**UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**

**ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE EDUCACIÓN SECUNDARIA**



**IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN EN EL PROCESO DE LA ENSEÑANZA - APRENDIZAJE EN LOS ALUMNOS DEL 4to GRADO DE EDUCACION SECUNDARIA EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA EL AMAUTA EL AÑO DEL 2016**

**TESIS**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE**

**LICENCIADO EN EDUCACIÓN**

**MENCIÓN: LENGUA – LITERATURA**

**Presentado por:**

**Bach. DEUDOR LEANDRO, Reyfol Alan**

**ASESORA: Mg. VILLANES ARIAS, Ada Gabriela**

**PASCO PERU 2018**

 **UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**

 **ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE EDUCACIÓN SECUNDARIA**



**IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN EN EL PROCESO DE LA ENSEÑANZA -APRENDIZAJE EN LOS ALUMNOS DEL 4to GRADO DE EDUCACION SECUNDARIA EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA EL AMAUTA EL AÑO DEL 2016**

**Presentado por:**

**Bach. DEUDOR LEANDRO, Reyfol Alan**

***SUSTENTADO Y APROBADO ANTE LA COMISION DE JURADOS:***

Mg. DELZO CALDERON, Isabel A. Mg. ROJAS MIRANDA, Alipio M.

PRESIDENTE MIEMBRO

Dr. VALENTIN MELGAREJO, Teófilo Mg. LA MADRID VIVAR, Pablo

MIEMBRO MIEMBRO

El trabajo de investigación lo dedicamos en primer lugar, a Dios por darnos la bendición en cada paso que nos hemos propuesto a dar a nuestros padres por sacrificar tantas cosas para darnos una mejor vida, a nuestros familiares que nos han impulsado a seguir superándonos tanto en el ámbito personal como en lo profesional. A todos los docentes que lo largo de estos años me han educado, enseñando y otorgando un poco de su sabiduría en cada asignatura que hemos cursado.

**INTRODUCCIÓN**

El presente trabajo de investigación intitulado “Importancia de la Comunicación en el Proceso Enseñanza- Aprendizaje en los alumnos de 4to grado de la Institución Educativa El Amauta del 2016”, pretende mostrar como la comunicación humana influye en el proceso de enseñanza - aprendizaje de los estudiantes.

 Desde los testimonios dejados por los pensadores de la antigüedad, sobre la eficacia de la comunicación, la que ha sido vinculada a la práctica de la conversación o del debate entre seres humanos y que en algunos casos por similitud también se relaciona con la comunicación de los animales, teniendo presente que los humanos empleamos el lenguaje mientras los animales el instinto, no obstante algunos filósofos suponían que los animales se comunicaban cual seres humanos, así Aristóteles suponía que los peces hablaban, pareciera que “Los griegos antiguos estaban convencidos de que los ratones no solo sabían leer sino, incluso hablar”. Luego cuando se pensaba que los animales hablantes y pensantes habían sido confiados al mundo fantasioso de los cuentos y las fábulas; la profesora STISHKOVSKAYA, en su libro ¿de qué hablan los animales?, registra algunos comportamientos de esto seres a los que corresponda estas acciones verbales: “¡Hola! Te espero”, “No lograré regresar antes del medio día”, “El dueño aquí soy yo”, “Hasta donde se encuentra la miel hay 200 metros”, “De dónde eres”; acciones verbales que para nosotros no indican una comunicación en todo el sentido de la palabra. Ya que a nuestro juicio los etólogos, en particular muestran básicamente sonidos que estudia la vio acústica y en cuya producción intervienen códigos o traductores naturales; pero no códigos reguladores como la gramática en el hablar o la ortografía en la escritura.

 La comunicación humana es un instrumento fundamental en el desarrollo de la humanidad he ahí su relevancia por lo que nos hemos atrevido a investigarla con el propósito de verificar su eficacia en el proceso de la enseñanza – aprendizaje.

