

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

Luis Carlos Palacios Acero

ECOE
EDICIONES





**ESTRATEGIAS DE
COMUNICACIÓN
EMPRESARIAL**

LUIS CARLOS PALACIOS ACERO

Palacios Acero, Luis Carlos

Estrategias de comunicación empresarial / Luis Carlos Palacios.

-- 1a. ed. -- Bogotá : Ecoe Ediciones, 2020.

247 p. -- (Ciencias empresariales. Administración)

Incluye datos del autor en la cubierta. -- Contiene bibliografía.

ISBN 978-958-771-898-0 -- 978-958-771-899-7 (e-book)

1. Comunicación en administración 2. Comunicación organizacional 3. Comunicación en los negocios I. Título II. Serie

CDD: 658.45 ed. 23

CO-BoBN- a1055728



Colección: *Ciencias empresariales*

Área: *Administración*

ECOE
EDICIONES



© Luis Carlos Palacios Acero

© Ecoe Ediciones Limitada

info@ecoeediciones.com

www.ecoeediciones.com

Carrera 19 # 63C 32, Tel.: 248 14 49

Bogotá, Colombia

Primera edición: Bogotá, marzo del 2020

ISBN: 978-958-771-898-0

e-ISBN: 978-958-771-899-7

Coordinación editorial: Angie Sánchez Wilchez

Corrección de estilo: Camilo Moreno

Diagramación: Denise Rodríguez Ríos

Carátula: Wilson Marulanda Muñoz

Impresión: Carvajal Soluciones de

comunicación S.A.S

Carrera 69 #15 -24

*Prohibida la reproducción total o parcial por cualquier medio
sin la autorización escrita del titular de los derechos patrimoniales.*

Impreso y hecho en Colombia - Todos los derechos reservados

CONTENIDO

Introducción.....	XVII
Capítulo 1. Importancia del lenguaje en la comunicación empresarial.....	1
1.1 Introducción.....	1
1.2 Las comunicaciones	4
1.3 Función de la comunicación.....	7
1.4 Definición de la comunicación	10
1.5 Formas de comunicación	11
1.6 La comunicación como proceso	15
1.7 El éxito y el fracaso de la comunicación	18
1.8 Objetivos	19
1.9 Medios de comunicación	20
1.10 El esquema de comunicación de Ardoino	21
1.11 Experiencia de comunicación de Leavitt.....	24
1.11.1 Comunicación unilateral.....	24
1.11.2 Comunicación bilateral.....	25
1.12 La técnica del Feedback según Floyd C. Mann	26
1.13 Principios de comunicación	27
1.14 Mandamientos para una buena comunicación.....	27
1.15 Ejercicios.....	28
1.16 Taller	29
Capítulo 2. Elementos de una exposición.....	31
2. 1 Introducción.....	31
2.2 Elementos de una exposición	31
2.3 El orador	32
2.4 Seguridad del orador.....	35

2.5 Los modelos de expresión.....	36
2.6 La falta de ideas.....	37
2.7 Los medios vocales.....	39
2.7.1 Respiración.....	39
2.8 Recursos en los que se basa la expresión oral y escrita	41
2.9 El orador en el sentido estricto de la palabra.....	43
2.10 Partes de una exposición.....	45
2.11 Preparación de la exposición.....	46
2.12 Limitación del tema	47
2.13 Prueba del tema.....	48
2.14 Comunicación del tema	49
2.15 Tipos de gestos.....	49
2.16 Posturas equivocadas.....	50
2.17 Sustentar la exposición	51
2.18 Adaptación del expositor a la audiencia	52
2.19 Resonancia en la audiencia.....	53
2.20 Saber escuchar	53
2.21 Ejercicios.....	58
2.22 Taller.....	59
Capítulo 3. técnicas en el manejo de la expresión oral.....	61
3.1 Introducción.....	61
3.2 Técnicas de comunicación	64
3.2.1 El diálogo.....	64
3.2.2 La conferencia.....	67
3.2.3 Mesa redonda	67
3.2.4 Seminario	70
3.2.5 Simposio	74
3.2.6 Foro	76
3.2.7 Discusión al cuadro	77
3.2.8 Debate de pro y contra	78
3.2.9 Crítica.....	79
3.2.10 Panel.....	81
3.2.11 Juego de roles.....	82
3.2.12 Phillips 66.....	83
3.3 Otras formas de comunicar.....	85
3.3.1 Retrato.....	85
3.3.2 Persuasión	86
3.3.3 Dramatización	87
3.3.4 Autobiografía	87
3.3.5 Entrevista.....	88
3.3.6 Argumentación	90

