 1982, 181 Pp.
- 25.- BERLO, David K., El Proceso de la Comunicación, Ídem, Pág. 23.
- 26.- BERLO, David K., Ídem, Pág. 42.
- 27.- WRITT Mills, Charles, Poder, Política y Pueblo, Edit. F.C.E., México, D.F., 1964, 480 Pp., Pág. 13.
- 28.- BERLO, David K., Ídem, Pág. 89, 90
- 29.- GARZA G., Fidel de la, La televisión y su influencia psicológica, Edit. U.A.N.L., Monterrey, N.L., 1970, 16 Pp., Pág. 3.
- 30.- MARGÁIN Zozaya, Ricardo, Ídem, Pág. 35.
- 31.- ARISTÓTELES, La retórica, Ídem, Pág. 6, 7
- 32.- LINDSAY, Jack, El Humanismo de Lenin, Edit. Embajada de la U.R.R.S. (desaparecida) México. D. F., 1968, Págs. 4, 5.
- 33.- MOYA Palencia, Mario, Radio y Televisión: Atalayas de Difusión de las Ideas, TV. Radiolandia, Número Especial, 37º Aniversario, México, D. F., 1971, Pág. 34.
- 34.- MARGÁIN Zozaya, Ricardo, Ídem, Pág. 35.
- 35.- MOYA Palencia, Mario, Radio y Televisión Atalayas: Ídem, Pág. 34
- 36.- BERLO, David K., Ídem, Pág. 57, 58.
- 37.- MALETZKE, Gerhard, Psicología de la comunicación, Edit. Época, Quito, Ecuador, 1976, 348 Pp., Pág. 27-29.
- 38.- MALETZKE, Gerhard, Psicología de la comunicación, Ídem. Pág. 29, 30.
- 39.- MALETZKE, Gerhard, Ídem, Pág. 31.
- 40.- BERLO, David k., Ídem, Pág. 21.
- 41.- TAUFIC, Camilo, Periodismo y lucha de clases, Edit. Nueva Imagen, México, D.F., 1989, 215 Pp., Pág. 25.
- 42.- HYBELS, Sandra, La comunicación, Edit. Logos, México, D.F., 1970, 295 Pp., Pág. 293.
- 43.- MALETZKE, Gerhard, Ídem, Pág. 42.
- 44.- MALETZKE, Ídem, Pág. 33.
- 45.- HYBELS, Sandra, La comunicación, Ídem, Pág. 293, 294.
- 46.- McQUAIL, Denis, Sociología de los medios masivos de comunicación, Ídem, Pág. 20.
- 47.- PLATÓN, Diálogos, E.P. Larroyo, Francisco, Edit. Porrúa, México, D.F., 1973, 733 Pp., Pág. 43.
- 48.- MOYA Palencia, Mario, Ídem, Pág. 35.
- 49.- ESPASA-CALPE, Enciclopedia Universal Ilustrada, Edit. Espasa-Calpe, S.A., Madrid, Esp., 1993, Tomo 50 (L), Pág. 1414-1418.
- 50.- BERLO, David K., Ídem, Pág. 177.
- 51.- MOYA Palencia, Mario, Ídem, Pág. 34.
- 52.- BERLO, David K., Ídem, Pág. 175.
- 53.- BERLO, David K., Ídem, Pág. 175.
- 54.- TAUFIC, Camilo, Ídem, Pág. 26 y 28.

- 55.- ARISTÓTELES, Retórica, Ídem, Pág. 6, 7.
- 56.- GORGIAS, Platón, Tr. Colonge Ruiz, Julio, Edit. I.E.P., Madrid, España, 1951, Pág. XV (int.),
- 57.- ARISTÓTELES, La Retórica, Ídem, Pág. 8
- 58.- BERLO, David K., Ídem, Pág. 177.
- 59.- GALIMBERTI, Humberto, Diccionario de psicología, Edit. S. XXI, México, S/F., 1114 Pp., Pág. 817.
- 60.- ESPASA-CALPE, Enciclopedia Universal Ilustrada, Ídem, Pág. 1415.
- 61.- FOULQUIÉ, Paúl, Diccionario del lenguaje filosófico, Edit. Labor, México, 1967, 1089 Pp., Pág. 775.
- 62.- FOULQUIÉ, Paúl, Diccionario del lenguaje filosófico, Ídem, Pág. 775.
- 63.- FOULQUIÉ, Paúl, Ídem, Pág. 775.
