



Comunicar

ISSN: 1134-3478

info@grupocomunicar.com

Grupo Comunicar

España

Bueno Monreal, María José
Hacia una perspectiva comunicativa de los procesos educativos
Comunicar, núm. 7, octubre, 1996
Grupo Comunicar
Huelva, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15800727>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Reflexiones

Hacia una perspectiva comunicativa de los procesos educativos

María José Bueno Monreal

La autora analiza cuidadosamente los distintos elementos de la comunicación, así como sus diferentes tipos con el objeto de remarcar la importancia que tiene este concepto en el ámbito docente. De entre todos los tipos, destaca la comunicación instrumental o de masas, propia de los medios de comunicación y que es responsable de la incorporación del medio social a la escuela. Igualmente, se plantea la docencia más innovadora como una nueva forma de comunicación.

En general, los procesos educativos siempre han estado conexionados con los procesos comunicacionales. Es más, sin comunicación no hay educación posible, pudiéndose entender toda acción educativa como un proceso de comunicación. No podemos olvidar que la enseñanza-aprendizaje se desarrolla básicamente a través de un importante proceso de transmisión y de comprensión de la información o mensaje. La gran aportación de la teoría de la comunicación a la educación va a consistir en explicar los distintos elementos como el efecto, los tipos, las modalidades o el propio lenguaje utilizado que interviene. A través del desarrollo de estos elementos se hace posible ofrecer una nueva dimensión y perspectiva de los procesos educativos.

1. Las distintas modalidades de comunicación en los procesos escolares

La comunicación es un proceso que lleva fenómenos de dos mundos, es decir, uno mental y otro físico. Se requiere, por una parte,

una serie de «símbolos» con determinaciones comunes; y por otra, es necesario utilizar operaciones mentales, sin olvidar por supuesto el carácter intencional que existe en cada comunicación. En el proceso comunicativo, se apuesta por un juicio valorativo sobre situaciones o personas, ajenas o propias a uno mismo, quedando implicados aspectos de carácter perceptivo, simbólico y relacionales. En realidad falta una definición unánime sobre comunicación, dada la diversidad existente en lo que respecta a naturaleza, alcance y funcionalidad. Las divisiones más usuales han sido las denominadas sintaxis, semántica y pragmática. En su análisis han intervenido matemáticos, psicólogos sociales, antropólogos y lingüistas, principalmente. Cada uno de ellos ha profundizado en algunas de las instancias que promueve la comunicación, dependiendo de cuál fuera, la definición y las funciones variaban. Algunos autores como Stewart (1988: 113) han hecho hincapié en los aspectos de elicitation del significado, lo que necesariamente

llevará a un énfasis en los mecanismos de interpretación, así como a asociación de ideas, y por consiguiente, a las consabidas pautas de pensamiento.

La comunicación acoge distintos procesos como son los de identificación, elaboración de ideas, perceptivos, memoria e información, mecanismos de toma de decisiones, valoraciones, evaluaciones y situaciones relacionales; sin olvidar toda la cadena que da forma al llamado sistema comunicacional, que a su vez da lugar a lo que denominamos «comunidad» o «institución». Existen diversos tipos de comunicación. Una clasificación de ésta sería la siguiente:

1. La autocomunicación. Es la comunicación intrapersonal, es decir, una persona consigo misma.

2. La heterocomunicación. Es la que se desprende o acoge a más de dos partes. Dentro de ésta se distingue:

2.1 Comunicación interpersonal. Es la relación bilateral entre emisor-receptor que promueve y permite un cambio -un intercambio entre ellos- y donde a su vez es posible un intercambio de papeles.

2.2 Comunicación instrumental o de masas. La comunicación, en este caso, se da a través de un medio de masas (periódicos, cine, radio, televisión, literatura, publicidad, disco, vídeo, cintas magnetofónicas, equipos multimedia, correo electrónico...).

Según cómo analicemos el último tipo de comunicación mencionada -comunicación instrumental-, la comunicación podrá ser considerada unilateral y sin intercambio de papeles; es decir, el receptor es siempre el receptor y el emisor es siempre el emisor, o bien podemos considerar que existe una «reacción», la cual se da a través de cartas de lectores o de oyentes, encuestas o de análisis de programas. Es decir,

la comunicación varía en cuanto a forma, pero existe una comunicación que bien podríamos denominar bidireccional, aunque el mensaje o contenido de la información se transmita unilateralmente, al incorporar una «reacción» al proceso de la comunicación. Va a ser precisamente este mecanismo reactivo o crítico, el que deberá ser desarrollado desde instituciones como la escuela.

