



**UNIVERSIDAD MARIANO GÁLVEZ DE GUATEMALA.
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES.
CENTRO UNIVERSITARIO DE CHIMALTENANGO.
205 Lenguaje y Técnicas de Investigación. I Ciclo.**

Tema No. 1: LA COMUNICACIÓN

1.1 CONCEPTO E IMPORTANCIA: El ser humano es un ser enteramente social, es parte de una realidad, pertenece a un grupo social, donde establece una serie de relaciones y está en constante interacción con los demás, con la naturaleza, con su realidad, con todo su contexto, pues de esta interacción nacen sus percepciones y sus vivencias, así como sus preocupaciones, sus temores y sus sueños.

Desde que nacemos iniciamos ese contacto con los demás, a través de formas elementales o complejas de relaciones comunicativas. Esta capacidad de comunicación con los demás y con todo lo que nos rodea es una característica humana, aunque otros seres vivos de la naturaleza también cuentan con sistemas de comunicación.

Gracias a la capacidad de comunicación que tenemos, podemos expresarnos, entrar en contacto con los demás y con las cosas para dialogar y vivir en sociedad; podemos explicar nuestras ideas, deseos; comprender la naturaleza y los seres que nos rodean y adquirir experiencias, construyendo cosas en común, pensar e inventar, desarrollar nuevas formas de convivencia, organizar instituciones, etc., dejar huella de la capacidad de comunicación y creación. Mediante el proceso de la comunicación, damos testimonio de nuestra existencia y buscamos contactos y respuestas del exterior.

La palabra comunicar significa "**poner en común**", es decir, **compartir con los demás. Cuando nos comunicamos compartimos información de todo tipo: emociones, ideas, conceptos, advertencias, necesidades, órdenes, etcétera.**

La comunicación está presente en todos los seres vivos. Las abejas, por ejemplo, informan a sus compañeras de la existencia de flores, a través de bailes y movimientos corporales que indican la distancia y dirección de la flor. Animales superiores, como los mamíferos, tienen formas más complejas y variadas de comunicación. Si observamos a nuestro perro con detenimiento, nos daremos cuenta que emite diferentes sonidos para expresar temor, rabia y dolor. Al mismo tiempo, que su cuerpo también le sirve para comunicarse: se contornea para demostrar alegría, esconde la cola entre las piernas traseras en señal de sumisión, exhibe los dientes para manifestar agresión.

1.2 COMUNICACIÓN Y LENGUAJE: Un contacto humano: Indudablemente, dentro del reino animal, el ser humano es quien ha desarrollado las formas más elaboradas de comunicación. Desde los tiempos más primitivos, el hombre ha ideado formas de intercambiar mensajes (señales de humo, sonido de tambores, mímica, lenguaje oral, etc). Si miramos a nuestro alrededor o escuchamos los sonidos de nuestro entorno, descubriremos que el mundo en que vivimos está lleno de mensajes que permanentemente entregan información. De esta manera encontramos:

- **Símbolos universales:** como la calavera en productos venenosos, las llamas en sustancias inflamables, la imagen de una mujer a la entrada de un baño, las señales del tránsito, los semáforos, etcétera.
- **Mensajes publicitarios:** afiches, avisos luminosos, spots televisivos, propaganda radial, volantes, letreros.
- **Información noticiosa:** prensa escrita, revistas, noticieros televisivos, radiales, computacionales (internet).
- **Mensajes gestuales o mímicos:** poner el Índice sobre los labios para solicitar silencio; guiñar el ojo en señal de complicidad; sacar la lengua en son de burla, entre otros.
- **Manifestaciones artísticas:** cuadros, esculturas, obras musicales, novelas, teatro, poesía, danza, ópera.

El acelerado avance de la ciencia y la técnica ha permitido al hombre contemporáneo, desarrollar medios cada vez más sofisticados para comunicarse: telefonía celular, redes satelitales que llevan los mensajes de un extremo a otro de la tierra en fracciones de segundo, y que hacen posible, que veamos en nuestros televisores, en vivo y en directo, un partido de fútbol, un recital o una guerra, que están ocurriendo a miles de kilómetros distancia o nos conectemos, vía internet, con museos, bibliotecas, grandes tiendas u otros usuarios de todo el planeta.

