

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

La comunicación interpersonal efectiva

Autor: Sarah Elena López y Linares-Rivas

**Tesina presentada para obtener el título de:
Lic. en Ciencias de la Comunicación**

**Nombre del asesor:
Miguel Ángel Prado**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar, organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación "Dr. Silvio Zavala" que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo "Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada", se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.



UNIVERSIDAD VASCO DE QUIROGA

TESINA

“ LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL EFECTIVA ”

PRESENTA

SARAH ELENA LOPEZ Y LINARES-RIVAS

A MIS PADRES, A GONZALO Y RODRIGO POR SU CONSTANTE APOYO
A MIGUEL ANGEL PRADO BOCANEGRA, POR SU VALIOSA GUIA; Y EN
ESPECIAL A LAS LARGAS HORAS EN QUE SUEÑO DESPIERTA, PORQUE
TRABAJO DE INVESTIGACION REALIZADO

PARA OBTENER EL TITULO DE

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ASESOR: MIGUEL ANGEL PRADO

JUNIO DE 1997

ACUERDO 952002

CLAVE: 16SPV-00125



INDICE

INTRODUCCION

CAPITULO 1

GENERALIDADES DE LA COMUNICACION

1.1 Definiciones	9
1.2 Principios de la Comunicación	10
1.3 Canales de Comunicación	12
1.4 Símbolos y signos	13
1.5 Comunicación: Proceso interno y externo del hombre	14
Referencias Bibliográficas	15
A MIS PADRES, A GONZALO Y RODRIGO POR SU CONSTANTE APOYO A MIGUEL ANGEL PRADO BOCANEGRA, POR SU VALIOSA GUIA; Y EN ESPECIAL A LAS LARGAS HORAS EN QUE SUEÑO DESPIERTA, PORQUE ESTAS ME IMPULSAN A SEGUIR SUPERANDOME	

COMUNICACION INTERPERSONAL

2.1 Discurso y Pensamiento	16
2.2 La comunicación entre dos personas	17
2.3 Elementos del proceso de la comunicación interpersonal	19
2.4 Principales efectos de la comunicación interpersonal	19
2.5 Valores y Principios de la comunicación interpersonal	20
2.6 Las predicciones	22
Referencias Bibliográficas	24

CAPITULO 3

LAS RELACIONES INTERPERSONALES: MENSAJES E INTERPRETACION

3.1 Las relaciones interpersonales	25
------------------------------------	----



1.2 Factores que contribuyen a la elección de relaciones	27
1.3 Estrategias para obtener información y el desarrollo de la comunicación interpersonal	28
1.4 Los mensajes	29
1.5 Principios Universales de los mensajes verbales	31
1.6 Características Universales de los mensajes verbales	32
1.7 La construcción de mensajes	33
INTRODUCCION	5
CAPITULO 1	
GENERALIDADES DE LA COMUNICACION	
1.9 La comprensión	39
1.1 Definiciones	9
1.2 Principios de la Comunicación	10
1.3 Canales de Comunicación	12
1.4 Símbolos y signos	13
1.5 Comunicación : Proceso interno y externo del hombre	14
Referencias Bibliográficas	15
4.1 Los canales	42
4.2 Las interferencias	43
4.3 Rumor y Distorsión	45
CAPITULO 2	
COMUNICACIÓN INTERPERSONAL	
4.5 Otros problemas	47
2.1 Discurso y Pensamiento	16
2.2 La comunicación entre dos personas	17
2.3 Elementos del proceso de la comunicación interpersonal	19
2.4 Principales efectos de la comunicación interpersonal	19
2.5 Valores y Principios de la comunicación interpersonal	20
2.6 Las predicciones	22
Referencias Bibliográficas	24
BIBLIOGRAFIA DE CONSULTA	60
CAPITULO 3	
LAS RELACIONES INTERPERSONALES : MENSAJES E INTERPRETACION	
3.1 Las relaciones interpersonales	25

3.2 Factores que contribuyen a la elección de relaciones	27
3.3 Estrategias para obtener información y factores para el desarrollo de la comunicación interpersonal	28
3.4 Los mensajes	29
3.5 Principios Universales de los mensajes verbales	31
3.6 Características Universales de los mensajes verbales	32
3.7 La construcción de mensajes	33
3.8 Significados y las personas	37
3.9 La comprensión	39
Referencias Bibliográficas	41

CAPITULO 4

PROBLEMAS Y CONCLUSIONES

4.1 Los canales	42
4.2 Las interferencias	43
4.3 Ruido y Distorsión	45
4.4 Confusión	46
4.5 Otros problemas	47
4.6 Comprensión	48
4.7 Soluciones y conclusiones	48
Referencias Bibliográficas	55

BIBLIOGRAFIA BASICA 57

BIBLIOGRAFIA DE CONSULTA 60

INTRODUCCION

A lo largo de esta tesina, el lector podrá conocer mas a fondo las características e importancia de una comunicación interpersonal efectiva, la cual es la base de toda interacción.

Durante este trabajo se darán a conocer los puntos de vista y conclusiones a las que han llegado una gran cantidad de estudiosos de la comunicación. Se presentará de una forma generalizada los factores que todo participante de una comunicación debe tener presente al momento de establecerla.

La comunicación interpersonal la utilizamos día a día, en ella no solo intervienen las palabras o sonidos que emitimos, sino también, nuestro comportamiento y aquellos símbolos que mostramos a la otra persona que son de carácter no verbal. Para estudiar la comunicación no verbal a fondo y entender la importancia de ésta, se necesita realizar otro trabajo mas extenso. Durante esta tesina, tan solo se mencionara lo mas general, puesto que estará enfocado este trabajo en el área verbal y humano de la comunicación.

El lector debe de establecer una actitud abierta y no hacer ninguna predicción o juicio antes de terminar de leer por completo este trabajo, ya concluida la lectura, entonces sí, podrá hacer sus propias valoraciones y juicios y tomar las ideas que considere importantes para su desarrollo comunicativo.

Esta tesina, mostrará entre otras cosas la importancia de cada elemento participante en la comunicación interpersonal, sus problemas mas frecuentes y como evitarlos, así como una pequeña guía para que los seres humanos podamos establecer nuestros encuentros comunicativos de una manera lógica y coherente para lograr con esto, el propósito de mi tesina: "La comunicación interpersonal efectiva".

La razón por la que escribí, y recopilé información para una tesina y no una tesis, es muy sencilla, actualmente en nuestro país, las investigaciones de campo no son frecuentes, realizar una de ésta índole implica recursos económicos y humanos con los cuales no cuento, por eso, decidí escribir

lo mas relevante acerca de este tema, en espera de poder ser comprobado en la vida diaria. En un principio, cuando establecí la hipótesis, variables y demás elementos necesarios previos a una investigación, había titulado a esta tesina "El problema de la interpretación de los mensajes en la comunicación interpersonal", pero después de haber revisado mas de 90 libros de diversos autores pude constatar que la interpretación de los mensajes no es por si sola la característica mas importante en la comunicación interpersonal ; la interpretación lleva diversos elementos externos e internos de una misma situación de comunicación que hacen que la interpretación sea correcta o no ; además de que no puede darse sin los demás elementos de la comunicación, que son : emisor, canal, mensaje, receptor y retroalimentación.

Es así como después de la investigación que realice, me di cuenta que el titulo mas apropiado para este trabajo es : " Bases para una comunicación interpersonal efectiva". Creo que con esto se especifica mas la intención y contenido de esta tesina que realice con el objetivo de adquirir mi Licenciatura en ciencias de la comunicación en la Universidad Vasco de Quiroga.

Comencé a trabajar en esta tesina en el mes de Mayo de 1995, mientras cursaba el sexto semestre de la carrera. En este mes, establecí los puntos principales de mi investigación, definí la naturaleza de la investigación, seleccione el tema, lo delimite, planteo, identifique las variables, establecí hipótesis y objetivos del tema. Este documento lo presente a la dirección de mi carrera como mi anteproyecto para esperar su aprobación de tema.

Al recibir la aprobación de mi tema, después de haber sido analizado todo mi anteproyecto, concluí el sexto semestre de la carrera y viajé a la ciudad de México en busca de la bibliografía mas apropiada para desarrollar mi tema.

En la ciudad de México, acudí a diversas librerías y Bibliotecas. Después de unos días de investigación en la Biblioteca de la Universidad Iberoamericana y la Universidad Anahuac, comprobé que ambas poseían casi la misma cantidad de libros acerca del tema, por lo que decidí trabajar tan solo en la Universidad Anahuac.

Durante tres semanas, y gracias a las facilidades que me dio el joven prestador de su servicio social en la biblioteca de la Anahuac, pude obtener la información y fotocopiar mas de 25 trabajos. Estuve en la Biblioteca de la Universidad Anahuac de 9 de la mañana a 6 de la tarde, y logré revisar

y leer mas de 90 libros, de los cuales obtuve información precisa, es por eso que escogí cerca de 25 libros que eran los que tenían información detallada y eran las fuentes bibliográficas de los otros libros, por eso los emplee para que fungieran como mi bibliografía básica. Fotocopie cientos de paginas de estos libros, porque no podía sacarlos de la biblioteca y traerlos a Morelia. Ya que había obtenido la mayor cantidad posible de información del tema regresé a Morelia.

Al iniciar el séptimo semestre comencé a leer y subrayar lo mas relevante de cada material. Después hice el índice básico.

El siguiente paso fue transcribir a mano la información mas importante de cada material y ubicarlo en el capitulo que le correspondía, fueron muchos meses los que dedique a hacer esto, puesto que en un mismo material, existían partes que pertenecían a diferentes capítulos.

Ya que termine de transcribir esta información en la libreta, la pase a la computadora, volviendo a revisar y ordenar cada capitulo de una manera mas coherente, tratando de unir una idea con otra. En un principio, obtuve 200 paginas del trabajo.

Al ver la cantidad de información que recabe, decidí volver a leer cada capitulo y quitar lo que se repetía, o lo que consideraba irrelevante para el trabajo. Después me dedique a poner en la computadora todas las citas bibliográficas y ordenar aun mas la tesina.

Pero aún así, no me sentía satisfecha, era demasiada información para una tesina, que podría causar que el lector no encontrara el trabajo como una lectura ligera y de fácil comprensión.

Por este motivo, volví a leer todo el trabajo, parte por parte, y lo transcribí manualmente a una libreta, cambiando la estructura y deje de transcribir textualmente la información de la bibliografía como lo había hecho anteriormente. Después de depurar el trabajo y escribir todos los capítulos a mano, los transcribí a la computadora, añadiendo las citas bibliográficas, y lo entregue a mi asesor de tesina, el maestro Miguel Angel Prado Bocanegra, quien reviso párrafo por párrafo mi trabajo.

Ya hechos todos los cambios necesarios, y después de varias revisiones, lo que se leerá a continuación es el trabajo final de una larga pero muy instructiva investigación.

El lector de esta tesina tiene en sus manos, un trabajo realizado con el objetivo básico de ayudar a todos a establecer una comunicación interpersonal efectiva, si se logra este objetivo, cada uno podrá ver asombrosos resultados en su vida diaria, obteniendo relaciones interpersonales mas estables, seguridad y confianza al momento de la interacción y sobre todo la satisfacción de poder comprender y ser comprendido en un encuentro.

1.1 Definiciones

Cada ser humano define a la comunicación de una manera distinta, esto es debido a que cada uno de nosotros posee una visión diferente de los sucesos a nuestro alrededor.

Muchos son los autores que difieren en sus definiciones, aunque la mayoría concuerda en cierta forma en un punto: la comunicación como un proceso de transmisión de ideas.

Eulalio Ferrer, (1) hace una compilación de muchas definiciones hechas por los estudiosos de la comunicación; por ejemplo Schramm dice que parte de la sociedad, Aranguren se basa en la retroalimentación, Ruesch siendo un poco mas estricto lo define como un modelo científico que incluye aspectos interpersonales, culturales e incluso intrapersonales.

Ferrer incluye elementos como la fuente, receptor, mensaje y canal. Algo importante que mencionará es que si las palabras son el reflejo de las cosas, la comunicación es el reflejo de su entendimiento. Esto unido a la necesidad y el deseo de los hombres de hacer común las mismas cosas entre ellos, para que tengan una referencia similar del asunto en cuestión.

El autor resalta la importancia de la comunicación diciendo que es el producto del hombre y la sociedad, que es el medio de los medios. Si analizamos esto, podremos decir que es la base de todo lo que rodea al ser humano. Y cita a Jaspers en este libro en su declaración que dice que lo que no se realiza en la comunicación no existe; y por otro lado a Engels quien proclamaba que gobernar y administrar es oficio de comunicación.

¹ Las referencias bibliográficas se encuentran al final de cada capítulo.

CAPITULO 1

GENERALIDADES DE LA COMUNICACION

1.1 Definiciones

Cada ser humano define a la comunicación de una manera distinta, esto es debido a que cada uno de nosotros posee una visión diferente de los sucesos a nuestro alrededor.

Muchos son los autores que difieren en sus definiciones, aunque la mayoría concuerda en cierta forma en un punto : la comunicación como un proceso de transmisión de ideas.

Eulalio Ferrer, (1)* hace una compilación de muchas definiciones hechas por lo estudiosos de la comunicación ; por ejemplo Schramm dice que parte de la sociedad, Aranguren se basa en la retroalimentación, Ruesch siendo un poco mas estricto lo define como un modelo científico que incluye aspectos interpersonales, culturales e incluso intrapersonales.

Ferrer incluye elementos como la fuente, receptor, mensaje y canal. Algo importante que menciona es que si las palabras son el reflejo de las cosas, la comunicación es el reflejo de su entendimiento. Esto aunado a la necesidad y el deseo de los hombres de hacer común las mismas cosas entre ellos, para que tengan una referencia similar del asunto en cuestión.

El autor resalta la importancia de la comunicación diciendo que es el producto del hombre y la sociedad, que es el medio de los medios. Si analizamos esto, podremos decir que es la base de todo lo que rodea al ser humano. Y cita a Jaspers en este libro en su declaración que dice que lo que no se realiza en la comunicación no existe ; y por otro lado a Engels quien proclamaba que gobernar y administrar es oficio de comunicación.

