

# PENSAMIENTO Y COMUNICACIÓN I

Tito Octavio Bohórquez Gaitán



**AREANDINA**

Fundación Universitaria del Área Andina

---

MIEMBRO DE LA RED

**ILUMNO**

Pensamiento Comunicación I  
Tito Octavio Bohórquez Gaitán  
Bogotá D.C.

Fundación Universitaria del Área Andina. 2018

Catalogación en la fuente Fundación Universitaria del Área Andina (Bogotá).

## **Pensamiento y Comunicación I**

© Fundación Universitaria del Área Andina. Bogotá, septiembre de 2018  
© Tito Octavio Bohórquez Gaitán

ISBN (impreso): **978-958-5462-89-2**

Fundación Universitaria del Área Andina  
Calle 70 No. 12-55, Bogotá, Colombia  
Tel: +57 (1) 7424218 Ext. 1231  
Correo electrónico: [publicaciones@areandina.edu.co](mailto:publicaciones@areandina.edu.co)

Director editorial: Eduardo Mora Bejarano  
Coordinador editorial: Camilo Andrés Cuéllar Mejía  
Corrección de estilo y diagramación: Dirección Nacional de Operaciones Virtuales  
Conversión de módulos virtuales: Katherine Medina

Todos los derechos reservados. Queda prohibida la reproducción total o parcial de esta obra y su tratamiento o transmisión por cualquier medio o método sin autorización escrita de la Fundación Universitaria del Área Andina y sus autores.

## **BANDERA INSTITUCIONAL**

Pablo Oliveros Marmolejo †  
Gustavo Eastman Vélez

**Miembros Fundadores**

Diego Molano Vega  
**Presidente del Consejo Superior y Asamblea General**

José Leonardo Valencia Molano  
**Rector Nacional**  
**Representante Legal**

Martha Patricia Castellanos Saavedra  
**Vicerrectora Nacional Académica**

Jorge Andrés Rubio Peña  
**Vicerrector Nacional de Crecimiento y Desarrollo**

Tatiana Guzmán Granados  
**Vicerrectora Nacional de Experiencia Areandina**

Edgar Orlando Cote Rojas  
**Rector – Seccional Pereira**

Gelca Patricia Gutiérrez Barranco  
**Rectora – Sede Valledupar**

María Angélica Pacheco Chica  
**Secretaria General**

Eduardo Mora Bejarano  
**Director Nacional de Investigación**

Camilo Andrés Cuéllar Mejía  
**Subdirector Nacional de Publicaciones**

# PENSAMIENTO Y COMUNICACIÓN I

Tito Octavio Bohórquez Gaitán



AREANDINA

Fundación Universitaria del Área Andina

---

MIEMBRO DE LA RED

**ILUMNO**

## EJE 1

Introducción	7
Desarrollo Temático	8
Bibliografía	19

## EJE 2

Introducción	21
Desarrollo Temático	22
Bibliografía	33

## EJE 3

Introducción	35
Desarrollo Temático	36
Bibliografía	54

## EJE 4

Introducción	56
Desarrollo Temático	57
Bibliografía	70

# PENSAMIENTO Y COMUNICACIÓN I

Tito Octavio Bohórquez Gaitán

**EJE 1**

Conceptualicemos

# INTRODUCCIÓN

En este eje se hará un recorrido general para identificar los distintos tipos de comunicación que lleva a cabo el ser humano. Por supuesto, hay que recuperar algunos eventos históricos relevantes para entender de qué trata el apasionante mundo de la comunicación en el ser humano.

En este referente de pensamiento encontrarán videocápsulas, actividades de repaso, así como todo un análisis que realiza el autor sobre la comunicación verbal y la comunicación escrita en la historia.

# Historia de la comunicación humana



## Historia de la comunicación humana

Dar respuesta a esta pregunta implica necesariamente devolvernos en el tiempo, incluso, al comienzo de la historia humana, pues, “la comunicación es tan antigua como la humanidad misma” (Com, Ackerman y Morel, 2011). De ahí que lograr determinar la primera vez que un ser humano se comunicó, sería prácticamente imposible. Sin embargo, lo que sí es relevante comprender es que los seres humanos han evolucionado en la forma como se relacionan con su entorno, y esto, incluye por supuesto a otros seres humanos. En ese sentido y en esa evolución, las formas de comunicarse también han mutado.



Figura 1. Imagen de comunicación  
Fuente: shutterstock/630732926

Tal vez para poder apreciar un ejercicio más cercano y así entender de qué forma nos comunicamos pensemos en un bebé que conozcamos, puede ser el hijo de su prima o hermana, incluso tratarse del suyo. ¿Cómo sabe usted que el bebé necesita algo? O vayamos un tanto más allá, supongamos que conoce un bebé extranjero, ¿sabrán usted si el bebé necesita algo?

**Factores que influyen en la comunicación:** en la comunicación influyen varios factores. En el caso de la llegada de un bebé, “lo hace rodeado de un entramado cultural ya constituido, diferente al que tuvieron sus padres y también diferente, casi con seguridad, del que tendrán sus hijos” (Com, Ackerman y Morel, 2011). Entonces será distinta la forma en que se comunica su hijo cuando es bebé, al hijo de un francés cuando está en la misma etapa de vida. Para comunicarse es necesario que existan dos o más personas. Una que transmite un mensaje y otra u otras que lo reciben a través de un canal.



## Lectura complementaria

### **Introducción a la comunicación**

Sergio Ackerman, Sebastián Ernesto, María Paula Morel

Sin embargo, antes de que el acto comunicativo ocurra, está la capacidad que tienen los seres humanos para lograr que esto suceda. “Las particulares características biológicas que poseemos los seres humanos nos otorgan la capacidad de crear y recrear permanentemente nuestro entorno cultural” (Pedranti, 2009).

**Capacidad simbólica:** es la posibilidad que tiene el ser humano de comunicarse, pero esa capacidad se debe expresar a través de algún tipo de símbolo, de algún signo o sistema de signos que a su vez son interpretados por la otra persona.

”

Como ejemplo sencillo del funcionamiento de los signos, podemos retomar una idea que aporta Barthes acerca de una rosa: normalmente, es solo una flor; pero si un muchacho se la regala a su novia, se convierte en signo (porque se refiere a la “pasión romántica de ese joven”, y la chica reconoce esa referencia (Pedranti, 2009).

Los signos, entonces, pueden ser desde un color, un gesto, una representación gráfica o un sonido, por poner algunos ejemplos.



Figura 2. El signo según Ferdinand de Saussure  
Fuente: Pedranti (2009)



## Lectura complementaria

### *Introducción a la comunicación*

Gabriela Pedranti

**Sistema de signos:** por supuesto que, si usted está leyendo este texto, es porque conoce el sistema de signos sobre el que está escrito. Incluso si viviéramos en el Paleolítico, tal vez usted estaría mirando una roca e interpretando alguna pintura rupestre para entender lo que le he estado comunicando en este escrito; pero la verdad es que no.



Figura 3. Bisonte de Altamira, Cantabria, España  
Fuente: <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:AltamiraBison.jpg>

Lo cierto es que el alfabeto que es un sistema de signos que utilizamos los seres humanos para darnos a entender, está intermediado por un sistema informático que logra que lo que yo estoy escribiendo en otro tiempo y lugar, llegue a usted y su contexto, su presente. Lo fascinante es que a pesar de tantas intermediaciones (el alfabeto, el sistema informático, el tiempo y el lugar) usted entienda lo que le estoy queriendo decir.

Ahora bien, si de formas de comunicación se trata, el ser humano puede, a partir del uso de sistemas de signos, darse a entender de distintas maneras. A continuación, se identificarán las más relevantes.

Lo invitamos a desarrollar la actividad de repaso, en donde refrescará lo aprendido hasta el momento.

### Comunicación verbal

Por definición este tipo de comunicación es intermediada por la palabra o el verbo. También la podemos identificar como comunicación interpersonal, pues lo que se dice es recibido por alguien más.

”

El proceso básico de la comunicación interpersonal se describe con rapidez. Hay un emisor que quiere decir algo. Para ello, lo codifica en signos reconocibles. A lo que expresa el emisor lo llamaremos la noticia. Al receptor le corresponde descodificar esta construcción perceptible. Normalmente, la noticia enviada y la recibida coinciden de forma aceptable y así se produce un entendimiento (Thun, 2012).



Figura 4. Ejemplo de noticia cotidiana: la mujer está al volante y el hombre (al lado) es el emisor de la noticia  
Fuente: Thun (2012)

Una característica de la comunicación verbal es que sucede en el presente. A menos que se registre con algún dispositivo de grabación, es algo que sucede y que no se prolonga más allá del momento mismo de la enunciación. El sonido de ese sistema de signos que son las palabras, es emitido por una persona y en este caso viajan a través del aire hasta llegar al receptor. Por supuesto que hoy existen otros dispositivos que funcionan como apoyo a la transmisión del mensaje, como es el caso del teléfono, los celulares, micrófono y los parlantes, si se trata de comunicación para distintos receptores.



### Datos:

1. En la Edad Media, antes de que la imprenta fuera inventada, la comunicación verbal era fundamental para los pueblos.
2. Los juglares anunciaban a través de cantos populares los hechos y gestas de héroes y eventos cercanos a sus comunidades. También anunciaban las leyes por parte del rey.

## Video

Veamos esta videocápsula para observar un referente de lo que eran los juglares del medioevo entendidos desde la literatura. ***La Épica Medieval- el poema del Mio Cid*** Mangabri1. Este video se encuentra disponible en la página de inicio del eje 1.



Figura 5.