Para nosotros, ciudadanos del siglo XXI, es muy natural encender el televisor y ver a Rivaldo jugando en España; disfrutar de un partido de basquetbol en Estados Unidos, observar las Olimpiadas, jugar con un dibujo animado digitando los números de un aparato telefónico o conectarnos con un canal de vídeo juegos. Sin embargo, estas posibilidades son muy recientes. Nuestros abuelos contaban sólo con la radio y, antes de eso, el único modo de enterarse de lo que ocurría en el mundo eran los periódicos, y cuando éstos no existían y no se había inventado siquiera el telégrafo, las noticias viajaban muy lentamente de un lado a otro, a través de la transmisión oral.

Pero el hecho de comunicarse no consiste sólo en hablar, pues podemos pasarnos horas hablando todo el día, pero sin lograr comunicar nada porque la comunicación implica **escuchar, es una ida y vuelta del mensaje**. También el silencio, en algunos casos, es comunicación.

Cuando nos comunicamos:

- Establecemos contacto con alguien
- Transmitimos un mensaje o lo recibimos
- Expresamos nuestras experiencias, ideas o sentimientos
- Percibimos los requisitos, necesidades y problemas de los otros
- Nos transformamos transformando
- Transformamos la realidad que nos rodea.

Además no existe mejor comunicación que la que se da cara a cara porque nos permite conocer las reacciones de nuestro receptor.

El tema de la comunicación excede los aspectos puramente lingüísticos o verbales, ni es sólo la transmisión de informaciones, ya que los seres humanos, lo que comunicamos primordialmente, son modos de conducta.

La comunicación se establece de diferentes maneras, no sólo por medio del lenguaje. Por ejemplo, cuando un conferenciante está hablando, aunque el auditorio no responda verbalmente, él recibe datos acerca de su discurso, porque los oyentes emiten diversas señales no verbales que el conferenciante puede interpretar. Por ejemplo: los oyentes se mueven inquietos, tosen o bostezan; significa: aburrimiento o poco interés. Hacen, de pronto, un silencio notable, esto comunica que están sorprendidos o conmovidos. Miran fijamente a quien habla o toman nota con rapidez; lo que comunica interés.

Por lo que los gestos, el silencio y la mirada son elementos no verbales que producen comunicación por sí mismos o están presentes en la comunicación verbal.

Los modos de comportamiento que integran la comunicación son:

- La palabra (reglas gramaticales para formular enunciados)
- La entonación.
- El gesto, la mímica, la mirada
- El espacio interindividual
- Las reglas sociales de utilización del lenguaje según el interlocutor, el tema, el lugar, la relación con el interlocutor.

Estos comportamientos están presentes en la comunicación no verbal y en la comunicación lingüística y son interdependientes de la situación comunicativa o contexto.

1.3 ELEMENTOS QUE CONCURREN EN LA COMUNICACIÓN: Existen diferentes esquemas de comunicación, pero nosotros adoptaremos la que nos propone Héctor Grajales.



La comunicación es un proceso mediante el cual se transmiten informaciones, sentimientos, pensamientos, y cualquier otra cosa que pueda ser transmitida. Es un **proceso**, porque se lleva a cabo en un lapso de tiempo. Se necesitan varios elementos y el tiempo suficiente para que ella, en efecto, se realice. Con este fin, hay que pasar por varias etapas, que -aunque muy cortas- es necesario cumplir.

En la comunicación, todos los elementos son importantes y absolutamente imprescindibles. Si cualquiera de ellos faltara, el proceso quedaría incompleto y la comunicación no se realizaría.

Estamos ante una **situación comunicativa**, cuando este proceso se completa sin problemas. Entonces, cuando se produce una situación comunicativa, es porque algo se ha transmitido. La situación comunicativa está constituida por las personas, el lugar, el asunto y el momento.

Por lo tanto, debemos partir de esta base: lo primero que hay que tener, para que pueda haber comunicación, es ese algo que se desea transmitir, el primer elemento de la comunicación que llamaremos **mensaje**.

Por ejemplo, si alguien está perdido en una calle, y le pregunta a un carabiniere: "*Oiga, ¿puede decirme cómo llegar a la avenida principal?*", es el mensaje transmitido.

Ahora bien, lo más probable es que el mensaje que se ha transmitido genere a su vez una respuesta. En ese caso, se produce un mensaje nuevo, que podría ser, por ejemplo: "*Doble por la siguiente esquina*".