3.3.7 Fuentes de información	91
3.3.8 Cuadro sinóptico.....	93
3.3.9 Resumen.....	94
3.3.10 Investigación.....	96
3.3.11 Reportaje.....	96
3.3.12 Opinión.....	98
3.3.13 Diario mural.....	99
3.3.14 Formularios de uso público.....	100
3.3.15 Solicitud.....	100
3.3.16 Acta.....	100
3.3.17 Informe.....	101
3.3.18 El discurso.....	102
3.3.19 Ejercicios.....	107
3.3.20 Taller.....	108
Capítulo 4. Comunicación empresarial.....	109
4.1 Introducción.....	109
4.2 Medios de comunicación.....	114
4.3 Funciones de la comunicación empresarial.....	116
4.4 Tipos de comunicación empresarial.....	117
4.5 Comunicación interna.....	118
4.6 Comunicación externa.....	121
4.7 Importancia de las comunicaciones.....	124
4.8 Nuevas propuestas de trabajo en el ámbito de la comunicación empresarial.....	126
4.8.1 El afiche o cartel.....	128
4.8.2 La carta comercial.....	131
4.8.3 Ejemplos de carta.....	132
4.8.4 El informe.....	139
4.8.5 Actas.....	155
4.8.6 Aspectos generales de las actas.....	157
4.8.7 Memorándum o memorando.....	159
4.8.8 Circular.....	160
4.8.9 Solicitud.....	163
4.8.10 Oficio.....	164
4.8.11 Cartelera.....	167
4.8.12 El teléfono.....	167
4.8.13 E-mail.....	168
4.9 Política de información.....	168
4.10 Planeación de comunicaciones.....	169
4.11 La trasmisión de órdenes.....	170
4.12 Ejercicios.....	171

Capítulo 5. comunicación escrita	173
5.1 Introducción.....	173
5.2 Los textos	177
5.3 Análisis de un texto	178
5.4 Informe de investigación.....	184
5.5 Trabajo investigativo	184
5.6 Monografía	186
5.7 Tesis.....	189
5.8 Artículo científico.....	191
5.9 Ensayo	192
5.10 Memoria científica	192
5.11 Actualización de un tema.....	192
5.12 Comentario clínico	194
5.13 Sistemas de escritura.....	195
5.13.1 Ideográfico	195
5.13.2 Silábico.....	196
5.13.3 Alfabético	197
5.14 Los informes.....	197
5.14.1 Método lógico.....	198
5.14.2 Método cronológico	199
5.14.3 Método psicológico	200
5.14.4 Cómo hacer un informe	200
5.14.5 Claridad y precisión.....	202
5.15 Competencias disciplinares de la comunicación escrita.....	203
5.15.1 Competencias genéricas	203
5.15.2 Otras competencias	204
5.16 El proceso de producción de un texto escrito.....	207
5.16.1 Planear el trabajo.....	207
5.16.2 Redactar el primer texto	209
5.16.3 Revisión	211
5.16.4 Texto final.....	212
5.17 Presentación del documento final.....	213
5.17.1 Redacción.....	213
5.17.2 Partes del trabajo escrito.....	214
5.18 Ejercicios.....	228
Capítulo 6. Procedimiento parlamentario	231
6.1 Introducción.....	231
6.2 Importancia y finalidad de las reuniones y comités	232
6.3 Objetivos de las reuniones o comités	233
6.4 Uso del procedimiento parlamentario.....	234
6.5 Uso de la palabra en reuniones	235

6.5.1 ¿Qué es una moción?.....	235
6.5.2 ¿En qué casos puede ser retirada una moción?.....	236
6.5.3 ¿Cuántas clases de moción pueden presentarse?.....	236
6.6 Asambleas.....	240
6.7 ¿Qué es una junta directiva?	241
6.8 ¿Qué es un debate?	241
6.8.1 ¿Cómo se realiza la apertura de la sesión?	242
6.8.2 ¿Qué significado y contenido tiene el acta?	243
6.8.3 ¿Qué derecho tiene un socio al uso de la palabra?	243
6.9 Conclusión.....	243
6.10 Recomendaciones.....	243
6.11 Ejercicios.....	244
Bibliografía	245