Fuente: <https://es.wikipedia.org/wiki/Archi-vo:Juglar.jpg>

Pero si lo acercamos más a la historia colombiana, la tradición oral es la encargada de la supervivencia de historias de generación en generación. Los mitos y las leyendas tradicionales en cada país suelen ser transmitidos por medio de la tradición oral, es decir, a través de la comunicación verbal, que a través de los libros. En la cotidianidad es muy utilizada la comunicación verbal, ya que a través de ella nos enteramos de anécdotas, historias y conocimientos, entre otros.



Un ejemplo más actual de la comunicación verbal se da en clases universitarias, ya que un maestro imparte algún conocimiento específico en un salón de clase y es a través de la comunicación verbal que transmite el mensaje a sus estudiantes.

Recordemos esta escena memorable de La Sociedad de los Poetas Muertos en donde el profesor John Keating, interpretado por Robin Williams (q.e.p.d.) da un muy buen discurso a sus estudiantes.

## Video

*La sociedad de los poetas muertos.*

Matarazzo treinamento.

Este video se encuentra disponible en la página de inicio del eje 1.

## Comunicación escrita

La base para la comunicación escrita es el alfabeto u otro sistema de signos que represente algo. Históricamente este tipo de comunicación se remonta al año 3.000 a. C. tiempo en el que aparecieron las primeras escrituras cuneiformes. Este tipo de escritura "estaba basado en imágenes: dibujos simples llamados pictogramas, que representaban objetos y acciones" (Harari, 2015, p. 8).



### Cuneiformes

De forma de cuña. U. m. referido a ciertos caracteres de forma de cuña o de clavo, que algunos pueblos de Asia usaron antiguamente en la escritura, según la RAE.



Tabla sumeria con escritura cuneiforme

Figura 6. Tabla sumeria con escritura cuneiforme  
Fuente: (Harari, 2015)

El pueblo sumerio históricamente se identifica como el que utilizó este sistema por una necesidad puntual. A raíz de un excedente de cosecha, tuvieron que almacenar alimentos. Para poder llevar un control de las entradas y las salidas de la cosecha, debieron inventar un sistema gráfico y así contabilizar. De esta manera, se considera que la comunicación escrita puede tener un origen muy ligado al comercio y la administración.



#### Sumerio

Pueblo ubicado en antigua región de la baja Mesopotamia, cerca del golfo Pérsico hacia el año 3.000 A.C. Según la RAE.

La evolución a la escritura alfabética se daría de la mano de los fenicios con un alfabeto de 22 consonantes, que luego los griegos utilizarían incorporando las vocales.

”

Hasta el siglo I d. C. era común leer textos en forma de rollos, pero luego apareció el llamado *códice*, formado por un conjunto de hojas rectangulares de pergamino, de papiro o de papel, que se plegaban formando cuadernillos para escribir sobre ellos, que luego se protegían mediante la encuadernación. De este modo constituían libros manuscritos, hechos por monjes copistas (Harari, 2015, p. 9).

Pero es en el siglo XV de la mano de Gutenberg y su imprenta, que se revoluciona el concepto de comunicación escrita. Este orfebre alemán dio vida a los primeros tipos metálicos que marcaron la pauta en la revolución de la historia de la impresión.



Figura 7. Johannes Gutenberg

Fuente: [https://www.biography.com/.image/t\\_share/MTE5NTU2MzE2MjM4MDg3NjIx/johannes-gensfleisch-gutenberg-9323828-1-402.jpg](https://www.biography.com/.image/t_share/MTE5NTU2MzE2MjM4MDg3NjIx/johannes-gensfleisch-gutenberg-9323828-1-402.jpg)

Gracias a la imprenta de Gutenberg que, por supuesto ha tenido también su propia evolución, se masificó el acceso a la literatura que antes era privilegio de unos pocos. Es también importante anotar que, a raíz de los impresos, la tradición oral fue reemplazada por la transmisión de saberes plasmados en el papel.

## Video

### *Johannes Gutenberg y la imprenta.*

Moisés López Caeiro.

Este video se encuentra disponible en la página de inicio del eje 1.

El avance tecnológico del siglo XX hizo posible que hoy no solo sea la impresión lo que abunda, sino los medios electrónicos, ya que es posible consumir y producir materiales escritos soportados sobre tecnologías digitales, por ejemplo. Es tal el avance tecnológico en cuanto a esto, que varios periódicos noticiosos que antes dominaban la escena, han tenido que replantear sus modelos de negocio y muchos, incluso, cerrar sus instalaciones.



Figura 8.

Fuente: <http://www.dover.af.mil/News/Photos/igphoto/2001077154/>



### Datos:

1. La comunicación escrita ofrece la oportunidad de construir oraciones más complejas, por un lado, y, por el otro, perdurar en el tiempo, cosa que en la comunicación verbal es difícil lograr, por su inmediatez y corta vida.
2. Escribir es una acción que libera el espíritu. Algunos escritores dicen que, para ellos, escribir es tan importante como respirar.
3. Otra de las bondades de la escritura es que permite discursos más elaborados, tomarse el tiempo para pensar bien y elegir las palabras para expresar adecuadamente lo que se quiere comunicar.
4. En definitiva, es un discurso mucho más controlado, pero, a su vez regido por unas normas de gramática, sintaxis y ortografía.



En los días que corren, gracias a las nuevas tecnologías que van apareciendo en el mercado, ya sea en hardware y en software, se generan comunicaciones en las que se entremezclan algunas de las características de la oralidad y la escritura recién expuestas, creando un tipo de discurso mixto, híbrido (Harari, 2015, p. 12).

El avance de la tecnología y de la Internet han hecho posible estas comunicaciones híbridas en donde el proceso para llevarla a cabo mezcla la comunicación oral y la escrita, en tanto que el uso de gráficos y alfabeto están presentes, pero el mensaje tiene una intención que antes era característica de la comunicación oral: que sea una comunicación de doble vía e instantánea.



Figura9.

Tomado de: <https://www.shutterstock.com/es/image-photo/woman-use-laptop-smartphone-iot-internet-594171068?src=q3GknTeSRmMFNcDjKv2dpA-1-4>

Lo que sí se da es otro tipo de lenguaje. Para algunos la utilización de chats o sistemas de mensajería instantánea han puesto en evidencia la mala forma de escribir que tienen las personas y han dado lugar a un nuevo lenguaje, en donde la escritura de las palabras se modifica y aparecen nuevas abreviaturas o incluso palabras e íconos que antes no se utilizaban en comunicaciones escritas realizadas a través de otros formatos.

Frase en chat	Frase normal
Q más?	¿Qué más?
on tas?	¿Dónde estás?
Qué ta chendo?	¿Qué está haciendo?

Tabla 1.  
Fuente: propia

Ackerman, S.E., Com, S. (comp.) y Morel, M. (2011). *Introducción a la comunicación*. Buenos Aires: Ediciones del Aula Taller.

Harari, A. (2015). *Introducción a la comunicación escrita*. Buenos Aires: Ediciones del Aula Taller.

Pedranti, G. (2009). *Introducción a la comunicación*. Buenos Aires: Editorial Maipue.

Thun, F. (2012). *El arte de conversar: psicología de la comunicación verbal*. Barcelona: Herder Editorial.

# PENSAMIENTO Y COMUNICACIÓN I

Tito Octavio Bohórquez Gaitán

**EJE 2**

Analicemos



# Comunicación y evolución tecnológica



## Comunicación y evolución tecnológica

La forma en la que el hombre se comunica ha estado íntimamente ligada a la evolución tecnológica. Después de Gutenberg y su imprenta, sumados los cambios en la sociedad que esto produjo haciendo posible el libro impreso y el conocimiento para las masas, sobrevino la era electrónica hacia 1900, una “galaxia eléctrica capaz de sacudir la sensibilidad humana con la misma fuerza con que lo hizo la prensa de tipos móviles de Gutenberg” (Fernández y Hernández, 2009, p. 77).

Marshall McLuhan es, tal vez, uno de los teóricos más importantes frente al estudio de la comunicación y cómo esta ha modificado las conductas del ser humano en distintos estadios. Este teórico canadiense que vivió en el siglo XX permeó al mundo con sus apreciaciones y planteó en su momento a través de sus escritos *La galaxia Gutenberg* abordando todas las modificaciones culturales que este desarrollo trajo al mundo y a las distintas expresiones del ser humano.

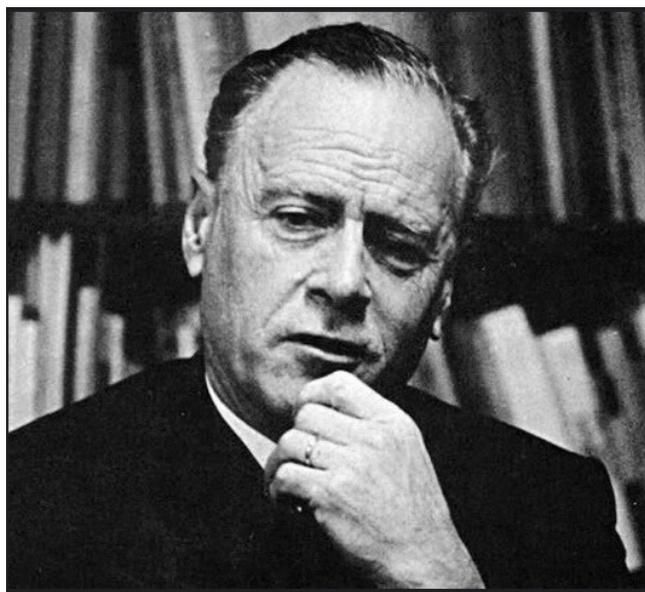


Figura 1. Marshall McLuhan

Fuente: <https://www.flickr.com/photos/lenedger-ly/5933534700>

McLuhan en su escrito *La galaxia Gutenberg* (1962), trajo a colación la frase de la “galaxia eléctrica” aludiendo por supuesto a cómo la revolución tecnológica impactó todos los tipos o formas de comunicación.

