

# **Incidencia de la Comunicación en la Estimulación Temprana**

**Téc. Corina Piaggio**

## **Curso de Profundización en Estimulación Temprana I**

**Coordinador Académico: Bertolino Nobre  
Presidente ALAEE**

- 16 de Octubre 2004 -

Derechos reservados ROU



# Comunicación

---

## Definiciones de diccionarios

- Acción o resultado de comunicar o comunicarse
- Escrito breve en que se informa o notifica alguna cosa: he recibido una comunicación oficial.
- Escrito que un autor presenta a un congreso a reunión de especialistas para su conocimiento o discusión: las comunicaciones se leerán en el salón de actos.



# Comunicación

---

## Definiciones de diccionarios

- Unión que se establece o conducto que existe entre ciertas cosas o lugares: hay buena comunicación entre nuestras ciudades.
- Trato entre las personas: comunicación fluida
- Pl. Medios gracias a los cuales las personas se comunican o relacionan, como el correo, teléfono o las carreteras
- Una ventana al mundo



# Comunicación

---

## Definiciones de diccionarios

- Sinónimos: nota teléfonos, mensaje, misiva, telegrama, circular, escrito, correspondencia, conexión, oficio, notificación, aviso, trato, transmisiones, relación, comunicado, saludo, telégrafos, intercambio, carreteras, transporte
- Antónimos: incomunicación, aislamiento



# Comunicación

---

## Definiciones de diccionarios

- En medicina: transmisión de información a un receptor o destinatario
- En psicología aplicada: la comunicación cubre un conjunto de procesos que permiten transmitir y percibir actitudes, creencias e intenciones, considerando el equipamiento biopsicológico común al ser humano



# Comunicación

---

*El lenguaje, el pensamiento veloz como el viento  
Y los sentimientos que dan vida a la ciudad  
Los ha aprendido el hombre por sí mismo,  
Y a cobijarse de frío  
Y a refugiarse de la lluvia.*

Himno al Hombre  
Sófocles 442 AC



# Comunicación

---

- La retórica de Aristóteles:
  - La persona que habla
  - El discurso que pronuncia
  - La persona que escucha
- Aristóteles definió el estudio de la comunicación como la búsqueda de “todos los medios de persuasión que tenemos a nuestro alcance”
- La meta principal de la comunicación es la persuasión



# Comunicación

---

## Dualismo alma-mente, S XVIII

- De acuerdo a esta teoría la comunicación tenía dos objetivos: una era de naturaleza intelectual y otro emocional, uno apelaba a la mente y el otro al alma. Es así que uno de los objetivos de la comunicación era informativo y otro será persuasivo, dirigido a las emociones. Y había un tercero: el de la diversión.





# Comunicación

---

- La comunicación es la base y el principio del desarrollo humano.
- Cuando nos comunicamos nos estamos relacionando con el ambiente, estamos dando y estamos recibiendo estímulos.

REPRODUCCIÓN PROHIBIDA



# Comunicación

---

- Def. de estímulo: Señal o parte peculiar del medio que desencadena una respuesta en un organismo

REPRODUCCIÓN PROHIBIDA



# Umbral - saturación

---

- Para que la comunicación sea efectiva, estos estímulos deberán pasar el umbral y no traspasar los niveles de saturación del receptor.
- Cada receptor tiene umbrales de atención y saturación particulares.
- Si no se toma en cuenta el umbral de atención, el mensaje puede no llegar.
- Si se produce una saturación, ej. traspaso de los niveles de repetición, el efecto puede ser el contrario al deseado.



# Comunicación

---

- “De una manera general existen dos variedades de definición de este término. Según la primera, la comunicación es un proceso en virtud del cual A envía un mensaje a B, que provoca en éste un efecto. La segunda definición ve en ella una negociación y un intercambio de sentido, donde mensajes, gente perteneciente a una cultura y realidad interactúan para que se produzca un sentido y o un entendimiento” O´ Sullivan



# Comunicación

---

- “Cualquier cambio perceptible de conducta, sea intencional o no, dirigido o no, mediante el cual con la ayuda de una o varias personas puede influir la percepción, los sentimientos, las emociones los pensamientos, o las acciones de una o varias personas, háyase o no intentado influirlas.” R Spitz

REPRODUCCIÓN PROHIBIDA



# Comunicación

---

- “La comunicación está desde un principio integrada en cualquier acción humana y en muchos casos es su condición necesaria” R. Williams

REPRODUCCIÓN PROHIBIDA



# Comunicación

---

- Morris estructura el estudio de la comunicación humana de acuerdo a tres áreas.
  - Sintáctica: Se ocupa de a los problemas relativos a la transmisión de la información.
  - Semántica: La preocupación central es el significado
  - Pragmática: La comunicación afecta la conducta y éste es un aspecto pragmático. Desde la perspectiva de la pragmática, toda conducta es comunicación y toda comunicación afecta a la conducta