 El trabajo de investigación está dividido de la siguiente manera: CAPÍTULO I: Trata sobre el planteamiento del problema, CAPÍTULO II: Comprende sobre el marco teórico, CAPÍTULO III: Habla sobre la metodología del trabajo de investigación, y CAPÍTULO IV: Enfoca sobre los resultados obtenidos.

 El objetivo de nuestra investigación, no es formar grandes conocedores de la comunicación, sino determinar su influencia en el campo educativo sobre todo en el aprendizaje de los estudiantes del Laboratorio de Investigación e Innovación Pedagógica “El Amauta”, institución educativa adscrita a la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión.

 Las conclusiones de la investigación seguramente aportarán conocimientos en el campo de la educación para mejorar la sociedad en donde nos desenvolvemos.

 EL AUTOR

**ÍNDICE**

DEDICATORIA

INTRODUCCIÓN

ÍNDICE

**CAPÍTULO I**

**PLANTAMIENTO DEL PROBLEMA**

* 1. . Identificación y determinación del problema……………………… 08

 1.2. Formulación del Problema………………………………………….. 10

1.3. Formulación de objetivos…………………………………………….. 11

1.4. Justificación del problema……………………………………………. 11

**CAPÍTULO II**

**MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL**

2.1. Antecedentes de estudio……………………………………………….. 13

2.2 Bases teórico-científicos……………………………………………….. 17

2.3. Definición de términos…………………………………………………... 71

2.4. Sistema de hipótesis…………………………………………………….. 73

2.5. Sistema de variables…………………………………………………….. 74

2.6. Operacionalización de variables………………………………………. 74

**CAPÍTULO III**

**METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN**

3.1. Tipo de investigación…………………………………………………… 75

3.2. Nivel de investigación…………………………………………………… 75

3.3. Método de la investigación……………………………………………… 75

3.4. Diseño y investigación……………………………………………………76

3.5. Población y muestra……………………………………………………... 76

3.6. Técnicas e instrumentos de relación de datos………………………. 77

3.7. Técnicas de procedimiento y análisis de datos………………………..77

3.8. Selección y validación de los instrumentos de investigación………. 77

 **CAPÍTULO IV**

**RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

4.1. Tratamiento estadístico e interpretación de cuadros………………... 79

4.2. Presentación de resultados……………………………………………...80

4.3. Prueba de hipótesis……………………………………………………....92

4.4. Discusión de resultados………………………………………………….93

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANEXOS

**CAPÍTULO I**

**PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

* 1. **Identificación y determinación del problema**

Comunicar no es solo escuchar y entender con empatía, aprender a distinguir las emociones y estados de ánimo que acompañan lo que se está diciendo, sino comunicar es transmitir nuestras ideas con efectividad y eficiencia en forma oral o escrita o percibir las ideas expresadas por otros, ya sea que las estemos leyendo o escuchando directamente de nuestro interlocutor.

Es imposible dejar de comunicarse ya que hasta el mismo silencio trasmite un sentimiento, una emoción o una postura especifica. Nos estamos comunicando segundo a segundo durante toda nuestra existencia por lo que comunicarse no significa ser un erudito en el dominio del idioma y saber con exactitud todas las normas y reglas que rigen su uso, sino que va más allá de ello.

 De hecho, siempre hemos creído que los mejores comunicadores son los niños de dos años a pesar de la limitación de su lenguaje. Quienes somos padres sabemos acercar de su efectividad para comunicar sus sentimientos y deseos, conseguir que se entienda los que desean expresar y más importante aún, lograr que se dé una respuesta pronta y favorable a sus demandas.

 Y es la escuela el espacio en la que la comunicación se desarrolla de manera fluida y es el punto de partida de nuestra investigación la que también se relaciona con la enseñanza y el aprendizaje de los estudiantes, entendiendo la enseñanza como el acto dirigido de los docentes hacia los educandos y que gracias a la relación directa entre ambos se produce el aprendizaje que se evidencia en el cambio de conducta de los aprendices, en tal perspectiva la comunicación y la educación van de la mano.