EL MENSAJE: Por lo tanto el mensaje es la información cifrada que envía el emisor al receptor, atendiendo a sus conocimientos, a su estatus y a su rol. Es el producto de la actividad ilocutiva, ya que recoge la intención comunicativa.

Es el contenido convertido en formas transmisibles tales como expresiones orales o escritas, música, gestos, por parte del emisor, o sea que pasa de un dispositivo a otro, por lo que hoy se prefiere el término texto o discurso para referirse al mensaje, que no involucra sólo al contenido, sino que también incluye aspectos lingüísticos cognitivos, comunicativos y enunciativos, en particular la interacción entre las instancias emisora y receptora que construye y reconstruyen conjuntamente el sentido.

Otra condición de cualquier situación comunicativa es que deben existir dos partes interviniendo en ella. Una, es la que transmite el mensaje, y la otra, es a quien se lo transmite.

En nuestro ejemplo, una es la persona perdida, y la otra, el carabinero. A la parte que transmite el mensaje llamaremos **emisor**, y a la que recibe, **receptor**.

EMISOR: Es el sujeto textual que inicia y construye el mensaje, promueve o mantiene la comunicación, a partir de la percepción, el desciframiento, la interpretación y la codificación de la información que transforma en mensajes. Es el que transmite al otro su pensamiento sobre algo. Tiene un propósito, una intención comunicativa, un estatus y desempeña un rol que refleja una visión del mundo y de la relación psicosocial que guarda con el receptor.

EL RECEPTOR: Es el sujeto real y textual que recibe el mensaje y queda evidenciado de esta manera por las marcas formales que aparecen en el texto.

Utiliza o continúa el proceso de la comunicación mediante la percepción, el desciframiento, la interpretación y la decodificación del mensaje para responder al mensaje inicial o reaccionar ante él.

Cualquier persona o grupo de personas puede hacer estos papeles. Por ejemplo, si se está jugando un partido en el estadio, y toda la gente de las graderías grita: ¡Bravo! después de una buena jugada. Toda la gente es el emisor de ese mensaje. Y, naturalmente, el jugador será el receptor de ese mensaje.

Los papeles de emisor y receptor pueden ser adoptados indistintamente por las personas, dependiendo de las circunstancias.

Si una niña le dice a su mamá: "Te quiero", la niña es el emisor, y su mamá el receptor. Pero cuando la mamá, inmediatamente, le contesta: "Yo también", entonces la mamá es el emisor y la niña el receptor.

O sea, cuando tenemos una conversación, somos alternativamente emisor y receptor.

Para que se produzca la comunicación, entonces, es necesario un nuevo elemento, que llamaremos **código**. Se trata de un **conjunto de signos** que le permite al emisor transmitir el mensaje, de manera que el receptor pueda entenderlo.

EL CÓDIGO: Conjunto de signos convencionales, escogidos para cifrar y enviar el mensaje. Para nuestro caso: el español, pronunciado a nuestro modo y con nuestras propias palabras, que a lo mejor significan otra cosa en otros países. **Recuerda las variedades lingüísticas.**

El código es el conjunto de signos capaz de servir a la comunicación porque es compartido, comprendido por los miembros de la comunidad. Tanto emisor como receptor manejan el mismo código. El signo es cualquier elemento, sonido, gesto, grafismo, etc. que puede tener significación o sentido para quien lo percibe. Debe ser naturalmente audible, visible.

Existen muchísimos códigos con los que nos comunicamos día a día. El más común es el **idioma**. Cada país tiene una misma lengua, en la que se comunican sus habitantes y por eso se entienden.

Aparte del idioma, existen muchos otros códigos, es decir, muchos conjuntos de signos, que utilizamos a diario. Pero, para que un signo sea considerado como medio de comunicación tiene que tener intención comunicativa.

Uno de ellos son, por ejemplo, las **señales de tránsito** que constituyen un conjunto de signos, que la mayoría de nosotros manejamos, y nos permiten comprendemos, en cualquier vía pública. Por ejemplo, cuando el semáforo tiene la **luz roja** encendida, los que están frente a él entienden el mensaje, que es quedarse detenido. Del mismo modo, cuando en la calle vemos varias **líneas amarillas** pintadas en el suelo, sabemos que ese es un paso autorizado para los peatones.

En estas situaciones, así como en tantas otras, vemos que no hay ninguna participación del lenguaje. Sin embargo, el mensaje que se da es recibido de todas formas, ya que los receptores entienden el código que se está empleando.