”

“Cuando surge un nuevo medio de comunicación, como el alfabeto y la imprenta, se crean nuevos patrones de asociación y se articulan nuevas formas de conocimiento: el medio es el mensaje” (Fernández y Hernández, 2009, p. 75).

McLuhan fue un visionario que predijo, de algún modo, la era de las comunicaciones por vía electrónica tal como las conocemos hoy en día, de la mano de la tecnología, que funcionan como “prolongaciones de nuestro cuerpo y nuestros sentidos, que los medios de comunicación electrónica admiten ser considerados extensiones de nuestro sistema nervioso central” (Islas, 2006, p. 33).

Para profundizar más en lo postulado por Marshall McLuhan, se puede consultar esta lectura complementaria.



## Lectura complementaria

### De la torre de marfil a la torre de control

Carlos Fernández y Roberto Marshall

Y es que, si lo vemos a la luz de las herramientas que utilizamos hoy a diario en nuestra vida, casi todas están mediadas por la tecnología: teléfono, celular, correo electrónico, mensajería instantánea. En efecto, la única que no es mediada por la tecnología, sería la entrevista personal, es decir la que se tiene cara a cara.



Figura 2. Hoy muchas formas de comunicación están mediadas por la tecnología  
Fuente: <https://www.flickr.com/photos/janitors/15709720925>

Si bien la tecnología es el vehículo que ha facilitado que la comunicación se lleve a cabo más rápido y a más personas, hay un elemento que ha llamado la atención entre los académicos y estudiosos de estos temas y tiene que ver con la despersonalización de la comunicación.

Esto se explica debido a la falta de contacto presencial en cada una de las formas de comunicación. De ahí la pregunta sobre si los avances aportan o no a la comunicación en sus distintas formas.

En este video podemos ver lo que ocurre en el cerebro cuando se lleva a cabo la comunicación.

## Video

*El cerebro comunicándose.*  
TED Ideas worth spreading

Lo que comenzó con la imprenta y el alfabeto avanzó al lenguaje cifrado a través de computadores e incluso la traducción de comunicaciones verbales a instancias escritas como chats, foros de discusión, etc. Hoy se dice que la comunicación verbal ha sido reemplazada, en gran medida, por la comunicación escrita mediante este tipo de plataformas.

Sin embargo, para algunos el uso correcto del idioma se ha visto vulnerado por este tipo de sistemas en el que ha surgido un nuevo lenguaje. Solo para hacerse una idea, en 2016 se enviaban 21 millones de mensajes de WhatsApp en solo un minuto, de acuerdo con el portal [www.expansion.com](http://www.expansion.com)

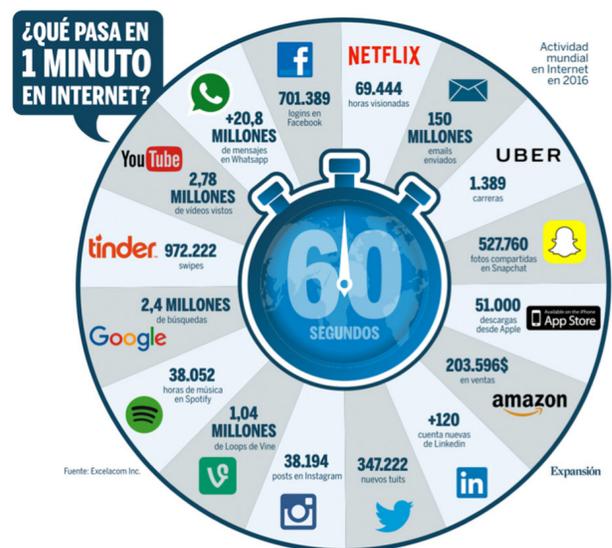


Figura 3.  
Fuente: <http://www.expansion.com/economia-digital/2016/04/21/5718a79a22601d8d028b4647.html>

Es un hecho que la tecnología aporta en gran medida a mejorar la comunicación entre los seres humanos, pero, ¿hasta qué punto la emisión de gran cantidad de información se convierte en desinformación?

Solo para enunciar algunas de las plataformas tecnológicas que median actualmente en la comunicación escrita se citan las siguientes:



- Hangouts (Google).
- WhatsApp (Facebook).
- Line.
- Messenger (Facebook).
- Mensajería SMS.

Sin embargo, es pertinente para el presente eje abordar una de las herramientas que hoy en día se consideran fundamentales tanto en el trabajo como en la vida diaria. Estamos hablando del correo electrónico, una herramienta que facilita la comunicación eminentemente escrita interpersonal.

Figura 4.  
Fuente: shutterstock/427849315?src

## El correo electrónico

Es resultado de una evolución tecnológica en sí misma que se remonta a los inicios de lo que en la década de los noventa, se llamaría Internet. En los años 70, el mundo se encontraba en el desarrollo de la comunicación de una computadora a otra, "... con la aparición del correo electrónico, la mayor parte del tráfico de Internet consiste ahora en modos de comunicaciones interpersonales y grupales" (Pérez, 2012, p. 74).



Figura 5. Interfaz de correo electrónico corporativo basado en Gmail  
Fuente: shutterstock/304818284?src

Una de las características del correo electrónico es que se trata de un acto comunicativo asincrónico en donde el emisor envía un mensaje que el receptor recuperará y leerá en otro momento mediado por una aplicación basada en Internet o un servicio instalado en su computadora o dispositivo móvil. En ese sentido es una herramienta que no es inmediata y supone una verificación por parte del receptor para acceder al mensaje enviado.

La riqueza del correo electrónico reside en la inclusión de otro tipo de recursos de comunicación en una misma herramienta. Veamos un ejemplo en el que esta herramienta de comunicación interpersonal escrita, puede llegar a integrar distintos tipos de comunicación.

” Felipe envía un correo electrónico a su director de maestría en donde describe por escrito que ha realizado un video con su último monólogo de Hamlet que hace parte de la evaluación final de semestre. En el correo incluye también algunos hipervínculos a otras fuentes de información como periódicos y publicaciones especializadas, pero adicionalmente incluye una imagen en la que muestra cómo estaría el escenario diseñado en caso de presentar el monólogo en escena.

Los tipos de comunicación que se identifican en el ejemplo anterior son los siguientes:



Figura 6. Comunicación escrita (correo electrónico)  
Fuente: shutterstock/  
303139205



Figura 7. Comunicación verbal (video del monólogo)  
Fuente: shutterstock/  
350819498

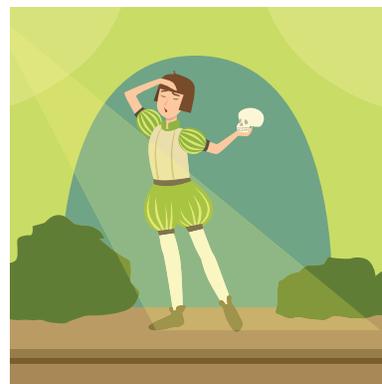


Figura 8. Comunicación no verbal (representación del monólogo)  
Fuente: shutterstock/  
467740022



Figura 9. Comunicación gráfica (plano del escenario)  
Fuente: shutterstock/  
348155354

De esta manera, la utilización del correo electrónico permite condensar en una sola herramienta varios actos comunicativos en un envío simultáneo.

Por supuesto que el uso responsable de esta herramienta facilitará las comunicaciones entre múltiples actores. Sin embargo, existen errores o conductas que a menudo han representado consecuencias gravísimas para los involucrados.



## Lectura complementaria

### Internet como medio de comunicación: teoría y análisis de actos comunicativos

Gabriel Pérez Salazar



Hillary Clinton, exsecretaria de Estado de los Estados Unidos, se vio envuelta en un escándalo que afectó su candidatura presidencial en Estados Unidos en 2016 debido a la creación de un correo electrónico en un servidor instalado en su casa de Nueva York. Aunque para algunos no se trató de un comportamiento ilegal, sí fue considerado como una conducta en una zona gris de la ley. Cuando se le preguntó por qué lo hizo, dijo que, por conveniencia, para no tener que cargar dos teléfonos, uno del trabajo y otro personal.

### Video

Para más información sobre el caso, puede consultar:

**BBC** **Mundo.** **Noticias** **internacionales**

[http://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-37810618.](http://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-37810618)

Adicionalmente a este tipo de errores o conductas, existen otros ruidos que tienen que ver con las personas que tienen acceso al correo electrónico. Supongamos que se envía un mensaje de correo electrónico que dice lo siguiente:



"Buen día

Adjunto cuadro con reporte de comportamiento de ventas durante el primer semestre de 2017.

Agradezco retroalimentación.

Saludos,

Marco

Director de punto de venta".

Figura 10.

Imagen de correo electrónico

Fuente: <http://all-free-download.com/free-vector/infographic.html>

El mensaje en sí mismo da cuenta de un archivo adjunto que incluye un reporte de ventas. El ruido del mensaje se haría evidente si el destinatario del correo electrónico no reconoce, no sabe o no identifica que el correo electrónico incluye un archivo adjunto. En este caso “a pesar de haber abierto exitosamente el mensaje principal—, la comunicación tiene un problema: los participantes no comparten los mismos referentes” (Pérez, 2012, p. 190).

En ese sentido, el acto comunicativo fallaría, el reporte no se vería a tiempo, la retroalimentación tardaría y podría tener un impacto en el negocio involucrado.

**A través de la actividad de repaso propuesta para este eje, podrá poner en práctica los conocimientos adquiridos referentes a la comunicación por medio de correo electrónico.**

Si bien el correo electrónico es una herramienta que partió en dos la comunicación interpersonal escrita, debe ser bien utilizada para alcanzar los objetivos de comunicación que se propongan.

En este video se puede ver de forma general cómo distrae esta herramienta cuando no se hace un buen manejo de la misma en el entorno laboral.