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1.	Mundo empresarial.....	XVII
FIGURA 2.	Calidad de comunicación.	XVIII
FIGURA 3.	Administración de la comunicación.	2
FIGURA 4.	Beneficios del uso del lenguaje audiovisual en el aula.	3
FIGURA 5.	Escenario de la comunicación.....	4
FIGURA 6.	Recursos de comunicación.	4
FIGURA 7.	Artes verbales.	6
FIGURA 8.	El mensaje.	6
FIGURA 9.	Integración del espacio acústico y visual.	7
FIGURA 10.	Transmisión y recepción de ideas.	7
FIGURA 11.	Participación en la vida pública.	8
FIGURA 12.	Saber vender.....	8
FIGURA 13.	Sacar provecho de una conferencia.	9
FIGURA 14.	La comunicación como base.....	10
FIGURA 15.	Definición de la comunicación.	10
FIGURA 16.	Formas de expresión.	11
FIGURA 17.	Formas de comunicación.	12
FIGURA 18.	Bloqueos en la comunicación.....	13
FIGURA 19.	Propósitos de la comunicación.	14
FIGURA 20.	Dinámica de la comunicación.....	15
FIGURA 21.	Orígenes de la comunicación.	16
FIGURA 22.	Efectos en la recepción del mensaje.....	17
FIGURA 23.	Objetivos de la comunicación.	20
FIGURA 24.	Principales formas de comunicación.....	20
FIGURA 25.	Esquema de comunicación de Jacques Ardoino1.....	23
FIGURA 26.	Experimento de comunicación unilateral de Leavitt.	24
FIGURA 27.	Experimento de comunicación bilateral de Leavitt.	25
FIGURA 28.	Elementos de una exposición.	32
FIGURA 29.	Control de los nervios.	33
FIGURA 30.	Seguridad psicoverbal.....	35
FIGURA 31.	Comunicar pensamientos.	36
FIGURA 32.	Tipo de actividades para trabajar la expresión oral.....	37
FIGURA 33.	Herramientas para una buena conversación o discurso.	38
FIGURA 34.	Factores de conversación.	39
FIGURA 35.	Control de medios vocales.....	40
FIGURA 36.	Conocimiento personal.....	44
FIGURA 37.	El orador y sus cualidades.....	44
FIGURA 38.	Desarrollo del tema.....	46
FIGURA 39.	Preparación de la exposición.....	47

FIGURA 40.	Factores de limitación del tema.....	48
FIGURA 41.	Prueba del tema.....	48
FIGURA 42.	Comunicación del tema.....	49
FIGURA 43.	Tipos de gestos.....	50
FIGURA 44.	Posturas equivocadas del orador.....	51
FIGURA 45.	Sustentar la exposición.....	52
FIGURA 46.	Adaptación a la audiencia.....	53
FIGURA 47.	El que habla y el que escucha.....	54
FIGURA 48.	Tipos de escuchas.....	55
FIGURA 49.	Escuchar en el trabajo.....	57
FIGURA 50.	Técnicas de expresión oral.....	61
FIGURA 51.	Técnicas de expresión oral.....	62
FIGURA 51A.	Técnicas de expresión colectiva.....	63
FIGURA 52.	Técnicas de expresión oral.....	63
FIGURA 53.	Tipos de diálogo.....	64
FIGURA 54.	Características del diálogo.....	65
FIGURA 55.	Pasos del diálogo.....	66
FIGURA 56.	Preparación del diálogo.....	67
FIGURA 57.	Requisitos de la mesa redonda.....	68
FIGURA 58.	Características de la mesa redonda.....	69
FIGURA 59.	El seminario.....	70
FIGURA 60.	Proceso del seminario.....	71
FIGURA 61.	Esquema de seminario.....	71
FIGURA 62.	Proceso del seminario.....	72
FIGURA 63.	Modelo de seminario americano.....	72
FIGURA 64.	Programación del foro.....	77
FIGURA 65.	Debate de pro y contra.....	79
FIGURA 66.	Panel.....	82
FIGURA 67.	Juego de roles.....	83
FIGURA 68.	Retrato apariencia y costumbres.....	86
FIGURA 69.	Persuasión.....	86
FIGURA 70.	Dramatización.....	87
FIGURA 71.	Autobiografía.....	88
FIGURA 72.	Entrevista.....	89
FIGURA 73.	La argumentación.....	91
FIGURA 74.	Fuentes de información.....	93
FIGURA 75.	Ejemplo de cuadro sinóptico.....	94
FIGURA 76.	Resumen ejecutivo.....	95
FIGURA 77.	Visión esquemática de un proceso de investigación.....	96
FIGURA 78.	La intención del informador.....	97
FIGURA 79.	La opinión.....	99
FIGURA 80.	Proceso de creación del diario mural.....	100