* Las referencias bibliográficas se encuentran al final de cada capítulo

Es así como se ha definido en general la comunicación, pero existe algo que no puede pasarse por alto actualmente, la comunicación es el eje motor de toda sociedad, sin embargo, conforme pasa el tiempo, los seres humanos han olvidado como comunicarse entre ellos de una manera efectiva, lo que da como consecuencia grandes conflictos entre los seres humanos, la venganza, los malos entendidos, el resentimiento, entre otras cosas que son originadas por una comunicación interpersonal deficiente.

Hace varios años en la televisión vi un documental realizado en los Estados Unidos donde decían que cerca del 70% de los divorcios en ese país son el resultado de una comunicación deficiente entre la pareja.

A mi juicio, la comunicación es un sistema, un proceso perfectamente estructurado por la naturaleza que desafortunadamente no es aplicado de manera correcta por la mayoría de las personas, necesitamos aprender a utilizar la comunicación de tal manera que los que participan en ella, se vean beneficiados.

1.2 Principios de la comunicación

Barbour y Goldberg (2) resumen en tan solo 8 puntos los principios de la comunicación. Quizá a juicio del lector estén, por lógica, intrínsecos, pero aún así no podemos pasarlos por alto, puesto que cada uno de estos nos da una herramienta mas para comunicarnos mejor.

1. La comunicación es un proceso dinámico no estático
2. Es inevitable porque no podemos no comunicarnos (aun el silencio comunica algo)
3. Es continua porque incluso la comunicación interpersonal se da en todo momento
4. Es irreversible porque una vez dicho algo, no se puede borrar, corregir una mala interpretación sí.
5. El mayor propósito de la comunicación es la mayor comunicación
6. La comunicación interpersonal ocurre en mas de un nivel, como son las expresiones faciales, la inflexión e intensidad de la voz a la que ellos llaman metacomunicación.
7. El concepto de nosotros mismos, si está afectado por consecuencia afectará nuestra comunicación interpersonal

8. La posición física que puede tener una importante influencia en la comunicación interpersonal.

Estos principios dan una idea clara de lo relevante de la comunicación, pero existe algo más; dentro del proceso de la comunicación, no es por sí más importante ni el entendimiento ni la captación del mensaje, sino la interpretación que le da el receptor, puesto que éste tiene, por ser único, una concepción y vivencias distintas que se involucran directamente en la interpretación aunado con sus sentimientos.

Por otra parte, en el libro de Alcalá y Batis (3) se habla de la función del emisor, (quien elabora, codifica y emite) y el receptor, (quien recibe decodifica y comienza la retroalimentación).

Estos autores citan a un lingüista alemán del siglo pasado, de quien no dan su nombre, que señala 3 características del lenguaje humano: primero un propósito claro y definido de manifestar algo; segundo, la significación permanente de cada una de las manifestaciones; y por último que las manifestaciones se presenten a divisibilidad en la expresión oral.

Otro aspecto interesante de este libro, es el concepto de monemas, que lo definen como las unidades conceptuales, y las unidades de sonidos las llaman fonemas. Con esto dicen que al hablar se pronuncian sonidos que buscan comunicar un mensaje, por lo tanto, se manejan en conjunto los fonemas y monemas para formar las lenguas.

Daniel Stewart (4) comulga con estas ideas y añade que los significados son una función de las ideas.

Entre los tres autores antes mencionados se denota la intención de crear una ley científica del proceso comunicativo; lo basan en complejos simbólicos físicos, que ciertamente ayudan a facilitar el trabajo de interpretar un mensaje; sin embargo, estos complejos, pueden ser captados por cualquier animal, lo que nunca entenderán estas criaturas son los complejos conceptuales, puesto que son inherentes de la naturaleza humana exclusivamente, lo que ayuda a comprender de manera exacta el mensaje.

Ahora bien, por otro lado es importante definir ciertos aspectos que nos ayudaran en lo futuro a comprender mejor el desarrollo de la comunicación interpersonal.

Alcalá y Batis (5) definen el lenguaje como la facultad humana de la creación de la comunicación social ; la lengua es la materialización que cada grupo humano hace, el habla es el uso individual de la lengua y la norma es la reunión de hablas semejantes.

Teniendo presente esto, podremos entender con claridad lo que Jaime Goded (6) manifiesta de la lengua ; dice, que una de sus características que la oponen a los demás sistemas de signos es su carácter universal, y afirma que no hay nada que no pueda decirse en alguna lengua, sea lo que fuere. El autor, retoma a Bloomfield cuando dice que la lengua hace posible la reacción de la otra persona al presentársele un estímulo.

Cuando una persona comienza a entablar una conversación, lo que mas predominará será el habla, porque es la parte individual de utilizar la lengua. Este es uno de los aspectos importantes, porque cada persona decodificara el mensaje de acuerdo a su habla, pudiéndose dar interpretaciones disimboladas.

1.3 Canales de comunicación

Rogers (7), analizó a diversos autores y sus conceptos acerca de los canales de la comunicación, lo que nos da una clara idea de la función vital de este elemento comunicativo.

El canal es el medio por el cual el mensaje va desde la fuente hasta el receptor. Pero esto no es todo, existen algunas funciones que quedan fuera del alcance de otros canales, por lo que es frecuente combinarlos para tener mejores resultados. Rogers, cita a Schramm, quien dice que los canales de masas y los interpersonales son complementarios no competidores.

El canal interpersonal, dice el autor, es mas efectivo para superar resistencias y apatías. Porque permite que el receptor aclare o pida mayor información. Además cuenta con la comunicación verbal sencilla que es de gran influencia para multiplicar los estímulos. En contraparte, los canales masivos son importantes en la función de dar a conocer información por volumen, como decimos, en cantidad no en calidad ; a diferencia del canal interpersonal que nos ayuda eficazmente a persuadir (como dice Still, citado en este libro).

La comunicación interpersonal pues, es la base de toda comunicación, sin embargo, el emisor debe ser consciente que el transmitir mensajes implica una gran responsabilidad de su parte, porque puede influir de manera positiva o negativa en la decodificación del mensaje. Y por su parte, el receptor debe intentar comprender al 100% la intención y contenido del mensaje, si no lo hace así, obtendrá resultados adversos a los que en principio se había propuesto.

1.4 Símbolos y Signos

Estas son herramientas básicas de la comunicación. Eisenson, Aver e Irwin (8)*, definen al símbolo como algo que hace frente a algo más, o sea que derivan su significado con la finalidad de evocar respuestas a través de las asociaciones que han sido hechas entre las palabras, los objetos, las situaciones, las relaciones e ideas.

Los autores mencionados dicen que el signo es una respuesta invariablemente hecha a una situación ; los seres humanos responden a los signos de acuerdo a las condiciones existentes, y la combinación de los sonidos, voces y gestos, revelan también cómo nos sentimos acerca de lo que pensamos.

Cuando estructuramos nuestro mensaje debemos suponer que el receptor no tiene el mismo concepto de cierto signo o símbolo, debido a que esto se basa en su vivencia personal ; es por esto que debemos añadir a nuestro mensaje referencias que permitan una mejor comprensión. Repetir el mensaje si es necesario, sin caer en la redundancia (que veremos más adelante) porque ocasionaría confusión.

Eisenson, Aver e Irwin (9) comentan que la habilidad de combinar las unidades lingüísticas simples (palabras) en más complejas unidades (oraciones) es la habilidad de usar el “lenguaje proporcional”.

* La versión en castellano realizada por la autora

Erróneamente se cree que a mayor cantidad de palabras y oraciones, mejor será el mensaje, pero podemos deducir lógicamente que cuando una persona se extiende en demasía, no se comunica correctamente. Por ventaja, el ser humano posee infinidad de palabras para expresarse correctamente ; no debemos escatimar pero tampoco exagerar.

1.5 Comunicación : proceso interno y externo del hombre

Daniel K. Stewart (10) nos dice que la recepción perceptual de mensajes puede no constituir el problema mas importante de la comunicación en la mayoría de los casos. Para él, el problema más importante es la clase de ideas que están elicítadas en la mente del interprete y el medio utilizado.

Esto lo justifica bajo la premisa de que si las ideas elicítadas no existen en la mente del receptor, entonces, aun el mensaje mejor diseñado no cumplirá su función.

El autor afirma que las ideas no se pueden controlar físicamente porque son entidades psíquicas, pero dice que lo que si se puede medir son las frases, con lo que se podrá realizar un análisis significativo de la psique.

Stewart concluye que lo que conocemos como creencia hará que una persona tenga un estado mental positivo hacia lo que comprende, y un estado negativo hacia lo que no comprende. Por esta razón, argumenta que la conducta humana es consecuencia de la actividad mental.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

COMUNICACION INTERPERSONAL

- 1) FERRER RODRIGUEZ, EULALIO. "Comunicación y Comunicología". Ed. Eufesa, México 1982. p.p. 13-20.
- 2) BARBOUR, ALTON. GOLDBERG, ALVIN A. "Interpersonal communication : Teaching strategies and resources". Ed. Eric/Rsc, Nueva York. p.p. 23-25.
- 3) ALCALA GALIANA, ANTONIO. BATIS, HUMBERTO. "La comunicación humana y la literatura". Ed. Anuies, México 1972. p.p. 9-12.
- 4) STEWART, DANIEL K. "Psicología de la comunicación : Teoría y análisis". Ed. Paidós, Buenos Aires 1973. p.p. 53,54.
- 5) ALCALA GALIANA, ANTONIO. BATIS, HUMBERTO. p. 13.
- 6) GODED, JAIME. "Antología sobre la comunicación humana" compilación. Ed. UNAM, México 1976. p.p. 243-245.
- 7) ROGERS, EVERETT. "La comunicación de innovaciones : un enfoque transcultural". Ed. Herrero, México 1974. p.p. 246-251.
- 8) EISENSON, JON. AVER, JEFFREY. IRWIN, JOHN V. "The Psychology of communication". Ed. Appleton-Century Crofts, Nueva York 1968. p.p. 8-10.
- 9) EISENSON, JON. AVER JEFFREY. IRWIN, JOHN. p.8
- 10) STEWART, DANIEL K. p.p. 54-55 ; 63-64 ; 67.

Son cuatro puntos de vista distintos de concluir si existe o no una relación entre ambos conceptos : quizá el más acertado debido a que refleja la naturaleza humana sea el de Lewis, porque sin el lenguaje, no tendríamos forma de comunicarnos. (no debemos olvidar que lenguaje también se refiere a la comunicación no verbal).

Dicho lo anterior, podemos hablar de lo que rodea a estas ideas. Eulalio Ferrer (2), escribe que no se puede concebir la emisión y recepción sin que exista una interrelación de los medios, los mensajes, el lenguaje y el público. La emisión por sí sola no es comunicación ; la comunicación implica diversos elementos estructurales, (receptor, canal, mensaje entre otros) porque éstos también condicionan el contenido y la eficacia de la comunicación.

¹ Versión castellana hecha por la autora

CAPITULO 2

COMUNICACION INTERPERSONAL

2.1 Discurso y pensamiento

En el libro titulado "The Psychology of communication" (1)*, los autores disertan entre cuatro puntos de vista distintos que hablan acerca de la relación entre el discurso y el pensamiento.

Cada uno de éstos fue realizado por un autor distinto: Watson afirma que el discurso y el pensamiento son idénticos, están implícitos. Por otra parte, Sapir, no es tan estricto, dice que están cercanamente relacionados y que se afectan uno al otro.

El tercer punto es de Lewis, quien declara que el lenguaje es la expresión del pensamiento, no que es parte, sino tan solo una herramienta. El último punto es totalmente distinto, éste habla de que el discurso y el pensamiento no son esenciales uno al otro, ésta es la conclusión a la que llegan muchos estudiosos bajo un sencillo silogismo: Los animales piensan; los animales no tienen un lenguaje; por lo tanto, el lenguaje no es necesario por el pensamiento.

Son cuatro puntos de vista distintos de concluir si existe o no una relación entre ambos conceptos; quizá el más acertado debido a que refleja la naturaleza humana sea el de Lewis, porque sin el lenguaje, no tendríamos forma de comunicarnos. (no debemos olvidar que lenguaje también se refiere a la comunicación no verbal).

Dicho lo anterior, podremos hablar de lo que rodea a estas ideas. Eulalio Ferrer (2), escribe que no se puede concebir la emisión y recepción sin que exista una interrelación de los medios, los mensajes, el lenguaje y el público. La emisión por sí sola no es comunicación; la comunicación implica diversos elementos estructurales; (receptor, canal, mensaje entre otros) porque éstos también condicionan el contenido y la eficacia de la comunicación.

* Versión castellanizada hecha por la autora

Este autor afirma que la comunicación es el medio natural que articula y expresa nuestra existencia, porque sin ella el hombre carece de historia y no existe la comunidad. Y añade que hay que saberlo expresar en el lugar oportuno, en el momento correcto y el medio adecuado.

Por otra parte, el libro de Mónica Rangel (3), dice que las palabras son etiquetas de los objetos y su significado reside en el uso que les da una comunidad, aunque por sí solas tienen acepciones múltiples. Al continuar, la autora, dice lo mismo que Barbour y Goldberg, (ver 1.2), cuando hablan de los principios de la comunicación, que es autoreflexiva; concuerda en que se da en dos niveles (verbal y no verbal); que es afectada por nosotros mismos y que el espacio físico influye.

2.2 La comunicación entre dos personas

Continuando con Monica Rangel, nos define al diálogo como un proceso de intercambio que dependerá de la interacción y propósito que tenga cada persona, por lo que debemos determinarlos al comenzar el diálogo, para no resultar ser incomprendidos.

Hablando de esto, Fernández Collado (4) define que el término de comunicación interpersonal trata de intercambios diádicos, solamente entre dos personas. Abunda diciendo que el fenómeno de la intimidad trasciende la distancia, porque para él, es transacción interpersonal tanto el saludo entre dos extraños, como la promesa de amor entre una pareja.

En otro orden de ideas, Kathleen Reardon (5)* cita en su libro a un autor llamado Goffman, quien habla de lo que es la práctica defensiva y la práctica protectiva en una relación. La primera, se refiere a las estrategias que se usan para salvar nuestra propia definición de la situación; y la segunda son métodos usados para salvar la definición de la situación proyectada por otros.

