Tercera edición

Competencias en la comunicación

Hacia las prácticas del discurso

Víctor Miguel Niño Rojas

ECOE EDICIONES

Competencias en la comunicación

hacia las prácticas del discurso

Víctor Miguel Niño Rojas

Tercera edición

Catalogación en la publicación – Biblioteca Nacional de Colombia

Niño Rojas, Víctor Miguel

Competencias en la comunicación : hacia las prácticas del discurso / Víctor Miguel Niño Rojas. -- 3a. ed. -- Bogotá : Ecoe Ediciones, 2011.

280 p. – (Educación y pedagogía. Comunicación)

Incluye glosario, bibliografías e índice temático

ISBN 978-958-648-745-0

1. Comunicación escrita 2. Arte de escribir 3. Análisis del discurso I. Título II. Serie

CDD: 302.2 ed. 20 CO-BoBN– a776084

Colección: Educación y pedagogía
Área: Comunicación

Tercera edición: Bogotá, 2011
Reimpresión: Bogotá, 2013
Reimpresión: Bogotá, junio de 2013
Reimpresión: Bogotá, diciembre de 2013
Reimpresión: Bogotá, abril de 2014

ISBN: 978-958-648-745-0

© Víctor Miguel Niño Rojas

© Ecoe ediciones
E-mail: info@ecoeediciones.com
www.ecoeediciones.com
Carrera 19 No. 63C-32, Pbx. 2481449,

Coordinación editorial: Alexander Acosta Quintero
Diseño y diagramación: Yolanda Madero T.
Diseño de carátula: Edwin Nelson Penagos Palacio
Impresión: Litoperla Impresores Ltda.
Carrera 25 N° 8-84

Impreso y hecho en Colombia.

DEDICATORIA

A Dios, inspirador
y fuente de todo conocimiento.

A la memoria de mi padre
y de mis hermanos Isabel y Laureano.

A mi querida madre,
a mis hermanos,
a mis tres hijos.

A mis colegas docentes,
a mis alumnos y exalumnos.

A la memoria
de Rafael Torres Quintero y
de Carlos Alzate Giraldo.

A mis amigos y amigas,
y a quienes me han apoyado
para gestar y sacar adelante
esta y las demás obras.

Contenido

Prólogo XIII
Prefacio XV

Capítulo primero
Elementos significativos de la competencia comunicativa

Introducción 1
1. El maravilloso mundo de la comunicación 2
1.1. Los actos comunicativos 2
1.2. El concepto de comunicación 3
1.3. Los componentes de un acto de comunicación 4
Componentes formales 6
Otros elementos implicados 9
1.4. Significado y fuentes 11
La significación 11
Fuentes y niveles de significación 12
1.5. Tipología de la comunicación 14
2. Bases para entender la idea de competencia 16
2.1. Aproximaciones al concepto 16
Sentidos de la palabra 16
Algunos antecedentes 17
Conocimiento interiorizado y actuación 18
"Un saber hacer en contexto" 19
Dominio de un conocimiento y de su uso 19
2.2. Competencia y creatividad 20
2.3. Competencia y otras nociones afines 22
2.4. Tipología de las competencias 23
3. La competencia comunicativa 23
3.1. Cómo entenderla 23
3.2. Otras competencias afines o implícitas en la competencia comunicativa 25
3.3. Saberes y usos verbales 28
Saber la lengua y usar la lengua 28
Dominio de la lengua oral y escrita 29
3.4. Saberes y usos no verbales 31
Conocimiento del código 31
Capacidades cognitivas 32
Actitudes y valores 33
Capacidades de interacción cultural 35
Dominio situacional 37
4. Interferencias en la comunicación 37
4.1. Los ruidos 37
4.2. Las barreras 38
4.3. Los rumores 38
4.4. La ética en la comunicación 39
Guía para la ejercitación y evaluación 39

Capítulo segundo
Proceso cíclico de producción y comprensión de discurso

Introducción 43
1. Actos de habla y discurso 44
1.1. Actos de habla 44
1.2. La ininteccionalidad en los actos comunicativos 47
2. Texto y discurso 47
2.1. ¿Cómo entenderlos? 47
2.2. Unidades lingüísticas en que se apoya un texto 49
2.3. Propiedades textuales 51
Cualidades lingüísticas básicas 51
Propiedades textuales básicas 53
2.4. Estructuras globales 55
2.5. Contexto y situación 56
3. Análisis del proceso de producción y comprensión 56
3.1. Configuración y emisión del mensaje 57
Fijación del propósito 58
Procesamiento cognitivo de la información 58
Determinación de la situación contextual 61
Codificación del mensaje 62
La emisión del mensaje 62
3.2. Comprensión del mensaje 63
Recepción de la señal 63
Descodificación del mensaje 63
Reconocimiento de situación contextual 64
Procesamiento cognitivo de la información 65
Identificación del propósito inicial. 68
4. Tipología del discurso 68
4.1. Según grados de formalidad 68
4.2. Según usos del lenguaje 69
4.3. Según función y género 69
Guía para la ejercitación y evaluación 70

Capítulo tercero
La producción y comprensión de discurso oral

Introducción 73
1. Condiciones en que se produce la comunicación audio-oral 74
1.1. Características básicas de la comunicación audio-oral 74
Implica la oralidad y la escucha 74
Primariamente es presencial 75
Es relativamente flexible 76
Varía según los usos del lenguaje 76
1.2. Producción del habla 77
La respiración 78
Producción de la voz 79
Articulación de los sonidos consonánticos 79
Funciones del acento fonético 80

	Línea melódica de la entonación	81
	Rasgos del perfil del hablante	81
1.3.	La expresividad corporal	83
1.4.	Audición y comprensión del discurso	85
	Oír y escuchar	85
	Rasgos del perfil del oyente	86
2.	**Los géneros de la comunicación interpersonal**	87
2.1.	La conversación	88
	Cualidades básicas	88
	Rasgos del perfil del buen conversador	89
2.2.	El diálogo	91
2.3.	La entrevista	92
3.	**El desarrollo de la comunicación ante un auditorio**	94
3.1.	Pasos por seguir en toda disertación oral	94
	Preparación de la actividad	94
	Las fases de la ejecución	95
3.2.	Indicadores para la evaluación de una actividad audio-oral	96
3.3.	Recursos, ayudas y medios de apoyo	97
4.	**Los géneros de la comunicación dirigida a un público**	99
4.1.	El informe técnico oral	99
4.2.	Las disertaciones tipo conferencia	99
4.3.	El ejercicio de la oratoria	100
	Qué es la oratoria o retórica	100
	Rasgos del buen orador	101
	Fase preparatoria de la pieza retórica	102
	Elección de argumentos	103
	Pronunciación del discurso	103
5.	**La comunicación audio-oral en los grupos**	104
5.1.	Características generales de las reuniones	104
5.2.	Tipos de reuniones de grupo	106
5.3.	Actividades grupales de mayor uso	106
	Guía para la ejercitación y la evaluación	108