## Video

*Jason Fried: ¿Por qué no se trabaja en el trabajo?*

TED Ideas worth spreading

Este video lo puede encontrar en la página de inicio del eje 2.

## Nanoblogging

Después del auge del correo electrónico como una herramienta de comunicación escrita interpersonal basada en Internet, los avances tecnológicos no se detuvieron y con el pasar de los años dieron vida al **Nanoblogging**, entendido como “una forma de comunicación o un sistema de publicación en Internet que consiste en el envío de mensajes cortos de texto—con una longitud máxima de 140 caracteres— a través de herramientas creadas específicamente para esta función” (Cortés, 2009, p. 13).

Hay cuatro conceptos que se unen en la palabra nanoblogging y estos son:

- Blog.
- Mensajería instantánea.
- Mensajes SMS o Mensajes de texto.
- Redes sociales.

Una de las principales diferencias entre estas herramientas de nanoblogging y el correo electrónico tiene que ver con que las plataformas que ofrecen nanoblogging permiten que la comunicación sea asíncrona o síncrona. Asimismo, son plataformas que permiten la comunicación interpersonal entre dos personas o bien entre un colectivo.



El nanoblogging se sitúa históricamente con el nacimiento de Twitter, una red social que vio la luz oficialmente a comienzos de 2007. Al ingresar al sitio web de registro la plataforma invitaba a escribir lo que se estaba haciendo en el momento: “tomar un café, paseando el perro, etc., conocido como el estado”.



Figura 11.  
BLOG.

Fuente: <http://all-free-download.com/free-vector/infographic.html>

Lo cierto es que la revolución de esta herramienta se basaba en la ausencia de reglas para usarla, se vislumbraba como una oportunidad de “hablarle al mundo” en sentido literal. Básicamente cada persona la puede utilizar como quiera. ¿Acierto o error?

	<b>Blog</b>	<b>Nanoblog</b>
Objetivo principal	Escribir ensayos (cortos), reflexiones o pensamientos	Ideas, notificaciones o pensamientos rápidos
Otros objetivos	Relaciones públicas	Fuente de información, generación de comunidad
Dedicación	Mayor inversión en tiempo y esfuerzo	Requiere poco tiempo
Actualización	De media dos por semana (fuente Technorati)	Varias veces al día

Conversación	Focalizada en cada entrada	Dispersa
Soportes	Web	Web, teléfono

Tabla 1. Blogs frente a Nanoblogs  
Fuente: (Cortés, 2009).

Una de las ideas que giran en torno a herramientas de *nanoblogging* como Twitter es que se puede escribir lo que se piensa sin censura. Pero, **¿qué tan adecuado es esto? ¿se puede en verdad escribir lo que se piensa? ¿cuáles son los riesgos?**

En este video se puede ver cuál puede ser el alcance de los medios o redes sociales desde el punto de vista de los ciudadanos.

## Video

*Clay Shirky: cómo los medios sociales pueden hacer historia.*

TED Ideas worth spreading

Este video lo puede encontrar en la página de inicio del eje 2.

Sin duda estos interrogantes surgen frente a la posibilidad que se volvió realidad gracias a los avances tecnológicos. Esto significa que los tiempos que debían transcurrir entre lo que se piensa y lo que se dice, han disminuido llegando a la inmediatez, pero, asimismo, al riesgo de decir algo inoportuno o que podría tener consecuencias graves para el emisor de la información.



Figura 12. "Barron será el primer pistolero educado en casa"  
Fuente: <https://twitter.com/Mark-Dice/status/822670628259958785/photo/1>

La guionista se disculpó al ver el error de su publicación, pero fue suspendida de sus labores en el show americano por parte del canal de televisión.



Figura 13. "Pido perdón sinceramente por el insensible tuit. Lamento profundamente mis acciones y mis palabras ofensivas. Fue inexcusable y lo siento mucho"  
Fuente: <https://twitter.com/katiemaryrich/status/823623535524450304>

Esto es solo uno de los ejemplos de las graves consecuencias de "decir lo que se piensa" sin ningún tipo de filtro o revisión. Lo anterior sucede, por supuesto, debido a la facilidad que ha brindado la tecnología frente a las formas de comunicación del ser humano. ¿Qué tan responsable es usted con lo que comunica?

Cortés, M. (2009). *Nanoblogging: los usos de las nuevas plataformas de comunicación en la red*. Barcelona: Editorial UOC.

Fernández, C., Hernández, S., y McLuhan, M. (2009). *De la torre de marfil a la torre de control*. México, D. F.: Instituto Politécnico Nacional.

Islas, O. (2006). Marshall McLuhan 40 años después. *Red Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*, (86), 32-37.

Pérez, G. (2012). *Internet como medio de comunicación: teoría y análisis de actos comunicativos*. México, D. F.: Plaza y Valdés.

# PENSAMIENTO Y COMUNICACIÓN I

Tito Octavio Bohórquez Gaitán

**EJE 3**

Practiquemos



# Comunicación y evolución tecnológica



## Axioma N° 1

Si de responder este interrogante se trata, basta con mirar a su alrededor para reconocer que en todo momento se está comunicando. “No es posible no comunicar” (Watzlawick, 2014) es uno de los axiomas de la comunicación planteados por Paul Watzlawick, un teórico y académico austro-americano.

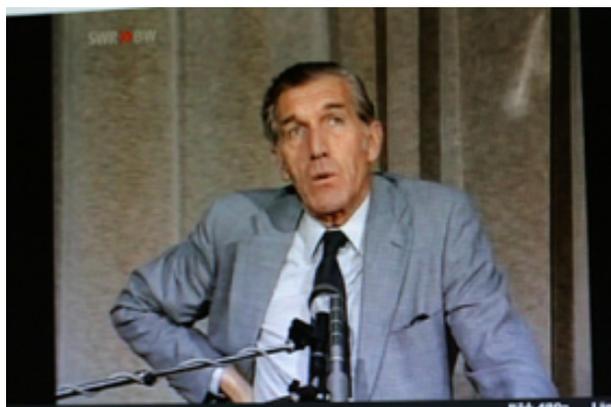


Figura 1. Marshall McLuhan

Fuente: <https://www.flickr.com/photos/lenedgerly/5933534700>

Básicamente el ser humano se comunica todo el tiempo, incluso cuando no quiere. De ahí que la comunicación escrita, verbal y no verbal siempre está presente. “Actividad o inactividad, palabras o silencio tienen siempre valor de mensaje: influyen sobre los demás, quienes, a su vez, no pueden dejar de responder a tales comunicaciones y, por ende, también comunican” (Watzlawick, 2014, p. 16).

Todo tipo de comunicación es fundamental para los seres humanos en su vida diaria y esto, sin duda, incluye su quehacer profesional, académico y por supuesto otros entornos como los familiares y los amigos. De ahí que durante el presente eje se brindarán herramientas prácticas que podrán servir como un apoyo a la hora de abordar algunas comunicaciones escritas, verbales y no verbales.

## Axioma N° 2

“Toda comunicación tiene un aspecto de contenido y un aspecto relacional tales que el segundo clasifica al primero y es, por ende, una metacomunicación” (Watzlawick, 2014, p, 21).

En este axioma Watzlawick se refiere a que no solamente es el contenido de lo que se

comunica (palabras, gestos, signos o sistema de signos) lo que determina el mensaje que se quiere enviar al receptor, sino que es su aspecto relacional lo que suma finalmen-

”

Tomemos el caso de un estudiante que llega tarde a una clase en la universidad. Entra al salón y se ubica en la última fila. El profesor se da cuenta de lo sucedido, camina hasta el puesto en el que se sentó el estudiante y en voz alta, (como para que todos lo escuchen), dice: ¡Buenas noches! (a pesar de que son las 7 de la mañana).



Figura 2. Imagen de comunicar.  
Fuente: shutterstock/258196331

En este caso hay varios elementos que pueden determinar el tipo de comunicación que se sostuvo entre el profesor, el estudiante que llega tarde y los otros asistentes a la sesión. Por un lado, el estudiante está enviando un mensaje en el momento justo en el que se sienta en la última fila. Sus gestos, su lenguaje verbal (ansioso, asustado, nervioso) pudo darle “pistas” al profesor sobre cómo se sentía, sobre su rebeldía; gracias a estas pistas es que él decide caminar hasta él para proferir en frente de todos los demás estudiantes su frase temeraria: “Buenas noches”. Temeraria porque es perceptible la ironía con la que la está diciendo (volumen, tono, gestos) con el fin de recalcar, tal vez, en el estudiante lo importante que es llegar a clase temprano.

”

Como podemos ver, estos dos axiomas propuestos por el autor austro-americano son un abre bocas interesante para comprender que, en aras de lograr un acto comunicativo exitoso, hay que tener en cuenta todos los tipos de comunicación y por supuesto, su aspecto relacional.

Puede profundizar en otros axiomas de la comunicación propuestos por Watzlawick en esta lectura.



## Lectura complementaria

### ***Es imposible no comunicar***

Paul Watzlawick.

Esta lectura la podrá encontrar en la página de inicio del eje 3.

¿Cómo escribir  
bien?

Si de comunicación escrita se trata, hay que escribir bien. No hay otra manera. Si lo que se quiere es que el mensaje que se envíe a uno o más destinatarios llegue con el sentido que se desea enviar, hay que hacerlo bien.

¿Pero cómo? No hay una respuesta única y concreta a esta pregunta, pero sin duda existen herramientas para poder ejercitar y perfeccionar la forma en la que se escribe. Lo principal es que usted escribe para que su lector le entienda.

”

No es usual escribir para sí mismo. Lo que quiere decir que todo lo que escriba (correos electrónicos, presentaciones de PowerPoint, documentos de Word, etc.) debe ser claro. “No toda la escritura debe ser arte. Para comunicarnos bien, esos son objetivos secundarios” (Pérez, 2011, p. 11.)