La autora continua citando a Goffman quien argumenta que las personas cuando interactúan desempeñan diversos roles, lo que denomina como frentes, y dice que para que éstos sean efectivos, se deben suprimir en ocasiones las emociones y nuestro estado del humor.

* Versión en castellano por la autora

Reardon dice que la conversación es a veces amenazada por los malos entendidos y el manejo de las reglas, con esto se refiere a que el intercambio social y la presentación comparten una premisa común que se basa en las propias definiciones de sus interacciones, lo que lleva a decir que las acciones realizadas, influyen en las acciones de la otra persona, (llamada también persuasión interpersonal), donde ambas partes intentan cambiar el pensamiento, sentimiento y comportamiento de la otra persona

De esta persuasión interpersonal nos habla Everett Rogers (6), quien cita a Lazarsfeld que en 1940 postuló el concepto de liderazgo de opinión diciendo que es el grado de influencia ejercida de manera informal sobre las actitudes o conductas de otros de forma deliberada y a veces relativa.

De esto Rogers dice que el poliformismo es la diversidad de temas sobre los cuales un líder de opinión puede ejercer su autoridad ; y el monomorfismo que es la tendencia a actuar como líder de opinión en un solo tema.

En el segundo tomo de Comunicación del sistema abierto de bachilleres(7), se menciona como comunicación no verbal a la cinésis, que es el movimiento corporal, los gestos, expresión facial, movimiento de ojos y la postura. También la voz, su tono, ritmo, y énfasis ; por otra parte, está la proxemia que es el modo como se percibe y emplea el espacio físico ; y otros elementos como el olfato, la temperatura corporal y el tacto. Todos éstos, influyen en el proceso comunicativo porque pueden reafirmar lo que se dice o viceversa.

Este documento reafirma, que cuando vamos a entablar un diálogo, antes de comenzar ya tenemos información de la otra persona ; por ejemplo si es tímido, ordenado, limpio etc., lo que llamaríamos la primera impresión.

La comunicación no verbal, es una gran herramienta para la comunicación, sin embargo, no siempre se interpreta adecuadamente.

Jaime Goded (8) dice que una persona siempre comunica algo, si se acepta que toda conducta es una situación de interacción. Incluso, habla de la comunicación interna, o intrapersonal, que es continua hasta en los sueños. El autor antes mencionado, comenta que ya sea que exista actividad

o inactividad, palabras o silencio, siempre darán un mensaje, por lo tanto, la otra persona responderá también, ello nos indica que, la comunicación es un continuo.

Barbour y Goldberg (11)*, nos dan once valores de la comunicación interpersonal. Si llevamos a cabo cada uno de éstos, los resultados a obtener serán una mejor comunicación interpersonal.

2.3 Elementos del proceso de la comunicación interpersonal

1.- Apertura.- La comunicación abierta es mejor que una situación en donde tratamos de esconder nuestro sentir y pensar. En ocasiones, la discreción y diplomacia son necesarias, pero aún así, no

alteran Kim Griffin (9)*, habla de la comunicación interpersonal y de sus elementos básicos: A) existe una necesidad de interacción con otra persona ; B) podemos percibir muchas cosas de la otra persona mientras ésta relata sus necesidades ; C) la situación en donde encontramos a la otra persona, en tiempo y espacio, influye en el proceso comunicativo ; D) los signos y símbolos convergen pensamientos hacia las otras personas ; y E) podemos evaluar, establecer y a veces modificar una relación.

Griffin comenta que estos 5 elementos interactúan entre sí, además, cada hombre lleva consigo, en todo momento, sus necesidades, las cuales se podrán manifestar en el encuentro.

En ocasiones, también, es necesaria la discreción.

5.- Auto - descubrimiento.- Compartir nuestras reacciones del presente, da probabilidades para que se desarrolle una mejor relación.

2.4 Principales efectos de la comunicación interpersonal

6.- Empatía.- Descubrir los sentimientos, actitudes y cualidades y trabajar en ellos, ayude a la hora de interactuar.

6.- Em. Thomas Steinfatt (10), escribe que una constante comunicación interpersonal, lleva a mejorar la predicción del sentir del interlocutor para alcanzar la finalidad de la comunicación, que es, el aumentar la exactitud de predicción y el afectar las creencias. Las metaperspectivas son las creencias que posiblemente son mas afectadas durante la comunicación interpersonal, éstas son sobre lo que cree la otra persona. Por otro lado, las metametaperspectivas son las directas, lo que uno cree.

8.- Calidez.- Demostrar y comunicar consideraciones positivas y nuestros sentimientos a la otra persona.

Para Steinfatt el efecto principal de la comunicación interpersonal es mejorar la empatía y la comprensión, más que el acuerdo. Estos se van dando a mayor comunicación, para lograr tener una perspectiva mas exacta de la otra persona y aumentar la empatía.

que saciente en nosotros a una persona en quien confiar.

* Versión al castellano por Sarah López

2.5 Valores y Principios de la comunicación interpersonal

Barbour y Goldberg (11)*, nos dan once valores de la comunicación interpersonal. Si llevamos a cabo cada uno de éstos, los resultados a obtener serán una mejor comunicación interpersonal.

1.- Apertura.- La comunicación abierta es mejor que una situación en donde tratamos de esconder nuestro sentir y pensar. En ocasiones, la discreción y diplomacia son necesarias, pero aún así, no alteran la apertura. Debe darse pausadamente, no total en un primer encuentro.

2.- Espontaneidad.- Reflejar la inmediata y genuina reacción de cada uno, ayuda más que interactuar de forma cautelosa, inhibida y planeada, con esto se demuestra la sinceridad.

3.- Aquí y Ahora.- Compartir nuestras reacciones del presente, da probabilidades para que se desarrolle una mejor relación.

4.- Autenticidad.- Ser honesto, sin hacer o decir lo que no pensamos aunque no sea fácil. En ocasiones, también, es necesaria la discreción.

5.- Auto - descubrimiento.- Honestidad con uno mismo, conocer nuestros defectos y cualidades y trabajar en ellos, ayuda a la hora de interactuar.

6.- Empatía.- Es la habilidad de entender certeramente a la otra persona. Ponerse en su lugar.

7.- Aceptación.- Buscar el ser aceptados y aceptar a la otra persona, con sus defectos, cualidades, personalidad y carácter.

8.- Cálidez.- Demostrar y comunicar consideraciones positivas y nuestros sentimientos a la otra persona.

9.- Confianza.- Preocuparse por el bienestar del otro, esto hará que encuentre en nosotros a una persona en quien confiar.

* La irrelevante.- La que no tienen nada que ver con lo que dijimos.

10.- Valoración de sentimientos.- No negar ni minimizar la importancia de los sentimientos propios y ajenos. La impersonal.- Cuando no va dirigida directamente a nosotros.

* La incoherente.- Cuando el contenido no tiene mucha sustancia.

11.- Escuchar.- Con atención, para entender. Quizá no estemos de acuerdo, pero no por eso debemos rechazar. Debemos recordar, es escuchar, no oír, existe una gran diferencia.

B) Principio del comportamiento del lenguaje.- Barbour y Goldberg, concluyen en 4 puntos qué

Por otra parte, los autores antes mencionados, hablan de 2 principios ; el primero es el de la confirmación, y el segundo, del comportamiento del lenguaje.

El principio de confirmación al que se refieren Barbour y Goldberg, lo tomaron de las conclusiones de Evelyn Sieburg, quien condujo y elaboro una profunda indagación de este principio. He aquí, lo que los autores citan de ella.

2. Clarificar sus significados, no asumir que la otra persona utiliza las palabras de la forma

A) Principio de confirmación : Es aquel que causa en la otra persona una valoración de él mismo. Sieburg, concluye su investigación en 4 puntos, además, da una lista de cuales son respuestas confirmantes y cuales desconfirmantes.

a que período nos referimos para evitar la ambigüedad.

1. Es mas confirmante el ser reconocido como que uno existe y no viceversa.
2. Es mas confirmante el diálogo que el monologo.
3. Es mas confirmante la aceptación que la interpretación.
4. Es mas confirmante ser tratado personalmente que impersonalmente.

Para la autora, son respuestas confirmantes :

- La directa.
- Cuando se está de acuerdo con el contenido.
- De soporte.- cuando hay confirmación en la respuesta.
- Clarificantes.- La que pide mas información y aclara puntos vagos.
- La que expresa sentimientos positivos.

Son respuestas desconfirmantes :

- La impenetrable.- no reconocer lo que acabamos de decir.
- La imprevista.- cuando responde sin que hayamos terminado.

- La irrelevante.- La que no tienen nada que ver con lo que dijimos.
- La tangente.- La que cambian el tópico del diálogo.
- La impersonal.- Cuando no va dirigida directamente a nosotros.
- La incoherente.- Cuando el contenido no tiene mucha sustancia.
- La incongruente.- La que no concuerda entre lo que dice y como lo dice.

B) Principio del comportamiento del lenguaje.- Barbour y Goldberg, concluyen en 4 puntos que principios se deben tomar en cuenta ambas partes para que exista una mejor comunicación interpersonal.

1. Información cultural.- que incluye la lengua materna, mitos, ideología, normas sociales etc..

2. Información sociológica.- Se refiere a los grupos de membresía: conservadores, liberales, etc.

3. Información psicológica.- Se refiere a la personalidad, las actitudes y las emociones.

1. Reconocer que siempre habrá algo más que decir. Debe existir la disponibilidad a discutir gran variedad de tópicos, sin dejar que nuestras conclusiones sean rígidas y dogmáticas. La comunicación interpersonal es apta de incrementarse cuando es abierta y flexible.

2. Clarificar sus significados, no asumir que la otra persona utiliza las palabras de la forma en que nosotros lo hacemos. Explicar nuestras ideas y poner en claro el uso que damos a determinada palabra.

3. Fechar e indicar sus referencias porque las personas y los eventos cambian. Esto es, decir a que periodo nos referimos para evitar la ambigüedad.

4. Diferenciar entre las declaraciones de los hechos y los juicios de valor. El juzgar o evaluar al otro puede ser una barrera, porque una evaluación positiva o negativa, influye en la otra persona.

2.6 Las predicciones

Ya hemos estado hablando acerca de las predicciones un poco, es por eso que se ampliará un poco más este tema que es de suma importancia a la hora de entablar una conversación interpersonal. Carlos Fernández Collado (12), manifiesta su interés en las predicciones que, desde su punto de vista, elaboran la actividad de la comunicación, porque al comunicarse entre sí, los seres humanos elaboran predicciones acerca de los resultados que tendrá un mensaje.

Si son objetivos muy importantes, dice el autor, el proceso de elaboración de predicciones es altamente cognoscitivo, por ejemplo, un examen donde usualmente se ensayan las respuestas. En contra parte, en la vida diaria, se realizan en un nivel de conciencia bajo, que en ocasiones es llamado percepción.

Fernández Collado, argumenta que generalmente las predicciones son basadas en 3 tipos de información :

1. Información cultural.- que incluye la lengua materna, mitos, ideología, normas sociales etc..
2. Información sociológica.- Se refiere a los grupos de membresía : conservadores, liberales, casados, solteros etc.. ; y de referencia : los que la gente valoriza o a los que renuncia, dependiendo de su propio ser.
3. Información Psicológica.- Permite distinguir a una persona de otra, se enfoca en las diferencias y no en las similitudes.

Si las predicciones se basan en la combinación de la información cultural y sociológica puede existir la inevitabilidad de un error predictivo, que depende de la precisión con que sean utilizadas. Las predicciones basadas en la información psicológica se inclinan por la distinción, y la discriminación y no por la generalización de estímulos. Es poco usual que al principio de una relación se cuente con suficiente información psicológica, por esto es que las predicciones se basan en la información cultural y sociológica. Conforme se reduce el uso de la información cultural y sociológica y se incrementa la psicológica, la relación se vuelve cada vez mas interpersonal.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- 1) EISENSON, JON. AVER, JEFFREY. IRWIN, JOHN V. "The Psychology of communication". Ed. Appleton-Century Crofts, Nueva York 1968. p.p. 120-126.
- 2) FERRER RODRIGUEZ, EULALIO. "Comunicación y Comunicología". Ed. Eufesa, México 1982. p.p. 12 ;19 ;110
- 3) RANGEL HINOJOSA, MONICA. "Comunicación oral". Ed. Trillas, México 1990. p.p. 14-21 ; 25-26.
- 4) FERNANDEZ COLLADO, CARLOS. GORDON, DAHNE. "Comunicación humana : ciencia social" Ed. McGraw - Hill, México 1986. p.p. 31-33.
- 5) REARDON, KATHLEEN K. "Interpersonal communication : Where minds meet". Ed. Wadsworth Publishing Company, Belmont, Ca., 1987. p.p. 122 ; 123 ; 158 ; 183 ;184.
- 6) ROGERS, EVERETT. "La comunicación de innovaciones : un enfoque transcultural". Ed. Herrero, México 1974. p.p. 221 ;222 ;40 ;41.
- 7) Sistema de Bachilleres, preparatoria abierta. Segundo tomo de la materia de ciencias de la comunicación. p.p. 36-41
- 8) GODED, JAIME. "Antología sobre la comunicación humana" compilación. Ed. UNAM, México 1976. p.p. 236.
- 9) GRIFFIN, KIM. PATTON, BOBBY. "Fundamentals of interpersonal communication". Ed. Harper & Row, Nueva York 1976. P.p. 46 ;47.
- 10) STEINFATT, THOMAS. "La comunicación humana, una introducción interpersonal". Ed. Diana, México, 1986. P.p. 240-245.
- 11) BARBOUR, ALTON. GOLDBERG, ALVIN A. "Interpersonal communication : Teaching strategies and resources". Ed. Eric/Rsc, Nueva York. p.p. 27-35.
- 12) FERNANDEZ COLLADO, CARLOS. GORDON, DAHNE. p.p. 35-39.