Capítulo cuarto
La comprensión y análisis de textos

Introducción		113
1.	**Proceso de lectura de un texto escrito**	114
1.1.	Sentido de la comunicación escrita	114
1.2.	Las operaciones de la lectura	115
1.3.	Factores de la lectura	117
	Factores derivados del escritor	117
	Factores relacionados con el texto en sí	118
	Factores relacionados con el lector	119
1.4.	Fases de realización de una lectura	122
	La prelectura	122
	Lectura central del texto	123
	La poslectura	124
2.	**Vías de acceso al texto**	124

2.1. Las unidades lingüísticas que componen el texto 125
2.2. Señales que orientan el curso del pensamiento 125
Detección del curso del pensamiento en un texto 125
Los marcadores de frase 127
Importancia de los signos de puntuación en la lectura 127
3. La comprensión en la lectura 128
3.1. Niveles de comprensión 128
Comprensión literal 128
Comprensión global e inferencial 128
Comprensión crítica y transtextual 129
3.2. Estrategias para la comprensión 130
3.3. Indicadores de comprensión 131
3.4. Técnicas para resumir un texto 132
4. Tipos de lectura 133
4.1. Según el propósito y el nivel de profundidad 133
4.2. Según el tipo de texto 135
5. Elementos para el análisis de textos 137
5.1. Modelo basado en los componentes del discurso 137
El texto propuesto 137
Componente cognitivo 140
Componente semántico 140
Componente sintáctico 143
Componente pragmático 143
5.2. Modelo de análisis textual centrado en la interpretación semántica 144
El texto propuesto 144
Análisis interpretativo del texto 146
Guía para la ejercitación y evaluación 152

Capítulo quinto
El camino a la creación de un texto escrito

Introducción 155
1. El proceso creador de la escritura 156
1.1. En qué consiste el acto de escribir 156
El perfil de un escritor 158
La competencia escrita 159
1.2. Los subprocesos comprendidos en el acto de escribir 161
1.3. Practicar la estrategia L.E.E. 163
2. El proceso de planeación de un escrito 164
2.1. Sobre qué y para escribir 165
Delimitación del tema 165
La motivación para escribir 166
Las metas y propósitos al escribir 168
2.2. Las propiedades del texto que se va a escribir 169
Selección un buen título 169
El enfoque desde el cual se escribe 169
El perfil del lector destinatario 170
El tipo de escrito que se va a producir 170
La extensión del escrito 171

3. Generación y procesamiento de la información ... 171
3.1. Las estrategias para obtener la información ... 171
Generación de ideas propias ... 172
La técnica documental ... 173
3.2. Técnicas para el procesamiento de la información ... 174
Esquemas tradicionales de ordenamiento de ideas ... 174
Los mapas semánticos para categorizar las ideas ... 175
4. Definición del plan global del texto ... 180
5. Preparativos para empezar a escribir ... 184
5.1 El riesgo de escribir borradores ... 184
5.2. Ambientación y apoyo en ayudas externas ... 185
5.3. Algunas sugerencias prácticas ... 186
Guía para la ejercitación y evaluación ... 187

Capítulo sexto
El proceso de composición de un texto escrito

Introducción ... 189
1. Estrategias para la composición del texto ... 190
1.1. Continuar por la ruta trazada ... 190
1.2. Dar paso a la arquitectura del texto ... 190
1.3. Afianzar la habilidad de redactar ... 191
2. El párrafo como unidad de pensamiento ... 192
2.1. Naturaleza y función de un párrafo ... 192
2.2. Estructura de un párrafo informativo ... 193
Párrafo deductivo ... 193
Párrafo inductivo ... 194
Párrafo inductivo-deductivo ... 194
Párrafo entreverado ... 195
2.3. Los párrafos funcionales ... 196
3. La articulación de frases y oraciones ... 196
4. Los hilos de la cohesión textual ... 197
4.1. Uso de signos referenciales ... 198
4.2. Sentido de los "marcadores de frase" en el texto ... 199
4.3. Función de los signos de puntuación ... 200
5. Dificultades de tipo gramatical y lexical ... 202
5.1. Ojo con los verbos irregulares ... 202
5.2. El empleo correcto del gerundio ... 203
5.3. Empleo de la palabra "que" ... 204
Usos correctos ... 204
Usos incorrectos ... 204
5.4. Uso de algunas preposiciones ... 205
5.5. Los vulgarismos ... 205
5.6. Palabras gastadas ... 206
5.7. Los tecnicismos y neologismos ... 206
5.8. La repetición léxica ... 207
5.9. Criterios para el uso de los extranjerismos ... 207
5.10. Cuidado con la ortografía ... 207
6. Revisión y reelaboración de un escrito ... 209

6.1. Qué implica revisar un texto escrito ... 209
Tareas básicas ... 209
Características de la revisión ... 210
6.2. Los aspectos objeto de revisión ... 211
Guía para la ejercitación y evaluación ... 213

Capítulo séptimo
Producción de algunos tipos de escritos

Introducción ... 217
1. Elementos para una tipología textual ... 218
2. Los arquetipos textuales básicos ... 219
1.1. El texto descriptivo ... 219
Características de la descripción ... 219
Tipos de textos descriptivos ... 221
2.2. Texto narrativo ... 222
Características de la narración ... 222
Estructura del texto narrativo ... 223
Clases de textos narrativos ... 224
Estilo directo e indirecto ... 225
2.3. Texto expositivo ... 226
Características generales ... 226
Estructura del texto expositivo ... 227
2.4. Texto argumentativo ... 228
Características generales ... 228
Estructura del texto argumentativo ... 228
Tipo de argumentos ... 229
3. Producción de textos académicos ... 231
3.1. Escritos que constituyen informes técnicos o científicos ... 231
¿Qué es un informe? ... 231
¿Qué características tiene un informe? ... 231
¿Qué estructura se sigue en un informe? ... 232
¿Qué tipos de informes existen? ... 232
3.2. Producción de ensayos ... 235
¿Qué es un ensayo? ... 235
¿Cómo se caracteriza el ensayo? ... 235
¿Cómo es la estructura de un ensayo? ... 236
¿Qué clases de ensayos existen? ... 236
¿Qué pautas son útiles para escribir ensayo? ... 236
3.3. El texto literario: el cuento ... 238
¿Cómo abordar la escritura de textos literarios? ... 238
¿Qué conviene saber del cuento para escribirlo? ... 239
Guía para la ejercitación y evaluación ... 243

Bibliografía referenciada ... 249
Bibliografía complementaria ... 252
Glosario ... 253
Índice temático de materias ... 259
Acerca del autor ... 263

Prólogo

Competencias en la Comunicación en su tercera edición es el complemento perfecto de *Fundamentos de Semiótica y Lingüística* del profesor Víctor Miguel Niño Rojas, quien de esta manera da un gran paso hacia un trabajo de calidad y de grandes aportes al estudio y conocimiento de nuestra lengua materna.