Por supuesto, no se puede dejar de mencionar que la verdadera educación deberá elicitar procesos de comunicación bilaterales entre las personas implicadas en el proceso. A ello se añadirá que en realidad, es posible e imprescindible desarrollar en la escuela cualquiera de los tipos de comunicación mencionados. La autocomunicación pro-

porcionará procesos reflexivos en la persona así como de pensamiento, los cuales se reflejarán en conductas posteriores, de ahí la importancia de su desarrollo. La heterocomunicación prepara al alumno hacia los aspectos más relacionales de éste. Así, no solamente se establecerá una comunicación interpersonal profesor-alumno, sino que será del todo relevante establecer cauces de expansión para todo tipo de comunicación.

A través de la comunicación instrumental, el alumno se relacionará con el medio donde se inserta, permitiendo la relación contexto-alumno. Los medios de comunicación de masas y las innovadoras tecnologías de la información y de la comunicación constituyen el enlace que permite, entre otras cosas, la incorporación del contexto social a la escuela. De esta forma estos medios son más que meros soportes físicos de comunicación, constituyéndose en auténticos instrumentos de información, cultura y pensamiento.

Las relaciones comunicacionales y formativas que se pueden desarrollar en el centro escolar o escuela, con las consecuencias que se

La autocomunicación proporcionará procesos reflexivos en la persona, así como de pensamiento, los cuales se reflejarán en conductas posteriores. De ahí la importancia de su desarrollo.

siguen de éstas, serían:

- Alumno-alumno ↗ relación social y proceso de enseñanza-aprendizaje
- Alumno consigo mismo ↗ pensamiento y reflexión
- Alumno-profesor ↗ proceso de enseñanza-aprendizaje
- Grupo-profesor ↗ proceso de enseñanza-aprendizaje
- Medio de comunicación-profesor ↗ diseño del currículo
- Medio de comunicación-alumno ↗ aprendizaje y contacto con el mundo externo
- Alumno-escuela ↗ procesos relacionales y formativos
- Profesor-profesor ↗ diseño del currículo
- Grupo de alumnos-escuela ↗ procesos relacionales y formativos

2. Esquemas de comunicación en conexión con los procesos de enseñanza-aprendizaje

Uno de los esquemas más clásicos sobre comunicación es el que aporta Berlo (1988: 55). Según dicho esquema, se distinguen básicamente cuatro elementos: *fuente o emisor, mensaje, canal, receptor*. La fuente o emisor puede ser un individuo, un grupo o un organismo difuso, como una cadena de televisión. No es un requisito el que el emisor se parezca físicamente al receptor. El emisor posee una retroalimentación o *feed-back* con el fin de regular o corregir al sistema. El canal es como un conducto, un soporte de carácter material. El mensaje sería como el resultado del emisor, en el que cabría distinguir el tratamiento que se hace de éste, así como la estructura utilizada, el código, los elementos y por supuesto, el contenido. El receptor es el último elemento en este esquema. En él confluyen aspectos como las habilidades para la comunicación, las actitudes, los conocimientos previos, el sistema social y la cultura.

Según Miller (1969: 20), los elementos de un sistema de comunicación ideal serían *la fuente, el transmisor, el canal, el receptor y el destino*. En la fuente se destaca toda la experiencia pasada, así como las necesidades y

percepciones presentes que influyen en el emisor y que motivan a éste en el proceso de la comunicación. La función del transmisor es la de codificar, es decir, transformar la información en una configuración de signos. Puede ser el mecanismo del habla o de la escritura. El canal es el medio a través del cual se envía el mensaje. El receptor invierte la acción del transmisor, decodificando de esta forma el mensaje. Puede ser el oído o los ojos del receptor. El destino hace referencia al receptor, pero en un momento posterior al anterior, justo en el punto en que se asimila el mensaje decodificado.

En estos esquemas clásicos de la comunicación, el error -cuya fuente se llama ruido- puede provenir por codificación o decodificación y por filtración del error al circular la señal por el canal. Cuando existen altas posibilidades de producirse un error, se dice entonces que el nivel de ruidos es alto. Si los errores fueran muy improbables, el nivel sería bajo.

En general, el modelo del proceso de comunicación puede ser resumido bajo el esquema *fuente-mensaje-canal-receptor*. Si lo trasladamos a los procesos de enseñanza-aprendizaje de corte más clásico y tradicional, la fuente y el receptor se corresponden respectivamente con profesor y alumno. El mensaje a transmitir sería el contenido, y por último, el canal sería el método. El profesor diseña y selecciona los contenidos -el mensaje-, los cuales deberán de ser claros y concisos para que puedan llegar al receptor -alumno-. En función del contenido y de los objetivos determinados por la fuente o profesor, seleccionará el canal más adecuado, es decir, el método.