Sin embargo existe el lenguaje que sí necesita del código o conjunto de signos lingüísticos, es la lengua o idioma, ya sea en forma **oral** o **escrita**. De este modo, los códigos lingüísticos se dividen, a su vez, en código lingüístico oral -si utiliza el lenguaje oral- y código lingüístico escrito -si utiliza el lenguaje escrito-.

Revisemos una situación comunicativa a modo de ejemplo.

Mauro va por la calle caminando, junto a su hermana pequeña.
Ve un letrero en el camino, que dice: "PELIGRO - EXCAVACIÓN".
En ese momento, le dice a su hermana: "No te vayas a caer".
En esta situación, hay un letrero que está transmitiendo el mensaje:
"PELIGRO - EXCAVACIÓN".

Pero no podemos pensar que el letrero es el emisor, ya que el letrero no puede dar ese mensaje por sí solo. Lo que sucede es que alguien quiso transmitir a la gente ese mensaje y, por eso, puso el letrero en ese lugar.

En este caso, el emisor sería la persona que puso el letrero, la municipalidad, los encargados de la excavación, o quien sea. El letrero sólo fue un **medio** para transmitir el mensaje, o sea el canal.

El receptor del mensaje, sin duda, es Mauro. El código que se ha utilizado es lingüístico, ya que el mensaje está en español, que es un idioma, por lo tanto, emplea el lenguaje, y es escrito, puesto que el cartel lo está.

En una palabra, decimos que el código es **lingüístico escrito**.

Pero la situación no termina ahí. Luego, Mauro, haciendo el papel de emisor esta vez, le transmite un mensaje a su hermanita: "No te vayas a caer". La hermana es, entonces, el receptor de este mensaje. En este caso, el código empleado también es lingüístico, ya que se trata de nuestro idioma, pero esta vez se trata de un código lingüístico oral, pues el mensaje se ha transmitido de forma hablada.

Códigos no lingüísticos: Son aquellos códigos que no necesitan del lenguaje. No requieren de un idioma determinado para ser capaces de transmitir el mensaje. Para que estos códigos sean útiles, tanto el emisor como el receptor deben saber sus significados, pero no tienen que saber leer ni escribir. Ello se debe a que estos códigos, como no utilizan el lenguaje, no son escritos ni orales.

Los códigos no lingüísticos se dividen en **código no lingüístico visual**, **código no lingüístico gestual** y **código lingüístico auditivo**.

Código no lingüístico visual: se transmite a través de la vista. Para captar el mensaje, el receptor debe ver la señal que el emisor le envía. No debemos confundir ver con leer.

En relación con el código lingüístico escrito, también hay que verlo. Pero no basta con eso, porque hay que saber leer y conocer el idioma para entender el mensaje. En cambio, cuando nos comunicamos con el código no lingüístico visual, sólo basta con ver. Un ejemplo típico de código no lingüístico visual es el de la mayoría de las señales de tránsito.

ACTO ILOCUTORIO: Propósito que persigue el emisor al enviar o presentar su mensaje, al expresar ciertas palabras en un contexto determinado. Esta intención se manifiesta seleccionando uno u otro tipo de enunciación o discurso. Por ejemplo: "cállate de una vez por todas" (orden) "es preferible que te calles" (sugerencia).

Es el acto más o menos convencional (ordenar, preguntar, informar, comprometerse, etc.) que efectuamos al emitir una frase determinada, tratando de influir en nuestro receptor. Es la intención comunicativa que se cifra en el mensaje y es sumamente importante, puesto que la misma determina el

tipo de texto y la función de la lengua, que lleva a producir determinado texto para provocar un efecto o una respuesta en su receptor.

Para comprender un texto debemos tomar en cuenta la situación comunicativa que significa responder a las siguientes interrogantes:

- ¿Qué dice el texto?
- ¿Quién lo dice?
- ¿Dónde lo dice?
- ¿Cuándo lo dice?
- ¿Por qué lo dice?
- ¿Para qué lo dice?
- ¿Cómo lo dice?
- ¿Desde donde lo dice?
- ¿Con qué intención lo dice?

En realidad lo que descubrimos cuando comprendemos el mensaje es la intención comunicativa y de acuerdo a esto reaccionamos como receptores.