Muchos de los grandes líderes a través de la historia se han caracterizado por haber sido grandes comunicadores y han manifestado que fue la educación el arma de su éxito podeos poner como ejemplo el nombre de Winston Churchill, primer ministro de la Gran Bretaña. Quienes lo escucharon, cuentan que su oratoria contagiaba de entusiasmo a sus oyentes, que transmitía una gran vitalidad y dejaba sentir su magnetismo personal atravesó de sus palabras.

Refiriéndose a la inevitable participación de su país en la segunda guerra mundial, Churchill decía: La guerra es horrible, pero la esclavitud es peor. Para apreciar el extraordinario poder de sus palabras, basta leer algunos aportes de su discurso en las cámaras de los comunes, donde debía presentar la posición del gobierno y su estrategia para enfrentar este conflicto.

Cada uno de sus mensajes llevaba una carga emocional que no dejaba duda sobre su posición o nivel de compromiso con sus ideales. En la primera reunión con su junta de ministros pronunciando una frase que después sería famosa: “Les prometo solo sangre, fatiga y sudor”. Toda su famosa oratoria se lo debe al aprendizaje de sus extensas lecturas y sobre todo a su asistencia a los centros de enseñanza británicas.

La comunicación tiene función trascendental en nuestra relación con la escuela, determina la importancia del acto comunicativo con la enseñanza y por ende con el aprendizaje.

* 1. **FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**.
		1. **PROBLEMA GENERAL:**

¿Cuál es la importancia de la comunicación en el proceso enseñanza - aprendizaje en los alumnos del 4to grado de secundaria en la Institución Educativa el Amauta - 2016?

* + 1. **PROBLEMAS ESPECÍFICOS:**
1. ¿Cómo se relaciona la comunicación con el proceso enseñanza- aprendizaje en los alumnos del 4to grado de secundaria en la Institución Educativa el Amauta - 2016?
2. ¿De qué manera influye la comunicación en el proceso enseñanza- aprendizaje en los alumnos del 4to grado de secundaria en la Institución Educativa el Amauta - 2016?
	1. **FORMULACIÓN DE OBJETIVOS:**
		1. **Objetivo General**

Determinar la importancia de la comunicación en el proceso enseñanza - aprendizaje en los alumnos del 4to grado de secundaria en la Institución Educativa el Amauta - 2016

* + 1. **Objetivos específicos**
1. Describir como se relaciona la comunicación con el proceso enseñanza- aprendizaje en los alumnos del 4to grado de secundaria en la Institución Educativa el Amauta - 2016
2. Explicar de qué manera influye la comunicación en el proceso enseñanza- aprendizaje en los alumnos del 4to grado de secundaria en la Institución Educativa el Amauta – 2016
	1. **JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA:**

Es indudable que la interacción humana tiene éxito o fracaso, como resultado directo de la habilidad para comunicar ideas sentimientos y necesidades. Una pobre comunicación limita la afectividad de cualquier tipo de actividad, produce caos, confusión, agotamiento desmotivación.

Saber comunicar nuestras ideas en público con convicción y efectividad también es de gran interés para los dirigentes empresariales que buscan liderar equipos de trabajo productivo, o para los profesionales en el campo de las ventas, en un mercado donde una de las pocas ventajas competitivas es la atención y el servicio al cliente. Y lo dicho se aprende en los centros educativos y puede ser la diferencia entre conseguir o no un trabajo, entre ascender en la organización o quedar relegado.

Para millones de empresarios independientes que hoy construyen negocios y organizaciones a lo largo y ancho del planeta, comunicar las características, ventajas y beneficios de sus empresas, productos y servicios con entusiasmo, y seguridad efectividad, es el camino hacia un mayor número de clientes y asociados, un mayor volumen de ventas un negocio exitoso.