FIGURA 81.	Diario mural.	100
FIGURA 82.	El discurso, funciones, propósito y tipos.	103
FIGURA 83.	Características del discurso.	104
FIGURA 84.	Características de la comunicación.	110
FIGURA 85.	Interacción del mensaje.	111
FIGURA 86.	Comunicación empresarial.	112
FIGURA 87.	Comunicación empresarial.	113
FIGURA 88.	Pautas para la comunicación.	115
FIGURA 89.	Alcance de la comunicación.	115
FIGURA 90.	Funciones de las comunicaciones empresariales.	116
FIGURA 91.	Adiestramiento y capacitación del personal.	117
FIGURA 92.	Integración de la comunicación empresarial.	118
FIGURA 93.	Comunicación interna.	119
FIGURA 94.	Comunicación interna.	120
FIGURA 95.	Comunicación interna.	120
FIGURA 96.	Papel estratégico de la comunicación en la empresa.	121
FIGURA 97.	Comunicación empresarial.	122
FIGURA 98.	Imagen empresarial.	123
FIGURA 99.	Proyección de la imagen empresarial.	123
FIGURA 100.	Cultura empresarial.	124
FIGURA 101.	Comunicación clave.	125
FIGURA 102.	Comunicaciones empresariales.	126
FIGURA 103.	Función comunicativa.	127
FIGURA 104.	Medios de comunicación.	128
FIGURA 105.	Ejemplo de afiche.	129
FIGURA 106.	Ejemplo de un afiche.	130
FIGURA 107.	Norma técnica colombiana.	133
FIGURA 108.	Mapa conceptual de la carta comercial.	139
FIGURA 109.	Tipos de informe.	140
FIGURA 110.	Elaboración de un informe.	141
FIGURA 111.	Informes interpretativos.	145
FIGURA 112.	Informe demostrativo.	146
FIGURA 113.	Estrategia instructiva.	148
FIGURA 114.	Estructura del informe.	150
FIGURA 115.	Reunión de todo el material.	153
FIGURA 116.	Tipos de actas.	156
FIGURA 117.	Actas de copropiedades.	158
FIGURA 118.	Modelo de memorando.	159
FIGURA 119.	Recomendaciones para escribir los memorandos.	160
FIGURA 120.	Recomendaciones sobre circulares.	161
FIGURA 121.	Solicitud de patente de invención en Colombia.	164
FIGURA 122.	Oficio.	165

FIGURA 123. Cartelera.....	167
FIGURA 124. El fenómeno cultural de la comunicación escrita.....	173
FIGURA 125. Tipos de textos.....	174
FIGURA 126. Texto de comunicación escrita.....	175
FIGURA 127. Comunicación.....	176
FIGURA 128. Normalización.....	177
FIGURA 129. Escritura de un texto.....	178
FIGURA 130. Comunicación escrita.....	180
FIGURA 131. Explicación y comentario de textos.....	180
FIGURA 132. Análisis de una obra escrita.....	182
FIGURA 133. Aplicaciones prácticas.....	183
FIGURA 134. Tipos de comunicación escrita.....	185
FIGURA 135. Mapas mentales.....	186
FIGURA 136. Trabajo investigativo.....	187
FIGURA 137. Tema de una monografía.....	188
FIGURA 138. Tema práctico.....	189
FIGURA 139. Tema teórico.....	189
FIGURA 140. Tesis.....	190
FIGURA 141. Propuesta de tesis.....	191
FIGURA 142. Actualización de un tema.....	193
FIGURA 143. Comentario clínico.....	194
FIGURA 144. Sistemas de escritura.....	195
FIGURA 145. Sistemas de escritura ideográfico.....	196
FIGURA 146. Sistema de escritura alfabético.....	196
FIGURA 147. La lectura.....	197
FIGURA 148. Formas de redactar un informe.....	198
FIGURA 149. Métodos lógicos.....	198
FIGURA 150. Ejemplo del método cronológico.....	199
FIGURA 151. Informe psicológico.....	200
FIGURA 152. Claridad y precisión del informe.....	202
FIGURA 153. Competencias genéricas de la comunicación.....	204
FIGURA 154. Competencias de la comunicación.....	205
FIGURA 155. Partes de un texto escrito.....	207
FIGURA 156. Plan e investigación de un texto.....	208
FIGURA 157. Gusto por el idioma.....	209
FIGURA 158. Redacción del primer texto.....	211
FIGURA 159. Revisión.....	211
FIGURA 160. Texto final.....	212
FIGURA 161. Redacción del documento.....	214
FIGURA 162. Esquema de la portada.....	217
FIGURA 163. Esquema de la página de aceptación.....	218
FIGURA 164. Esquema de página de dedicatoria.....	219

FIGURA 165. Esquema de la página de agradecimiento.....	220
FIGURA 166. Esquema de la página de contenido	221
FIGURA 167. Esquema de lista de tablas, figuras, anexos.....	222
FIGURA 168. Esquema de página de inicio de capítulo.	223
FIGURA 169. Esquema para continuación de páginas.....	224
FIGURA 170. Esquema de la página del glosario.	225
FIGURA 171. Esquema de presentación del capítulo.	226
FIGURA 172. Escenarios de las reuniones y comités.....	233
FIGURA 173. Procedimiento parlamentario.	234
FIGURA 174. Reglas parlamentarias.....	235
FIGURA 175. Asambleas permanentes.....	240
FIGURA 176. Tipos de debate.....	242