Pero, también cuando producimos un texto oral o escrito creamos una situación comunicativa, vale decir tomamos en cuenta todos los elementos de la comunicación, por eso cuando estamos en el rol de emisores o de receptores debemos tomar en cuenta los siguientes aspectos:

1. ¿A quién voy a escribir?
2. ¿Para qué?
3. ¿Qué quiero decirle?
4. ¿Qué relación tengo con el destinatario?
5. ¿Qué tipo de texto enviaré?
6. ¿En qué soporte lo enviaré?
7. ¿A través de qué modo?
8. ¿Dónde y cuándo leeré mi texto?
9. ¿Podrá comprender mi mensaje?
10. ¿Produciré el efecto que deseo?

ACTO LOCUCIONARIO: Es el que se produce cuando hablamos, es decir cuando articulamos y combinados sonidos y palabras que tienen sentido o referencia (por ejemplo: "La tierra se mueve").

Está constituido por el mensaje y el código que organiza la materia lingüística desde el punto de vista fonológico, sintáctico y semántico. La locución conlleva el propósito o ilocución. El conocimiento del código y la capacidad para producir e interpretar mensajes forman parte de la competencia lingüística, lo que significa conocer el idioma o código con todo lo que involucra este conocimiento.

Pero no basta conocer el código, sino también hay que considerar la competencia para manejarlo, lo cual se demuestra en la capacidad para interpretar y producir mensajes. Si no tenemos dominio sobre la lengua, si difícilmente elaboraremos un buen texto.

EL ACTO PERLOCUTORIO: Es el efecto producido en el receptor por el acto locucionario e ilocucionario: ofensa, miedo, alegría, entusiasmo, etc. Acto no lingüístico y no convencionalizado, que escapa al control del emisor. Efecto determinado por los valores, intereses y visión del mundo del receptor.

Toda comunicación tiene como objetivo o meta: **producir una reacción, un efecto o respuesta en el receptor.**

EL CANAL: Es el medio sicofísico a través del cual se transmite el mensaje. Vehículo que transporta el mensaje y distribuye a través de canales naturales, como los sentidos, o artificiales, como la televisión, libro, radio, cine.

Para que la comunicación se dé en buena forma, es importante que el canal esté despejado. Si éste se cierra, como cuando estamos viendo televisión y se corta la luz o cuando dejamos de escuchar lo que te dicen, el intercambio de información se interrumpe.

Cada vez que hay interferencias en el canal (exceso de ruido, varias personas hablando al mismo tiempo, la radio encendida mientras lees) resulta muy difícil comunicarse.

CONTEXTO: En general, se entiende por contexto, en lingüística, el conjunto de conocimientos y creencias compartidos por los interlocutores de un intercambio verbal y que son pertinentes para producir e interpretar sus enunciados, por lo tanto son las circunstancias que rodean el momento específico de la comunicación (situación, estatus, rol, lugar y tiempo, medio histórico o sociocultural del hablante y del oyente), es el momento de realizar un enunciado.

Además el mensaje o texto se entiende dentro de un contexto, ya que toda palabra puede tener diferentes significaciones para cada persona, en un tiempo o en un espacio.

Se suelen diferenciar tres tipos de contexto:

EL CONTEXTO LINGÜÍSTICO: El contexto lingüístico está formado por el material lingüístico que precede y sigue a un enunciado, y se lo llama a veces **contexto**.

En las actividades de lectura y comprensión oral, el contexto será de gran importancia para inferir palabras o enunciados que no conocemos.

EL CONTEXTO SITUACIONAL: El contexto situacional, es el conjunto de datos accesibles a los participantes de una conversación, que se encuentran en el entorno físico inmediato. Por ejemplo: para que el enunciado Cierre la puerta, por favor tenga sentido, es necesario que haya ciertos requisitos contextuales que son parte de la situación de habla: que haya una puerta en el lugar donde ocurre el diálogo, y que esté abierta, entre otras cosas.

EL CONTEXTO SOCIOCULTURAL: El contexto sociocultural es la configuración de datos que proceden de condicionamientos sociales y culturales sobre el comportamiento verbal y su adecuación a diferentes circunstancias. Hay regulaciones sociales sobre cómo saludar, por ejemplo, o sobre qué tratamiento o registro lingüístico usar en cada tipo de situación.

REFERENTE: Objeto al que hace referencia el mensaje, realidad a la cual se refiere la comunicación. Es decir, los hechos, las personas, los objetos, los procesos, las características; el mundo con toda su complejidad. De qué trata el texto, qué contiene.

