

## Material de Aprendizaje

Profesoras: Iris Peña

Asignatura: Lenguaje y Comunicación

### Contenido:

- **Términos básicos** ( Lengua, habla, idioma, variedades Lingüísticas)
- El Lenguaje como facultad eminentemente humana.
- **El proceso de comunicación:**
  - ✓ Concepto
  - ✓ Comunicación humana y animal.
  - ✓ Modelos
  - ✓ Elementos
  - ✓ Importancia
- **Medios de Comunicación de masas: Prensa, Cines, Radio, TV., Internet**
  - ✓ Características
  - ✓ Tipos
  - ✓ Influencia en la sociedad

### La comunicación corporativa.

#### TÉRMINOS BÁSICOS

- **LENGUA:** Es un sistema de signos lingüísticos, conformado en la interacción comunicativa y cuyo fin es la comunicación misma. Como sistema de signos, estos conforman un conjunto de oposiciones funcionales, que son constantes y que subyacen a la materialidad fónica. Se disponen en niveles, a partir de la naturaleza gramatical, *fonológica o léxica* de sus unidades.
- Es un sistema convencional de signos utilizados por los grupos sociales para comunicarse entre sus miembros.

- Una definición lingüística de la **LENGUA**: establece que es un sistema de signos doblemente articulados, es decir, que la construcción o búsqueda del sentido se hace en dos niveles de articulación, uno, el de las entidades significativas morfemas y lexemas (o monemas) que forman los enunciados, y otro, el de los fonemas que construyen o forman las unidades significativas. Estos dos sistemas de articulación conforman los primeros niveles de la descripción lingüística: *fonología*, *morfología*. Lingüística y sintaxis. **André Martinet** precisa que el orden de descripción es necesariamente inverso del orden de percepción o de uso de la lengua: la descripción comienza por el segundo nivel de articulación (los fonemas) para luego ir al primero (la combinatoria de unidades significantes).

### **Lenguas y lenguajes:**

Igualmente se distingue la lengua (sistema de signos) y el lenguaje (facultad humana instrumentada por medio de un tal sistema). La lengua doblemente articulada no es más que un medio de comunicación (lenguaje) entre otros. La facultad de comunicar puede ser instrumentada también por otros sistemas de signos, como el gesto, como el dibujo, como incluso la propia vestimenta. La lingüística, como ciencia del lenguaje en sentido estricto, está necesariamente englobada en una disciplina con numerosas ramas: semiología o semiótica, ciencia general de los signos y del significado.

**Lenguaje:** Es el medio que tenemos las personas para comunicarnos y entendernos unos con otros.

### **El Lenguaje puede ser:**

- ✓ Simbólico: Hecho de signos convencionales
- ✓ Mímico: Por medio de señas.
- ✓ Hablado: Por medio de palabras pronunciadas.
- ✓ Escrito: Por medio de palabras escritas.
- **HABLA:** Facultad de hablar. Acción de hablar es facultad del ser humano: realización del sistema lingüístico llamado lengua.

### **Lengua y dialecto.**

En una perspectiva sociolingüística (estudio de las lenguas en sus relaciones con las sociedades), el término «lengua» engloba todo idioma que cumpla dos funciones sociales fundamentales: la «comunicación» (es a través de este instrumento que los actores sociales

emiten e intercambian sus ideas, sus sentimientos, sus pensamientos), y la «identificación» (en su doble aspecto individual y colectivo, la lengua sirve de marcador de identidad, en cuanto a las características del individuo y sus pertenencias sociales).

En consecuencia, las «lenguas» son entidades vivas, sujetas a las influencias de múltiples factores, por ejemplo, evolución del léxico e incluso de las reglas gramaticales. Además, las fronteras entre las distintas lenguas son consideradas no herméticas, dándose intercambios de vocabulario y hasta de idiosincrasias o de estilos de expresión y pensamiento.

Lengua es (...) el ‘sistema lingüístico del que se vale una comunidad hablante y que se caracteriza por estar fuertemente diferenciado, por poseer un alto grado de nivelación, por ser vehículo de una importante tradición literaria y, en ocasiones, por haberse impuesto a sistemas lingüísticos de su mismo origen.’”