La idea del autor, de escribir los dos volúmenes, evidencia el rasgo perfectible del conocimiento; conocimiento que a través de estas páginas aparece renovado, actualizado y adecuado a las exigencias actuales de la comunicación. En este volumen, las concepciones propias de cada campo del saber en el ámbito de la lingüística, se redimensionan en la reflexión y en las prácticas comunicativas, es decir, en la fundamentación teórica que sustenta la práctica y la práctica que, a su vez, da sentido a la teoría.

Los siete capítulos de este volumen, determinan de entrada una posición intelectual de vanguardia, siempre al tanto de las investigaciones, de los aportes y de las diversas posiciones de intelectuales estudiosos del fenómeno lenguaje, con sus implicaciones profundas en la interacción social. La referencia a los procesos específicos de la comunicación verbal tales como la producción y la comprensión, es amena, clara, suficiente y sobre todo, muy pertinente para el lector especializado o para aquel que se forma en el conocimiento y estudio del lenguaje y la comunicación.

Tal es el caso de la escritura que como producto específico de este proceso abarca los tres últimos capítulos de este volumen. En otros tiempos nos hubiera resultado imposible encontrar una referencia aunque fuera mínima sobre el tema. Este apartado sobre la escritura resultará, seguramente, novedoso y original en su tratamiento, para los lectores y seguidores fieles de nuestro autor; reconociendo además, la sintonía con los planteamientos y propuestas más actuales de autores como María Teresa Serafini, Daniel Cassany y Anna Camps, entre otros.

Frente a nuestro deseo de aprender y saber más sobre aspectos puntuales en el campo del lenguaje y la comunicación, el volumen que ahora tenemos en nuestras manos resulta muy valioso no sólo por la suficiencia teórica y su estrecha relación con las prácticas comunicativas, sino también porque en él se ve reflejada la trayectoria y la experiencia del hombre y del maestro que ha dedicado toda su

vida al ejercicio docente, a las reflexiones permanentes sobre cuestiones teóricas referidas a dicho ejercicio.

Precisamente es la práctica docente del profesor Víctor Miguel Niño Rojas en distintas instituciones de educación superior, la que ha contribuido a validar su obra que hoy recibimos con beneplácito y satisfacción; es la misma práctica que ahora le permite determinar con sabiduría y acierto una nueva estructura temática y tratamiento adecuado de cada uno de los temas que aquí se presentan.

La responsabilidad que queda para los lectores, en especial para los lectores docentes y estudiantes de la lengua materna, es aprovechar la obra para avanzar en la fundamentación teórica que promocione las habilidades comunicativas del hombre concebido como un ser pluridimensional.

Guillermo Hernández O.
Coordinador Área de Español
Universidad de La Salle.

Prefacio

Las transformaciones sociales de comienzos del siglo XXI, están demostrando que la comunicación humana no sólo es una necesidad vital para la supervivencia, sino una obligación y un derecho de todos. Kaplún (1998) afirma que "los hombres y los pueblos de hoy se niegan a seguir siendo receptores pasivos y ejecutores de órdenes. Sienten la necesidad y exigen el derecho de participar, de ser actores, protagonistas, en la construcción de la nueva sociedad auténticamente democrática. Así como reclaman justicia, igualdad, el derecho a la salud, el derecho a la educación, etc. reclaman también su derecho a la participación. Y, por tanto, a la comunicación". Sin duda, es un imperativo promover la comunicación a través de la educación de la palabra. Y la misión espiritual de la educación reside en "enseñar la comprensión entre las personas como condición y garantía de la solidaridad intelectual y moral de la humanidad", según Morin (1990). Lo cual quiere decir, que cualquier estrategia que tienda a mejorar la comunicación en los distintos ámbitos de actuación de las personas, será a su vez, una estrategia para mejorar las condiciones de vida de la familia humana.

En este marco, la nueva edición de *Competencias en la comunicación – Hacia las prácticas del discurso* pretende justamente tratar de responder a las necesidades y aspiraciones de los lectores de hoy. La idea es suscitar respuestas a las inquietudes del hombre moderno en la comunicación interpersonal, verbal y no verbal: ¿cómo entender la comunicación? ¿Cómo afianzar las prácticas comunicativas en el quehacer cotidiano, la vida universitaria, el ejercicio profesional, el desempeño de la docencia y en los quehaceres de la administración? ¿Qué ofrecen al respecto las disciplinas humanísticas como la teoría de la comunicación y la lingüística del texto? ¿En fin, de qué manera involucrar y desarrollar las habilidades comunicativas a nivel superior?

La obra se ciñe a la orientación que propende por un equilibrio entre la teoría y la práctica. Es decir, a partir de una descripción de las competencias y sus implicaciones, se busca animar y encauzar la ejercitación tendiente a alcanzar las capacidades que habilitan para la comunicación, audio-oral y lecto-escrita. Estamos hablando de promocionar potencialidades para producir y comprender discurso en contextos auténticos. Se trata, por tanto, de generar procesos de escritura de textos, de lectura y comprensión, favoreciendo el debate, la documentación, la

investigación, la presentación de trabajos escritos, la participación en actividades orales y sustentación de ponencias. Sin embargo, todo proceso se presenta debidamente apoyado en los aportes de las diversas disciplinas relacionadas con la comunicación y el uso del lenguaje. El enfoque es eminentemente inter y transdisciplinario.