La escritura es algo que aprende con la práctica. Escribir bien está más ligado a la claridad, que a la creatividad. Y hoy en día escribir correctamente es mucho más necesario, no porque antes no lo fuera, sino porque debido a los avances tecnológicos, hoy se escribe mucho más que antes. Para que se haga una idea, revise la aplicación de mensajería instantánea que tiene en su móvil y entenderá de qué le estoy hablando. Incluso si hace el ejercicio con su correo electrónico, se sorprenderá aún más.



Figura 3.

Fuente: tomado de <https://pixabay.com/es/dibujos-animados-telefono-celular-1300224/>

Por eso es importante que le preste atención a que lo que escriba sea claro y pueda ser comprendido por su destinatario. En el caso de conversaciones privadas, por ejemplo, con sus amigos en chat o incluso por teléfono, hay códigos, licencias que, de pronto, permiten que los errores de ortografía o sintaxis no se castiguen, o simplemente que otros le puedan entender. Pero suponga que en cinco minutos tiene que enviar un correo electrónico a su jefe, su padre o su pareja. ¿Qué imagen se llevarán de usted a partir de lo que escriba? ¿buena o mala, positiva o negativa?

“La claridad no es la panacea, pero en escritura cotidiana es el camino más corto entre dos puntos: qué quiero decir y cómo lo digo” (Pérez, 2011, p. 16).

Cuando se escribe para comunicar algo, es de recordar que no hay oportunidad de rectificar, no hay forma de estar donde va estar el lector y explicarle que se quería decir otra cosa. Si algo no se entiende, la culpa será del autor y no del lector.

**Utilicemos este ejercicio para entrenar el músculo de la escritura. Revise la actividad de repaso que se encuentra disponible en la página de inicio.**

## Poner en orden las ideas



Figura 5. Imagen de ideas.  
Fuente: shutterstock/253478548?src

Este es sin duda el primer paso que hay que cumplir en el momento de abordar cualquier escrito. De nuevo, puede ser una presentación de la que depende la nota final de alguna asignatura, o la carta para solicitar al operador móvil que cancelen la línea telefónica. Para cualquier escrito que se vaya a realizar, hay que poner las ideas en orden.

Durante sus estudios de bachillerato pudo haber visto cómo es la estructura para escribir un párrafo, tal vez recuerde que le hablaron del punto seguido, de la idea principal y las ideas secundarias. Es útil organizar bien cada frase, pero igual de importante es organizar bien los párrafos que tendrá su texto.

Veamos un ejemplo de una comunicación escrita a través de correo electrónico:



“Hola Papá,

como le dije la vez pasada, mejor dicho, así como cuando hablamos qué día quisiera pedirle el favor de que por favor me ayude con la diligencia que le hablé”

Figura 5.  
Imagen de correo electrónico  
Fuente: <http://all-free-download.com/free-vector/infographic.html>

El ejemplo es cotidiano. Incluso puede ser uno de los correos que envió hace poco. Pero. ¿Qué tan claro es lo que está diciendo este hijo a su padre?

El párrafo escrito por este hijo hipotético da cuenta, tal vez, de que se encontraba de afán, por un lado, y que necesitaba de manera urgente la ayuda del padre. Sin embargo, es difícil entenderlo.

Esto es lo que me lleva al siguiente punto y es que los textos se escriben para enfrentarse al lector una sola vez. Gardner Botsford fue editor de la revista norteamericana *The New Yorker* y dentro de sus consejos para editar textos contaba en su libro *Life of Privilege, Mostly* que la primera revisión que se hace de un texto es la que cuenta, pues el lector lo leerá una sola vez, así que no es necesaria una segunda lectura, sino un cambio.

Es difícil conectar lo que se piensa con lo que se escribe, pero es escribiendo también como se aclaran las ideas, se priorizan, se presentan y se pulen. Esto, por supuesto, toma tiempo. Incluso una carta a un banco toma tiempo. Escribir claro es de atención, más que dedicación.

“Cada texto requiere una estructura distinta en función del público al que se dirija y del tema tratado” (Pastor, 2010, p. 109).

Cada texto, a su vez, tiene su propia superestructura. Determinar qué tipo de escrito es el que se va a realizar, facilita al autor en gran medida la creación del mismo. En la tipología que se presenta a continuación se agrupan los tipos de textos de acuerdo a tres criterios fundamentales: Tipo de texto según su función, su género y el tipo de escrito.

TIPO DE TEXTO SEGÚN FUNCIÓN	GÉNEROS	TIPOS DE ESCRITOS
INFORMATIVOS Expositivos Argumentativos	Científico	Informes, tesis, monografías, ensayos, artículos, reseñas, RAE, tratados en las diversas ciencias y disciplinas.
	Técnico	Informes, escritos tecnológicos, instrucciones, técnica, manuales técnicos.
	Periodismo informativo	Noticia, crónica, reportaje, comentario, artículo divulgativo.
	Ético	Manuales de conducta.
	Religioso	Biblia, misal, devocionarios, plegarias.
	Filosófico	Tratados filosóficos, textos de epistemología, ensayos filosóficos.
EXPRESIVOS ESTÉTICOS CONNOTATIVOS Y Descriptivos Narrativos Expositivos	Personal Instrumental Ensayos	Resúmenes, agendas, listas, torbellino de ideas, ensayos creativos.
	Memorias	Autobiografías, diarios, cuadernos de viaje.
	Historia: narrativa, literatura narrativa.	Escritos históricos, crónicas, biografías, novelas, cuentos, leyendas, epopeyas, mitos, fábulas, anécdotas.
	Lírica	Poemas, coplas, canciones.
	Teatro	Comedia, drama, tragedia, sainete, zarzuela.
	Recreativo	Adivinanzas, acertijos, crucigramas, rompecabezas, canciones.
	Humorístico	Libros de chistes, textos de historietas, textos de juegos.

<p>APELATIVOS ○ INTERACTIVOS</p> <p>Expositivos Argumentativos</p>	<p>Epistolar: comercial y administrativo</p>	<p>Cartas, contratos, escrituras de propiedad, facturas, recibos, cheques, actas, memorandos, tarjetas...</p>
	<p>Epistolar: privada, social</p>	<p>Cartas personales, telegramas, invitaciones, tarjetas de saludo y felicitación.</p>
	<p>Instrumental</p>	<p>Instrucciones, recetas, indicaciones, textos de procedimientos, avisos.</p>
	<p>Normas</p>	<p>Reglamentos, leyes, decretos, resoluciones, acuerdos, signos varios (circulación y tránsito, etc.).</p>
	<p>Retórico</p>	<p>Piezas retóricas de distintas ocasiones, memoriales, argumentativos, textos varios argumentativos, ensayos.</p>
	<p>Periodismo de opinión</p>	<p>Editorial, comentarios, críticas, artículos de opinión.</p>
	<p>Publicitario</p>	<p>Avisos, anuncios, panfletos.</p>

Tabla 1. Tipología textual  
Fuente: (Niño, 2014)



Figura 4. Escribir.  
Fuente: shutterstock/519250975?src=

No existe el momento adecuado para escribir. Cualquiera lo es. Una vez la estructura está clara hay que enfrentar la pantalla en blanco y comenzar a escribir.

Escribir es poner en orden las ideas a través de la palabra escrita, por supuesto, llevando de la mano al lector, mostrándole temas que ya sabe para que los recuerde y nuevas materias para que las descubra. Hilando el discurso con frases, no habrá ninguna posibilidad de perder el “hilo”, valga la redundancia.

Cada párrafo, cada idea o cada diapositiva, si se trata de una presentación en Power-Point, debe añadir valor a lo que se está diciendo. De nada sirve incluir una frase gratuita o que carece de información, no educa ni ilustra al lector. Hay que dar información novedosa, aportar una posición crítica frente a lo que se está diciendo.

”

El párrafo se define como una unidad de texto compuesta de una secuencia de oraciones, cohesionadas interna y externamente, las cuales desarrollan un pensamiento o una idea como parte del tema del texto general, con el cual se articula y relaciona. Visualmente, el párrafo se distingue por ser una porción escrita limitada por un punto y aparte. (Niño, 2014, p. 129).

Para tener en cuenta:

### La regla 10, 20, 30

Si de presentaciones se trata, existe una regla que introdujo el empresario Guy Kawasaki, un experto en el mundo de la tecnología. Si bien su impacto directo es para presentaciones empresariales, su regla funciona para cualquier tipo de presentación en PowerPoint e incluso aplica para otros formatos.