**Dialecto** es (...) ‘un sistema de signos desgajado de una lengua común, viva o desaparecida; con una concreta limitación geográfica, pero sin una fuerte diferenciación frente a otros de origen común’. De modo secundario, pueden llamarse dialectos ‘las estructuras lingüísticas, simultáneas a otras, que no alcanzan la categoría de lengua’”

### **Lengua viva y lengua muerta**

Una lengua se dice que está viva, cuando ella es utilizada oralmente por personas que la tienen como lengua materna, o en su defecto, cuando se la utiliza en forma corriente (y frecuente) en una comunidad suficientemente numerosa, de manera tal de permitir una evolución espontánea de esa forma de comunicación (por ejemplo, el caso del esperanto).

Y llamamos lengua muerta o extinta, a una lengua que ya no es practicada oralmente como lengua primera, aunque ella pueda ser utilizada en ciertos dominios (como por ejemplo en la religión, caso del latín y del copto). El conocimiento de las lenguas muertas, permite el estudio de textos antiguos y de inscripciones antiguas, lo que por cierto es útil para la lingüística histórica, así como para la historia y para sus disciplinas conexas. Las dos lenguas muertas más importantes para la cultura occidental son el latín y el griego antiguo. Y para el caso de la cultura de la India o para culturas que por esa región hayan sido influenciadas, la lengua muerta más trascendente es el sánscrito.

- **IDIOMA:**
- **Variedades Lingüísticas:**

**EL LENGUAJE COMO FACULTAD HUMANA.** El lenguaje es la facultad humana de intercambiar ideas y sentimientos, a través de una lengua, por medio del habla. Después de todo, esto es lo natural: que el ser humano, como cualquier otra criatura, se comporte comunicativamente de la manera en que se lo ordena su naturaleza.

**EL PROCESO DE COMUNICACIÓN:** Concepto, Comunicación humana y animal. Modelos. Elemento. Importancia.

**La Comunicación:** Es un proceso de intercambio de información, en el que un emisor transmite a un receptor algo a través de un canal esperando que, posteriormente, se produzca una respuesta de dicho receptor, en un contexto determinado.

**El proceso de la comunicación y elementos:**

- ✓ **Emisor:** Es el que emite el mensaje. Ejemplos: un sujeto individual o un grupo de personas, pero también un mecanismo que nos avisa de que algo falla o un elemento de la naturaleza que nos alerta de que el tiempo va a cambiar.
- ✓ **Receptor:** Es el que recibe el mensaje y lo interpreta. Ejemplos: un sujeto concreto o un grupo, así como, también, puede serlo un mecanismo que actúa cuando otro le manda una señal.
- ✓ **Mensaje:** Es la información que se quiere transmitir. Ejemplos: puede encontrarse codificado en uno de los diferentes tipos de código: puede ser un mensaje hablado, escrito, dibujado, grabado en cd.
- ✓ **Canal:** Es el medio a través del cual se transmite el mensaje. Ejemplos: puede ser un medio artificial, como las cartas o un cd, o uno natural, como el aire.
- ✓ **Código:** Conjunto de signos y reglas que, formando un lenguaje, ayudan a codificar el mensaje. Se puede encontrar lenguajes simples, como la luz roja sobre la puerta de un estudio de revelado, o más complejos como los distintos idiomas del mundo.
- ✓ **Contexto:** Conjunto de circunstancias (lugar, hora, estado anímico de los interlocutores) que existen en el momento de la comunicación. Es importante a la hora de interpretar correctamente el mensaje.

## ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN



Fuente: Propia. Marzo 2020.

### TIPOLOGÍA:

Dentro de la comunicación podemos establecer distintas clasificaciones dependiendo de cada uno de los elementos que intervienen en los mismos, no obstante, la división más comúnmente empleada es la que depende del código empleado:

1. Comunicación verbal.
2. Comunicación no verbal.

A esta división habría que agregar:

- Dependiendo del número de participantes (unilateral, bilateral).
- Dependiendo del canal empleado (auditivo (radio, teléfono), visual (libros, prensa) Auditivo-visual (TV.)
- Dependiendo del soporte empleado (ondas, cable, papel)

### COMUNICACIÓN VERBAL O ESCRITA:

La comunicación verbal o escrita es aquella comunicación que utiliza el lenguaje como medio de transmisión de la información. El lenguaje ya sea hablado o escrito, es el soporte de la comunicación verbal, siendo el instrumento más importante que posee el ser humano para comunicarse. El comportamiento verbal se define como la verbalización que el emisor transmite al receptor siendo éste el que capta el mensaje. Los componentes verbales son: peticiones, atención personal, alabanzas, rechazo, razones, explicaciones, iniciar la conversación, preguntas, críticas entre otras.