La comunicación es muy importante para la ejecución de cualquier actividad así por ejemplo para los padres de familia que buscan influir positivamente en la vida de sus hijos.

La comunicación nos ayuda a inculcar en ellos los valores, principios que sabemos que guiarán hacia el logro del éxito.

**CAPÍTULO II**

**MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL**

* 1. **ANTECEDENTES DE ESTUDIO**
		1. **INTERNACIONALES**
1. Tesis: “Relación entre los niveles de satisfacción laboral con la comunicación interna en los colaboradores de una universidad de Guayaquil”. Andrea Isabel CONCHA TORRES (2016) desarrolló un estudio de enfoque cuantitativo.

Esta investigación de diseño no experimental – transversal, aplicó un cuestionario de satisfacción con la comunicación (Downs y Hansen 1977) a una muestra de 103 colaboradores. El estudio concluyó que la comunicación interna tuvo un comportamiento estable en los últimos seis meses, con un nivel de satisfacción del 75%. Los niveles de satisfacción de la comunicación interna fueron altos en los ámbitos de comunicación interna (57% satisfecho y el 13% totalmente satisfecho); comunicación interna entre colaboradores (23% totalmente satisfecho y el 56% satisfecho); y comunicación interna con el supervisor directo (47,10% totalmente satisfecho y el 41,10% satisfecho). A 21 diferencia del obtenido en la comunicación interna organizacional (5,30% siempre, 33,10% frecuentemente)

1. Tesis: “La importancia de la comunicación en la formación de marca y educativa para un artista de la música” presentado Andrés camilo HERRERA MORENO (2008). Pontificia Universidad Javeriana Facultad de Comunicación y Lenguaje.

El autor concluye en su trabajo de investigación que la comunicación es un factor muy importante en la formación de la marca del artista. Ya que es mediante ésta que el artista podrá transmitir sus ideas y podrá llegar a enviar los mensajes que le permitirán crear y consolidar su marca. Es por esto que el artista debe planear muy bien tanto su estrategia de marca como su estrategia comunicativa, ya que el orden y la buena planeación es lo que le dará buenos frutos. Por lo tanto, este trabajo de grado servirá como guía para el artista musical que quiera ser consciente de su proceso de formación de marca y de las herramientas comunicativas con las cuales debería promocionarse. Si un artista de la música quiere llegar lejos, debe llegar a crear una marca a través de la educación. Ya que la marca será esa huella que quedará como registro en la mente de sus seguidores. La consolidación de esa marca sólo se da en el momento en el que el artista es reconocido y posicionado.

* + 1. **Nacionales**
1. Tesis: “Gestión de la comunicación interna y su relación con el clima organizacional” presentado por Charry CONDOR (2017).

En la menciona investigación se establece la relación entre la gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en la Unidad de Gestión Educativa Local Nº 03 de Lima Metropolitana durante el segundo trimestre de 2016. Establece de qué manera se relaciona la gestión de la comunicación interna con el grado de estructura y su influencia en el cargo, la consideración, entusiasmo y apoyo, la orientación hacia la recompensa, la orientación hacia el desarrollo y promoción en el trabajo y el nivel de percepción del clima organizacional en la Unidad de Gestión Educativa Local Nº 03 de Lima metropolitana durante el segundo trimestre de 2016. Describe el estado actual de la comunicación interna en la Unidad de Gestión Educativa Local Nº 03 de Lima Metropolitana, durante el segundo trimestre de 2016. Desarrolla una investigación descriptiva correlaciona y aplica la investigación cualitativa a través de focus group. La población de estudio es de 285 trabajadores y la muestra de 200, de tipo probabilístico de selección aleatoria simple, estratificada por áreas. Los colaboradores se encuentran bajo el régimen laboral D.L. 276 (Carrera administrativa) y el régimen especial D.L. 1057 (Contratación Administrativa de Servicios - CAS. Utiliza dos instrumentos: una encuesta de comunicación interna elaborado por el autor y una de clima laboral estandarizada de Malcolm G. Patterson J., y adaptado de Great Place To Work 2006 con escalamiento de Likert.