Fernandez cita a teóricos como Jones, Davis y Kelly, que sustentan que en las actividades sociales diarias, los individuos preguntan constantemente en porque, y buscan las causas; éste comportamiento es cada vez más agudo conforme aumenta la intimidad en la relación.

CAPITULO 3

LAS RELACIONES INTERPERSONALES : MENSAJES, E INTERPRETACION

3.1 Las relaciones interpersonales

Carlos Fernández Collado (1) realizó un amplio estudio acerca de las relaciones interpersonales, como llevarlas a cabo, que características poseen y como fomentarlas. Es por ésta razón que del inciso 3.1 al 3.3, se citará exclusivamente a éste autor, puesto que la información que expone es lo suficientemente completa para entender todo lo relacionado con las relaciones interpersonales. Además al consultar diversos libros sobre éste tema, la mayoría cita a Fernández Collado con éste trabajo, y otros autores fueron investigados por éste autor quien recopiló la información mas importante de destacados estudiosos.

Fernández Collado dice que dependiendo de la naturaleza de la relación, se darán variaciones en cuanto a los conocimientos que tengamos de la otra persona; si la relación es cualitativa, es decir, que la relación nos brinda mayor empatía con la otra persona entonces será mas interpersonal. En contraparte, las relaciones impersonales son superficiales, se basan en información descriptiva, en características físicas que pueden conocerse con tan solo un par de encuentros.

Conocer a la otra persona, dice el autor, a un nivel mas interpersonal, nos da información válida acerca de su comportamiento y creencias ; conocerse a un nivel predictivo, es generalmente insuficiente, por eso las personas buscan un mayor acercamiento para conocerse en un nivel mas explicativo. En otras palabras, el nivel predictivo trata del “como”, y el nivel explicativo del “porque”.

Fernández cita a teóricos como Jenes, Davis y Kelly, que sustentan que en las actividades sociales diarias, los individuos preguntan constantemente en porque, y buscan las causas ; éste comportamiento es cada vez mas agudo conforme aumenta la intimidad en la relación.

Por otra parte, el autor cita a Miller quien dice que el querer un conocimiento a nivel explicativo indica que la relación es cada vez mas interpersonal. Miller concluye que las personas que tienen una relación cercana esperan descubrir lo mas que puedan del otro, lo cual es un fin muy importante dentro de la relación. Y por otro lado, dice que conforme la relación se vuelve mas interpersonal, los individuos se interesan mas por el comportamiento del otro y buscan establecer una mayor predicción y control. En conclusión, los conocimientos explicativo y predictivo, suelen ser relacionados con las generalizaciones culturales y sociológicas acerca del comportamiento de la gente.

Pero para que se de todo ésto, también debe hablarse de las reglas que los individuos establecen al momento de iniciar una relación y sin importar el resultado de ésta. Las reglas en ocasiones están implícitas en el encuentro y a veces hay que establecerlas por medio del diálogo.

Continua el autor diciendo que conforme la afluencia de las reglas impuestas externamente decrece, y la afluencia de las internas crece, la relación se vuelve mas interpersonal. Se afirma entonces que la mayoría de las relaciones comunicativas, son guiadas por éstas reglas impuestas externamente y negociadas internamente.

Así mismo, cita a Miller quien define a las reglas de comunicación, como las declaraciones que expresan consenso, tomando en cuenta para ésto, la estructura, procedimientos y contenido de la relación comunicativa. Ampliando un poco más éstos términos se puede decir que "consenso" se refiere a que para crear y sugerir las reglas se requiere de dos personas como mínimo que acepten esta regla. El término "estructura" se refiere a diferencias en factores como el status o el poder relativo de los participantes en la relación ; "procedimientos" se refiere al inicio, secuencia y frecuencia de los intercambios comunicativos ; "Contenido" se refiere al contenido real, verbal y no verbal, de los mensajes.

Continua el autor hablando de que son pocas las relaciones perdurables porque éstas van cambiando con el tiempo, lo que produce, en ocasiones, desacuerdos en los mismos cambios ; existen algunas que son impuestas desde afuera y sirven para definir las expectativas culturales y lo inherente al rol. El conocer estas reglas, nos dará la información cultural y sociológica que permite que los individuos se comporten apropiadamente y puedan anticipar las probables respuestas a sus mensajes.

1.3 Dice el autor, que en una relación, las partes pueden llegar a un consenso en ciertas reglas que solo se aplicaran a esa relación ; éstas se derivan de negociaciones continuas entre ellos, y rara vez del exterior, por lo que reflejan un cambio cualitativo que poco a poco hace mas interpersonal la relación, por lo tanto, las relaciones serán guiadas por reglas intrínsecas si los participantes acuerdan en aceptarlas.

Por último, el autor cita a Steinberg quien dice que existen relaciones a niveles mezclados, que si entre los participantes hay discrepancias, es decir, uno está a nivel explicativo y el otro en el descriptivo, una de las partes se comunica mas interpersonalmente que la otra.

3.2 Factores que contribuyen a la elección de las relaciones

Continuando con Fernández Collado, nos da 4 puntos básicos que hablan de los factores que ayudan a elegir una relación. Esto es importante porque al analizarlos podremos obtener más herramientas para lograr nuestro objetivo : el tener una comunicación interpersonal efectiva.

1.- La proximidad física.- Nos relacionamos más fácilmente con las personas que están en nuestro entorno.

2.- Nivel de status.- Este factor disminuye o aumenta el impacto del factor de proximidad física

3.- Similitud de actitudes.- Influye potencialmente si se encuentra atractiva a la otra persona porque comparte un punto de vista similar al nuestro ; o viceversa. En otras palabras, la gente es atraída hacia los clanes ideológicos similares o al contrario.

4.- La complementariedad.- Se basa en las necesidades de cada uno y de como son satisfechas a través de características motivacionales que encajan en la relación.

Estos son algunas estrategias que Fernández Collado menciona ; y añade que éstas son verbales pero que se debe examinar los comportamientos no verbales. Ambas reducen la incertidumbre y dan una mayor familiaridad en la relación. Por otra parte, Fernández Collado, menciona 2 factores que ayudan en el desarrollo de las relaciones interpersonales.

3.3 Estrategias para obtener información y factores para el desarrollo de la comunicación interpersonal

Fernández Collado, continua en su libro hablando de como obtener la información que se necesita para que la relación sea interpersonal y resulte efectiva. El autor menciona 5 estrategias que son básicas para lograr este objetivo.

1.- Reducción de la incertidumbre.- Muchas veces, las personas con tal de lograr una primera impresión favorable distorsionan la información. El autor dice que un primer encuentro conservador y precavido suele rendir mejores frutos en una relación. Mas no olvidar, que a través del diálogo es como se reduce la incertidumbre, pero no necesariamente nos dará siempre un cuadro fidedigno del interactuante ; lo que reafirma lo que ya se ha dicho, que existe un error potencial si se predice en base a la información cultural y sociológica solamente.

2.- La autodescripción.- Es dar información de nosotros mismos que consideramos apropiada para revelar, con esto, se evita que la conversación se torne en un continuo cuestionamiento.

3.- La estructuración del ambiente.- Se basa en la habilidad de cada uno de estructurar el contexto comunicativo para aumentar la obtención de información. También mediante terceros se puede obtener información adicional.

4.- Identificación del engaño.- En ocasiones, un nuevo conocido intenta congraciarse y crear una impresión favorable ; identificar el engaño consiste en desenmascarar la insinceridad.

5.- La prueba de la desviación.- A veces, los participantes quieren probar las fallas de la relación, ver si pueden cambiar las reglas externas y hacerlas internas, esto nos ayuda a darnos cuenta de la postura del otro con respecto a la relación.

Estas son algunas estrategias que Fernández Collado menciona ; y añade que éstas son verbales pero que se debe examinar los comportamientos no verbales. Ambas reducen la incertidumbre y dan una mayor familiaridad en la relación. Por otra parte, Fernández Collado, menciona 2 factores que ayudan en el desarrollo de las relaciones interpersonales.

1.- Autorrevelación.- Es compartir información privada, generalmente las personas se niegan a hacerlo por temor a que la otra persona utilice esta información en su contra. Se debe estar seguro que no será así, que será utilizada con honradez y prudencia. La falta de autorrevelación, limita lo que sería las posibles relaciones. Así mismo, es frecuente que sea difícil determinar si la información que ha sido revelada es genuina. El autor cita a Miller y Steinberg quienes hablan de la autorrevelación aparente, la cual denominan como la información que la mayoría compartiría y sin embargo no lo hace ; además este factor tiene dos ventajas, primero que llega a los sentimientos que son relativamente profundos, y segundo, es que aumenta la exactitud predictiva.

2.- Empatía.- El autor dice que para que ésta exista, debe haber una predicción precisa del ánimo y comportamiento del otro ; para lograr esto, se debe analizar e interpretar los sentimientos desde el punto de vista del propietario.

Fernández Collado continua en su libro hablando ampliamente de la comunicación humana, aportando información valiosa para todo aquel que desee mejorar su forma de comunicarse con su entorno.

3.4 Los mensajes

Ahora bien, ya que se ha establecido un encuentro, para convertirlo en una relación interpersonal debemos dialogar y por lo tanto transmitimos mensajes. Por ésta razón, se analizará a los mensajes y todo lo relacionado a ellos. Muchos son los comunicadores que hablan y estudian a los mensajes, se basan en ciencias como la semiótica (ciencia que estudia los signos), la semiología (ciencia que estudia los sistemas de signos), la lingüística (la ciencia del lenguaje) entre otras. Al finalizar éste capítulo, tendremos la información necesaria para formular, transmitir e interpretar correctamente los mensajes.

El documento del sistema de Bachilleres (2), dice que la transmisión de mensajes se hace a través de los canales establecidos de común acuerdo por los participantes. Además, la comunicación interpersonal presenta grandes ventajas, por ejemplo, la velocidad de transmisión y recepción es muy

rápida, selecciona los mensajes que son apropiados para el receptor, la cantidad y calidad de mensajes se adecua a cada relación.

Por otro lado, de suma importancia es el significado de éstos mensajes. Daniel Prieto Castillo (3), al abordar esto, define 7 elementos básicos que están implícitos en los mensajes, y ellos son :

1.- Denotación.- El autor cita a Eco quien dice que éste concepto es la referencia inmediata que un término provoca en el receptor del mensaje, ya sea un signo o todo un enunciado. Sin la denotación es imposible entender cualquier lenguaje. En la denotación interviene el contexto y circunstancias en la que aparece el término, el tono de voz, y también, la referencia de lo que se dijo antes.

2.- Connotación.- Dependen directamente del marco de referencia del receptor, de ahí se origina la interpretación, que puede incluso estar estereotipadas.

3.- Texto.- Es una unidad de sentido ; el enunciado debe ser tomada en conjunto porque si se presenta sin tomar en cuenta el texto en conjunto, la interpretación no será completa.

4.- Contexto.- Son las condiciones sociales que rodean al texto y que le dan su sentido pleno.

5.- Referencialidad.- Es cuando un mensaje se construye sobre la base de un estereotipo, basados en elementos visuales, verbales y no verbales.

6.- Intencionalidad.- Es cuando se seleccionan ciertos signos y elementos del lenguaje y se combinan de acuerdo al propósito que se tiene.

7.- Interpretación.- Este factor no es homogéneo porque cada receptor selecciona lo que le interesa y descarta lo que no concuerda con sus intereses ; además, percibirá el mensaje en base a su educación, rol y posición social.

Con estos elementos, podremos analizar y construir mejor un mensaje. El análisis de mensajes no debe ser intratextual, es decir, ver nada mas los elementos del propio mensaje, se debe analizar la referencialidad, situar el texto en un contexto, comprobar la intención del mensaje y reconocer la connotación vigente.

Además, ya sea que el mensaje emitido sea igual o no al recibido, debe hacerse un análisis cuidadoso en base a la evaluación de datos específicos e introspectivos que se dan por parte de cada uno de los interactuantes.

En otro texto de Prieto Castillo (4), titulado "diseño y comunicación", el autor nos habla acerca de los mensajes, que desde su perspectiva, no determinan la vida cotidiana de las personas sino que son reforzadores de pautas y de formas de existencia ya vigentes. Además los mensajes no alienan a nadie tan solo reiteran estereotipos.

El autor, en el mismo lugar, dice que los elementos del mensaje deben tener como regla no incomodar al receptor, sino por el contrario, debe darle confianza en el mensaje, lo que podría llevar a que el mensaje se torne dominante. El mensaje no debe ocultar nada, y con esto, podrá existir una simetría si el mensaje concuerda con la vida del receptor, (también ayuda a la empatía).

A diferencia de los que hablan de la persuasión y de los líderes de opinión y como influyen en la otra persona, Prieto Castillo dice que la conciencia no se forma desde afuera porque es el producto de las experiencias diarias del individuo y no de los mensajes y la manipulación. Con esto podemos concluir, que no se podrá cambiar lo establecido interiormente en el individuo si éste no lo desea.

3.5 Principios Universales de los mensajes verbales

Joseph de Vito (5)* , nos habla del lenguaje humano y menciona 6 principios que son aplicables a todo tipo de interacciones verbales, formando un sumario de las cualidades esenciales de la interacción verbal, su naturaleza y aspectos ; además, son de gran ayuda para el análisis de las interacciones. Los principios que menciona los toma del estudio realizado por Pittinger, Hockett y Danehy.

1.- Principio de referencia.- Desplazarse al pasado y al futuro para aportar elementos en el mensaje que se transmite en el presente, es decir al momento de la interacción.

* Versión en Castellano por Sarah López

2.- Principio de determinismo.- El lenguaje tiene un alcance determinado, es propositivo y cuando se dice algo existe una razón. Las palabras comunican, hay una razón del porque son usadas esas palabras y no otras. El silencio también comunica, tiene un valor de mensaje.

3.- Principio de recurrencia.- Los individuos hablan de ellos mismos, sus gustos y disgustos, sus metas, anhelos y en general, de cualquier cosa que sea importante para ellos, todo esto es en busca de una aprobación.

4.- Principio de relatividad de signos y sonidos.- Estos elementos no son absolutos sino relativos. Lo que es signo para uno en un contexto, puede ser ruido para otro en otro contexto.