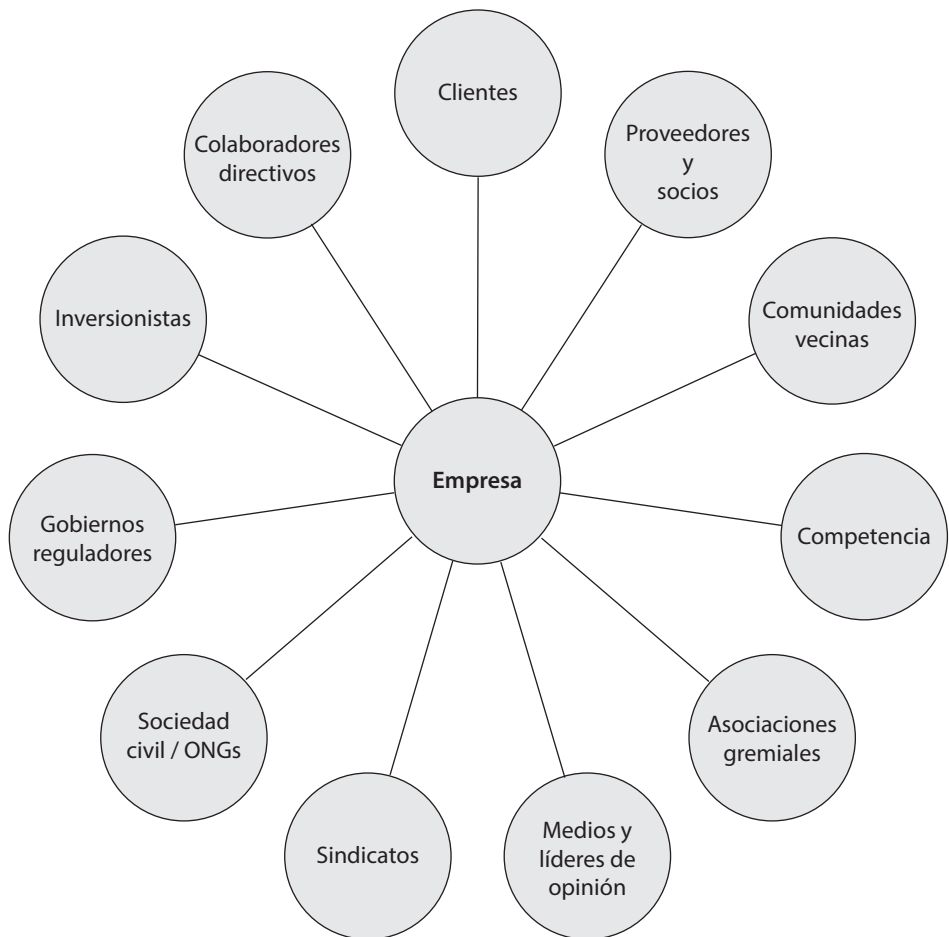
ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1.	Distinciones del lenguaje comunicativo y expresivo.	3
TABLA 2.	Ejemplos de canales sensoriales	5
TABLA 3.	Definición de comunicación por diferentes autores.....	11
TABLA 4.	Procesos para mejorar la comunicación.	14
TABLA 5.	Proceso de comunicación.	16
TABLA 6.	Interrogantes por fallas de la comunicación.....	17
TABLA 7.	Diferentes mensajes en los procesos de comunicación.....	18
TABLA 8.	Éxito en la presentación y desarrollo del contenido.....	19
TABLA 9.	Factores de fracaso en el proceso de comunicación.	19
TABLA 10.	Características del emisor.....	21
TABLA 11.	Cualidades del emisor.....	21
TABLA 12.	Hipótesis formuladas por Floyd C. Mann.....	26
TABLA 13.	Recursos en los que se basa la expresión oral y escrita.	42
TABLA 14.	Elementos de expresión oral en una disertación.....	43
TABLA 15.	Proceso del foro.	76
TABLA 16.	Técnicas de reuniones en grupos.	79
TABLA 17.	Proceso de desarrollo.....	84
TABLA 18.	Ventajas y desventajas de Phillips 66.....	85
TABLA 19.	Tipo de participantes en reuniones.....	101
TABLA 20.	La carta comercial.	132
TABLA 21.	Formato IMRD.	142
TABLA 22.	Características de los tipos de informes.....	143
TABLA 23.	Control de tareas	157
TABLA 24.	Política de información.	169
TABLA 25.	Componentes del informe.....	201
TABLA 26.	Revisión del lenguaje	212
TABLA 27.	Partes del trabajo escrito	216
TABLA 28.	Precedencia de las mociones.....	238
TABLA 29.	Asuntos generales y mociones de orden de precedencia.	239