1. Tesis: “Comunicación interna y gestión organizacional en la Institución Educativa Micaela Bastidas de Iquitos”. Marisol MONTERO AREVALOS (2014).

En su investigación concluyó que la comunicación interna se relaciona directamente con la gestión organizacional, para lo cual hizo uso de la prueba estadística no paramétrica chi-cuadrada obteniendo el valor de Tt =0.297, Tc = 28.32, con una confiabilidad del 99%. El estudio se aplicó en una muestra aleatoria por conveniencia (31 entrevistados para el instrumento de gestión organizacional y 25 encuestados para comunicación interna). En ambos casos se aplicó un cuestionario que obtuvo 88.5% de validez y 83.5% de confiabilidad.

* + 1. **Regionales y locales**
1. Tesis: Relaciones interpersonales y desempeño de los docentes del nivel secundario en el distrito de Andahuaylas, presentado por PALIMONO RAMON (2010) Tesis presentada en la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, en la que Palomino Román arriba a la conclusión de que la comunicación, el desempeño profesional y el rol docente son espacios a construir entre todos los integrantes de una escuela como unidad social, en el marco de la pertenencia placentera a la misma para la creación productiva, el intercambio de saberes y la generación de cultura.

Del instrumento aplicado el 19% de los participantes manifiesta que existe una deficiente relación interpersonal, y el 67% manifiesta por el contrario que existe una adecuada relación interpersonal y el 14% manifiesta que estas relaciones son excelentes.

* 1. **BASES TEÓRICO-CIENTÍFICAS.**
		1. **ASPECTOS IMPORTANTES DE LA COMUNICACIÓN**.
1. **Etimología. -** Proviene de la palabra latina COMUNICATIO: Acción y efecto de comunicar.
2. **Concepto. -** Es el intercambio de mensaje entre dos personas o más, trato o correspondencia entre dos personas

La comunicación es la acción y efecto de comunicar o comunicarse entre dos personas, siendo el emisor y el receptor, en lo cual debe existir estímulo y respuesta.

En su sentido amplio, la comunicación está referida a los principios en que se basa toda emisión, recepción y comprensión de mensajes que ocurre en la interacción de los seres.

1. **La comunicación humana-Importancia. -** En comparación, la comunicación verbal humana es la más sobresaliente, por ser las más completa, agradable y flexible.

**Importancia. -** La importancia de la comunicación humana, reside en que puede transmitir ideas, juicios, efectos, estímulos y sentimientos por medio de un código o lenguaje, que el mismo ha creado, con este código, el hombre es capaz de producir y emitir todo tipo de mensajes, donde esto no poseen las maquinas, plantas y animales. El ser humano es un ser social, que forma parte del grupo, cuyos miembros están estrechamente relacionados entre sí y con otros grupos y estructuras mayores, Por las razones precedentes y comportamientos múltiples, llámese Educación, trabajo, salud, relaciones familiares, realización familiar, búsqueda dela realización personal para el futuro, la persona necesita hacer uso permanente y a todo momento de diversas formas de comunicación de su medio.

La comunicación implica la existencia de sistemas de signos, es decir de códigos, en aras que el conocimiento sea plenamente compartido por todos los miembros de la comunidad; luego tenga suficiente calidad. Los interlocutores podrán expresar y comprender seriamente y con propiedad lo que quieran comunicar. De igual manera dichas códigos son de naturaleza fónica, gráficas, pictórica y gestual. Esto no se concreta solo en el lenguaje (verbal y ortográfico); sino también en la música, dibujo, pintura, mímica, pantomima, teatro, folklore, propaganda, las señales de tránsito, el cine, televisión, tradiciones, costumbres, etc.