1.4 ALGUNAS OBSERVACIONES SOBRE LA COMUNICACIÓN: No siempre los mensajes pueden llegar con la claridad deseada, sino que muchas veces, en su transmisión se producen interferencias, que técnicamente se llaman ruidos, entendidos como perturbaciones, que generalmente distorsionan o desvían el mensaje. El ruido sea intencional o casual, es el obstáculo más común a la comunicación correcta, lo que dificulta su captación y comprensión. El ruido existe siempre por mucho que se evite, ya que en el proceso intervienen factores que corresponden al orden físico, técnico, psicológico y sociocultural que forman parte del contexto.

Un ruido es una interferencia, un malentendido que impide la eficacia de la comunicación, así como el rumor y el chisme. Los elementos que son considerados ruidos son:

- **En la comunicación oral:** pronunciación defectuosa, audición defectuosa, malas condiciones acústicas, cualquier tipo de déficit en la competencia lingüística, déficit en la competencia enciclopédica, etc.

- **En la comunicación escrita:** dibujo confuso de los grafemas, omisiones, intercalaciones, sintaxis confusa, grafía incorrecta, impresión defectuosa, cualquier tipo de déficit en la competencia lingüística, déficit en la competencia enciclopédica, etc.

Existen también otros factores adversos a la comunicación, como las interferencias en el medio y la distracción del receptor.

Para que la comunicación se lleve a cabo en forma óptima, todos los elementos que participan en ella deben estar funcionando bien. Basta que uno falle, para que el proceso entero fracase. Veamos algunos de los problemas que se pueden presentar, en cada uno de los elementos que hemos estudiado.

EMISOR

El emisor falla cuando no se expresa con claridad, cuando transmite algo distinto a lo que en realidad quería transmitir, cuando se confunde, cuando olvida partes importantes de su mensaje.

Asimismo, el emisor puede errar en el medio que utiliza para transmitir. Por ejemplo, si hablamos de lenguaje oral, un emisor que habla demasiado bajo o demasiado rápido, no transmitirá de buena manera sus mensajes. Si hablamos de lenguaje escrito, un emisor que tiene una letra incomprensible también dificultará que la comunicación se produzca.

MENSAJE

Deben elaborarse mensajes completos y correctos para que puedan ser entendidos por el receptor, puesto que esta es su finalidad. Cuando el mensaje está incompleto, o es poco claro, estamos ante un mensaje que presenta fallas, y que, por lo tanto, no producirá comunicación alguna.

El problema más frecuente en la elaboración de mensajes es la ambigüedad, es decir, aquellos mensajes que pueden ser interpretados de más de una manera.

Por ejemplo, hay un anuncio en el diario que dice: "Alquilo departamento en Chimaltenango". Algunos lectores podrían pensar que la persona que puso el aviso tiene un departamento en Chimaltenango y desea alquilarlo a alguien. Sin embargo, otros lectores podrían creer que la persona que puso el aviso es quien necesita alquilar un departamento que quede en Chimaltenango.

El emisor de ese mensaje lo construyó de buena forma, pero no se dio cuenta de que era ambiguo, es decir, que podía interpretarse o entenderse de dos maneras diferentes.

La elaboración correcta del mensaje permite que se produzca la situación comunicativa, pues si no se tiene dominio sobre el código, el mensaje puede distorsionarse.

CÓDIGO

No todos los códigos son efectivos para todas las personas ni en todas las situaciones.

Al momento de elegir uno, el emisor debe cerciorarse de dos cosas. Primero, de que el receptor maneja ese código, es decir, de que lo entiende y, segundo, de que el receptor podrá captar el código en la situación en que se encuentra. Por ejemplo, un muchacho (emisor) quiere transmitir a una muchacha (receptor) que ella le gusta. Pero se lo dice en inglés. Si la muchacha no sabe inglés, no podrá entender el mensaje. El código ha sido el elemento que falló para que no se realizara la comunicación.

En otro caso, si el muchacho se declara a la muchacha en el idioma que ella entienda, pero se lo dice en una fiesta, con la música a todo volumen y mucha gente conversando alrededor, lo más probable es que ella no oiga nada. Entonces, el código oral tampoco fue el apropiado. Tal vez, en esa situación hubiera sido preferible el uso de un código no lingüístico gestual.

RECEPTOR

En muchas ocasiones, el receptor no capta el mensaje, debido a una falla propia. Un receptor desconcentrado, distraído, somnoliento, no comprenderá el mensaje que se le está enviando, aunque todos los otros elementos de la comunicación estén funcionando bien.