5.- Principio de reforzamiento y empaquetamiento.- En las interacciones, los mensajes se transmiten simultáneamente a través de varios canales, verbales o no verbales ; un canal refuerza al otro, por lo tanto, el mensaje es presentado como un paquete. Los mensajes se refuerzan o se contradicen.

6.- Principio de Adaptación.- La comunicación tiene lugar cuando las partes tienen el mismo sistema de signos, si no es así, la comunicación podrá darse pero será sumamente deficiente.

3.6 Características Universales de los mensajes verbales

En el mismo libro de referencia anterior, Joseph de Vito continua después de haber dado los principios, mostrando 6 características que son universales en todos los sistemas humanos verbales de mensajes, los cuales están construidos por el lenguaje.

1.- Especialización.- El lenguaje humano tiene como propósito mayor el de comunicar, pero no ayuda a ninguna función biológica, y el hecho de que la comunicación resulte de su comportamiento es meramente incidental.

2.- Productividad.- También llamada apertura o creatividad. Los mensajes verbales son expresiones originales de cada uno. A excepción de oraciones comunes como el saludo, todos los mensajes verbales son creados al momento de ser expresados. Por otra parte, el entendimiento también es

productivo porque comprende nuevas expresiones. Y por último, si se inventa, se crea o se descubre algo nuevo,. Gracias a la productividad del lenguaje podemos formar una palabra para denominarlo.

3.- Desplazamiento.- Al igual que el principio de referencia, el lenguaje humano se usa para hablar de cosas que son remotas en tiempo y espacio, del pasado y del futuro tan fácil como del presente, de lo real y lo irreal. También se refiere al efecto o consecuencia que tengan los mensajes en otro tiempo, espacio y contexto distinto. Esta característica aunada a la productividad genera la mentira, porque el ser humano forma expresiones (productividad) y si no están limitadas a su entorno inmediato individual (desplazamiento) se crea la mentira.

4.- Rápida pérdida gradual.- Los sonidos del discurso se desvanecen rápidamente por lo que deben ser recibidos inmediatamente después de ser emitidos. Se descarta a la escritura y los adelantos tecnológicos que preservan los sonidos e ideas puesto que no forman parte del lenguaje humano, son elementos externos.

5.- Arbitrariedad.- Esta característica se da cuando los signos del lenguaje no tienen ninguna de las propiedades físicas de las cosas por las cuales hacen frente.

6.- Transmisión cultural.- El lenguaje humano particular es culturalmente transmitido; consecuentemente, cada lenguaje puede ser aprendido por cualquier ser humano.

3.7 La construcción de mensajes

Thomas Steinfatt (6)*, nos propone 7 pasos para construir un mensaje, ya sea prepararlo de manera escrita o mentalmente, con anticipación o con premura. Si llevamos a cabo estos sencillos pasos, cada persona podrá emitir mensajes claros y concisos que determinaran el éxito o fracaso de la comunicación.

1.- Decidir el que y el porque del mensaje

* Versión en castellano por Sarah López

Cuando vamos a comunicarnos, nuestro mensaje puede darse debido a una demanda instantánea del entorno o puede ser una declaración formal, elaborada, preparada y ensayada.

El propósito específico es lo primero a determinar antes de hablar, tiene que ser conciso y preciso para lograr el objetivo que nos proponemos. Si el mensaje es planeado se debe establecer una oración del propósito de manera escrita o mental, que sea de fácil acceso en todo momento.

2.- Analizar el potencial del receptor en respuesta al mensaje

El receptor es parte fundamental de la comunicación. El análisis se debe dar a lo largo de la interacción, desde el principio hasta el fin, observando las pautas verbales y no verbales que manifiesta el receptor, con esto sabremos si existe entendimiento y consenso con el mensaje transmitido o no. En base a los resultados obtenidos de éste análisis debemos deducir si continuamos con el mensaje original o si cambiamos una parte (el lenguaje, el canal, el texto etc.) o todo ; además se debe analizar el entorno para ajustar la presentación del mensaje a la manera mas adecuada para esa interacción específica.

3.- Construcción de un plan básico y abreviado para el mensaje.

Hacer un plan básico que consta de un propósito de la oración, introducción, cuerpo y conclusión, con la finalidad de comunicarnos lo mas claro y efectivo posible.

4.- Descubrir, crear, juntar, interpretar y evaluar los materiales para el mensaje

Una conversación puede ser de 3 tipos. A) Una prueba personal (aumentar o mantener nuestra credibilidad en el receptor); B) de materiales de desarrollo (llevar el sentido de nuestro mensaje); y C) de material de experiencia (ayudar al receptor a asociar nuestra experiencia con la de él). A diferentes situaciones y receptores, los materiales a usar serán distintos.

5.- Organizar el mensaje

Ya hecho lo anterior, debemos unir todo de manera coherente de acuerdo al plan establecido. Se puede organizar de lo general a lo particular y/o de manera cronológica : propósito, cuerpo, conclusión, y ya organizado ésto, hacer la introducción, porque no se puede hacer primero la introducción si no conocemos todo nuestro mensaje.

6.- Pronunciar el mensaje

Los principios básicos de entrega son iguales para cualquier comunicación oral, ya sea formal o informal.

Existen diversos modos de entrega : improvisada (con un extraño) ; extemporánea (sin previa preparación), leer un manuscrito o memorizada. Generalmente, las personas se ponen nerviosas antes de hablar, para evitar ésto, debemos relajarnos, respirar y evitar mostrar cualquier señal de nerviosismo.

El lenguaje será el que crea el emisor que es el más adecuado para su receptor ; la situación, dará el grado de formalidad ; ser claro y preciso es importante para evitar la vaguedad e incertidumbre que lleva a problemas en la comunicación.

7.- Evaluar el mensaje

Aprender de los errores y aciertos de cada interacción, esto se logra analizando las reacciones y los resultados que nuestro mensaje tuvo en el receptor, con ésto tendremos cada vez mas información para que las interacciones futuras sean mejores.

Por otra parte, es muy importante que cuando vayamos a construir nuestro mensaje, analicemos aparte del entorno, la situación y los demás factores antes mencionados ; debemos establecer que tipo de personalidad y/o carácter posee nuestro receptor, esto es de gran ayuda, porque no puede ser transmitido el mismo mensaje a una persona pasiva que a una agresiva. Por esta razón, se mencionarán algunos de los diferentes tipos de personalidades y/o carácter que existen ; y teniendo esta información, podremos determinar a cual podría pertenecer nuestro receptor. Además, estaríamos considerando en gran parte a nuestro receptor, lo que ayuda en nuestra comunicación interpersonal.

Existe un libro titulado "Diccionario de caracteres" (7) que habla de 61 tipos distintos de carácter que existen, quizá existan más, pero éstos son la mayoría. Recomendando éste libro, es de gran ayuda, porque los analiza a fondo, da características específicas y uno puede concluir que actitud tomar cuando se enfrenta a cada tipo de persona.

Por otra parte, Adler y Towne (8)*, mencionan 2 tipos que son generales, los explosivos y los pasivos :

1.- Explosivos : tienen temperamento corto, cuando sus necesidades no son cumplidas puede reaccionar explosivamente y desquitarse con quien esté a su lado. Tiene sentimientos de culpa, su enojo, aveces, esta fuera de proporción y puede dirigirlo a un inocente ; a menudo se siente mal de sus explosiones. Pero él no ve ninguna alternativa, por eso continua explotando, desagradándose a sí mismo y haciéndose de enemigos.

2.- Pasivos : Tienen un gran temor por el conflicto. Aún los pequeños desacuerdos son mayores a lo que él está dispuesto a lidiar, y es impensable para él enojarse realmente con alguien. Pero aún cuando el pasivo evita expresar sus sentimientos, experimenta frustración, resentimiento, desacuerdo, y llega a odiar que los demás lo hagan, por lo que se va ensimismando, creando mas y mas presión. Al reprimir sus sentimientos está negando una parte real de sí mismo, y esto lo hace infeliz.

Por otra parte, los autores citan, para ver de forma mas general, el trabajo hecho por el DR. George Back, donde muestra otros tipos de comportamientos que puede tener una persona y que debilitan una relación. Si tomamos medidas precautorias a la hora de interactuar, podremos evitarlo. A continuación algunos tipos de comportamientos o personalidades descritas por Back, que nos ayudaran en el análisis de nuestro interlocutor :

1.- El evasivo : Se rehusa a interactuar.

2.- El culpador : El nunca será el culpable, siempre es el otro.

3.- El que cambia de tema : se va por la tangente

4.- El criticón : ataca partes de la vida del otro, para no hablar de él mismo.

5.- El que lee la mente : no deja hablar, dice que sabe lo que va a decir el otro.

* Versión al castellano hecha por la autora

- 6.- El que pone trampas : Para obtener mas del otro y menos de él.
- 7.- El superficial : Nada es verdaderamente importante
- 8.- El guardador : No dice ni hace nada, hasta que explota.
- 9.- El tirano : Dice lo que sabe que molestará al otro.
- 10.- El bufón : hace bromas, no se pone serio cuando se le requiere.
- 11.- El que da golpes bajos : usa la información más íntima del otro para herirlo.
- 12.- El estricto : No permite que la relación cambie de su forma original.
- 13.- El recordador : Trae al diálogo cosas pasadas que no van con el tema.
- 14.- El represor : castiga a su compañero, lo humilla.
- 15.- El saboteador : Pone trabas para evitar que el otro sea mejor

3.8 Significados y las personas

John Keltner (9)*, dice que el significado no es inherente a una palabra o frase, porque la palabra no es la cosa que representa nada mas, las palabras estimulan los símbolos que cada uno tiene de manera personal debido a u experiencia. Las personas al escuchar la misma palabra, darán un significado distinto debido a lo que cada uno ha experimentado anteriormente.

El autor antes mencionado, cita a Snygg y Combs en su definición de significado, ellos dicen que el significado de cualquier objeto o evento es la relación que tiene del propio fenómeno el receptor.

Keltner, por su parte, dice que el objeto o el evento es lo que activa el significado, además cita a Lafall quien argumenta que el objeto y la palabra están fuera de la persona, ambos se fusionan y se relacionan cuando uno desea referirse a algo.

Keltner concluye en su libro, que el significado es la experiencia que las personas perciben como respuesta al símbolo, por lo tanto, la experiencia y el significado están muy relacionados.

Por otra parte, el autor, utiliza el término de Boulding al llamar "imagen" a la colección de experiencias. La imagen se construye como resultado de las experiencias pasadas del poseedor de esa imagen. Sin embargo, imagen y mensaje no es lo mismo, porque mensaje consiste en informar ; y el significado del mensaje es el cambio que produce en la imagen.

Keltner dice que la respuesta a un estímulo representa lo que nosotros llamamos experiencia. Nadie responde igual a un mismo estímulo, porque no podemos tener exactamente el mismo significado que otra persona ; puede ser similar y cercano, mas no igual.

Continúa el autor, y menciona que entre las personas debe existir disponibilidad para que se de la comunicación, éste factor, por sí solo no es el origen de la comunicación, porque también están las respuestas del comportamiento que se ven manipuladas por el entorno físico, y el tiempo y el lugar del encuentro, que pueden aumentar o inhibir las respuestas. Los comportamientos de respuesta incluyen la habilidad que tiene el hombre de anticipar (o predecir) la naturaleza de las relaciones.

Añade el autor que las respuestas se ven influidas no solo por la otra persona, sino también, por diversos elementos de nuestra experiencia personal, como lo pueden ser nuestras metas y necesidades, las cuales son el resultado de nuestra experiencia previa. Al comunicarnos, se busca controlar, modificar o cambiar el entorno y la perspectiva de la otra persona.

Dice Keltner que el hombre no percibe conscientemente todas sus metas y necesidades, sin embargo, influyen en el comportamiento y juicio de cada uno. Además los sentimientos son, en gran parte, el centro de nuestro mundo interno, y en ocasiones, lo interno se relaciona con la situación externa.

Para tener una mejor comunicación y entendimiento, debemos utilizar la información como una herramienta básica, porque ésta reduce el número de opciones disponibles para el receptor, además mientras más completa sea, permitirá que la persona pueda eliminar lo que no le sirve y reconstruir el mensaje a su conveniencia. Tanto emisor como receptor deben organizar y seleccionar cuidadosamente el material de información para que cuando se vierta, permita una clara identificación, el orden en que aparecen las palabras (contexto), influirá en el significado que una persona pueda dar al mensaje.

3.9 La comprensión

Daniel Stewart (10), argumenta que la comprensión de un mensaje implica que se ha comunicado una idea, esta idea nunca será comprendida aisladamente como una entidad distinta ; es comprendida cuando existe una asociación de ideas que forman un sistema de ideas y un sistema de pensamiento.

También la relación entre mensaje y comprensión lleva a un análisis de la relación entre un sistema de pensamiento y un sistema de explicación y comprensión.

Stewart define como sistema de pensamiento a la disposición coherente y ordenada de ideas o creencias respecto a un determinado tema. Por otra parte, el sistema de explicación es una matriz de símbolos físicos, es decir, un sistema de pensamiento expresado por medio de símbolos físicos, (generalmente palabras).

Continua diciendo que cuanto más se aleje el hablante de las propiedades formales de la respuesta, mayor será la probabilidad que falle la comunicación porque existe muchas proposiciones no formuladas que se necesitan para hacer válido el sistema explicativo, por lo tanto, si las excluimos interrumpimos la comunicación y la comprensión ulterior.

Dice Stewart que un recurso que permite comprender el discurso es el separar a 2 de sus elementos analíticamente ; uno es el metalenguaje (afin al lenguaje pero no necesario), y el otro es el

lenguaje objeto (solo el monto del lenguaje que se requiere para presentar cierta idea). La desventaja es que sin esta mezcla, la comunicación perdería gran parte de su riqueza y persuasión.

Afirma el autor con respecto a la comunicación humana, que el hecho de que exista una explicación en el tiempo y espacio, no implica que haya sido comprendida ; define “explicación” como algo físico, una serie de palabras y oraciones ; y “comprender” como algo psicológico, es decir, el estado mental del receptor.