En la comunicación humana, el lenguaje desempeña el que hacer social; una función importantísima, que sin él no será posible el desarrollo de la sociedad; progreso científico-tecnológico-humanístico: ni la realización personal presente y futuro; por último, ni la existencia misma de la persona y la sociedad en conjunta.

1. **Otros sistemas de comunicación. -** Existen diversos sistemas de comunicación:
* El de los seres humanos emplean (signos verbales)
* El de los animales usan (signos no verbales).
* El de las máquinas usan (signos no verbales).

La comunicación entre los animales (hormigas, abejas, delfines, loros, etc.), es solo comunicación automática, sin función cognoscitiva, sin conciencia racional.

Las máquinas electrónicas, a pesar de su gran avance y progreso, solo nos ofrece mensajes limitados y programados.

Por tanto, los animales y máquinas usan signos no verbales (sonidos, márgenes, color, luz, movimiento, etc.)

1. **Aspectos de la comunicación. -** Los aspectos de la comunicación son:
* **Aspecto semántico. -** Es aquel que estudia los significados de los signos.
* **Aspecto físico-mecánico**. - Es el uso de los medios en los cuales el mensaje ingresa como un proceso, entre el emisor y el receptor.
* **Aspecto socio-cultural**. - Es el ambiente social, es el medio social y económico de cada persona y es diferente.
1. **Formas de comunicación**:
* **Comunicación gestual. -** Está constituido por la mímica. Ejemplo:
* Levantar la mano a un vehículo----> Parar.
* Una palmada en la espalda a otra persona--->Hola
* Un apretón de mano con otra persona--->Saludo
* **Comunicación oral o verbal. -** Denomínese comunicación verbal. Comunicación formada por el balbucear, aglutinación, gritos y pronunciación. Ejemplo.
* Un niñito de cuatro meses balbucea.
* Cuando existe un gol…. ¡Gol!
* Se despide alguien……… ¡Chao!
* **Comunicación gráfica u holográfica. -** Esta comunicación es manifestada por el uso de la grafía, signos, símbolos, figuras, gráficos, etc. (x, c, o). En ella también se realizan las redacciones diferentes, siendo personales e institucionales. El autor sugiere.

La comunicación holográfica, por estos lapsos se va restringiéndose en los pueblos del país y extranjero por el avance de la ciencia y la tecnología por remplazo de las máquinas (computadoras y otros). A través de unas décadas futuras se pronostica que no existirá “holografía”; porque todo el mundo apunta a realizar redacciones solamente a computadora. Para mí esto va ser perjudicial en la escritura de los alumnos que se inician en los Centros Educativos y otros. Los profesionales deberían de recomendar que los Docentes de las áreas diferentes practiquen con más ahínco el dominio de la ortografía, caligrafía, tildarían, y concordancia holográfica.

* **Comunicación ciencia y tecnología. -** Esta comunicación se realiza mediante aparatos o máquinas; luego se le denomina comunicación no verbal, se puede realizar a través de cine, TV, telégrafo, radio, computadora, télex, semáforo, campana, para cruzar silbato, aviso a colores, teléfono, telefax, etc. Ejemplo:
* Prendido de un semáforo para cruzar un automóvil.
* El toque de la campana.
* Aviso a colores en un cartel.
* Imágenes en la pantalla de la TV. etc.

En el acto comunicativo estos medios están estrechamente relacionados; carencia de uno de ellos hace que la comunicación no es eficaz. Ejm: Un profesor explica su lección y con atención oyen los alumnos en el salón de clases; en ese momento se produce una bulla por los mismos alumnos. ¿Qué elemento falta? Sin duda el canal; las ondas sonoras sufren interferencias de los ruidos, afectándole al receptor que no puede captar bien el mensaje.