En cambio, bajo corrientes educativas más innovadoras, como la teoría crítica, la fuente no será únicamente el profesor, sino que el alumno deberá constituirse en fuente o emisor para que realmente el aprendizaje pueda lograr sus objetivos. El alumno se convierte, en este esquema, en importante epicentro, al ser una de las fuentes que determinan el currículo en la escuela. En función del alumno, y en función del medio donde éste se inserte, los

contenidos y los métodos variarán. Desde esta perspectiva comunicativa, se contempla la voz y el mensaje emitido por todas las personas implicadas en el proceso educativo, siendo considerados todos ellos de forma individual, a la vez que colectivamente. La comunicación se desarrolla bajo la forma de auténtico diálogo, la cual rompe las fórmulas tradicionales unidireccionales. Las vías de este discurso rompen toda monotonía para guiarse bajo líneas creativas de comunicación que automáticamente se traducen en líneas de acción. Ahora el aprendizaje cabe ser entendido como un proceso de interacción comunicativa y el papel del educador queda definido como el de facilitador del diálogo. Se entiende pues el aprendizaje como un proceso comunicativo a través del cual los sujetos elaboran sus propios significados y construyen colectivamente la realidad (Ayuste, 1994: 41). De ahí pues que los procesos de enseñanza-aprendizaje puedan y deban ser entendidos como esquemas de comunicación, aplicándose todo lo relativo de estos últimos a los educativos.

3. Los planteamientos estratégicos de los contenidos o mensajes

Uno de los aspectos estudiados ha sido el tema del efecto de la comunicación, en lo que se refiere al contenido y a la forma como es presentada. Se han analizado distintas estrategias: si se presentaba un solo lado de la cuestión o ambos; si se recurría a amenazas; si se incluían conclusiones; repeticiones; canalización de actitudes; así como el orden, el énfasis y la organización del contenido de la comunicación. López Quintas (1985: 151) presenta los siguientes planteamientos estratégicos del

contenido de la comunicación:

- *Planteamiento con respuesta predeterminada.* La forma en que es formulada una cuestión determina a menudo el tipo de respuesta debido a las resonancias que promueve. De esta forma se dan una serie de esquemas que existen detrás del contenido que llevan a la aceptación de uno de los polos, con exclusión

del otro. El autor propone los siguientes esquemas: apertura-oclusión; amplitud-angostura; libertad-opresión; liberalidad-tiranía; tolerancia-represión; independencia-susmisión; autonomía-heteronomía.

- *Planteamiento unilateral.* Se ofrece una única vertiente de la realidad analizada, con exclusión de otras.

- *Planteamiento no matizado.* Conlleva interpretaciones parciales de la realidad.

- *Planteamiento dilemático.* La presentación es por dilemas, sin dar la posibilidad de dar más opciones o una amplitud de opciones.

Respecto a los procedimientos estratégicos se pueden destacar los siguientes:

- *El recurso de la mofa,* como recurso de desacreditar ideologías, personas o instituciones.

- *Deslizamiento del dis-*

curso:

- Deslizamiento de lo individual a lo universal. Se da cuando universalizamos a unas pocas individualidades, provocando una versión falsa y no válida.

- Deslizamiento de sentido. Ante conceptos próximos semánticamente se puede producir por deslizamiento una «contaminación» de aquellos significados próximos entre sí.

- *Valoración por contraste.* La valoración procede por el enfrentamiento con un término

Los medios de comunicación de masas y las innovadoras tecnologías de la información y de la comunicación constituyen el enlace que permite la incorporación del contexto social a la escuela. De esta forma estos medios son más que meros soportes físicos de comunicación, constituyéndose en auténticos instrumentos de información, cultura y pensamiento.

de contraposición, este último con carácter negativo.

No podríamos dejar de tener en cuenta cómo el propio medio de comunicación influye, ya que posee unas características propias que le confieren facultades únicas como instrumento de persuasión. Respecto a los medios que se valen de la letra impresa, éstos ofrecen una serie de ventajas; ventajas que por otra parte, todo docente deberá tener presente a la hora de la selección de medios y métodos. Éstas son las siguientes:

- Permite al lector controlar la velocidad, la dirección y la repetición. Se adapta al ritmo de aprendizaje de cada alumno.
- Ofrece la posibilidad al autor de desarrollar el tema como él quiera, en cuanto a extensión. Permite formas creativas y más libres en el aprendizaje.
- Puede llegar a grandes masas o bien a públicos reducidos y especializados. Se puede utilizar con el grupo grande de clase o bien en formas de enseñanza individualizada.
- Permite entablar claras relaciones con la cultura. Amplía los contenidos a transmitir, poniéndolos en contacto con nuevas formas culturales.
- Existe una participación más activa y creadora por parte del lector.
- Al existir una participación creadora por parte del receptor, se da mayor posibilidad a las reacciones críticas, lo que obstaculiza en mayor grado la persuasión del medio como tal. Permite entonces, el desarrollo de la capacidad crítica del alumno, lo que revertirá en una educación más autónoma e independiente.