Stewart menciona que la comprensión por parte del interprete es clave para cualquier explicación, si comprende verdaderamente las ideas de las explicaciones, entonces los objetos de la comprensión (ideas) tendrán significado para el interprete.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- 1) FERNANDEZ COLLADO, CARLOS. GORDON, DAHNE. "Comunicación humana : ciencia social" Ed. McGraw - Hill, México 1986. p.p. 40-57.
- 2) Colegio de Bachilleres, sistema de enseñanza. Segundo tomo de la materia de ciencias de la comunicación. Ed. Trillas, México 1980. p.p. 187
- 3) PRIETO CASTILLO, DANIEL . "Elementos para el análisis de mensajes". Ed. Ilce México, 1991. p.p. 31-36
- 4) PRIETO CASTILLO, DANIEL. "Diseño y Comunicación". Ed. Coyoacán, S.A. de C.V. México, 1994. p.p. 74-76.
- 5) De VITO, JOSEPH A. "The interpersonal Communication Book" Ed. Harper & Row. Nueva York 1980. p.p. 171-177.
- 6) STEINFATT, THOMAS. "Reading in Human Communication : an interpersonal introduction". Ed. Bobbs - Merril. Indianapolis, E.U.A. 1977 p.p. 367-383.
- 7) DES VIGNES ROUGES, J. "Diccionario de caracteres". Ed. Daimon. Barcelona, 1986.
- 8) ADLER, RONALD. B; TOWNE, NEIL. "Looking out, looking in : interpersonal communication. Ed. Rinehart Press. San Francisco, Ca. 1976. p.p. 303-305.
- 9) KELTNER, JOHN W. "Elements of interpersonal communication". Ed. Wadsworth Pub. Co. Belmont, Ca. 1976. p.p. 64-70
- 10) STEWART, DANIEL K. "Psicología de la comunicación : Teoría y análisis". Ed. Paidos, Buenos Aires 1973. p.p. 56-61.

PROBLEMAS Y CONCLUSIONES

En este capítulo, se mencionaran primero, los problemas que los autores que citados determinan que existen en la comunicación interpersonal. Cabe mencionar, que estos no son los únicos, estos son algunos, los mas generales, puesto que para analizar todos los problemas que se dan en la comunicación interpersonal, tendríamos que analizar cada relación en particular. Las situaciones, el entorno, y las personas siempre son distintas, es por eso que los problemas a los que se enfrentan también son diferentes.

La segunda parte de este capítulo, hablará de las soluciones a seguir para llevar a cabo una buena comunicación interpersonal, además de las conclusiones generales a las que llegan varios autores con respecto a la comunicación interpersonal. A lo largo de este trabajo ya se ha dicho qué se debe hacer, y qué no ; también en este capítulo se hablará de las consideraciones que los autores dan. Sin embargo no incluiré todas, tan solo las mas relevantes en cuanto a la finalidad de este trabajo.

4.1 Los canales

En la obra citada más arriba del Colegio de Bachilleres (1), se habla de los canales que debemos utilizar ; cada uno se debe emplear dependiendo del tipo de comunicación en que estemos. Uno de los problemas es que mientras más grande sea el canal,(interpersonal, colectivo y masivo) mayor será la distorsión en el mensaje. Se definen 3 tipos de canales :

1.- Canal iterativo.- es en el que la información contenida en la comunicación no varía, es decir, la comunicación llega hasta el final del canal sin que los diferentes participantes de éste deban de introducir cambios o variaciones en ella.

2.- Canal modificativo.- es en el que a medida que pasa la información se debe adaptar dependiendo de la comunicación que se está dando. Por ejemplo, si al momento de transmitir el mensaje observamos que el receptor no entiende completamente la idea, modificamos y explicamos mas ampliamente nuestro mensaje.

3.- Canal abierto.- es en el que se puede o se debe modificar la información debido a que este le incorpora nuevos datos que le dan cambios al mensaje. Por ejemplo, si al momento de la conversación obtenemos información adicional, debemos tomarla en cuenta y modificar el mensaje para que sea mas adecuado.

El canal debe ser el adecuado, porque de no ser así, la comunicación no prosperará, dependiendo de nuestro receptor y los factores que rodean la comunicación interpersonal, debemos transmitir nuestro mensaje por el canal mas apropiado.

4.2 Las interferencias

Monica Rangel Hinojosa (2), menciona varios problemas que se dan en la comunicación interpersonal, ya sea por parte del emisor o del receptor. Dice la autora que la mayor parte de los problemas que se dan en el diálogo, se encuentran en el emisor y su dificultad de relacionarse con el receptor. Menciona varios factores que provocan estos problemas en el emisor, y son :

1.- Emotividad excesiva.- Ocasiona la destrucción del mensaje. En algunos casos porque el receptor se enfoca más en lo externo que en el contenido del mensaje. Aquí, se puede perder todo o una parte de la información que se transmitió, porque el receptor no recibe toda la información pues desvía su atención hacia la emotividad que manifiesta el emisor.

2.- Emotividad limitada.- Es lo contrario, aquí se pierde el interés por el mensaje, cuando el emisor no demuestra estar interesado en lo que dice, provocando la misma reacción en el receptor.

3.- Demasiado tarde o temprano.- La sincronización efectiva es importante en toda relación humana. La sensibilidad y percepción que todos tenemos, nos debe indicar cuándo es el momento oportuno para hablar y cuándo para callar.

4.- Incapacidad de usar la retroalimentación.- la retroalimentación es una de las partes más importantes en el proceso comunicativo, es aquí donde podemos darnos cuenta si nuestro mensaje está siendo captado correctamente y si es aceptado o no. La retroalimentación, que incluye las respuestas verbales y no verbales, la debemos usar con el fin de corregir o ajustar el mensaje que transmitimos.

5.- Emisor extraviado.- Es el que se aleja del mensaje esencial, entre la asociación de ideas que pueden o no estar relacionadas con el tema. La asociación de ideas es útil si la usamos correctamente, si no, provocamos confusión y redundancia.

6.- Demasiado rápido o demasiado lento.- Hablar rápido, ir de un punto al otro, o de una idea a la otra, provoca que el receptor se pierda, debido a la cantidad de mensajes que su cerebro debe captar en poco tiempo. El emisor no debe suponer que el receptor conoce el tema. Por otro lado, si se abunda de más y se explica demasiado un mensaje que ya fue entendido, el receptor se aburrirá y perderá el interés.

Rangel Hinojosa, dice que los temas desconocidos, el vocabulario técnico y la información reciente, necesitan tiempo para ser asimilados. El emisor, debe dar tiempo al receptor para absorber todo el mensaje ; el emisor puede repetir en distintas palabras las ideas que son complejas.

La autora antes mencionada, habla también de los problemas que existen en el receptor, que son :

1.- Actitudes contrarias.- Las actitudes, prejuicios y predisposiciones, impiden percibir adecuadamente el mensaje, crean una barrera. Para solucionar esto, se requiere la tolerancia, comprensión y calma. El receptor debe abrirse a otros puntos de vista aunque estén totalmente contrapuestos a los de él. Las actitudes y opiniones que son obtenidas recientemente, se defienden con gran vehemencia ; pero conforme pasa el tiempo, una opinión será más vulnerable, esto es debido a que el receptor estará más abierto a escuchar ideas contrarias a las de él.

2.- Establecer conjeturas.- Si de antemano, el receptor decide lo que va a escuchar, no podrá comprender la totalidad del mensaje porque no deja que el emisor se exprese completamente. Hacer juicios a priori impedirá captar el mensaje básico.

3.- Susplicacia o falta de aceptación hacia el emisor.- Todos estamos dispuestos a escuchar las opiniones de personas a las cuales aceptamos y en quienes confiamos, pero no de aquellos de los que sospechamos. En realidad, lo que pasa es que al receptor no le gusta aceptar que el emisor posee una capacidad especial en el mismo campo.

4.3 Ruido y distorsión

En el libro de Bachilleres (3), se define al ruido como sinónimo de distorsión, adición o mutilación. El ruido afecta la fidelidad del mensaje original, evita el proceso de comunicación ideal ;bajo éste criterio, el ruido puede ser psicológico (cuando no se está dispuesto a entablar una comunicación), físico (por ejemplo, un aula muy grande, mala acústica, grandes distancias), fisiológico o semántico (cuando está mal estructurado el mensaje).

Anteriormente, se dijo que lo que para una persona es ruido, para otra no lo es, además, elegir un canal erróneo crea ruido. El ruido es todo aquello que impide que el mensaje llegue a su destino y sea comprendido exactamente como lo desea el emisor. Por otra parte, es mas fácil evitar o quitar el ruido que es externo(físico y semántico), porque podemos hasta cierto punto controlarlo, pero el ruido interno (psicológico y fisiológico) no podemos controlarlo, pues lograr que el receptor se deshaga de lo que produce ruido en la comunicación, es mucho mas difícil.

Continúa el libro diciendo que los canales exigen no solo la decodificación del mensaje sino también la interpretación ; esto es un factor de ruido porque cada persona interpreta de acuerdo a su muy particular marco de referencia.

Este libro menciona algunos factores que afectan los mensajes y crean la distorsión :

- 1.- Deseo de simplificar el mensaje.- rara vez le gusta a las personas transmitir mensajes muy detallados; por eso, intentamos simplificar el mensaje antes de transmitirlo.
- 2.- Mensaje sensato, deseo de entrega.- Nos da vergüenza, o nos sentimos amenazados cuando el mensaje que transmitimos no ha sido entendido por lo que nos rehusamos a hacer mensajes que no sean coherentes, lógicos y completos.
- 3.- Deseo de hacer mas agradable o desagradable el mensaje para el receptor.- De acuerdo al tipo de relación que llevemos con la otra persona, formulamos nuestros mensajes.
- 4.- El sentido unívoco de las palabras.- Al creer que las palabras tienen solo un significado, el nuestro, crea distorsión. Las palabras son polisémicas, al variar el contexto en el que son usadas, su significado también varía.
- 5.- La inferencia y las observaciones.- Inferimos o deducimos de lo que recibimos del mensaje ; se requiere tomar en cuenta el intercambio de información de lo que vivimos y oímos.
- 6.- Selectividad.- Actuar en los diálogos que concuerdan con nuestra opinión e interés del momento y evitar las que no. La percepción selectiva es la tendencia a percibir e interpretar según nuestras predisposiciones, llevando al mensaje hacia la dirección que nosotros queremos. La retención selectiva es aquella que hace que se aprenda fácilmente lo que nos gusta o nos importa y no retener lo que no nos interesa. Con respecto a los malos entendidos, nuestro interés dadas ciertas propiedades formales de la comunicación, las motivaciones o intenciones, se refieren al desarrollo de las patologías afines relacionadas entre los comunicantes.(4)

4.4 Confusión

Una situación o estado de confusión se define como la contra imagen de la comunicación, es decir, es una comunicación defectuosa que deja al receptor con un grado de incertidumbre. El ser humano no solo depende del medio ambiente, sino también, del intercambio de información. A mayor comprensión menor será la confusión.(5)

La confusión es un fenómeno cotidiano que debe evitarse, para lograrlo se debe traducir el sentido y la significación de una cosa o lenguaje a otro. Si el mensaje no llega al receptor como se intenciona, es debido a que puede desfigurarse tanto el mensaje hasta el punto en que se contradice con su propio significado.

La incertidumbre creada por la confusión lleva a una búsqueda del orden ; ésta incertidumbre puede darse por fallos voluntarios o involuntarios.

4.5 Otros problemas

Para evitar el problema que se da en las situaciones nuevas y de las cuales no tenemos experiencias previas, debemos confiar en nuestra inventiva y perspicacia.(6)

Un problema de comunicación se da cuando se cree que hay una relación inmediata y perceptible entre el comportamiento del emisor y los resultados que se derivan en el receptor, dicha relación no existe.

Por otra parte la problemática de la comunicación se origina con la presencia de impedimentos que dificultan o imposibilitan el intercambio de comunicación, de modo que los participantes atribuyen significados o valores diversos a una situación vivida en común. Apenas desaparece el obstáculo o se evita, la comunicación es libre y abierta.

Aún más, lo primero que uno debe entender es que los significados están mas en las personas que en las propias palabras ; éstas son símbolos que cada uno interpreta de forma distinta, incluso, el tono de voz determina la reacción del otro. (7)

Así mismo una interpretación errónea tiene consecuencias graves, además influyen factores, tanto externos como internos. El análisis del lenguaje y su función lleva a estas conclusiones.

1.- Palabras equívocas.- Es un mal entendido semántico, se interpreta erróneamente la palabra.

2.- Nivel de abstracción.- El problema es que el lenguaje tiene mucho de abstracto, y las palabras tendrán un significado dependiendo del contexto ; pero contra mas precisa sea su utilización, menor será el mal entendido.

4.6 Comprensión

Stewart (8) habla al respecto y dice que éste es uno de los problemas mas graves ; se refiere a la relación que asocia el receptor entre mensaje y comprensión. El autor cita a Weaver, quien habla de a precisión comunicativa que se basa en a precisión efectiva, y para que se de, debe cumplir dos condiciones ; la primera, que se debe acercar lo mas posible el mensaje a una comprensión correcta; y la segunda, que las impresiones de cada uno no deben inducir al error creando barreras que no permiten el progreso.

Stewart concluye y dice que es necesario tomar en cuenta lo que el receptor sabe o no del tema que se va a hablar y acercarlo a una comprensión correcta.

4.7 Soluciones y Conclusiones

Una primera solución es la que nos dice que la imposibilidad de no comunicarse no es solo un fenómeno teórico, es parte integral de cualquier forma de comunicación, incluso la de la negación, esto es porque cada comunicación implica un compromiso, por lo tanto, define el modo en que el emisor concibe su relación con el receptor ; aun así, no es posible no comunicarse.(9)

Otra más, dice que la percepción es un problema cultural y no una simple captación del entorno, porque percibimos a través de nuestros juicios. Y los mensajes son reforzadores de pautas de formas de existencia ya vigente, de ninguna forma van a determinar la vida cotidiana de cada uno.(10)

Una tercera es que la comunicación no es una ideología sino un medio ; trabaja sobre la realidad mas no la suplanta ; usa símbolos pero no es un símbolo ; contribuye al entendimiento pero no lo es por sí solo ; facilita la comprensión, pero no lo es por sí misma ; no es un bien dado, es adquirido ; además, nadie puede asegurar que siempre sirve para lo mejor ; hay personas más aptas que otras para comunicarse. La comunicación solo existe a partir de una respuesta que es el fundamento de todo diálogo. Aquí mismo Melvin de Fleur, decía que la comunicación permite al hombre actuar como criatura racional.