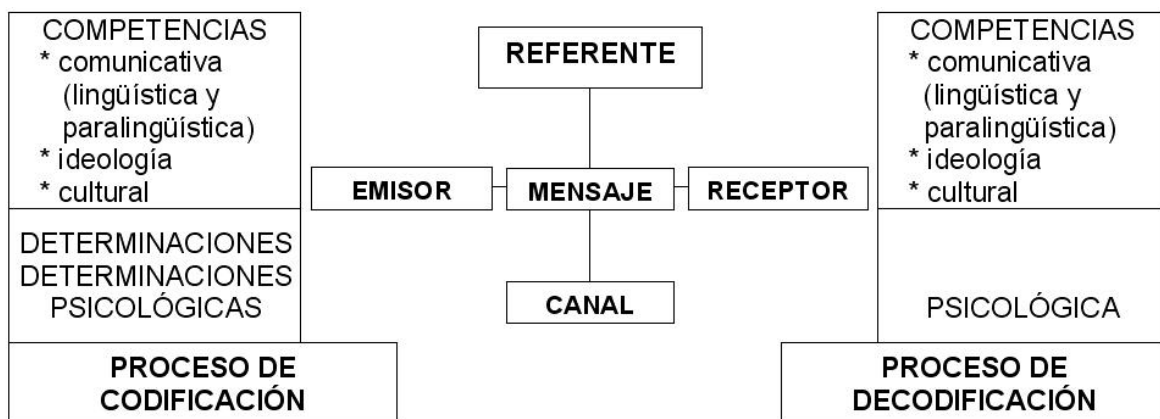
Pero, también existen factores favorables a la comunicación como la empatía y la retroalimentación. La empatía entendida como la facultad de proyectarse en la personalidad de otros. Ponerse en el lugar de otro, en su pellejo para comunicarse con él. La retroalimentación, considerada como información de retomo, o sea la respuesta que se obtiene para hacer más comprensible el mensaje.

La comunicación es un proceso que requiere aprendizaje, por lo que para comunicarse con eficacia es necesario:

SABER ESCUCHAR: Muchas veces oímos las palabras, pero no escuchamos el mensaje. Escuchar supone un acto de voluntad, querer comprender, querer acoger al otro a través de lo que dice.

SABER DIALOGAR: Se parte del principio de respeto al otro que implica aceptación. En el diálogo asumimos, no sólo lo que dice, sino a la persona misma. Esto no quiere decir que aceptemos sin más lo que nos dice. Podemos estar en desacuerdo y expresarlo, pero le damos ambiente de respeto para que pueda manifestarse; le escuchamos hasta el final, le acogemos como persona para luego dialogar sobre su posición.

1.5 LA COMUNICACIÓN Y LAS COMPETENCIAS COMUNICATIVAS: El esquema de la comunicación nos permite mostrar la correspondencia entre los componentes del circuito comunicativo y las funciones del lenguaje, pero también el hecho de que, si bien el emisor y el receptor tienen el mismo código o lengua y lo comparten, los conocimientos que tienen sobre ese código no son los mismos. Pues, un hablante que tiene estudios universitarios tiene mayor capacidad de dominio de la lengua que un estudiante del primero básico. Por otro lado, existe entre los hablantes diferencias culturales e ideológicas y determinaciones psicológicas que inciden en el momento en que se produce la comunicación. En ella intervienen asimismo, ciertas restricciones que dependen del tipo de mensaje del que se trate. Por eso es importante tomar en cuenta, a todo lo señalado lo siguiente:



Podemos observar que el mensaje es producido por un emisor que cuenta con una serie de saberes o **competencias** lingüísticas, paralingüísticas, culturales, ideológicas y con una serie de predisposiciones psicológicas (su malhumor, por ejemplo) que intervienen en el momento de la producción. El emisor **codifica** su mensaje poniendo en juego todos esos saberes y predisposiciones, que no necesariamente deben coincidir con los que corresponden al receptor. Para alcanzar el desciframiento o decodificación del mensaje, el receptor apela a todas sus competencias particulares y lo hace desde un particular estado psicológico. Por otra parte, influye también el tipo de mensaje del que se trate, porque los hablantes poseen además de un saber sobre los formatos y las particularidades de los textos, la **competencia textual**, que hace que tiendan a adecuar a ellos sus mensajes.