- 64.- GRENIEWSKI, Henrik, Cibernética sin matemáticas, Edit. F.C.E., México, 1965, 214 Pp., Pág. 11.
- 65.- MALVIDO, Adriana, Por la vereda digital, Edit. Conaculta, México, D.F., 1999, 400 Pp., Pp. 195.
- 66.- MALVIDO, Adriana, Por la vereda digital, Ídem, Pág. 23.
- 67.- McLUHAN, Marshall, Ídem, Pág. 435, 436, 437.
- 68.- NIETZSCHE, Federico, El anticristo, Edit. Mexicanos unidos, México, D.F., 1998, 124 Pp., Pág. 117, 118.
- 69.- GRENIEWSKI, Henrik, Cibernética sin matemáticas, Ídem, Pág. 26 y 61.
- 70.- MEJÍA Cole, Juan, La aventura de Guillermo Marconi, TV. Radiolandia, 37° aniversario, Núm. especial, Pág. 4.
- 71.- McLUHAN, Marshall, Ídem, Pág. 425.
- 72.- MALVIDO, Adriana, Ídem, Pág. 195.
- 73.- BARRIOS Gómez, Agustín, Comentarios de Hoy. Los medios de comunicación de masas ¿nos sirven o nos dominan?, El heraldo de México, Publicación periódica (desaparecida), Miércoles 02-12-1970, México, D.F., Pág. 3 L.
- 74.- MALVIDO, Adriana, Ídem, Pág. 196
- 75.- BEUCHOT, Mauricio, Elementos de semiótica, Edit. F.F.L. U.N.A.M., México, 1979, 353 Pp., Pág. 126.
- 76.- ABBAGNANO, Nicola, Diccionario de filosofía, Edit. F.C.E., México, 1996, 1206 Pp., Pág. 633.
- 77.- CHÁVEZ Calderón, Pedro, Historia de las doctrinas filosóficas, Edit. Alhambra, 1992, 290 Pp., Pág. 133.
- 78.- CHÁVEZ Calderón, Pedro, Ídem, Pág. 131.
- 79.- DE MURAT, André, La idea de la fenomenología, Edit. CEL U.N.A.M., México, 1963, 456 Pp., Pág. 22
- 80.- DE MURAT, André, La idea de la fenomenología, Ídem, Pág. 19.
- 81.- BEUCHOT, Mauricio, Elementos de semiótica, Ídem, Pág. 18 y 107, 108.
- 82.- DE MURAT, André, Ídem, Pág. 22.
- 83.- DORSCH, Friedrich, Diccionario de psicología, Edit. Herder, Barcelona, España, 1985, 884 Pp., Pág. 731.
- 84.- DORSCH, Friedrich, Ídem, Pág. 730.
- 85.- DORSCH, Friedrich, Ídem, Pág. 731.
- 86.- PIERCE, John R., Señales: la ciencia de las telecomunicaciones, Edit. Reverte, Barcelona, España, 1995, 237 Pp., Pág. 109.
- 87.- PIERCE, John R., Ídem, Pág. 109.
- 88.- PIERCE, John R., Ídem, Pág. 41.
- 89.- PIERCE, John R., Ídem, Pág. 26, 27.

OBRAS CONSULTADAS EL QUÉ DE LA COMUNICACIÓN

- 1.- AILES, Roger, y Kraushar, John, Tú eres el mensaje, Edit. Paidós, Buenos Aires, Argentina, 1993, 244 Pp.
- 2.- ALCALÁ, Antonio, y Batis, Huberto, La comunicación humana y la literatura, Edit. C.E.L., México, D.F., 1972, 44 Pp.
- 3.- ÁLVAREZ Teiseiro, Carlos, Comunicación, Democracia y Ciudadanía, Edit. Ciccus-Crujía, Buenos Aires, Argentina,
- 4.- ARANGUREN, José Luis, La comunicación humana, Edit. Guadarrama, Madrid, España, 1967, 236 Pp.
- 5.- BERTOGLIO, Oscar, La comunicación y la conducta de la organización, Edit. Diana, México, D.F., S/F., 500 Pp.
- 6.- BOSCH García, Carlos, La tesis profesional, Edit. U.N.A.M., México, D.F., 1959, 62 Pp.
- 7.- BRETON, Philippe, La utopía de la comunicación, Edit. Nueva visión, Buenos Aires, Argentina, 1997, 171 Pp.