INTRODUCCIÓN

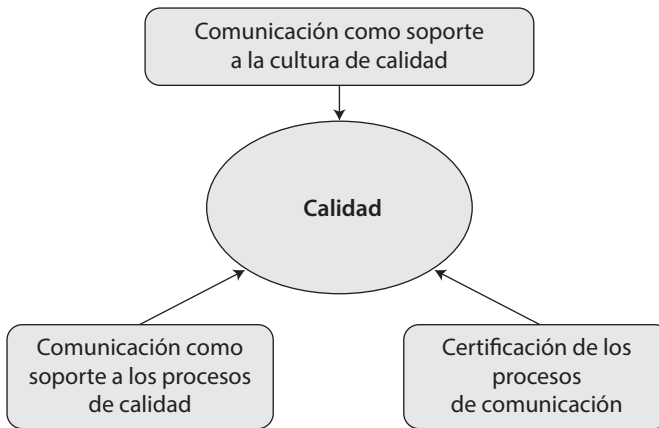
Saber dirigir una reunión, presidir una junta, escribir un informe, dictar una conferencia son habilidades que todo empresario o ejecutivo deben desarrollar. La facilidad de comunicarse eficazmente es la herramienta fundamental para desempeñarse exitosamente en el mundo empresarial.

Figura 1. Mundo empresarial.



La calidad de la comunicación beneficia la vida de las personas en cualquiera de las diferentes actividades en las que se desempeñen. La participación en la vida pública en los aspectos políticos, culturales, sociales, tecnológicos y religiosos impone la necesidad de comunicarse eficazmente, a través de conferencias, informes y cursos de capacitación, etc. Hoy las personas con experiencia, cultura y formación están en capacidad de sacar el mayor provecho de una conferencia, una reunión de estudio, un seminario, un foro, un panel o simplemente una sesión de trabajo.

Figura 2. Calidad de comunicación.



Fuente: degerencia.com

Esta obra consta de seis capítulos:

El primero se refiere a la importancia del lenguaje en la expresión oral y escrita, la definición, función, proceso, objetivos y esquema de las comunicaciones, además habla sobre la experiencia de comunicación de Leavitt y la importancia de la retroalimentación en el éxito de la comunicación.

El segundo describe los elementos de una exposición: el orador, sus medios vocales, sus recursos de expresión oral y escrita; el conocimiento de las partes de una exposición, su limitación, las pruebas para lograr seguridad; y los gestos, posturas, sustentación, adaptación y resonancia con la audiencia.

El tercero relata las técnicas del diálogo, conferencia, mesa redonda, seminario, simposio, foro, panel y otras formas de comunicar como el retrato, la dramatización, la entrevista, la investigación y el discurso en el manejo y éxito ejecutivo.

El cuarto habla sobre los medios de comunicación empresarial internas y externas, los tipos, funciones e importancia del afiche, carteleras, cartas, informes, actas, memorandos, circulares, políticas de información y transmisión de órdenes.

El quinto se refiere a la comunicación escrita, la forma y análisis de textos, los informes de investigación, monografías, tesis, artículos científicos, ensayos, procesos de producción de un texto, las competencias y partes del trabajo escrito.

El sexto y último enseñan el uso del procedimiento parlamentario, señalan su importancia y objetivos, además comentan cómo participar en los distintos eventos mediante la presentación de mociones en asambleas, juntas directivas y demás reuniones.