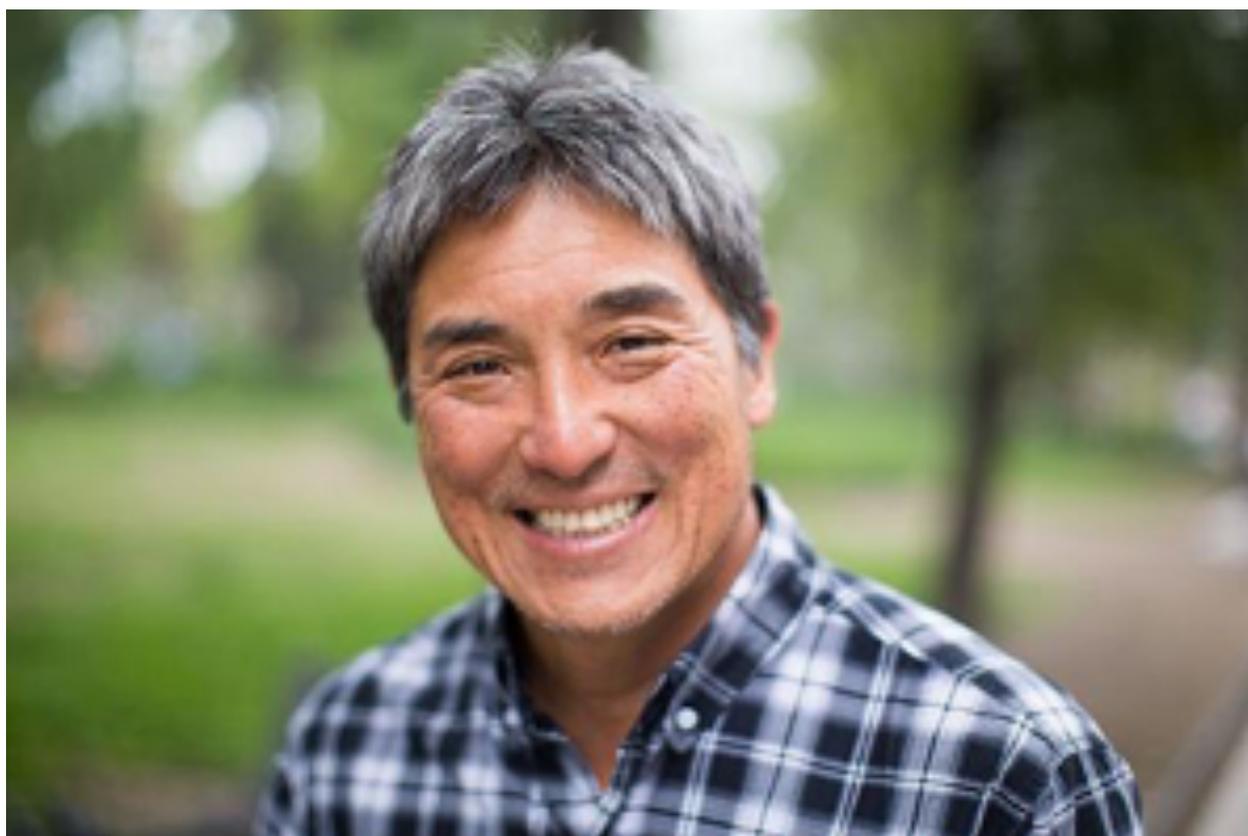


Figura 7. Guy Kawasaki

Fuente: tomado de [https://commons.wikimedia.org/wiki/File%3AGuy\\_Kawasaki\\_at\\_Wikimania\\_2015\\_-\\_2.jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File%3AGuy_Kawasaki_at_Wikimania_2015_-_2.jpg)

La regla habla de lo siguiente: una presentación no debe tener más de 10 diapositivas, su duración no debe exceder los 20 minutos y la fuente utilizada debe ser tamaño 30.

### 10 diapositivas

El ser humano puede comprender un máximo de 10 conceptos en una sola reunión. (Kawasaki, 2005). En ese sentido hay que elegir muy bien qué se pondrá en cada una de las diapositivas.

### 20 minutos

Programar una presentación para que dure 20 minutos funciona muy bien, pues permitirá dejar tiempo para preguntas del auditorio y no aburrirá a la audiencia. Una presentación que dure más tiempo suele tornarse repetitiva y monótona.

### Fuente tamaño 30

Generalmente la gente trabaja las fuentes en tamaño 10, lo que hace imposible que el último de la fila logre ver algo. Y suele ser más molesto aún que el presentador lea textualmente los párrafos escritos en la diapositiva. Cuando esto sucede, parte de la audiencia se adelanta a la lectura y entonces no hay sincronía. De ahí que la sugerencia es trabajar textos tamaño 30. Kawasaki da un algoritmo en caso de que la letra tamaño 30 suene como un dogma: "Elige la persona de más edad de tu auditorio y divide su edad en 2. Ese será el tamaño de la fuente en tu presentación" (Kawasaki, 2005).



Figura 8. Imagen de presentación  
Fuente: shutterstock/332912831?src

Pongamos a prueba los conocimientos adquiridos:

Realice una presentación en Power Point siguiendo la regla 10, 20, 30, para explicar de qué se trata la app Uber.

## **Creatividad y originalidad**

Ser original y pulcro en el momento de escribir es clave para cautivar al lector. Cautivar es el primer paso para lograr que el lector llegue al final de nuestro escrito. Hay que cuidar la composición de las oraciones y buscar que su estructura sea clara. Sin tanto adorno.

“La creatividad es el faro orientador del acto de escribir” (Niño, 2014, p. 45).

Aquí hay algo muy importante que agregar y es que la creatividad tiene que ver con ser original, alejarse de la copia y de la imitación. Hay un aporte fundamental del que escribe y ese es su lenguaje, su estilo y por supuesto, su punto de vista ante la situación o problema que esté abordando.

Está probado que la creatividad se aprende y se ejercita, si se pone diligencia en ello. Sus características fundamentales, según Seltzer y Berntley (2000), son las siguientes:

- Confianza que implica seguridad.
- Libertad de acción.
- Variación de contextos.
- Equilibrio perfecto entre capacidades y desafíos.
- Intercambio interactivo de conocimientos e ideas.
- Producción de resultados reales .

(Niño, 2014, p. 46).

## **La buena ortografía y puntuación**

Un error constante que se presenta al escribir textos en computador, tiene que ver con la confianza que se deposita en los correctores de ortografía de los procesadores de texto u otro tipo de software.

A veces es tanta la confianza en este tipo de correctores que se obvia la ortografía por parte de la persona que escribe el texto. Esto es, sin embargo, un arma de doble filo, ya que en el momento de realizar una escritura que no sea en computador o incluso, en otro tipo de plataforma electrónica que no tenga este tipo de ayudas, quedará en evidencia la falta de conocimiento en esta materia.



Figura 9.  
Fuente: tomada de: <http://www.rae.es>

Siempre será buena idea tener a la mano la edición más reciente del Diccionario de la Real Academia Española o, en su defecto, consultar su sitio web (<http://www.rae.es>) en donde hay herramientas como el Diccionario de la lengua española o el Diccionario panhispánico de dudas para no cometer errores que se pueden evitar.

En cuanto a la puntuación se refiere, vale la pena recordar en este instante la diferencia que hay entre el uso de la coma, el punto seguido y el punto y coma:

”

Cabe mencionar que el punto y coma implica una pausa mayor que la coma, pero menor al punto y seguido. El punto y aparte sirve para cortar un párrafo e iniciar otro, sin truncar de manera brusca el desarrollo de la exposición. El empleo de comas para precisar una frase incidental o incluir información adicional, lo mismo que los guiones y los signos de paréntesis, debe hacerse con cuidado para no redactar un texto faragoso que complique su entendimiento (Rojas y Plaza, 2010, p. 118).



Figura 10. Imagen de palabra  
Fuente: shutterstock/458359537?src

En la vida diaria una de las formas de comunicación a la que siempre nos veremos expuestos es a la comunicación oral o verbal. La palabra se puede expresar a través de lo escrito y también de lo que se habla frente a uno o varios interlocutores.

Existen unas diferencias fundamentales entre los dos tipos de lenguajes:

Lengua escrita	Lengua hablada
No es espontánea	Espontánea
Se aprende con educación	Se perfecciona con educación
Rigidez del lenguaje escrito	Flexibilidad del lenguaje oral
Instrumento: formato papel o virtual	Instrumento: voz humana apoyada con el lenguaje gestual

Figura 11. Diferencias entre los dos tipos de lenguaje  
Fuente: (Castro, 2013)

El lenguaje oral suele ser más espontáneo que el escrito, que como hemos visto se rige por reglas de gramática, sintaxis y ortografía. En la comunicación oral hay un poco más de flexibilidad en las formas y un apoyo importante de la comunicación no verbal, esto es, de los gestos que acompañan cualquier intervención oral: la paralingüística.

Tal vez uno de los asuntos que se mantiene es lo que se pretende con la comunicación oral, esto es, enviar un mensaje a alguien y que sea claro, que se entienda inmediatamente. En este apartado se comparten algunos consejos para que su próxima intervención oral sea exitosa.

### Ser concreto

Siempre hay que tener en cuenta a la persona que va a escuchar su discurso o intervención. En ese sentido hay que ser concreto y sin rodeos. Esto evitará confundir al espectador. Para lograrlo, hay que ensayar y revisar con anterioridad lo que se va a decir, pero básicamente vaya al punto.

### El tono es la clave

El volumen con el que se hable es importante tenerlo en cuenta. Si bien el timbre y forma de hablar de cada persona es diferente, es importante graduar el volumen para no gritar, pero tampoco que no se escuche. Esto dependerá mucho por supuesto del lugar donde se vaya a hablar. Hay que garantizar que todos los asistentes escuchen lo que se vaya a decir.

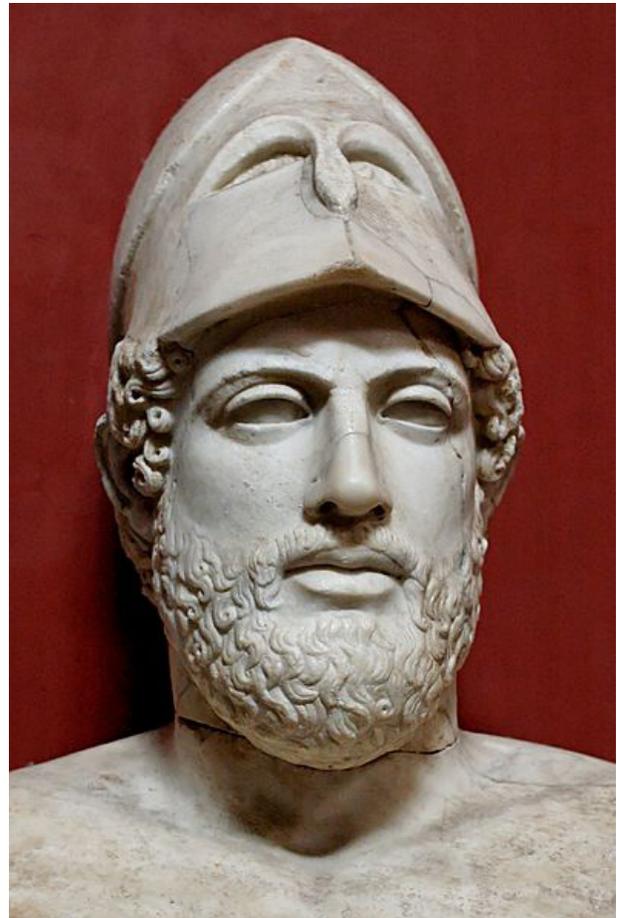


Figura 12. Pericles fue un político gran orador de Atenas. Su tono de voz fue característico  
Fuente: tomado de [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Pericles\\_Pio-Clementino\\_Inv269\\_n2.jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Pericles_Pio-Clementino_Inv269_n2.jpg)



## Video

¿Cómo hablar de forma que la gente te quiera oír?  
TED Ideas worth spreading



Figura 13. Imagen de conferencia.  
Fuente: shutterstock/381212158

### Ser claro, coherente y que le entiendan

El propósito de este tipo de comunicación es no solo que le escuchen decir las palabras, sino que lo que usted dice se entienda. Es importante complementar su intervención con lenguaje corporal que apoye lo que está diciendo en su discurso.