El propósito del libro, con las mejoras de la revisión y actualización de esta tercera edición, es contribuir al aprendizaje y crecimiento intelectual de los estudiantes universitarios, y a un mejor desempeño de todos los lectores, como son los docentes, profesionales, intelectuales, empleados, ejecutivos y cuantos buscan fortalecer el dominio y uso del instrumento primario para la construcción del conocimiento: el lenguaje en las prácticas audio-orales y lecto-escritas. Se quiere que el libro sirva de guía para una mejor expresión del pensamiento y la afectividad, y para el manejo de un discurso eficiente y significativo en las diversas actividades educativas, científicas y laborales. Naturalmente, con ello el autor quiere subsidiar la abnegada labor de los colegas docentes, quienes podrán aprovechar, tanto los contenidos en sí como los ejercicios propuestos al final de los capítulos.

La experiencia en cuanto al uso y aplicación del libro, en sus dos primeras ediciones, como instrumento para apoyar el aprendizaje de la lengua materna a nivel superior, nos ha dado a entender que es grande el éxito y la satisfacción que logran nuestros lectores o usuarios. Es por eso que lo seguimos recomendado como manual o guía didáctica para el desarrollo de cursos y programas universitarios, como los siguientes:

- Procesos o técnicas de comunicación.
- Cursos de expresión oral y escrita.
- Talleres de lectura, interpretación de textos y expresión escrita.
- Producción de textos, redacción o comunicación escrita.
- Cursos sobre competencias lingüísticas, orales y escritas.
- Talleres de semiótica y comunicación.
- Habilidades de comunicación o expresión oral.

De igual manera, el libro resulta de suma utilidad como estrategia para implementar diplomados, seminarios o cursos especiales, presenciales o a distancia, que tengan como objetivo la *promoción de las habilidades comunicativas*. Y desde luego, será un excelente medio para despertar el aprendizaje autónomo de lectores de habla hispana. Para ellos la sugerencia más importante es que realicen sistemáticamente los ejercicios, además de seguir concienzudamente la lectura de los capítulos.

En síntesis, en la tercera edición cada capítulo está presentado de la siguiente manera:

- **Primero. Elementos significativos de la comunicación**. Se presenta una reseña sobre el proceso de comunicación, sus componentes y las competencias, relacionadas con el lenguaje. Se tocan las interferencias en la comunicación.

- **Segundo. Proceso cíclico de producción y comprensión de discurso**. Se exponen las concepciones de discurso y texto, resaltando las unidades lingüísticas, las propiedades textuales y cualidades básicas. Igualmente se analiza el proceso cíclico de emisión y comprensión de discurso. En la tercera edición se reagrupa materia y se hacen precisiones y actualizaciones conceptuales.

- **Tercero. La producción y comprensión de discurso oral**. Dentro de una notable mejora, se describe el proceso de habla y comprensión, y se dan orientaciones técnicas sobre cómo desempeñarse en actividades orales, interpersonales, en intervenciones ante un público y en reuniones grupales. En la tercera edición los aspectos que más se ampliaron fueron la expresividad corporal, el diálogo, la entrevista, la conferencia y el desarrollo de la oratoria.

- **Cuarto. La comprensión y análisis de textos**. Se señalan las características y etapas del proceso de lectura, niveles, estrategias e indicadores de comprensión y tipos de lectura. Termina con la presentación de dos modelos para abordar el análisis textual. En la tercera edición se hicieron más precisiones y se introdujeron las técnicas del resumen.

Los capítulos quinto, sexto y séptimo, que tratan la producción escrita, recibieron en la tercera edición notables cambios para facilitarle al lector mayor claridad sobre la temática. Dichos capítulos quedaron así:

- **Quinto. El camino a la creación de un texto escrito.** Empieza con una reflexión sobre el acto de escribir y sobre la ruta preparatoria para este proceso. Se proponen técnicas para generar y recoger ideas, organizarlas y planear el escrito. Termina con unas orientaciones para motivar a escribir, materia que, en la tercera edición, se trajo de comienzos del capítulo sexto de la segunda edición.

- **Sexto. El proceso de composición de un texto escrito.** Se inicia con algunas estrategias generales para la composición. Se aborda el estudio de los párrafos como unidades de pensamiento, la construcción de frases y oraciones y se termina con aclaraciones sobre las posibles dudas de carácter gramatical y léxico. Los esquemas textuales pasan al capítulo séptimo; en cambio se pasó del capítulo séptimo al sexto la revisión y reelaboración de un escrito, por ser ésta la parte con que culmina el proceso escritor, en general.

- **Séptimo. Producción de algunos tipos de textos escritos.** Se empieza con la presentación de una tipología textual que puede orientar a lector-ecritor. Enseguida se exponen los arquetipos textuales básicos que estaban en el capítulo sexto (descriptivo, narrativo, etcétera). Se culmina con orientaciones y sugeren-

cias para escribir textos concretos de carácter académico, como son los informes, ensayos y el cuento.

Es de anotar que la guía para la ejercitación y la evaluación, la cual se encontraba antes al final del libro, se pasó para terminar cada capítulo, a fin de facilitarle al lector su trabajo de aplicación práctica.

Agradezco a los lectores y usuarios del libro tanto por su honrosa acogida, como por sus comentarios y aportes hechos a las dos primeras ediciones, lo cual permitió concretar algunos reajustes en la revisión y actualización para sacar la tercera edición. Al fin el cabo, ellos son la razón de ser de esta obra y sus mejoras. En especial mi va reconocimiento, en primer lugar, para el equipo humano de la casa editorial ECOE EDICIONES, que con su quijotesca labor hacen que estas letras lleguen a su destino, los lectores. En segundo lugar, el reconocimiento es para el profesor Guillermo Hernández, por sus sabias palabras plasmadas en el prólogo. Mis reconocimientos son también para mis colegas docentes de distintas universidades (la UPTC de Tunja, la Universidad de La Salle y la Libre de Bogotá, entre varias), mis ex-alumnos y estudiantes. Gracias a todos, incluidos mis hermanos, mis tres hijos y todos aquellos que me honran con su amistad, por su colaboración y su voz de apoyo.

El autor.

Capítulo primero

Elementos significativos de la competencia comunicativa

"Aprender lengua significa aprender a usarla, a comunicarse o, si ya se domina algo, aprender a comunicarse mejor y en situaciones más complejas"
(Daniel Cassany).

Introducción

La comunicación aparece como algo esencial ligado a la vida humana y como instrumento para la construcción del tejido social. Da fuerza y nutre a una comunidad, como lo hacen el agua, el aire o los alimentos en la vida biológica. No estamos solos. Desde el nacimiento entramos en contacto con otros seres de la misma especie, con quienes interactuamos dentro de una convivencia, indispensable para crecer y subsistir. Se afirma que un adulto normal gasta un 70% de su actividad cotidiana, comunicándose (David Berlo, 1977).