**COMUNICACIÓN NO VERBAL:** Es la utilizada para apoyar e integrar a la comunicación verbal, siendo definida como el conjunto de medios de comunicación existentes entre individuos que no usan lenguaje humano o sus derivados no sonoros. Dentro de este tipo podríamos mencionar aquellos tipos de comunicación que se perciben con la vista como el lenguaje que emplean los sordos a través del tacto. La comunicación no verbal tiene cuatro funciones básicas:

- ✓ Reemplazar las palabras.
- ✓ Repetir lo que se está diciendo.
- ✓ Poner más énfasis en el lenguaje verbal.
- ✓ Contradecir el mensaje verbal

**Los componentes no verbales son:**

- ✓ La mirada, el contacto ocular.
- ✓ La sonrisa, los gestos, la expresión facial.
- ✓ Las posturas.
- ✓ La distancia o proximidad
- ✓ La expresión corporal.
- ✓ La escucha activa.
- ✓ Los movimientos de piernas y manos.
- ✓ La apariencia personal

La comunicación no verbal recoge una amplia gama de elementos que se dividen en tres categorías:

- **La kinesia.** Estudia lo relativo a las posturas corporales, las expresiones faciales, gestos. La kinesia incluye: movimientos corporales, orientación del cuerpo, postura, gestos, expresión de la cara, movimiento de ojos y cejas, dirección de la mirada.
- **La Paralingüística.** Se centra en el análisis de determinados aspectos no lingüísticos de la conducta verbal, como el tono de voz, el volumen, el ritmo y la velocidad de conversación, las pausas, la claridad.
- **La Proxémica.** Se ocupa de los problemas que surgen en torno a la utilización y estructuración del espacio personal, como la distancia de interacción, la conducta territorial humana.

**CANALES DE COMUNICACIÓN.** Es aquel elemento por el cual circula el mensaje. Se puede decir que existen tantos canales de comunicación como medios físicos susceptibles de transportar un mensaje:

- El aire (todas las formas verbales).
- El cable (teléfono, fax).

- Por ondas (Radio, TV.).
- Papel (Comunicación escrita, correo)
- Soportes magnéticos (informática, discos)

Los canales de comunicación son los surcos por donde discurren los mensajes de una persona a otra, de un grupo a otro, o de ambas tendencias y destinos a la vez. Todas las organizaciones emplean canales de comunicaciones tanto formales como informales. Los canales formales, están constituidos por las cadenas y redes que determina la dirección y el flujo de los mensajes oficiales, entre todos los miembros y divisiones que forman una organización, son pues parte integrante de la estructura organizativa de la misma. Resultan tanto de las normas y costumbres que gobiernan la distribución de autoridad, como del rango y tipo de trabajo dentro de la organización.

En una organización o institución la comunicación no es absolutamente unidireccional, lo general es que sea bidireccional. En base a esto, podemos distinguir entre comunicación horizontal y vertical. A su vez, la comunicación vertical puede dividirse en comunicación ascendente y descendente.

- ✓ **Comunicación descendente.** La comunicación vertical descendente es la que parte de los niveles superiores de la jerarquía de la organización hacia los niveles inferiores. Pueden darse cinco tipos de comunicación descendente en función de su contenido:
  - Instrucciones sobre la tarea (cómo realizar las tareas concretas).
  - Información sobre Justificación del trabajo en base a una información que permita al subordinado comprender su tarea y la relación que ésta mantiene con otras tareas de la organización.
  - Información sobre prácticas y procedimientos en la organización.
  - El rendimiento y ejecución del propio subordinado.
  - Información de carácter ideológico; dar carácter de misión a la labor que realiza el empleado y a los fines que persigue la organización.
- ✓ **La comunicación vertical descendente** cumple una serie de funciones u objetivos: la coordinación, la información y la motivación. Es decir, a través de este tipo de comunicación se busca coordinar las diferentes unidades o diferentes departamentos de la organización para conseguir los objetivos prefijados, informar

al individuo para que colabore en esa consecución de objetivos y, por tanto, mantener motivado a dicho individuo. Cuando se pretenda que un mensaje llegue a un subordinado y sea eficaz, emplearemos simultáneamente la comunicación oral y escrita.