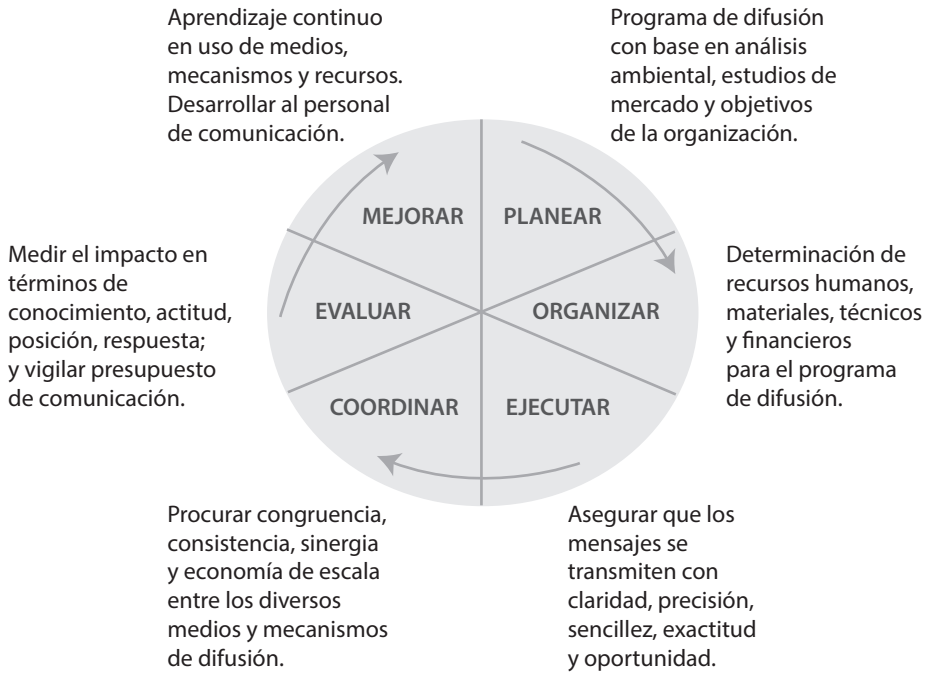
CAPÍTULO 1

IMPORTANCIA DEL LENGUAJE EN LA COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

1.1 Introducción

El *lenguaje* es un recurso fundamental en la relación individual, grupal y en el dominio de un auditorio por la fuerza de las *palabras*, tanto por el *término* como por su *significación*. Disparar información, transmitir ideas a los demás, es una dimensión de la comunicación cuya responsabilidad mayor es del orador, escritor o comunicador. Todos nos vemos abocados a diario a intervenir ante grupos empresariales, culturales, sociales y comerciales; la primera indagación debe explicar qué y cómo comunicar.

Se piensa en un orden *lógico* y eficiente, *así como* en una forma *clara*, *convinciente* y *persuasiva*. En primera instancia importan los mecanismos *psicoverbales* y los medios vocales.

Figura 3. Administración de la comunicación.

Fuente: Margarito Palacios Maldonado, Estrategias de comunicación, 2000.

En la transmmodernidad, decía el filósofo José Ortega y Gasset (1883 -1955), la vida del ser humano se duplica: es al mismo tiempo vida espacial y afectiva. El *ser humano* de nuestro tiempo no solo se extiende, sino que se *duplica* y, al hacerlo, crea una *realidad virtual* como resultado de la extensión de sus manos, de sus piernas, de su cerebro, de su sensibilidad. Esto ha ocurrido particularmente en la *revolución digital*, que puso fin a la modernidad e inauguró una nueva época: *la aldea global*. ¿Qué hay para incrementar e intensificar? ¿Qué se ha desgastado o quedado obsoleto? ¿Qué hay que recuperar que haya estado en desuso? ¿Qué se invierte o cambia cuando se lo empuja hasta el límite de su potencial?

Sobre el sentido de comunicación, el acto de *lenguaje* se manifiesta y se comprende a partir de dos vertientes fundamentales o en la dicotomía de *signo* (señal) y *símbolo* (figura, objeto que tiene significación convencional). En estos niveles, la *comunicación* se corresponde con el *signo* y la *expresión* con el *símbolo*. Otra manera de decirlo es: la comunicación opera a nivel de signo y la expresión a nivel de símbolo. Así, el signo es lo más práctico del lenguaje y el símbolo lo más sugestivo, el uno es más cercano a lo práctico o técnico y el otro a lo estético. Sin embargo, son válidas y ocurrentes las implicaciones de una modalidad en otra.

Figura 4. Beneficios del uso del lenguaje audiovisual en el aula.

Fuente: aulaplaneta.com

Las más sutiles distinciones del lenguaje comunicativo y expresivo pueden verse en la tabla 1.

La conversación y la escritura han constituido las formas más básicas de comunicación entre los seres humanos. Si se comprenden estos mecanismos comunicativos, se puede entender la importancia de utilizar bien el idioma y de aprender las reglas gramaticales.

Tabla 1. Distinciones del lenguaje comunicativo y expresivo.