Este don de los seres humanos permite inferir una capacidad maravillosa -la de poder comunicarse entre sí- que sólo la cibernética ha podido desafiar a través de la historia humana. Y aún más, como afirma Juárez (2003), también es innegable que "necesitamos comunicarnos con nosotros mismos para descubrir nuestros valores interiores y, desde ahí, construirnos como personas para poder impregnar todo lo que expresemos de nuestra propia humanidad". Este don y capacidad se han constituido en objeto de investigación y de estudio. Entonces surgen interrogantes como los siguientes, cuya respuesta se aborda en este capítulo: ¿cómo se describe y explica el proceso de comunicación humana? ¿Qué competencias están comprometidas en el ejercicio de los actos de comunicación? ¿Cuáles son los saberes y usos, lingüísticos y no lingüísticos, que hacen parte de la competencia comunicativa?

1. El maravilloso mundo de la comunicación

A lo largo de la historia, la comunicación ha jugado un papel determinante en el desarrollo de la humanidad, y mucho más en la época presente, que se podría denominar la "era de las comunicaciones".

En verdad, las relaciones humanas (familiares, educativas, laborales, políticas, socio-económicas, científicas, artísticas y religiosas), toman como requisito una eficaz comunicación entre los miembros del grupo, si se quiere que sean armoniosas y saludables. Para lograrlo, la ciencia y la tecnología han llegado a poner al servicio de las comunidades medios y sistemas increíblemente complejos y sofisticados, cada vez con una mayor velocidad y eficacia: pensemos, por ejemplo, en la comunicación que establecen los astronautas con las bases terrestres, los contactos que se pueden realizar entre personas de distinto puntos del planeta, a través del teléfono, la televisión y la navegación a través de Internet, para no mencionar más. ¿No es esto asombroso?

Sin embargo, en contraste con el progreso científico y tecnológico, la comunicación interpersonal, es decir, el intercambio entre las personas en su vida cotidiana, científica y administrativa sigue soportando peligros, para cuya superación se requieren estrategias de formación en este campo. Mientras la tecnología de las comunicaciones va en *jet* o en cohete, la comunicación intra e interpersonal va en carro, o en algo menos.

1.1. Los actos comunicativos

Todo lo anterior permite indicar que los seres humanos gozan de una capacidad especial, la *función semiótica*[1], la cual los habilita para adquirir, crear, aprender y usar códigos, constituidos por signos. Esta capacidad posibilita el desarrollo y ejercicio de la *competencia comunicativa*, conocimiento diverso y amplio que, como se explicará (Cf. p.23), abarca un conjunto de *subcompetencias* que habilitan a los interlocutores para producir o comprender mensajes.

Dentro de la práctica de la competencia comunicativa es posible distinguir un *acto comunicativo* que corresponde a *una acción unitaria mediante la cual alguien produce un enunciado con sentido sobre el mundo con destino a otra persona* por medio de un código y en un contexto real determinado. Una clase de acto comunicativo son los *actos de habla***,** que tienen existencia en el uso de una lengua, oral o escrita, el medio fundamental por excelencia de la comunicación humana. En la práctica comunicativa real, los actos comunicativos o los actos de habla, no se producen aislados, sino que se encadenan en la *acción del discurso*

[1] En mi libro *Fundamentos de semiótica y lingüística* (Bogotá, Ecoe, 2007), el lector encontrará ampliamente estudiada la función semiótica de los humanos.

(Cf. p.47). A vía de ejemplo, si hacemos un recorrido imaginario por los espacios de vida de las personas, se identifican múltiples actos comunicativos, como en las siguientes situaciones:

- Al ingresar a la oficina, Mary saluda a su jefe.
- En la cafetería solicito se me sirva un delicioso café.
- Un estudiante se excusa con su profesora, por ingresar tarde a la clase.
- Atiendo a mi vecina, que solicita se le indique un número telefónico.
- El expositor responde a uno de sus oyentes.
- El Director del Colegio escribe una instrucción en la pizarra.
- Mi padre lee la fórmula médica que me entregó el doctor.
- En la casa observan un programa de televisión.

Como se infiere, los actos comunicativos son actos sociales o actos compartidos, los cuales tienen lugar en una situación real determinada, con la participación mínima de dos personas que se contactan para intercambiar o compartir sus experiencias. Behi y Zani (1990) consideran el *acto comunicativo* como la "mínima unidad de análisis", en la cual se combinan elementos "verbales y no verbales". Los autores afirman que un acto comunicativo es:

> ...la unidad más pequeña susceptible de formar parte de un intercambio comunicativo y que una persona puede emitir con una única y precisa intención. Puede estar constituido por la producción de una sola palabra, de un gesto, aunque más a menudo suele ir acompañado de una combinación de elementos verbales y no verbales. Puede representar una pregunta, una afirmación, una amenaza, una promesa, etcétera.

1.2. El concepto de comunicación

Desde Jacobson (1973) es común atribuir al lenguaje natural la comunicación, como función principal y, en efecto, sin ésta es difícil concebir un lenguaje, como lo afirma el filósofo alemán Habermas (1996): "el lenguaje disociado de su uso comunicativo, es decir, tal lenguaje completamente monológico no puede pensarse consistentemente como lenguaje".

En principio, es fácil distinguir tres niveles de comunicación: a) la *intrapersonal*, que nos permite manejar nuestras ideas, pensamientos y sentimientos para entenderse uno a sí mismo; b) la comunicación *interpersonal* que se da de persona a persona; y c) la *comunicación social*, si se extiende a las comunidades. Haciendo resaltar lo intrapersonal, Juárez (2003) afirma: "cuando pronunciamos la palabra *comunicación* inmediatamente pensamos en una apertura hacia los demás, hacia el exterior de nosotros mismos; pero existe también una comunicación hacia adentro, intrapersonal, intramuros de nuestro propio yo, que nos construye también como la que nos dirige hacia otras personas".

Situándonos en la comunicación interpersonal (entre dos personas), una primera forma de entenderla, por cierto muy común, es concebirla como la acción de informar, emitir mensajes, transmitir, algo así como la *transferencia de información de una persona a otra a través de algún medio*. Diremos, en tal caso, que es una comunicación *unilateral* o unidireccional, que se da únicamente desde la perspectiva del primer interlocutor, y se le aplica más el verbo "comunicar" que el de "comunicarse". El concepto de comunicación de Berlson y Steiner, citados por Kaplún (1998), recoge muy bien esta idea: "la comunicación consiste en la transmisión de información, ideas, emociones, habilidades, etcétera, mediante el empleo de signos y palabras".