- ✓ **Comunicación ascendente.** La comunicación vertical descendente es la que fluye desde los subordinados hasta los jefes y cumple fundamentalmente tres funciones:
  - Comprobación de que los subordinados han recibido y han comprendido los mensajes que se le dirigieron desde arriba. Esto permite evaluar los sistemas de comunicación descendente y corregirlos, en caso de que sea necesario.
  - Obtención, por parte de la dirección, de la información necesaria para evaluar sus objetivos, sus métodos, sus planes, etc., y corregirlos en caso de que sea necesario.
  - Proporcionar al directivo información acerca del funcionamiento de la organización y de su ambiente, así como proporcionar iniciativas que incrementen el poder innovador y de adaptación de la organización.

Además de lo anterior, se puede decir que la comunicación vertical ascendente porque.

- Establece un canal para la participación.
  - Fomenta la crítica sana y reduce las presiones y tensiones emocionales.
  - Contribuye al conocimiento de las necesidades y expectativas de los empleados, facilitando su satisfacción.
- ✓ **Comunicación horizontal.** Este tipo de comunicación es el que se establece entre miembros de un mismo nivel jerárquico. Según los miembros que intervienen en dicha comunicación, distinguimos tres tipos:
    - Comunicación horizontal entre compañeros dentro de un mismo grupo de trabajo. Este tipo de comunicación posibilita la coordinación y la solución de problemas, así como aumenta la satisfacción de los subordinados. Sin embargo, ha de tener ciertas restricciones para no producir efectos disfuncionales.
    - Comunicación horizontal entre miembros de diversas unidades dentro de una misma organización. Este tipo de comunicación puede resultar eficaz para transmitir información, coordinar actividades, resolver problemas y solucionar conflictos entre esas unidades. Sin embargo, este tipo de comunicación tiende a ser restringido por la organización, que establecen la función de coordinación y la de resolución de



conflictos como competencia del nivel superior a las unidades que han de coordinarse.

- Comunicación horizontal entre línea y staff. Aquí el riesgo de conflicto también suele ser alto. La comunicación se hace difícil, sobre todo debido al carácter más especializado y profesionalizado de los miembros del staff en relación a los miembros de la línea.

## **MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS: PRENSA, CINES, RADIO, TV., INTERNET**

Los medios masivos de comunicación o medios de comunicación masiva son aquellos canales o instrumentos que permiten transmitir un mismo mensaje para que sea recibido por una enorme cantidad de personas de forma simultánea. Por su masividad, se habla de audiencias o públicos a la hora de referirse a los receptores de los mensajes transmitidos por esta vía. Con la irrupción de este tipo de medios, comenzó a hablarse de “**comunicación de masas**” ya que en ella participa un único emisor que formula un mensaje, que le llega a un receptor masivo. Los medios masivos de comunicación se pueden usar con diferentes fines.

Por las características antes mencionadas, el surgimiento de los medios masivos está muy vinculado a los avances tecnológicos. Una carta, por ejemplo, no tiene las condiciones necesarias como para ser leída por una gran cantidad de personas, como sí lo tienen los mensajes emitidos a través de las radios, los periódicos, el cine, la televisión e Internet, que tienen un alcance superior.