# Comunicación

---

- ““Nos comunicamos”, actuamos y adquirimos nuestra identidad como miembros de grupos sociales, de culturas y de sociedades al aceptar o modificar dentro de ciertos límites sus respectivos marcos de consenso” M. Montgomery

REPRODUCCIÓN PROHIBIDA





# Comunicación

---

- “Partimos de la suposición básica de que la comprensión de la disciplina que estamos considerando, la comprensión del proceso, de sus factores determinantes y de los efectos de la comunicación aumenta la capacidad natural de cada uno para afrontar todos los problemas de comunicación cotidianos que se nos presentan” Berlo



# Ejemplos de tipos de comunicación

---

- **Comunicación interpersonal** (entre grupos de personas, ej orador-audiencia)
- **Comunicación organizacional** (ej empresas, instituciones)
- **Comunicación no verbal** (manifestación sin el uso del habla, ej movimientos del cuerpo)
- **Comunicación masiva** (a través de los medios masivos)
- **Comunicación diádica** (entre dos personas, ej madre-hijo, maestro-alumno)
- **Existen otras tipologías**



# De acuerdo a los sentidos

---

- Comunicación visual (imágenes, gestos)
- Comunicación auditiva (palabras, música, sonidos)
- Comunicación olfativa (percibir perfumes)
- Comunicación gustativa (saborear)
- Comunicación táctil (por contacto: caricias, palmadas)
- Sus combinaciones



# De acuerdo a la vivencia

---

- Qué tenemos intención de comunicar?
- Qué terminamos comunicando?
- Cómo recibimos lo que nos comunican?
- Qué queremos "escuchar"?
- Cómo respondemos?
- Cómo queremos responder?
- Cómo **interpretamos** lo que recibimos?