Una segunda concepción de la comunicación interpersonal, un poco más amplia, nos permite pensar en una *comunicación bidireccional o dialógica*. En este sentido, da la idea de diálogo, intercambio, correspondencia, reciprocidad (Kaplún, 1998). El verbo más apropiado sería el de "comunicarse".

Las dos concepciones, la unilateral y la dialógica, implican un perfil de grupo social, una cultura, unas prácticas sociales. "En el fondo de las dos acepciones, subyace una opción básica a la que se enfrenta la humanidad. Definir qué entendemos por comunicación, equivale a decir en qué clase de sociedad queremos vivir", afirma Kaplún (1998). Pues en el primer caso (la unilateral), impera el monólogo, la unidireccionalidad, la verticalidad y el monopolio; y en el segundo, el diálogo, la bidireccionalidad, la horizontalidad y la participación. En una se produce un proceso en una sola vía, y en la otra, en dirección de ida y vuelta.

Desde el punto de vista de la comunicación dialógica (de ida y vuelta), *comunicarse es el acto de hacer circular, compartir o intercambiar, por algún medio, experiencias* (conocimientos, opiniones, actitudes, emociones, deseos, requerimientos, etcétera) *entre dos o hasta más personas, con un propósito particular, y en situaciones reales de la de la vida humana.*

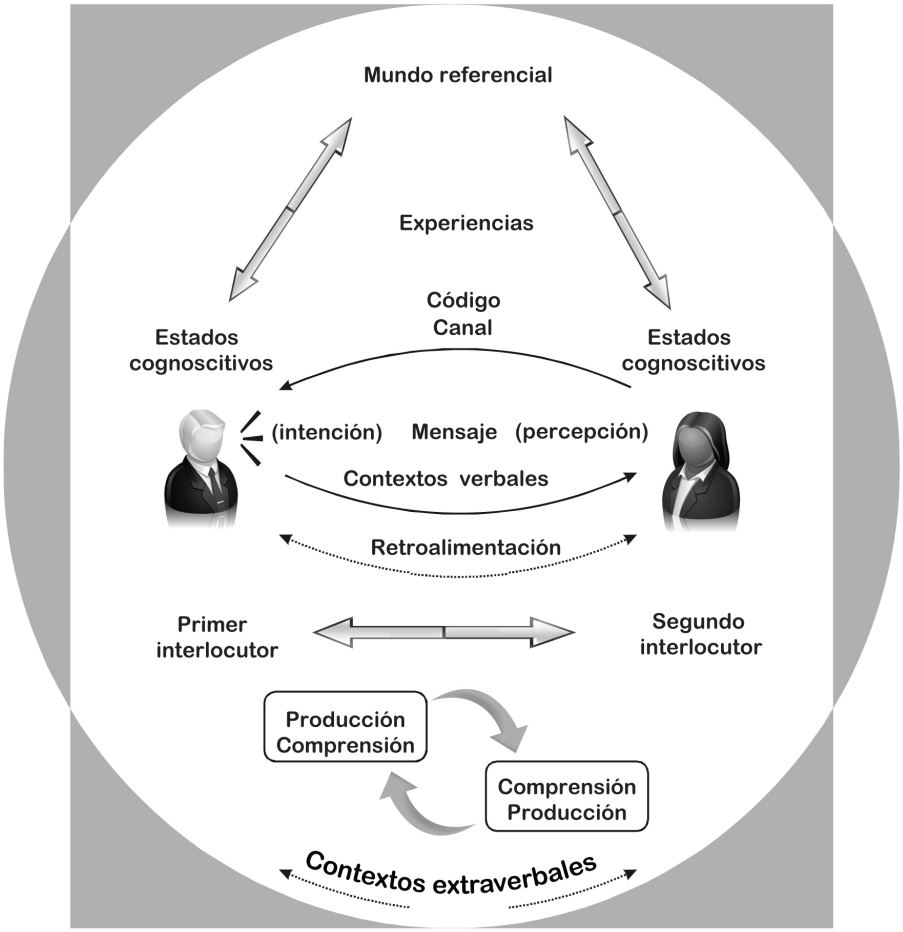
1.3. Los componentes de un acto de comunicación

Para el análisis y descripción de un acto comunicativo, como hecho sociocultural y como proceso, se han formulado diversos modelos. Aristóteles veía en el acto de uso de la palabra, el orador, el discurso y el auditorio. David Berlo (1977) propone un modelo en que se distinguen: la fuente, el encodificador, el mensaje, el canal, el decodificador y el receptor. Incluye el código como parte del mensaje, aspectos que pocos consideran separados.

En un proceso como el de la comunicación humana cabría preguntarse por el qué, quién, para quién, para qué, cómo, en qué situación, con qué, etcétera. Tal vez una respuesta articulada permitiría la descripción de los elementos que se dan en un acto comunicativo. Al señalar el objeto y el campo de investigación de la semiótica, Sebeok (1996) propone seis elementos, en parejas: *mensaje y código,*

fuente y destino, canal y contexto, aunque según él, un elemento fundamental del proceso semiótico sigue siendo el *signo*.

El modelo que hemos adoptado parte de la base de los componentes que propone Sebeok, aunque no hablaremos de "fuente" y "destino", sino de *primero* y *segundo interlocutor***.** No habría inconveniente en seguirles dando el nombre tradicional de *emisor* y *receptor* (o destinatario), aunque no son términos muy afortunados, pues restringen el sentido: asocian sólo la emisión y la recepción, respectivamente. Como se ilustra en la siguiente figura, además de los elementos que considera Sebeok, es necesario mencionar otros que, aunque se encuentran fuera del proceso, se complementan, suponen o implican: mundo referencial, estados cognoscitivos, propósito o intención, experiencias (información) y retroalimentación.



Componentes de un acto de comunicación

Componentes formales

Emisor o primer interlocutor. La idea de interlocutor es usada por varios autores como Coseriu (1969), y aquí se relaciona directamente de manera binaria: primero y segundo interlocutor. Los teóricos de la comunicación mencionan como punto de partida una *fuente***,** que según Berlo (1977), "es la persona o grupo de personas con una razón para ponerse en comunicación". La idea de emisor implica necesariamente aceptar la existencia de un destinatario -persona o personas- a quien se dirige el mensaje. Quien produce un mensaje siempre tiene en cuenta para quién y qué efecto busca. Ese destinatario es el *receptor intencional*, o sea aquel a quien normalmente se dirige el mensaje. Por ejemplo, alguien presenta una solicitud por medio de un escrito ante un juez. El funcionario que recibe dicha solicitud es el destinatario intencional, pero si otras personas también acceden a su lectura, tendremos otro de tipo de receptor, el receptor no intencional. Un buen emisor toma en cuenta no sólo el receptor intencional, sino los receptores no intencionales.