Cerrar las ideas facilitará la comprensión del espectador y a usted le ayudará a evacuar los temas que piensa abordar en la conversación o intervención.

## Conozca su audiencia

Revisar con anterioridad el tipo de personas que lo escucharán, ayudará a que su mensaje llegue exitosamente. Conocerlos le ayudará a utilizar el vocabulario adecuado, e incluso detenerse en las partes que deban ser explicadas con detalle.

## Naturalidad y sencillez

Entre más sencillo sea su discurso se entenderá más fácil y conectará mejor con su audiencia. Sin embargo, sencillo no quiere decir básico en vocabulario o con fallas de estructura en las oraciones, puntuación, silencios y pausas.



Figura 14. Etapas de la planeación del discurso oral  
Fuente: Castro (2013)

Castro, A. (2013). *Comunicación oral: técnicas y estrategias*. Bogotá: Universidad del Norte.

Niño, V. (2014). *La aventura de escribir: del pensamiento a la palabra: cómo componer una obra escrita* (2a. ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones.

Pastor, L. (2010). *Escritura sexy* (2a. ed.). Barcelona: Editorial UOC.

Pérez, J. (2011). *Cómo escribir claro*. Barcelona: Editorial UOC.

Rojas, R. (2010). *El arte de hablar y escribir: experiencias y recomendaciones* (8a. ed.). México, D.F.: Instituto Politécnico Nacional.

Watzlawick, P. (2014). *No es posible no comunicar*. Barcelona: Herder Editorial.

# PENSAMIENTO Y COMUNICACIÓN I

Tito Octavio Bohórquez Gaitán

**EJE 4**

Propongamos



# Comunicación y conexión



## Comunicación y conexión

El éxito de cualquier tipo de comunicación que se emprenda, cualquier mensaje que se quiera enviar está en que haya una conexión con el destinatario. Puede ser uno solo o varios, pero si mientras la persona consume ese contenido, sea escrito o verbal, hace un "clic", y se conecta, el objetivo se ha cumplido. Pero, ¿cómo lograrlo?

Imaginemos un día normal en una oficina: a las ocho de la mañana varios funcionarios se sientan en sus puestos de trabajo, prenden el computador e inician su jornada laboral. Dentro de las actividades que normalmente realizan están:

- Revisar y responder correos electrónicos.
- Cumplir pendientes del día anterior.
- Preparar informe para presentación en algún comité.
- Reuniones de trabajo.

En este breve listado todas las actividades implican actos comunicativos. Escribir correos electrónicos suele ser una actividad en la que se cometen varios errores ortográficos en cualquier tipo de mensaje que se envíe. Como vimos en el eje 2 es una herramienta en la que se debe ser responsable con su uso.

Pero pasemos al siguiente punto. Dentro de las tareas enunciadas se encuentra la preparación de un informe para presentar en un comité. Esta tarea supone una presentación oral seguramente, apoyada en unas cuantas diapositivas de PowerPoint a las que, por supuesto, se les aplicará la regla 10, 20, 30 enunciada en el eje anterior.

Pero, ¿cómo hacer para que la presentación oral sea exitosa?



Figura 1. Imagen de exitoso  
Fuente: shutterstock/447034384

## Consejo N° 1: la elocuencia de su lado

Según la Real Academia Española, "la elocuencia se refiere a la facultad de hablar o escribir de modo eficaz para deleitar, conmover o persuadir"



Figura 2. Imagen de elocuencia  
Fuente: shutterstock/164749481

Existen algunas frases que son lugar común en el momento de realizar presentaciones orales en cualquier ámbito, estas se cruzan por la mente del expositor y generalmente le llenan de dudas e inseguridad. Algunas de estas frases se indican en la figura siguiente.

- |   |  |
|---|--|
| ▶ «Enfrentarme a un público que no conozco.»                          | ▶ «No crear <i>feedback</i> con el público.»                                 |
| ▶ «Que el público no esté atento y que muestre falta de interés.»     | ▶ «Ver malas caras entre el tribunal o el público.»                          |
| ▶ «Que se me note la inseguridad en la voz.»                          | ▶ «Miedo de no gustar por la manera de ser o de vestir.»                     |
| ▶ «Dar una imagen prepotente.»  | ▶ «Hacer el ridículo.»   |
| ▶ «Pensar que al público no le gustará lo que expreso, o mi trabajo.» | ▶ «No poder disimular que no acabas de creer lo que digo o lo que defiendo.» |

Figura 4.  
Fuente: (Baró, 2011)

A pesar de que algunas de estas frases en su experiencia sean ciertas, es posible que sean ideas que esté asumiendo sin antes probarse ante un escenario. La clave en ese sentido es la preparación.

Si usted prepara el material que va a compartir y conoce bien las dudas que podrían surgir, lo más seguro es que esto le brinde la seguridad necesaria para lograr una buena intervención. La elocuencia la dará entonces el conocimiento sobre lo que se va a hablar, o escribir, si se trata de la preparación de un discurso a comunicarse de forma oral.

Si tiene una presentación grupal, es mejor que tenga conocimiento de todo el material. Esto porque si algo sucede y usted debe dar apoyo, sabrá de qué va la presentación y no quedará perdido. Utilice fichas que le sirvan de apoyo, así como anotaciones en su presentación.

En este video Nancy Duarte explica cuál es la estructura secreta de las grandes intervenciones.



## Video

La estructura secreta de las grandes intervenciones.

Nancy Duarte.

Este video lo encuentra disponible en la página de inicio del eje 4.

## Consejo N° 2: conozca el auditorio

“Das Publikum, das ist ein Mann Der alles weiss und gar nichts kann (el público es un personaje que lo sabe todo y que no sabe hacer nada)” *L. Robert Thornow: Das Publikum* (Puchol, 2006, p. 75).

No será lo mismo un salón de clase con 20 personas con las que se tiene un contacto cercano, por ejemplo, sus compañeros de clase; a un auditorio con 200 desconocidos. Si de conectar se trata, seguramente será más fácil reconocer qué podría funcionar con los 20 que con los 200. Sin embargo, es posible lograrlo con ellos también.

Conocer el tipo de audiencia a la que se hablará, dará insumos importantes para lograr una intervención exitosa. Analicemos el caso de un político colombiano que debe dar un discurso en Pijao, Quindío. Algunos elementos que debería tener en cuenta serían:



Figura 3.  
Fuente: shutterstock/378082021

Ahora que se tiene esta información, seguramente lo que debe hacer el político es buscar con tiempo qué datos relevantes podría mencionar referentes a la minería, por ejemplo.

También podría revisar qué información interesará al público joven que asistirá. Asimismo, por tratarse de un lugar sin sonido amplificado, deberá utilizar algún recurso para apoyar su discurso. Incluso la forma de vestir puede ser un elemento clave para poder comunicarse bien.



Figura 6. Steve Jobs, directivo de Apple hacía presentaciones exitosas  
Fuente: tomada de <https://www.flickr.com/photos/acaben/541326656>

En este video se puede ver a Steve Jobs en acción durante la presentación del iPhone. ¿Qué aspectos resaltas de su intervención?



## Video

Presentación del iPhone por Steve Jobs.

Proferr.com

Este video se encuentra en la página de inicio del eje 4.

La consecuencia de realizar estas tareas será que tendrá más posibilidades de conectar con su audiencia, de persuadirlos y lograr que su mensaje llegue satisfactoriamente.

Si conoce su audiencia tendrá un terreno ganado, de lo contrario, averigüe con los organizadores, cómo está conformada, esto le facilitará la tarea. Estos son algunos de los aspectos que es necesario conocer antes de enfrentarse a cualquier audiencia.

IDENTIFICACIÓN DE AUDIENCIAS		
Edad	Nivel de educación	Intereses comunes
Género	Líderes de opinión relevantes	Profesiones involucradas

Tabla 1.  
Fuente: propia

## Instrucción

Lo invitamos a realizar la actividad de repaso propuesta en este eje, para poner en ejercicio los conocimientos aprendidos hasta el momento.

### Consejo N° 3: hágalos sentir bien



Figura 7. Imagen de risa  
Fuente: shutterstock/199703102

Sin importar los temas que vaya a abordar en su intervención, hacer sentir bien a la audiencia, es necesario y ayuda de gran manera a facilitar la conexión. Hacer sentir bien a la audiencia se refiere básicamente al buen sentido del humor del orador.

”

El buen humor, o la risa, distensionada, rompe el hielo entre el orador y los asistentes y entre más pronto suceda ese momento, mejor para ambas partes. Una forma de lograr esto es a través de las anécdotas.