Hay que añadir que la comunicación depende de la cantidad cualificada de información que se use, diariamente se codifican y decodifican millones de palabras ; además hay que estar conscientes que lo que se dice tiene que ser comprendido y aceptado por el que lo escucha. La comunicación no es solo programar mensajes y medios sino que debe pasar a ser una actividad racional y razonada, con técnicas, recursos, propósitos y valores concretos.

También para evitar la distorsión se puede tomar notas, entregar los detalles en orden, eliminar el univocismo de palabras, distinguir entre inferencia e información, hablar pausadamente, simplificar el mensaje, usar varios canales a la vez y recalcar lo mas importante.(12)

Aún más para reducir la ambigüedad se debe narrar excluyendo el mayor numero de posibles interpretaciones de un mensaje, porque la ambigüedad se da cuando se puede dar mas de una interpretación racional al mensaje, por eso, se debe dirigir al escucha a través de las palabras a una sola idea. Las palabras de contenido son usadas para indicar las ideas en un mensaje ; y las palabras de estructura se usan para limitar y concretar las palabras de contenido. Una persona aprende una nueva palabra cuando experimenta situaciones donde no tiene el mismo significado una palabra, lo que ocasiona la complejidad de las palabras. La estructura de las palabras no especifican el significado de la oración, ellas facilitan solamente la creación de otros significados. (13)*

Así mismo, para que un mensaje sea claro, el receptor debe reconocer el orden en que aparece la información. Este orden se puede dar agrupando los detalles en categorías, es decir, seleccionar un numero específico de ideas, símbolos y declaraciones de un grupo en general y llevarlo a lo particular, generalmente con 7 detalles son suficientes para que puedan ser captados mas fácilmente, si son mas, el receptor ya no lo podrá asimilar.

* Versión al castellano realizada por la autora

Otra conclusión es que la comunicación interpersonal crea cambios en la actitud, el acuerdo y la congruencia, pero sobre todo en la exactitud de las percepciones. Dice que para mejorar la exactitud, se debe exponer la posición que el emisor tiene antes de argumentarla y exponer los valores o creencias que se creen son comunes entre ambos. (14)

Ferrer Rodríguez (15), habla que se debe medir el flujo cuantitativo y cualitativo de la comunicación, con esto, no solo establece cuanta información es requerida para transmitir el mensaje sino también, el contenido exacto que no sature al receptor.

Decker y Grepe (16) dan 9 puntos básicos para una buena comunicación interpersonal :

- 1.- Comunicación visual firme.- sincero y sin miedo.
- 2.- Postura.- erguida, movimientos suaves y naturales
- 3.- Ademanos naturales.- relajados y no exagerados
- 4.- Ropa apropiada.- limpieza y que vaya de acuerdo a nuestra personalidad y al ambiente de interacción
- 5.- Voz.- Tono, intensidad, e inflexión apropiadas
- 6.- Uso del lenguaje.- efectivo, pausas adecuadas, claro, apropiado, planeado
- 7.- Atraer al escucha.- Interesarlo en nosotros
- 8.- El humor.- Usarlo para unir mas a los demás
- 9.- Ser uno mismo.- autenticidad ante todo.

Mónica Rangel Hinojosa (17), dice que el fracaso en la comunicación a través del diálogo se puede deber a factores externos (ruido, espacio, lugar) e internos (emociones, tensiones, problemas)

tanto en el emisor como en el receptor. La autora menciona en su libro varias condiciones para que la comunicación sea eficaz :

- 1.- Disposición a cambiar.- No ser dogmáticos, ser flexibles y abiertos.
- 2.- Código común.- Usar la misma terminología
- 3.- Marco de referencia recíproco.- Los sistemas de valores, suposiciones y propósitos deben ser aceptados y compartidos por ambas partes. Respetar, y acordar el propósito del diálogo. Debe ser objetivo y no subjetivo.
- 4.- Interés mutuo por comunicarse.
- 5.- Retroalimentación.- La respuesta es el medio para corregir o corroborar la interpretación que se dio al mensaje.
- 6.- Libertad de expresión.- Aceptación y respeto mutuo
- 7.- Redundancia.- Repetir, formular, transmitir y recibir la información cuantas veces sea necesaria, mas no debemos exagerar.
- 8.- Atención.- Mirar a los ojos del otro, y estar atento a todos los detalles.
- 9.- Ponerse en el lugar del otro.- Esto nos ayuda a saber el porque de su postura.
- 10.- Expresarse directa, clara y oportunamente.

Cuando hemos tenido una comunicación interpersonal poco efectiva y que incluso a llegado a un conflicto y discusión, Adler y Towne (18) nos dan varios pasos a seguir para resolver los problemas, ésta técnica la tomaron del trabajo de Bach. Son varios pasos que involucran a las partes, haciendo que se comprometan a seguirlos para resolver el problema, si alguno no se interesa, no se resolverá nada. Tan solo mencionaré los pasos que se deben seguir, puesto que el trabajo es bastante extenso y además se presta para un estudio aparte:

- 1.- Establecer cual es el problema
- 2.- Acordar la fecha para hablar
- 3.- Especificar exactamente cual es para uno el problema
- 4.- Revisar la información que se ha dado
- 5.- Pensar en la petición que el otro nos hace para cambiar
- 6.- Repetir la petición, para corroborarla y revisarla en conjunto
- 7.- Responder a la petición después de analizarla
- 8.- Contestar si se acepta o no
- 9.- Planear una reunión posterior para ver los cambios que se dieron.

Shutter (19)* en su libro da mas de 50 conclusiones del cómo es, porqué y cómo se lleva a cabo la comunicación interpersonal ; mencionaré solo aquellas de suma importancia y que no han sido expuestas anteriormente en este trabajo.

- 1.- Nuestro concepto propio y la confianza que tenemos en otros influye nuestra decisión de interacción
- 2.- Cada uno de nosotros tiene una parte publica y una privada
- 3.- A través de la comunicación, podemos satisfacer necesidades interpersonales
- 4.- Cada uno de nosotros debe esforzarse por ser el mejor comunicador posible, tener empatía, aceptación y apertura
- 5.- Las imágenes de la realidad que recibimos a través de nuestros sentidos son los mas cercanos que llegaremos a conocer del mundo exterior

* La versión al castellano fue realizada por la autora de este trabajo

- 6.- Nuestras actitudes y antecedentes, afectan la forma en la que percibimos la realidad
- 7.- El lenguaje puede afectar significativamente una relación interpersonal
- 8.- Un malentendido común,(vehículo de la comunicación), el tacto y el olfato, que pueden ya sea acrecentar o suprimir una relación; estos son una necesaria y significativa forma de comunicación
- 9.- La distancia a la que interactúan los individuos comunica.
- 10.- Los mensajes interpersonales son transmitidos a través de gestos, posturas y expresiones faciales
- 11.- Ya sea velocidad, tono, inflexiones o similares, las claves paralingüísticas del individuo, comunican información a otros
- 12.- El conflicto puede ser una experiencia de crecimiento productivo por los participantes.
- 13.- La comunicación defensiva. La discordia interpersonal, la competencia y dominación, crean conflictos.
- 14.- Los conflictos interpersonales a menudo son el resultado de una mala percepción
- 15.- La comunicación verbal y no verbal son comportamientos aprendidos
- 16.- La cultura es el fundamento de la interacción humana, influyendo todas nuestras palabras y movimientos.
- 17.- El significado de las palabras y acciones dentro de cada sociedad es determinado por valores culturales
- 18.- El sistema de comunicación está estructurado y ordenado, mantiene una estabilidad a través de un sistema de recompensa y castigo.

- 19.- Los estereotipos invalidan la comunicación interpersonal
- 20.- Los estereotipos son difíciles de alterar
- 21.- La falta de conocimientos de estereotipos manipula nuestra percepción produciendo distorsiones en el mensaje.
- 22.- Mirando el comportamiento de otros, descubrimos que se espera de nosotros cuando hacemos el papel de un rol social.
- 23.- Los malentendidos interpersonales, incluso conflictos, pueden resultar cuando las expectativas de la comunicación son violadas
- 24.- Los roles sociales pueden ser psicológica y comunicativamente destructivos porque enajenan a las personas de ellos mismos y de otros
- 25.- Los individuos pueden aprender de sus malos entendidos pasados si tan solo se tomaran el tiempo para analizarlo
- 26.- Nuestras metas, necesidades y expectativas controlan la naturaleza de los significados que desarrollamos de los mensajes que se nos envían.
- 27.- Nuestras reacciones a estímulos están formados a ideas. Las ideas deben estar codificadas en información y mensajes.
- 28.- El proceso de codificación involucra el establecer una relación entre nuestro mundo interno y externo.
- 29.- Las palabras son vehículos para la información. No son la información misma.
- 30.- El mensaje existe independientemente de las palabras y puede ser transmitido por otros significados.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- 1) Colegio de Bachilleres, sistema de enseñanza. Segundo tomo de la materia de ciencias de la comunicación. Ed. Trillas, México 1980. p.p. 190-191
- 2) RANGEL HINOJOSA, MONICA. "Comunicación oral". Ed. Trillas, México 1990. p.p. 30-35
- 3) Colegio de Bachilleres. p.p. 191-194
- 4) GODED, JAIME. "Antología sobre la comunicación humana" compilación. Ed. UNAM, México 1976. p.p. 237
- 5) WATZALAWICK, PAUL. Es real la realidad :confusión, desinformación y comunicación. Ed. Herder. Barcelona, España 1986. p.p. 13 ;14 ;59
- 6) WATZALAWICK, PAUL. p.p. 60 ;61 ;153
- 7) ADLER, RONALD. B; TOWNE, NEIL. "Looking out, looking in : interpersonal communication. Ed. Rinehart Press. San Francisco, Ca. 1976. p.p. 262-264.
- 8) STEWART, DANIEL K. "Psicología de la comunicación : Teoría y análisis". Ed. Paidós, Buenos Aires 1973. p.p. 55 ;56.
- 9) GODED, JAIME. p.p. 237
- 10) PRIETO CASTILLO, DANIEL . "Diseño y comunicación". Ed. Coyoacán, s.a. de c.v. México, 1994. p.p. 72-74
- 11) FERRER RODRIGUEZ, EULALIO. "Comunicación y Comunicología". Ed. Eufesa, México 1982. p.p. 70-71 :106
- 12) Colegio de Bachilleres p.p. 194-195
- 13) PACE, WAYNE. BOREN, ROBERT. "The human transaction : facets, functions and forms of interpersonal communication". Ed Scott Foresman. Glenview, Illinois, 1973. P.p. 143-149
- 14) STEINFATT, THOMAS. "La comunicación humana, una introducción interpersonal". Ed. Diana, México, 1986. P.p. 243
- 15) FERRER RODRIGUEZ, EULALIO. P.p. 110
- 16) DECKER, BERT. GREPE, NICOLAS. "El arte de la comunicación : como lograr un impacto interpersonal en los negocios. Ed. Nicolas Grepe, México 1992 p.p. 77
- 17) RANGEL HINOJOSA, MONICA. p.p. 26-30 ;35
- 18) ADLER, RONALD. TOWNE, NEIL. "Looking out, looking in : interpersonal communication. Ed. Rinehart Press. San Francisco, Ca. 1976. P.p. 309-312

19) SHUTTER, ROBERT. "Understanding, misunderstandings, exploring interpersonal communication. Ed. Harper and Row. Nueva York 1979. P.p. 26 ;41-42 ;58 ;76-77 ;111 ;130-131 ;154 ;174-175 ;186-187. BIBLIOGRAFIA BASICA

BIBLIOGRAFIA BASICA

- 01.- Adler, Ronald B Towne, Neil. "Looking out, Looking in: interpersonal Communication". Ed. Reinehart Press. Sn. Fransisco , E.U.A. 1976. 330 p.p.
- 02.- Alcalá Galiano, Antonio. Batis, Humberto . "La Comunicación Humana y la Literatura". Ed: ANUIES Programa Nacional de Formación de Profesores. México 1972. 44 p.p.
- 03.- Barbour, Alton. Goldberg, Alvin A.. "Interpersonal communication : Teaching strategies and resources. Ed. Eric/RCS. New York, Usa
- 04.- Colegio de Bachilleres, sistema de enseñanza. Segundo tomo de la materia de ciencias de la comunicación. Ed. Trillas, México 1980. p.p. 204
- 05.- Decker, Bert. Greepe, P. Nicholas. " El arte de la comunicación: como lograr un impacto en los negocios. Ed. Nicolas Grepe. México 1992. 76 p.p.
- 06.- Des Vignes Rouges, J. "Diccionario de caracteres". Ed. Daimon. Barcelona, 1986.
- 07.- De Vito, Joseph A.. " The interpersonal communication book ". Ed. Harper & Row. New York 1980 538 p.p.
- 08.- Eisenson, Jon. Aver, J. Jeffrey. Irwin, John V. "The Psicology of Communication". Ed. Appleton - Century Crofts. New York 1968. 394 p.p.
- 09.- Fernández Collado. Dahne Gordon L. " Comunicación humana ciencia social ". Ed. Mc Graw - Hill. México 1986. 468 p.p.
- 10.- Ferrer Rodriguez, Eulalio. "Comunicación y Comunicología". Ed. Eufesa. México 1982

- 11.- Giraud, Pierre. "La Semiología". Ed. Siglo XXI. Argentina, 1972
- 12.- Goded, Jaime. "Antología sobre la Comunicación Humana". Ed UNAM. México 1976. 275 p.p.
- 13.- Griffin Kim. Patton, Bobby. "Fundamentals of interpersonal communication" Ed. Harper & Row. New York 1976. 2ª Edición. 263 p.p.
- 14.- Keltner, John W.. "Elements of interpersonal communication". Ed. Wadsworth Publishing Company. Belmont, Ca. 1976. 284 p.p.
- 15.- Pace, R. Wayne. Boren, Robert R.. "The human transaction: facets, functions and forms of interpersonal communication". Ed. Scott Foresman. Glenview, Illinois 1973. 397 p.p.
- 16.- Prieto Castillo, Daniel. "Diseño y Comunicación". Ed. Coyoacán S.A. de C.V. México, 1994
- 17.- Prieto Castillo, Daniel. "Elementos para el análisis de mensajes". Ed. ILCE. México, 1991. 193 p.p.
- 18.- Rangel Hinojosa, Mónica. "Comunicación oral". Ed. Trillas. México, 1990. 2ª Edición. 91 p.p.
- 19.- Reardon, Kathleen Kellley. "Interpersonal communication: where minds meet". Ed. Wadsworth Publishing Company. Belmont, Ca. 1987. 252 p.p.
- 20.- Rogers , Everett M. "La comunicación de innovaciones : un enfoque transcultural". Ed. Herrero . México. 1974. 385 p.p.
- 21.- Shutter, Robert. "Understanding, misunderstanding, exploring interpersonal communication". Ed. Harper & Row. New York 1979. 194 p.p.
- 22.- Steinfatt, Thomas M. "Comunicación humana : una introducción interpersonal". Ed. Diana. México 1980. 291 p.p.