Receptor o segundo interlocutor. Corresponde al agente complementario del proceso, cuya tarea es captar el mensaje en forma de señal y comprender la información. Implica el reconocimiento de los signos o código común al emisor, para la descodificación y para la interpretación y recuperación del significado.

De manera similar a la labor desplegada por el emisor para producir el mensaje, al receptor le compete una actividad bastante activa y compleja, tanto, que de ésta depende finalmente el éxito de la comunicación. Pues, como se explicará (Cf. p.65), a él le corresponde no solamente percibir y descodificar la señal sino, ante todo, descubrir e interpretar el contenido desde su propia experiencia y con referencia a algún aspecto del mundo.

Código. Para ilustrar los signos y códigos imaginemos que pedimos a una persona que nos indique por distintos medios, cómo llegar de un sitio a otro de la ciudad. Él tendrá muchas alternativas para formular su respuesta, como por ejemplo:

- Nos dirá de manera oral que vayamos por esta o aquella avenida hasta el sitio correspondiente.
- Podrá escribirnos y explicarnos en un papel.
- Nos dibujará un mapa.
- Intentará hacerse entender por gestos o movimientos corporales.
- Hace una dramatización, o nos pone una canción en donde se explica el asunto.
- En fin, nos invita a ver un video en el que se aclara la respuesta.

Como se observa por los ejemplos anteriores, hay códigos verbales y extraverbales, es decir, *lenguajes verbales y no verbales*. Tanto en la comunicación interpersonal como en la social es rica la gama de opciones encontrada en los sistemas de

signos (códigos) usados en la vida contemporánea: publicidad, el cine, la red de internet, las historietas cómicas, la prensa escrita, los géneros televisivos, los programas radiales, el recital, la danza, el dibujo, etcétera.

Decir "código" *equivale a hacer referencia a los principios o leyes que presiden el uso de un determinado tipo de signo*s. Estos existen como un recurso para "significar", en consecuencia para hacer realidad el proceso de significación. La ciencia que ha estudiado los códigos y signos se ha llamado semiótica o semiología (Niño Rojas, 2007, cap. I).

La noción de código, como sistema de comunicación, con sus signos y reglas, pertenece al ámbito cultural y social. Berstein (1997) define el código como "un principio regulador, adquirido de forma tácita, que selecciona e integra significados relevantes, formas de realización de los mismos y contextos evocadores". El autor distingue dos tipos de códigos: *códigos restringidos*, los que proceden del entorno natural de las personas, y *códigos elaborados*, aquellos que les permiten introducirse en el mundo de la creación cultural.

Según Guiraud (1991), existen *códigos lógicos, estéticos y sociales***.** Poyatos (1994) distingue *lenguaje*, *paralenguaje* y *kinésica*. Siguiendo la idea de estos autores, si se toma como referencia el código de la lengua, podríamos pensar en los siguientes tres grupos: *códigos lingüísticos, paralingüísticos* y *extralingüísticos***.** Los primeros están constituidos por las lenguas naturales que se hablan sobre el planeta, en un número aproximado de tres mil. Los códigos paralingüísticos son los que facilitan la representación gráfica de la lengua, por ejemplo, la escritura, o apoyan y enriquecen la realización oral: la entonación, la voz y la kinesis. Esta última se refiere a la expresión corporal.

Los códigos extralingüísticos se basan en signos poco relacionados con la lengua. Pueden ser los códigos lógicos(o científicos), sociales y estéticos, de que nos habla Guiraud. Los códigos lógicos facilitan al hombre la construcción del conocimiento, por ejemplo, los símbolos empleados en las diferentes ciencias o disciplinas: matemática, lingüística, física, química, geografía. Son códigos sociales aquellos que apoyan las relaciones en la vida cotidiana de los seres humanos: la urbanidad, la política, los ritos, normas y costumbre, y demás prácticas de grupo. Los códigos estéticos son la forma de expresión de la belleza en las diversas artes, como la música, la arquitectura, la pintura, la literatura, etcétera[2].

Mensaje. En el centro de todo acto comunicativo, el mensaje se presenta como el eje con el que se relacionan directamente los componentes del proceso. Así, respecto del emisor, *el mensaje es un producto de emisión estructurado con una*

2 Son muchas las clasificaciones de códigos y signos, como las que ofrecen Guiraud, Sebeok y Eco, para no mencionar más. El libro *Fundamentos de semiótica y lingüística* (Niño Rojas, Ecoe, 2007), ofrece una explicación más detallada del tema.

intención comunicativa, y en relación con el receptor, es una unidad formal sensible (señal) que le puede resultar significativa.

Diariamente, con la ayuda del lenguaje o de otros tipos de códigos, la gente emite un gran número de mensajes, aun sin tener plena conciencia de ello e, igualmente, le llegan otros tantos que, provenientes de diferentes emisores, no siempre tienen la fortuna de ser percibidos o comprendidos plenamente. Un mensaje puede ser un cuadro pictórico, una pieza musical, una serie de golpes, una bandera, una caricatura, unas palmadas, una frase pronunciada con sentido, un párrafo, un cuento, un discurso oratorio, un aviso publicitario, un simple movimiento de hombros, una carta, una conferencia, una canción, una audiencia de radio, un artículo de periódico, una obra de teatro, una película, una cartelera, una historieta, una revista, un poema, un guiño de ojo o movimiento de cabeza, un mapa, una flecha, un correo electrónico, etcétera. Otro ejemplo de mensaje es una oración como la de un estudiante universitario cuando le dice a su amiga "terminemos el informe y así podremos salir a ver un cine".

Un mensaje se caracteriza por poseer una estructura organizativa y un estilo propio. La estructura resulta de una configuración en que se interrelacionan significados con las formas que se manifiestan en una o varias extensiones, y en conjuntos de elementos o unidades, jerárquicamente conectadas, según reglas. En el caso de la frase emitida por el estudiante, el mensaje se configura en una estructura lingüística: identifica una información la cual codifica dentro del propósito de hacer una propuesta a su amiga, a través de los sonidos, sílabas, palabras y la frase, que, en este caso, constituye una oración.