Las anécdotas son esas historias breves que son entretenidas, hechos curiosos. Si el orador tiene un buen par de historias a la mano, logrará involucrar a la audiencia de inmediato.

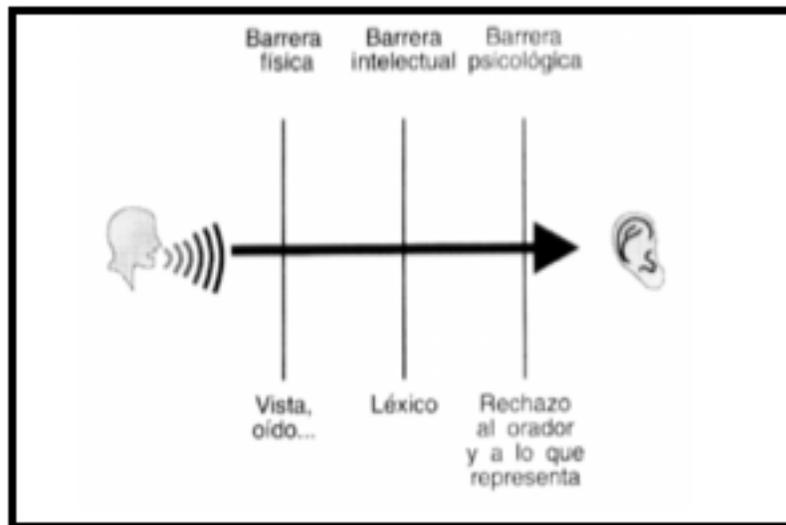


Figura 8. Las barreras de la comunicación  
Fuente: Puchol (2006)

Es importante poder lograrlo al inicio de la intervención, incluso si en la anécdota está incluido el orador, aún mejor: lo mostrará humano, lo bajará del pedestal en que se suelen poner a los que hablan frente a los auditorios. En otras palabras, el espectador lo verá como otro igual, luego se vencerá más de una barrera de comunicación.

Puede profundizar en las barreras de comunicación en esta lectura.



## Lectura complementaria

*Hablar en público*

Luis Puchol Moreno

Esta lectura se encuentra disponible en la página de inicio del eje 4.

Así como nos comunicamos todo el tiempo, lo mismo sucede con las historias, pues a lo largo del día vivimos contando o escuchando historias. Están inmersas en nuestras rutinas y allí es donde debemos revisar para sacarlas a relucir en el mejor momento de nuestra presentación.

Si bien puede que sean situaciones reales que le hayan ocurrido a usted, no está mal recurrir a la ficción. Eso sí, la historia que invente debe ser coherente, verosímil y aportar al momento de su presentación.



En este terreno de la ficción no estamos hablando de historias verdaderas o falsas, aquí entramos al terreno de las licencias poéticas. Si logra crear una historia jocosa y divertida y que funciona para el propósito de su presentación, debería incluirla.

Otro de los recursos que puede utilizar es el de actualizar historias ocurridas en el pasado. En lugar de contar la historia de un rey y sus criados, actualícela e instálela en lo empresarial, por ejemplo.

1. Hable de cosas cercanas a la experiencia diaria de su audiencia (la técnica de las parábolas del Nuevo Testamento).
2. Póngale un nombre propio a los personajes que intervienen (la técnica de los escritores de cuentos para niños).
3. Extraiga una moraleja de su historia, y establézcala claramente al final (la técnica de los fabulistas).
4. No cuente detalles innecesarios (la técnica del contador de chistes del pub).

Figura 9. Cómo contar una buena anécdota  
Fuente: Moreno (2006)

Hay un aspecto importante al momento de contar cualquier anécdota y es no herir susceptibilidades en el auditorio. Por eso es importante conocer con antelación el tipo de personas que estarán allí. El sentido del humor debe ser inteligente, respetuoso y sobre todo decoroso. En un escenario académico, por ejemplo, las palabras soeces no tienen cabida como tampoco lo tendrían en un auditorio empresarial.

## Consejo N° 4: consulte referentes



Figura 10

Fuente: Fuente: shutterstock/1653242024

La práctica constante es lo que hará que esas frases que citamos arriba se desaparezcan o se reemplacen por frases positivas. Consultar referencias de grandes oradores es una opción para ir identificando esos elementos que utilizaron en sus discursos.

A continuación, un extracto del discurso de posesión del expresidente norteamericano Barack Obama en su primer mandato, que se reconoce como uno de los discursos modelo a seguir. También puede ver el video de este discurso aquí.



### Lectura complementaria

#### *Discurso posesión Barack Obama*

Carlos Fernando Pérez

Este video lo encontrará en la página de inicio del eje 4.

Es bien sabido que estamos en medio de una crisis. Nuestro país está en guerra contra una red de violencia y odio de gran alcance. Nuestra economía se ha debilitado enormemente, como consecuencia de la codicia y la irresponsabilidad de algunos, pero también por nuestra incapacidad colectiva de tomar decisiones difíciles y preparar a la nación para una nueva era. Se han perdido casas; se han eliminado empleos; se han cerrado empresas. Nuestra sanidad es muy cara; nuestras escuelas tienen demasiados fallos; y cada día trae nuevas pruebas de que nuestros usos de la energía fortalecen a nuestros adversarios y ponen en peligro el planeta. [...]. Hoy estamos reunidos aquí porque hemos escogido la esperanza por encima del miedo, el propósito común por encima del conflicto y la discordia. Hoy venimos a proclamar el fin de las disputas mezquinas y las falsas promesas, las recriminaciones y los dogmas gastados que durante tanto tiempo han sofocado nuestra política. [...]. Al reafirmar la grandeza de nuestra nación, sabemos que esa grandeza no es nunca un regalo. Hay que ganársela. Nuestro viaje nunca ha estado hecho de atajos ni se ha conformado con lo más fácil. No ha sido nunca un camino para los pusilánimes, para los que prefieren el ocio al trabajo, o no buscan más que los placeres de la riqueza y la fama. Han sido siempre los audaces, los más activos, los constructores de cosas –algunos reconocidos, pero, en su mayoría, hombres y mujeres cuyos esfuerzos permanecen en la oscuridad– los que nos han impulsado en el largo y arduo sendero hacia la prosperidad y la libertad. [...]. Marquemos, pues, este día con el recuerdo de quiénes somos y cuánto camino hemos recorrido. En el año del nacimiento de Estados Unidos, en el mes más frío, un pequeño grupo de patriotas se encontraba apiñado en torno a unas cuantas hogueras mortecinas a orillas de un río helado. La capital estaba abandonada. El enemigo avanzaba. La nieve estaba manchada de sangre. En un momento en el que el resultado de nuestra revolución era completamente incierto, el padre de nuestra nación ordenó que leyeran estas palabras: “Que se cuente al mundo futuro... que, en el más profundo invierno, cuando no podía sobrevivir nada más que la esperanza y la virtud... la ciudad y el campo, alarmados ante el peligro común, se apresuraron a hacerle frente”. América. Ante nuestros peligros comunes, en este invierno de nuestras dificultades, recordemos estas palabras eternas. Con esperanza y virtud, afrontemos una vez más las corrientes heladas y soportemos las tormentas que puedan venir. Que los hijos de nuestros hijos puedan decir que, cuando se nos puso a prueba, nos negamos a permitir que se interrumpiera este viaje, no nos dimos la vuelta ni flaqueamos; y que, con la mirada puesta en el horizonte y la gracia de Dios con nosotros, seguimos llevando hacia adelante el gran don de la libertad y lo entregamos a salvo a las generaciones futuras (Velilla, 2015, p. 19).

¿Qué aspectos considera relevantes del discurso de Barack Obama?

¿Qué fue lo que más le gustó del discurso?

## Consejo N° 5: ensaye, ensaye, ensaye

Uno de los factores que puede llegar a influir en el éxito de cualquier presentación oral es la preparación, entiéndase, ensayar. Si usted ensaya, prepara, practica, lo más seguro es que estará muy seguro el día de su presentación.

“Memorice sobre todo el “gancho” del comienzo o, por lo menos, conózcalo tan bien que le baste una mirada a sus notas para recordarlo, y también los mensajes finales” (Velilla, 2015, p. 88).

No lea nada de su presentación. Si usted es el experto en lo que va hablar, sería extraño leer algo textualmente de la pantalla o de algún manuscrito que tenga en su poder. Leer palabras sueltas, cifras o algún otro dato que requiera precisión está bien, pero si no los tiene, no debería hacerlo porque un dato incorrecto puede dañar su credibilidad.



Figura 11. Imagen de ensayo  
Fuente: shutterstock/577568941

”

Es válido ensayar con sus amigos, frente al espejo, mientras camina. Repase el orden de su presentación, una y otra vez. Un buen recurso para poder ensayar y repetir es grabarlo con una cámara. Hoy es más fácil pues casi todos los celulares cuentan con cámara frontal.

Póngase cómodo, inicie la grabación, haga toda su presentación y luego revíselo. Esto le ayudará a identificar muletillas, tono de voz, paralingüística, dudas o datos que dejó de mencionar.

No practicar hasta convertirse en un “robot parlante”, pero tampoco dejarlo todo a la improvisación del momento

(Velilla, 2015, p. 89).

Baró, T. (2011). *Saber decir*. Barcelona: Ediciones del Serbal.

Puchol, L. (2006). *Hablar en público* (3a. ed.). Madrid: Ediciones Díaz de Santos.

Velilla, R. (2015). *Comunicación: el arte de persuadir con palabras*. Barcelona: Editorial UOC.

Esta obra se terminó de editar en el mes de Septiembre 2018  
Tipografía BrownStd Light, 12 puntos  
Bogotá D.C,-Colombia.



**AREANDINA**

Fundación Universitaria del Área Andina

---

MIEMBRO DE LA RED

**ILUMNO**