23.- Steinfatt, Thomas M.. "Readings in human communication: an interpersonal introduction". Ed. Bobbs-Merrill. Indianapolis, 1977. 4ª Edición. 409 p.p.

24.- Stewart, Daniel K.. "Psicología de la comunicación: teoría y análisis". Ed. Paidós. Buenos Aires, 1979. 2ª Edición. 242 p.p.

25.- Watzlawick, Paul. "How real is real: confusion, desinformation, communication". Ed. Vintage Books. New York 1989. 1ª Edición. 266 p.p.

28.- Austin, John Langshaw. "Palabras y acciones: como hacer cosas con palabras". Ed. Paidós. Buenos Aires 1971

29.- Beck, Arnold Hugh, William. "Palabras y ondas: introducción a los sistemas de comunicación eléctrica". Ed. McGraw - Hill. New York 1967

30.- Becow, Raphael J. "Métodos para la Comunicación efectiva: guía para la creación de relaciones". Ed. Limusa. México 1978. 209 p.p.

31.- Berrigan, Frances J. "La comunicación Comunitaria". Ed. UNESCO. Paris 1981. 51 p.p.

32.- Book, Cassandra L. "Human Communication". Ed. Saint Martin Press. New York 1980. 325 p.p.

33.- Bravo, M. Francisco. "La excelencia en la Comunicación: del pensamiento a la palabra". Ed. Limusa. México 1988. 93 p.p.

34.- Carnegie, Dale. "El camino fácil y rápido para hablar eficazmente". Ed. SudAmerica. Argentina 1971

35.- Coechara, Paul. "El mensaje de Freud: Freud y la Psicología". Madrid 1973. 200 p.p.

36.- Condon, John C. "Interpersonal Communication". Ed. Mc Millan. New York 1977. 210 p.p.

BIBLIOGRAFIA DE CONSULTA

- 26.- Ansoleaga, Blanca. "Filosofía de la Comunicación". Ed. Offsali-G. México 1988. 339 p.p.
- 27.- Athos, Anthony G. Gabarro, John J. "Interpersonal Behavior: Communication and understanding in relationships". Ed. Prentice Hall . Englewood Cliffs, New Jersey 1978. 572 p.p.
- 28.- Austin, John Langshaw. "Palabras y acciones: como hacer cosas con palabras". Ed. Paidós. Buenos Aires 1971
- 29.- Beck, Arnold. Hugh, William. "Palabras y ondas: Introducción a los sistemas de comunicación eléctrica". Ed. McGraw - Hill. New York 1967
- 30.- Becuar, Raphael J. "Métodos para la Comunicación efectiva: guía para la creación de relaciones". Ed. Limusa. México 1978. 208 p.p.
- 31.- Berrigan, Frances J. "La comunicación Comunitaria". Ed. UNESCO. París 1981. 51 p.p.
- 32.- Book, Cassandra L. "Human Communication". Ed. Saint Martin Press. New York 1980. 325 p.p.
- 33.- Bravo, M. Fransisco. "La excelencia en la Comunicación: del pensamiento a la palabra". Ed. Limusa. México 1988. 93 p.p.
- 34.- Carnegie, Dale. "El camino fácil y rápido para hablar eficazmente". Ed. SudAmerica. Argentina 1971
- 35.- Cauchard, Paul. "El mensaje de Freud: Freud y la Psicología". Madrid 1973. 200 p.p.
- 36.- Condon, John C. "Interpersonal Communication". Ed. Mc Millan. New York 1977. 210 p.p.

- 37.- Cushman, Donald P. McPhee, Robert. "Message, attitude- behavior relationship: Theory, Methodology and application". Ed. Academy Press. New York 1980. 339 p.p.
- 38.- Dana, Daniel. "Como pasar del conflicto al acuerdo: un método en cuatro etapas para poner fin a las relaciones conflictivas en la vida privada y profesional". Ed. Norma. Barcelona 1992. 168 p.p.
- 39.- Daniel, Jack L.. "Conference on Black Communication: dimensions of research and instructions". Ed. Speech Communication Association. New York 1974. 203 p.p.
- 40.- Dittman, Allen T.. "Interpersonal messages of emotion ". Ed. Springer Publishing Company. New York 1972. 232 p.p.
- 41.- D'Ors, Eugenio. " La palabra en la Onda: Glosas para la radio". Ed. Sudmerica. Buenos Aires 1950
- 42.- Duncan, Starkey. Fisher, Donald Winslow. " Face to face interaction: research, method and theory". Ed. Earlbaum Associate. Hillsdale, New Jersey. 361 p.p.
- 43.- Egan, Gerard. " Interpersonal living: a skills contract approach to human relations trainings in group". Ed. Brooks Cole Publishing Company. Monterrey, Ca. 1976. 317 p.p.
- 44.- Ehmer, N. K.. "Miseria de la Comunicación visual". Ed. GILLI. Barcelona 1977. 428 p.p.
- 45.- Eisenberg, Abne M.. "Understanding Communications in business and the professions". Ed. McMillan Publications
New York 1978. 419 p.p.
- 46.- Enelow, Allen J. Swisher, Scott "Interviewing and patient care ". Ed. Oxford University Press. New York 1972. 229 p.p.
- 47.- Fernández Collado, Carlos. "La comunicación en las organizaciones". Ed. Trillas. México 1981. 368 p.p.

- 48.- Ferrer Rodriguez, Eulalio. "Diálogo Publicitario; cartas a un publicista". Ed. Herrero. México, 1968
- 49.- Fisher B., Audrey. "Perspectives on human Communications". Ed. Mc;illan. New York 1978. 356 p.p.
- 50.- Flament, Claude. "Redes de comunicación y estructuras de grupo". Ed. Nueva Visión. Buenos Aires 1977. 221 p.p.
- 51.- Fleur, Melvin L. de "Teorias de la comunicación ". Ed. Paidós. México 1989
- 52.- Foucault, Michel. "Las palabras y las cosas: una arqueología de las ciencias humanas ". Ed. Siglo XXI. México 1976
- 53.- Gleeson Velarde, Margaret Ann. "Como la comunicación no verbal en un encuentro puede determinar que se establezca una relación interpersonal" . Ed. Universidad Anahuac. México, D,F. 1991
- 54.- Gorden, William I. "Communication: Personal and Public". Ed. Alfred Publishing Company. Sherman Caks, Ca. 1978. 377 p.p.
55. Harm, Leroy Stanley. "Human communication". Ed. Harper & Row. New York 1974. 384 p.p.
- 56.- Hopper, Robert. " Human messages systems". Ed. Harper & Row. New York 1976. 332 p.p.
- 57.- Hovland, Carl Iver. Janis, Irving. Kelly, Harold H.. "Communication and persuasion". Ed. West port. Greenwood 1953. 315 p.p.
- 58.- Husseman, Richard C. Lahiff, James M. Hatfield, John- "Interpersonal communication in organizations" Ed. Holbrook Press. Boston 1976. 243 p.p.
- 59.- Jones, William M. "El poder de la manipulación". Ed. Selector. México, 1990. 192 p.p.

- 60.- Key, Mary Ritchie. "The relationship of verbal and non verbal communication". Ed. The Hague. New York 1980. 338 p.p.
- 61.- Knapp, Mark L.. "Social intercourse: from greetings to goodbye". Ed. Allyn & Bacon. Boston, 1978. 308 p.p.
- 62.- Laing, R.D. Phillipson, Herbert. Lee, A. Russell. "Interpersonal perceptions: a theory and a method of research" Ed. Harper & Row. New York 1972. 230 p.p.
- 63.- Larson, Carl E.. "Accessing functional communication" Ed. Eric Cleringhouse on Reading an Communication Skills Urbana, Illinois 1978. 152 p.p.
- 64.- Larson, Charles U.. "Communication: everyday encounters". Ed. Wadsworth Publishing Company. Belmont, Ca. 1976. 221 p.p.
- 65.- Lindsay, Peter H.. Norman, Donald. "Human information processing". Ed. Academic Press. New York 1977. 2ª Edición 777 p.p.
- 66.- Martín López, Enrique. "Comunicación hombre-mujer: análisis tipológico desde la perspectiva de las actitudes sociales". Ed. Rialp. Madrid, 1992. 68 p.p.
- 67.- Martinez Albertos, Jose Luis. "El mensaje informativo". Ed. A.T.E. Barcelona, 1977. 329 p.p.
- 68.- McCrosky, James C.. Wheelless, Lawrence R.. "Introduction to human communication". Ed. Allyn & Bacon. Boston 1976
- 69.- Mc Luhan, Herbert Marshall. "La comprensión de los medios como las extensiones del hombre". Ed. Diana. México 1969. 443 p.p.

- 70.- Mc Lauglin, Barry. "Learning and social behavior". Ed. Free Press. New York 1971. 332 p.p.
- 71.- Millar, Dan Pyle. Millar, Frank E.. "Messages and myths: understanding interpersonal communications" Ed. Alfred Publishing Company. Port Washington, New York 1976. 209 p.p.
- 72.- Miller, Gerard R.. "Exploration in interpersonal communication". Ed. Sage Publications. Beverly Hills, Ca. 1976. 278 p.p.
- 73.- Miller, Gererd R. Steinberg, Mark. "Between people: a new analysis of interpersonal communication". Ed. Scieencie Research Associates. Chicago, 1976. 367 p.p.
- 74.- Miller, Sherod. Nunnaly, Elam W. Wackman, Daniel. "Alive and Aware: improving communication in relationship" Ed. International Communication Programs. Minneapolis 1975. 287 p.p.
- 75.- Montagu, Ashley. Matson, Floyd. "The human conection". Ed. Mc Graw - Hill. New York 1979. 211 p.p.
- 76.- Montoya Velez, Martha Elena. "¿Un nuevo modelo de comunicación an America Latina?. Ed. Gobierno del Estado de Veracruz. México 1992. 211 p.p.
- 77.- Moulton, Eugene R.. Held McDonald, Watkins. "Communication: a creative process". Ed. Burgen Publishing Company. Minneapolis 1976. 338 p.p.
- 78.- Orozco Gomez, Guillermo. "El mensaje en la T.V., México en los 90's". Ed. Universidad IberoAmericana. México, 1993
- 79.- Ostwald, Peter F.. "Langley Porter Neuropsychiatric Institute". Ed. Grunne and Stratton. New York 1977. 365 p.p.
- 80.- Pignatori, Decio. "Información, lenguaje y comunicación". Ed. G. Gili. Barcelona, 1980. 2ª Edición. 98 p.p.

- 81.- Pigors, Paul. Pigors, Faith. "Método para resolver conflictos humanos". Ed. Cecsá. México 1967. 486 p.p.
- 82.- Pope, Benjamin. "The mental health interview: research and aplicación". Ed. Pergamon Press. Nueva York, 1979. 541 p.p.
- 83.- Rodríguez Estrada, Mauro. "Psicología de las relaciones humanas"
- 84.- Rommetveit, Ragnar. "On message structure: a framework of the study of language". London 1974
- 85.- Rosenfield Lawrence, William. Hayes, Laurie Schultz. Frenzt, Thomas. "The communication experience". Ed. Allyn & Bacon. Boston 1976. 452 p.p.
- 86.- Ruben, Brent D. Jhon, Kim. "General system theory and human communication". Ed. Hayden Book Company Rochelle Park, New York, 1977
- 87.- Schramm, Wilbur. "Men Mesagges and media: a look at human communication". Ed. Harper and Row. New York, 1973. 341 p.p.
- 88.- Spitzberg, Brian. Cupach, William R.. "Interpersonal Comunicación Competence". Ed. Sage Publications. Beverly Hills, Ca. 1984. 247 p.p.
- 89.- Verdeber, Kathleen & Rudolph. "Interact using interpersonal communication skills". Ed. Wadsworth Publishing Company. Belmont Ca. 1977. 292 p.p.
- 90.- Verdeber, Rudolph F. "¡Communicate!". Ed. Wadsworth Publishing Company. Belmont, Ca. 1978. 2ª Edición. 381 p.p.
- 91.- Verón, Eliseo. "Lenguaje y Comunicación Social". Ed. Nueva Visión. Buenos Aires, Argentina. 1976. 228 p.p.

- 92.- Vilches, Lorenzo. "La lectura de la imagen: prensa, cine, t.v.". Ed. Paidós. Barcelona 1983.
248 p.p.
- 93.- Villadsen, Kurt, Raley, Ron L., Judson, Stephen, Jordan, Peter J. Arnold, Pamela,
Stevens, Judd "Verbal communication : The power of words". Ed. McGraw-Hill. New
York, 1974
- 94.- Watzlawick, Paul. "How do we know what we believe we know". Ed. Norton. New York
1984. 1ª Edición. 347 p.p.
- 95.- Wrener, Norbert. "Controversia sobre la intencionalidad del comportamiento". Ed. UNAM.
México. 1987