- 8.- BRYAN Key, Wilson, Seducción subliminal, Edit. Diana, México. D.F., 1994, 278 Pp.
- 9.- BUENO Martínez, Gustavo, Televisión: Apariencia y verdad, Edit. Gedisa, Barcelona, España, 2000, 333Pp.
- 10.- BURGH, Hugo De, Investigative journalism, Edit. Hugo de Burgh, New York, N.Y., USA, 2000, 316, Pp.
- 11.- CASTILLA Del Pino, Carlos, La incomunicación, Edit. Península, Barcelona, España, 1970, 153 Pp.
- 12.- CAZENEUVE, Jean, Sociología de la radio-televisión, Edit. Paidós, Buenos Aires, Argentina, 1967, 142 Pp.
- 13.- AAACE, Trad. Clementi, José, Manual de comunicación, Edit. Albatros, Buenos, Aires, Argentina, 1967, 345 Pp.
- 14.- CORRAL Corral, Manuel, La ciencia de la comunicación en México, Edit. Trillas, México, D.F., 1991, 103 Pp.
- 15.- CREMOUX, Raúl, Televisión o prisión electrónica, Edit. FCE., México, D.F., 1974, 124 Pp.
- 16.- DE MORGAN, Miguel, Sociología de la comunicación de masas, Edit. Gustavo Gili, Barcelona, España, 1984, 584 Pp.
- 17.- FOX Mott, George & Others, New Server of journalism, Edit. Barnes & Noble, Inc., USA., 1968, 410 Pp.
- 18.- FULCHIGNONI, Enrico, La civilization de L'image, Edit. Payot, Paris, Francia, 1969, 294 Pp.
- 19.- GAUQUELIN, Françoise, Saber comunicarse, Edit. El mensajero, Bilbao, España, 1970, 245 Pp.
- 20.- GOLDHABER, Gerald M., Cominucación organizacional, Edit. Lagos consorcio, México, D.F., 1977, 411 Pp.
- 21.- HOCHMAN, Elena y Montero, Maritza, Técnicas de investigación documental, Edit. Trillas, México, D.F., 1979, 88Pp.

- 22.- MARTÍNEZ Albertos, José Luis, La noticia y los comunicadores públicos, Edit. Pirámide, Madrid, España, 1978, 244 Pp.
- 23.- MARTINCHUCK, Ernesto, Televisión para periodistas, Edit. La crujía, Buenos Aires, Argentina, 2002, 135 Pp.
- 24.- Mc FARLAND, Kenneth, Elocuencia para hablar en público, Edit. Herrero Hermanos, 1969, 288 Pp.
- 25.- MENDIETA Alatorre, Ángeles, Métodos de investigación y manual académico, Edit. Porrúa, México, D.F., 1980, 214 Pp.
- 26.- MONROE, Alan Ehninger, La comunicación oral, Edit. Hispano-Europea, Barcelona, España, 1973, 500 Pp.
- 27.- MONTANER, Pedro y Moyano, Rafael, ¿Cómo nos comunicamos?, Edit. Alhambra, México, D.F., 1992, 152 Pp.
- 28.- NÚÑEZ Ladevéze, Luis, Lenguaje y comunicación, Edit. Pirámide, Madrid, España, 1977, 156 Pp.
- 29.- RIVADENEIRA Prada, Raúl, La opinión pública, Edit. Trillas, México, D.F., 1995, 210 Pp.
- 30.- ROBINSON, Edward J., Comunicación y relaciones públicas, Edit. Cec., S.A., México, D.F., 1971, 655 Pp.
- 31.- EVERETT M., Roger, La comunicación en las organizaciones, Edit. McGraw-Hill, México, D.F., 1980, 189 Pp.
- 32.- SCHRAM, Wilbur Lang, La ciencia de la comunicación, Edit. Grijalbo, México, D.F., 1982, 181 Pp.
- 33.- SCHRAM, Wilbur Lang, Televisión para niños, (análisis sobre los efectos de la televisión), Edit. Hispano-Europea, Barcelona, España, 1965, 303 Pp.
- 34.- STOKE D. Zimmermann, Franz R. Comunicación práctica, Edit. Pablo del Río, Madrid, España, 1975, 136 Pp.
- 35.- YOUNG, K., y otros, La opinión pública y la propaganda, Edit. Paidós, Buenos Aires, Argentina, 1977, 236 Pp.