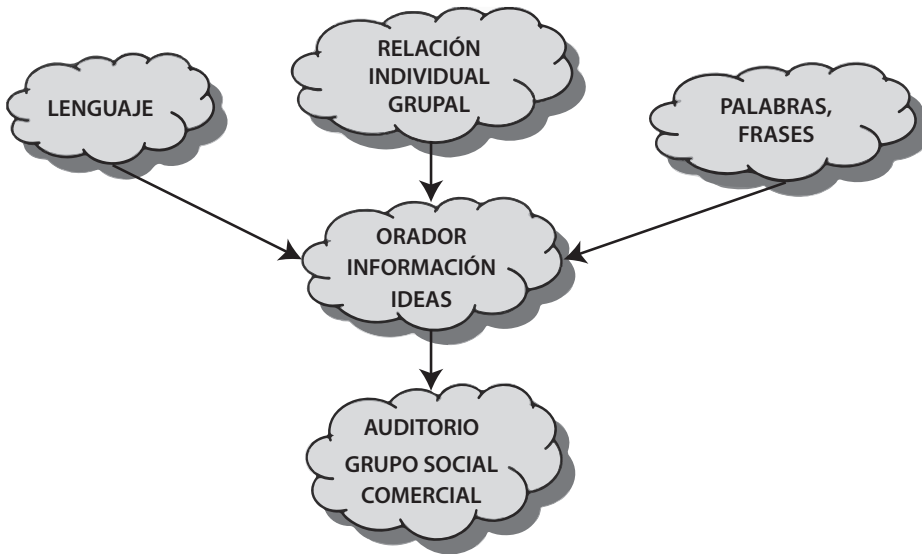
Comunicativo	Expresivo
<ul style="list-style-type: none"> • Básico y transparente. • Tendencia objetiva primordial. • Manejo de ideas. • Directo o práctico. • Más propio del acto de hablar. • Cotidiano y conversacional. • Referencial y técnico. • Ausente de matices por lo general. • Denotativo. • El más propio de la ciencia. • Discurso más pragmático y fiel a la norma o al código. • Convencional. 	<ul style="list-style-type: none"> • Recreativo. • Subjetivo. • Más de imágenes. • Indirecto en el uso. • Propio del acto literario. • Figurativo e imaginativo. • Asociativo o sugestivo. • De matizaciones. • Connotativo. • El más propio del arte. • Discurso con violaciones al código. • De menos convencionalidad.

Fuente: elaboración propia.

1.2 Las comunicaciones

No hay prácticamente ningún aspecto de las interrelaciones, a nivel individual o grupal, que no implique una comunicación de un modo u otro. Se cometen errores graves porque se expresan y/o entienden mal las ideas. Las bromas fortuitas pueden provocar irritación. Una observación formulada de forma descuidada puede originar actitudes rígidas e intolerantes.

Figura 5. Escenario de la comunicación.



Fuente: elaboración propia.

El problema básico de la comunicación consiste en que el significado que recibe una persona concreta puede no ser el que se proponía enviar el remitente de dicho mensaje. El que habla y el que escucha son dos personas distintas que están influenciados por medios socioeconómicos y culturales distintos.

Figura 6. Recursos de comunicación.



Fuente: elaboración propia.

El aparato sensible del ser humano no recibe una imitación exacta del mundo exterior al cerebro del observador. Las necesidades y experiencias tienden a matizar lo que vemos y oímos. Se reprimen los mensajes que no se desean aceptar. No hay comunicación sin la infraestructura de una interrelación. No hay información sin la infraestructura de un canal de comunicación.

Tabla 2. Ejemplos de canales sensoriales

	Visión	Audición	Olfato	Tacto	Gusto
Isomórfico (igual forma)	Objeto en su propio signo	El ruido	El olor como elemento de análisis químico	La caricia en la oscuridad	El sabor
Esquemático	El símbolo El esquema	La onomatopeya (palabra que imita el sonido de lo que significa)	El perfume de la mujer amada	La textura o la aspereza	Salado, dulce, amargo
Semiótico (señal)	La tipografía	El lenguaje oral	Quemado	El braille o alfabeto para ciegos	Satisfacción

Fuente: elaboración propia.

Para enfrentarse a este problema, Marshall McLuhan (1911-1980) canadiense, profesor de lenguas, estudioso de las artes verbales, hizo énfasis en:

- **Dialéctica, en la Antigüedad.** Es el arte de razonar bien.
- **Lógica, en la edad media.** Estudio de las leyes del conocimiento científico.
- **Retórica, en el renacimiento.** Arte de hablar y escribir bien.
- **Gramática, en la modernidad.** Arte que enseña a hablar y escribir correctamente.

Además, fue creador, como Piaget en la pedagogía, de conceptos sobre los medios de comunicación. Su pensamiento interdisciplinario y multidimensional lo llevó a vislumbrar la revolución digital en las comunicaciones.

Para McLuhan el mensaje es información, contenido, medio y forma. La forma de transmitir es la prolongación de los sentidos, por ejemplo, la radio es la extensión del oído, los medios escritos son la extensión de la vista y la televisión es la extensión del oído y la vista.