### **¿CUÁLES SON LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN MÁS IMPORTANTES?**



**El cine es un medio audiovisual que tiene sus orígenes a finales del siglo XIX**

De acuerdo a la plataforma y el formato en el que se formule el mensaje puede hablar de diferentes tipos de medios masivos de comunicación. Algunos de ellos son:

- **Impresos.** El mensaje se formula de manera impresa. Este es el medio más antiguo y tuvo sus orígenes con la invención de la imprenta (en 1440) de la mano del alemán *Johannes Gutenberg*. Dentro de esta categoría se pueden ubicar los diarios, periódicos, folletos, revistas, volantes, panfletos.
- **Radiofónicos.** En este grupo se ubican la radio, que se vale de ondas para emitir señales sonoras y puede ser AM o FM. Este medio se caracteriza por ser muy económico, eficiente e inmediato y por eso, pese a los años y al surgimiento de otras opciones, sigue siendo una opción.
- **Cine.** Es un medio audiovisual que tiene sus orígenes a finales del siglo XIX y se lo asocia al arte y al entretenimiento. En las primeras décadas del siglo pasado, sin embargo, fue un instrumento clave para la difusión de propaganda e información, aunque estas funciones quedaron desplazadas con el surgimiento de la televisión.
- **Televisión.** También es un medio audiovisual que surgió en la década de 1920, por el que se emiten géneros de todo tipo como información, entretenimiento, publicidad, propaganda, documentales y otros.
- **Internet.** Este medio se volvió masivo a partir de los años 1990 y no dejó de crecer desde entonces. Aquí se pueden emitir mensajes escritos, sonoros, audiovisuales o una combinación de todos ellos y en él confluyen todos los géneros: entretenimiento, información, propaganda, publicidad, y más. Una cualidad propia de este medio es que se trata de un medio horizontal, multidireccional, que carece de fronteras, anónimo y descentralizado.

### **CARACTERÍSTICAS DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN**



**Los medios masivos no permiten la interacción o feedback**

Algunas de las características de los medios masivos de comunicación son los siguientes:

- **Público heterogéneo.** Los mensajes que se transmiten en los medios masivos están diseñados para las masas o bien, para una audiencia colectiva heterogénea: de diferentes orígenes geográficos, gustos e intereses, clases sociales, edades y sexo.
- **Canales artificiales.** Como estos mensajes deben llegar a los puntos más diversos, quienes los emiten no pueden valerse de un canal natural, como puede ser el aire. En vez de ello, se valen de distintas herramientas o soportes. Los avances tecnológicos representaron, siempre, avances en los medios masivos.
- **Mensajes unidireccionales.** Los medios masivos no permiten la interacción o *feedback*. Esto significa que el emisor y el receptor no intercambian de roles constantemente, como puede suceder en una conversación cara a cara o telefónica. Con el advenimiento de Internet, sin embargo, el receptor sí puede elaborar un mensaje de forma casi automática y se lo hace llegar a medio, pero el impacto y el alcance nunca es el mismo.
- **Emisor colectivo.** Los mensajes pueden confeccionarse en forma colectiva, es decir, varias personas intervienen en su formulación.
- **Sin fronteras espaciales ni temporales.** Los mensajes pueden llegar a diferentes partes del mundo sin importar las distancias. Las barreras espaciales no son un problema: un mismo mensaje puede ser recibido en distintas horas y lugares.

## **FUNCIONES DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN**



**Internet permite acceder a conocimientos y productos culturales de todo tipo**

En general, se les atribuyen tres funciones básicas a los medios de comunicación, aunque, se pueden sumar otras:

- **Entretener.** Los medios de comunicación son un canal en donde se difunden muchos contenidos o mensajes vinculados con el entretenimiento, como las películas, la música y las telenovelas.
- **Informar.** Los medios masivos son un instrumento clave para que los ciudadanos accedan a información y noticias que les sirven para la toma de decisiones. Es por ello que en las democracias, la libertad de prensa es tan importante.
- **Formar.** Este tipo de medios les permiten a sus audiencias acceder a conocimientos y productos culturales de todo tipo.

### **VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN**

#### **Ventajas:**

- Permiten la comunicación a distancia en forma fácil.
- Los mensajes llegan de manera inmediata a destino.
- Permiten el acceso a conocimientos que antes quedaban restringidos a la cercanía física.
- Son accesibles y económicos para los receptores. Si bien es cierto que en los comienzos eran costosos, a largo plazo su precio bajó en forma considerable.
- Ayudan a achicar la brecha cultural ya que permiten el acceso de este tipo de bienes a las distintas clases sociales.
- Democratizan el acceso a la información.