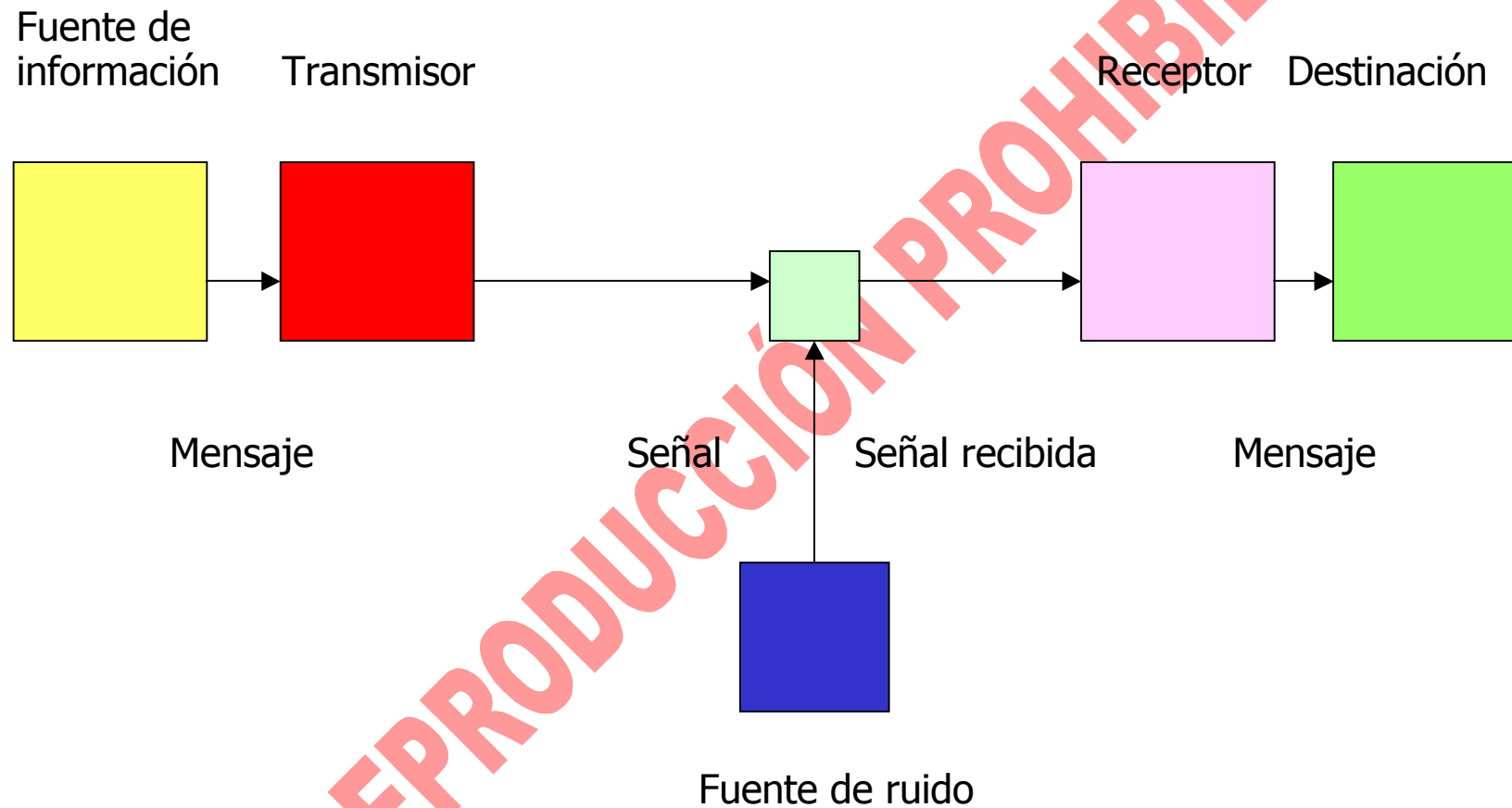
# Modelos de comunicación

---

- Schramm
- Westley y Mc Lean
- Fearing
- Johnson

REPRODUCCIÓN PROHIBIDA

# Modelo de comunicación



## Base de Shannon y Weaver



# Modelo de comunicación

---

- Quién
- Dice qué
- En qué canal
- a quién
- Qué efecto produce

Lasswell, 1948

REPRODUCCIÓN PROHIBIDA



¿Quién?

---

REPRODUCCIÓN PROHIBIDA





# Quién? Emisor

---

- Es el que tiene la intención o no de transmitir un mensaje
- Si tiene la intención, es el que elige qué va a decir a quién y cómo.
- Si no tuvo la intención igualmente generó la comunicación

REPRODUCCIÓN PROHIBIDA



# Factores en la “fuente”

---

- Sus habilidades comunicativas
- Sus actitudes
- Su nivel de conocimiento
- El lugar que ocupa dentro de un determinado sistema socio cultural

REPRODUCCION PROHIBIDA



# Factores en la “fuente”

---

- Existiendo un propósito para la comunicación y una respuesta por producirse el comunicador desea que su comunicación tenga alta fidelidad.
- La palabra fidelidad aquí es utilizada de modo que el comunicador logra lo que desea.
- Un encodificador de alta fidelidad es un codificador que expresa en forma perfecta el significado de la fuente.



¿Dice qué?

---

REPRODUCCIÓN PROHIBIDA



# Mensaje

---

- Def.: “Un mensaje es un signo o una sucesión ensamblada de signos transmitida desde un productor de signos, o una fuente, hasta un receptor o destino” T Sebeok

REPRODUCCIÓN PROHIBIDA



# Código y signo

---

## Código

- Def.: “Todo grupo de símbolos o signos que tenga significado para alguien” F. de Saussure
- Def.: Un conjunto de reglas claras según las cuales un mensaje son susceptibles de convertirse de una de una representación en otra. El código es lo que supuestamente tienen en común, de hecho por asunción, las dos partes que intercambian el mensaje” T Sebeok
- Convenciones, idiomas, dialectos, pautas, ritos, estereotipos



# Código y signo

---

## Signo

- Def.: “Los signos –cualquier marca, manifestación corporal, símbolo, signos utilizados para transmitir pensamientos, información, órdenes, emociones, etc- son la base del pensamiento humano y de la comunicación humana” M. Danesi
- Def.: “Todas las propiedades, atributos o características de todo lo que existe dependen del sistema de signos, representaciones o interpretaciones a través de las cuales adquieren significado” G. Savan.



# Código y signo

---

- “La civilización humana depende de los signos y de los sistemas de signos...” C. Morris
- “Algo es un signo si y sólo si algún intérprete lo considera signo de algo” T. Sebeok
- “El hombre es en lo esencial el “animal simbólico”” Cassirer

REPRODUCCIÓN PROHIBIDA





# Código y signo

---

## Modelo Triádico de Peirce

Signo - objeto – intérprete

- Lo que actúa como signo
- Aquello a lo que el signo alude
- La interpretación que le da el intérprete



# Código y signo

---

- “La versión de su Umwelt será la de un único modelo del mundo, que es un sistema de signos constituido a partir de factores genéticos unido a un cócktail de experiencias...”

REPRODUCCIÓN PROHIBIDA



# Tratamiento del mensaje

---

- Conjunto de elecciones que hace la fuente para estructurar el contenido y el código.
- La forma en que es tratado: Una comunicación no sólo consta de un aspecto informacional. Existe un aspecto emocional que colorea la información y puede estar en contradicción con su contenido. Este es el estilo de la comunicación o tratamiento.
- Y si hay elección hay sentido: precepto básico de la comunicación...sólo se puede asignar significación a lo elegido en contraste con lo no elegido pero podría haberlo sido" J. Fiske



¿En qué canal?