Un buen mensaje consulta los intereses, necesidades y características de la contraparte, y no es únicamente un producto bien codificado y emitido, sin vida. "De ahí resulta el mensaje desencarnado, en el vacío; un mensaje que no se preocupara por el efecto (si va a llegar, si va a ser asumido por el destinatario, si le va a servir) ni por la respuesta. No va en pos de una respuesta, de una participación; no trata de entablar un diálogo, una relación con el interlocutor" (Kaplún, 1998).

Canal. Se entiende como el *medio físico que impresiona los sentidos del receptor en forma de señal,* haciendo posible la transmisión y la correspondiente recepción del mensaje. Hay quienes hablan de *canal verbal* y *no verbal*. En el caso del verbal, la señal estaría dada por las ondas sonoras que producen el aparato fonador y articulatorio del hablante y que captura acústicamente el receptor, y en el caso de la lengua escrita, la señal se manifiesta en la cadena de signos gráficos que representan los grafemas.

Ejemplo de medios que pueden constituir un canal:

- Títeres, muñecos, pantomima, danza, movimientos, juego.
- Carteleras, letreros, libros o folletos, fotografías, avisos, dibujos,

historietas, gráficas, cuadros, uso de colores, etcétera.
- Videos, disquetes, CD.
- Sonidos, golpes, protuberancias táctiles, olores, sabores.

Los contextos. Desde un punto de vista funcional los contextos son ciertas *restricciones internas o externas a la emisión y recepción del mensaje*; son elementos determinantes. Como en el próximo capítulo (Cf. p.56) habrá oportunidad de especificar con mayor detenimiento la naturaleza y función del contexto en el desarrollo del discurso, aquí sólo se hace referencia a los contextos, como elementos visibles e inmediatos que acompañan el proceso.

El contexto fue mencionado por el lingüista Eugenio Coseriu (1969), quien lo entendió como "la realidad que rodea un signo, un acto verbal o un discurso, como presencia física, como saber de los interlocutores y como actividad". Según él, existe el contexto idiomático, relacionado con las características y tipo de código lingüístico, el *contexto verbal*, o sea, los elementos de lengua que acompañan en forma inmediata la emisión lingüística, y el *contexto extraverbal,* que se relaciona con los factores o circunstancias no propiamente lingüísticas que rodean el acto comunicativo y son percibidas por el receptor. Este contexto se refiere a las cosas que están al alcance perceptual, el entorno de objetos no presente, y las circunstancias históricas, culturales y sociales.

Otros elementos implicados

El mudo referencial. Se trata del referente que es el mundo real y posible sobre el cual se construye significado, se asocian las experiencias y se produce la comunicación. Van Dijk (1980) define este mundo así*:*

> Un conjunto de hechos es un mundo posible, es decir, un mundo posible es todo lo que es el caso. Así, el mundo en que vivimos es un tal mundo [un mundo real]. Pero, por supuesto, podemos imaginar otros mundos posibles en que otros hechos existen, o aun mundos (algo remoto del nuestro) en donde otro tipo de hechos existen (por ejemplo, caballos voladores, animales parlantes, etcétera).

Se constituyen como referentes de los actos comunicativos no solamente los objetos del mundo externo perceptible por los sentidos, como los seres vivos, la naturaleza y las cosas que fabrica el hombre, sino también los entes culturales, por ejemplo, el concepto de sociedad, arte, ciencia e ideas que representan lo ficticio y fantástico (mundo posible), tal es el caso de los textos literarios.

La intención o propósito. Los propósitos son parte de toda acción humana. La gente actúa para algo, para conseguir un fin, para obtener efectos en sí mismo o en los demás. ¿Para qué se comunica la gente? Podría decirse que para realizarse como seres humanos, para desarrollarse, para encontrarse con los otros, intercambiar sus experiencias, solidarizarse y convivir. Kaplún (1998) afirma:

> Los seres humanos nos comunicamos para intercambiar informaciones y conocimientos, para analizar una determinada cuestión, para razonar, para pensar juntos. Pero nos comunicamos también para expresar emociones, sentimientos, afectos, esperanzas, ensueños. Basta pensar en los gestos: una caricia, una palmada afectuosa en el hombro del compañero que está triste, un apretón de manos no tienen 'significado' racional; no tienen valor de información, de conocimiento. Y sin embargo, dicen y significan muchísimo.

Si un propósito es consciente suele entenderse como una *intención*, intención de comunicar o dar entender algo su interlocutor por medio del mensaje. La intención es la que desencadena y pone en acción el cerebro y demás organismos para producir mensaje en una situación específica.

Experiencias e información. Las *experiencias* son el qué de la comunicación entre las personas. Podría pensarse que corresponden a la *información* que codifica el emisor. Sin embargo, depende de cómo conciba la "información", pues en el sentido corriente se suele entender como la representación de los datos, como conocimientos producidos y representados. En dicho caso, la información es sólo una parte de las experiencias comunicables (Cf. p.35). Claro que por información también se puede entender como la *carga semántica* (el *significado*) de que es portador un mensaje, objeto de interpretación por parte del receptor; cubriría una amplia gama significativa, en que los contenidos cognitivos estarían afectados, o tal vez enriquecidos, por lo afectivo, valorativo y sociocultural. Entonces, al mencionar *experiencias*, estaríamos hablando de los conocimientos, sentimientos y demás contenidos psico-socio-afectivos, que pretende compartir el primer interlocutor e que interpreta y entiende el segundo interlocutor.

Retroalimentación. La retroalimentación (feedback) o *información de retorno* corresponde a aquella información que regresa del receptor al emisor en el curso de la comunicación, la cual permite afianzar o reajustar la emisión y asegurar así su efectividad. La retroalimentación es posible en la comunicación cara a cara, por ejemplo, mediante la mirada, la sonrisa, la distancia, la posición o movimiento de rostro o manos, del cuerpo, forma de sentarse, asentimientos de cabeza, bostezos, estiramientos de brazos, mirada al reloj, sueño, ojos expresivos y concentrados, expresión de agrado o desagrado, lectura, cuchicheo, etcétera.

Es muy importante para el emisor capturar cualquier tipo de retroalimentación y preguntarse internamente, a medida que avanza en su emisión: ¿se está interesando? ¿Entiende? ¿Me está siguiendo? ¿Algo anda mal? ¿Por qué pregunta o afirma eso? En definitiva, en una cadena comunicativa es fundamental estar atento, *estar alerta* a las reacciones o respuestas de nuestro interlocutor. Este estar alerta le permitirá seguramente reorientar o ajustar los mensajes posteriores. "Tan importante como preguntarnos qué queremos nosotros decir es preguntarnos qué esperan nuestros destinatarios escuchar. Y, a partir de ahí, buscar el punto