Según Casasús (1985: 138), un medio escrito será más eficaz si logra esta fórmula: E=P+C, donde E=Eficacia; P=Presentación; y C=Contenido.

El interés que se tenga ante un medio de comunicación es básico para determinar el

efecto de la comunicación, pues ello unido a la forma, es decir, presentación del «interés», nos llevará a establecer su eficacia. La mayoría de los autores concluyen en que se hace difícil establecer criterios de influencia o de persuasión certeros, ya que se han dado casos de comunicaciones de carácter persuasivo que han logrado un gran éxito en un medio dado y ninguna aceptación en otro. Quizás no debiéramos buscar un cambio brusco de actitudes y conductas como efecto, sino que si partimos de que la comunicación realiza la acción de introducir conceptos, impresiones o simplemente creencias sobre la realidad,

ello conllevaría un proceso continuo de influencias, sin abruptos efectos, teniendo presente una triple dirección, es decir, individual, grupal, o bien colectiva, con efectos distintos en cada caso. Otra dimensión es la que apoya que la influencia se atribuye en la medida en que refuerza creencias, opiniones y conductas preexistentes.

El último aspecto a considerar es el referido al lenguaje, el cual puede ser considerado como el canal natural de toda comunicación lingüística (Aranguren, 1986: 99). El lenguaje influye en el modelamiento del proceso cognoscitivo y valorativo en el hombre. Es un poderoso medio de comunicación de ideas y sentimientos, sirviendo para fundar relaciones con los demás; es pues un medio de socialización. El lenguaje se emplea en la comunicación como un recurso mnemónico que se utiliza para la representación física de ideas, junto con las relaciones que se establecen entre éstas. Se suele desarrollar en una situación social con el fin de difundir información dentro de un grupo dado. Permite al individuo compartir la experiencia de otro/s, y se constituye en una poderosa arma que incita hacia una acción determinada de los grupos implicados. La capacidad que aporta el lenguaje per-

A través de la comunicación instrumental, el alumno se relacionará con el medio donde se inserta, permitiendo la relación contexto-alumno.

mite establecer no sólo una relación interpersonal, sino también intrapersonal, es decir, la persona consigo misma. Esto ayuda al hombre a plantear y resolver problemas, favoreciendo una orientación personal respecto de sí mismo y de sus propios problemas.

Maria José Bueno Monreal es profesora en el Departamento de Didáctica de la Universidad de Valladolid.

Referencias

- ARANGUREN, J.L. (1986): *La comunicación humana*. Madrid, Tecnos.
- AYUSTE, A.; FLECHA, R.; LÓPEZ PALMA, F. y LLERAS, J. (1994): *Planteamiento de la pedagogía crítica. Comunicar y transformar*. Barcelona, Graó.
- BERLO (1988): *El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y la práctica*. Buenos Aires, El Ateneo.
- CARR, W. (1990): *Hacia una ciencia crítica de la educación*. Barcelona, Laertes.
- CASASUS (1985): *Ideología y análisis de medios de comunicación*. Barcelona, Mitre.
- COLOM, A.J.; MELICH, J.C. (1994): *Después de la modernidad. Nuevas Filosofías de la educación*. Barcelona, Paidós.
- CRUZ, M. (1995): «Humanismo y comunicación», en *Vela Mayor*, 6; pp. 81-87.
- D'ORS, V. (1993): *La total formación humana*. Madrid, D'Ors.
- LÓPEZ QUINTAS, A. (1985): *Estrategia del lenguaje y manipulación del hombre*. Madrid, Narcea.
- MACEDA, P. (1994): *La educación ante los grandes cambios culturales. Ideas para otro discurso educativo*. Madrid, Euroliceo de Ciencias Sociales y Humanidades.
- MILLER (1969): *Lenguaje y comunicación*. Buenos Aires, McGraw Hill.
- MORSY, Z. (Dir.) (1995): *Pensadores de la educación*, 3. Francia, ONU.
- VÁZQUEZ FREIRE, M. (1995): «La nueva cultura de la imagen», en *Cuadernos de Pedagogía*, 241; pp. 13-18.
- VARIOS (1994): *Nuevas perspectivas críticas de la educación*. Barcelona, Paidós.



Enrique Martínez 96 para COMUNICAR