---

REPRODUCCIÓN PROHIBIDA



# Canal

---

- Forma de encodificar el mensaje
- Vehículos de mensaje
- Medios de transporte de la señal

REPRODUCCION PROHIBIDA



# Canal

---

- En comunicación masiva, la estrategia de medios tiene una importancia semejante a la estrategia creativa.
- “El medio es el mensaje” Mc Luhan

REPRODUCCIÓN PROHIBIDA



# Ruido

---

- El ruido es una perturbación que puede producirse en el canal y afecta la fidelidad de la señal.
- Es un elemento que distrae la atención.

REPRODUCCIÓN PROHIBIDA



# A quién

---

REPRODUCCIÓN PROHIBIDA





# Receptor

---

- Sujeto pasivo?

REPRODUCCIÓN PROHIBIDA



# Enfoque diádico

---

- La mayoría de los determinantes claves de una comunicación implican las relaciones entre las características de la fuente y el receptor.
- No podemos predecir el éxito de la comunicación solamente por las habilidades del emisor; es necesario considerarlo con relación al nivel de cada receptor en particular.

REPRODUCCIÓN PROHIBIDA



# Factores en el receptor

---

- Sus habilidades comunicativas
- Sus actitudes
- Su nivel de conocimiento
- El lugar que ocupa dentro de un determinado sistema socio cultural

REPRODUCCION PROHIBIDA



# Decodificación

---

- Un decodificador de alta fidelidad es aquel que interpreta el mensaje con una precisión absoluta.
- Decodificación aberrante U Eco, 1965: describe lo que ocurre cuando un mensaje es codificado con un determinado código y se lo decodifica por medio de otro
- Disonancia: Estado de discrepancia, inconsistencia o conflicto entre las actitudes, las creencias y los valores organizados dentro del sistema cognitivo de un individuo” Festinger, 1957



# Decodificación

---

- Como se trata de un proceso humano, el proceso de la comunicación no está libre de contradicciones.
- Para evitar el fracaso, no sólo es necesario eludir cuidadosamente las contradicciones informacionales –y de estilo-, sino también verificar que exista homogeneidad en los códigos que utilizan el emisor y el receptor.



¿Qué efecto produce?

---

REPRODUCCIÓN PROHIBIDA



# Efecto

---

- Def. : se lo ha empleado tradicionalmente y aún se lo emplea para denotar las supuestas consecuencias directas de los mensajes mediáticos y su impacto sobre los individuos.
- Las consecuencias que pueden ser favorables o funcionales para una institución o grupo de la sociedad bien pueden resultar disfuncionales para otros". Distingió entre "funciones manifiestas y latentes", Merton, 1957

REPRODUCCIÓN PROHIBIDA



# Efecto

---

- Feedback o retroalimentación: es la respuesta que se recibe por parte del destinatario. Esta respuesta puede decirle al emisor si se ha recibido su mensaje tal y como él tenía por objetivo. Y puede, además introducir nuevos elementos.

REPRODUCCIÓN PROHIBIDA





# Conclusiones

---

REPRODUCCIÓN PROHIBIDA



# Conclusiones

---

- Para que el proceso de comunicación se dé, debe haber al menos dos personas.
- Para lograr una comunicación efectiva es necesario que se tenga en cuenta todos los factores que la determinan.
- Tengamos especial cuidado con las interpretaciones.
- La comunicación indeseada provoca igualmente efectos en quien la recibe.
- Hay que estar muy atento a lo que se comunica, cómo se lo comunica y a los impactos que puede producir en el otro.



# Conclusiones

---

- La comunicación es un proceso determinante en el relacionamiento humano.
- El hombre comienza a conocer la realidad que lo rodea a través de la comunicación.
- Los mensajes que reciba, su coherencia, de quién los reciba y cómo los reciba determinarán la percepción de la realidad que se conforme.

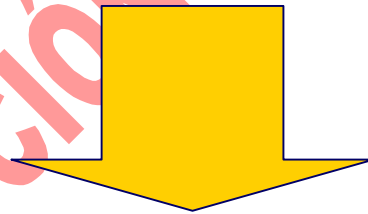
REPRODUCCIÓN PROHIBIDA



# Conclusiones

---

- Todos las señales y estímulos los recibe y los da través de sus sentidos, a través de la comunicación.



Por tanto la comunicación es para la estimulación temprana un instrumento esencial y significativo

*Se autoriza exclusivamente la impresión de este trabajo para uso personal de los asistentes al curso “Profundización en Estimulación Temprana I”. Sin consentimiento expreso por escrito está prohibida cualesquiera otra forma de utilización, edición, difusión, publicación, modificación y/o comercialización por cualquier medio.*