#### **Desventajas:**

- Suelen generar dependencia entre los consumidores.
- Pueden volverse canales en los que se difunde información falsa o manipulada.
- Reducen la interacción cara a cara entre las personas.
- Pueden difundir e instalar estereotipos.
- Incentivan el consumismo.

## **LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA**

Es un proceso que establece una organización y consiste en transmitir información y conocer la respuesta de la audiencia receptora del mensaje. Para eso, desarrolla acciones que permiten conectar a la organización con las personas que la integran (**comunicación interna**) o con un público externo (**comunicación externa**) con el objetivo de mejorar la relación entre ellos. La comunicación corporativa es una de las herramientas estratégicas que permiten a una empresa, por ejemplo, alcanzar un buen posicionamiento en el mercado o mejorar la relación entre sus integrantes. A medida que la organización crece y aumenta la cantidad de empleados y de clientes, resulta cada vez más importante implementar una buena gestión comunicacional, teniendo en cuenta los objetivos de la empresa, el clima organizacional y los imprevistos o situaciones de crisis que puedan ocurrir en el entorno y que impactan en la organización.

## **ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA**

La comunicación corporativa, al igual que otros tipos de comunicación, requiere de elementos para alcanzar su objetivo, y éstos son:

- **El profesional de comunicación.** Es el que representa al emisor (organización) que busca comunicarse con otros y es quien inicia la transmisión del mensaje.
- **La planificación de estrategias.** Es la adaptación (o endocodificación) de la idea a comunicar, a través de un lenguaje adecuado para el receptor del mensaje.
- **El mensaje.** Es la información que recibirá el público receptor.

- **El canal de comunicación.** Es el vehículo por el cual la organización hace llegar su mensaje al receptor y puede ser a través de uno o de la combinación de varios canales, a fin de alcanzar a la totalidad del público de interés.
- **El receptor.** Es el público que recibe el mensaje (una o varias personas) y que reacciona ante él.
- **El proceso de decodificación.** Es la interpretación que realiza el receptor del mensaje y es el momento en el que las estrategias de comunicación evidencian si fueron eficaces o erróneas.
- **La medición de resultados.** Es la respuesta (o retroalimentación) del público que recibió el mensaje (la no reacción también es una respuesta a tener en cuenta porque evidencia el desinterés del receptor, lo que permite optar por otra estrategia u otro contenido a comunicar).

### **TIPOS DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA**

- **La comunicación interna.** Es el conjunto de actividades que le permite crear y mantener buenas relaciones con sus integrantes con fines informativos (sobre tareas e instrucciones), motivacionales (estimulación para optimizar el rendimiento del trabajo) o para fomentar las buenas relaciones y valores (en base a la cultura empresarial).
- **La comunicación externa.** Es el conjunto de acciones estratégicas dirigidas al público externo de la organización con el objetivo de mantener o mejorar la imagen corporativa, de promover productos o servicios o de ampliar la cantidad de clientes. Para garantizar una comunicación exitosa, la organización necesita conocer los diferentes factores que intervienen, como por ejemplo, las características del público externo, la situación socioeconómica del entorno y las empresas que forman parte de la competencia.

### **EFFECTIVIDAD DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA**

La efectividad de la comunicación corporativa, tanto interna como externa, dependerá de dos etapas:

- La capacidad de planificación de estrategias (previa a la emisión del mensaje).
- El análisis de los resultados (posterior a la emisión del mensaje).

De esta manera, la organización contará con información concreta acerca del impacto que generó su mensaje. Si el objetivo de la comunicación no se concretó, la empresa podrá disponer de información importante para una nueva toma de decisiones en relación a sus estrategias comunicacionales.

### **Referencias:**

- «Comunicación Corporativa» en Todo sobre Comunicación.
- «Comunicación Organizacional» en Wikipedia
- «La comunicación corporativa: imagen, relaciones públicas y responsabilidad social corporativa» en C.E.F Marketing.
- «Elementos de Comunicación Indispensables para Tu Empresa» en Impulsa Popular.
- «Fundamentos y elementos de la Comunicación Organizacional» en Gestipolis.
- <https://concepto.de/comunicacion-corporativa/#ixzz6GuIZ0hD1>