1. **Fenómenos que intervienen en el proceso de la comunicación:**
	* **Fenómeno psíquico**. - Es la elaboración de los pensamientos y/o es un proceso cerebral en el individuo.
	* **Fenómeno fisiológico**.- Cada individuo pone en funcionamiento una serie de órganos de la respiración, de fonación de la articulación, conforme que se consta en los órganos fonadores del habla.
	* **Fenómeno físico.-** Es necesario también un medio físico o ambiente atmosférico (ondas sonoras), propagan los sonidos articulados.

Lo que mencionamos anteriormente se cumple en la comunicación oral (llamado también hablado, auditiva, articulación). Luego se produce en el siguiente orden.

1. **Factores que intervienen en el proceso de la comunicación:**
	* + **La facilidad lexicológica. -** Las personas que poseen sus hermosos vocabularios, no solo podrán transmitir cualquier mensaje, sino, podrá influir acorde con sus propias conveniencias, en el ánimo de su receptor.
		+ **Las actitudes. -** Es la falta de confianza en sí mismo, falta de entusiasmo por el tema que va a tratarse.
		+ **El nivel de conocimiento. -** Una persona que no conoce de fondo del tema, conoce a medio o desconoce totalmente, preferentemente tendrá problemas en la comunicación. Puede ocurrir lo contrario que el emisor conozca tan profundamente el tema, que si no emplea una forma tan técnica al expresarse, no será comprendido su mensaje.
		+ **El contexto social-cultural.-** El nivel social y cultural varia de un país a otro, incluso dentro de un solo país, por tanto, debe tomarse o tener en cuenta las diferencias de niveles.
2. **Modelos del proceso de comunicación. -** Existen muchas formas de entender el fenómeno comunicativo, en función de las perceptivas de cada especialista. Para poder someter la realidad a nuestra apreciación racional, tenemos que hacer uso de las representaciones. Esto porque la realidad en si misma constituye un conjunto de hechos y procesos, de los cuales debe convertirse en elementos simbólicos capaces de ser sometidos a un procedimiento racional por parte del individuo, sin necesidad de apelar de manera directa la observación de lo real a cada instante. En función de esta necesidad es que surgen modelos; es decir, representaciones simplificadas de la realidad que intentan producir la analogía de algún fenómeno, sus características son las siguientes:
* Destacan un conjunto de elementos que han sido seleccionados sistemáticamente.
* Señala relaciones que especifican entre los elementos existentes en el fenómeno.
* Proporcionan tanto una definición del fenómeno como una visualización del mismo.

En la medida que son empleados para explicar un determinado fenómeno, los modelos a decir de Deutsch (1961), cumple en las siguientes funciones:

**Funciones de los modelos de DEUTSCH.**

* **Función organizadora. -** Son las que permiten obtener una imagen general que garantiza con relativa facilidad una primera aproximación a la realidad.
* **Función heurística. -** Son los que hacen posible explícanos las formas de concurrencia de los fenómenos, así como las interrelaciones funcionales que se establece entre sus elementos.
* **Función predicativa.-** Los modelos permiten una disciplina científica, actué predicciones que hacen posible una acción sobre el curso futuro de los fenómenos.

Al respecto de las funciones existen una serie de modelos; luego cada uno de ellos intenta de explicar su misma realidad. La comunicación basándose en sus propias perspectivas enfatizados con unos aspectos de la misma; en la práctica pueden darse tanto convergencia como divergencia entre los modelos diferentes.

**Díaz Bordenave y Carvalho** (1978), plantea varios modelos fundamentalmente de la comunicación y son:

* + - **Modelo físico. -** Este prototipo está constituido por el esquema de SHAMON. Manifiesta, una fuente emisora selecciona ciertos signos de repertorio (alfabeto), organizando con ello un mensaje (organización secuencial), que es transmitido mediante la emisión de señales son percibidas por el mecanismo receptor que también lo decodifica o descifra; es decir reconstruye los signos a los cuales corresponde a las señales. De esa manera el mensaje es recibido por el destinatario y la interferencia física puede ocurrir durante la transmisión. Llamado generalmente <<RUIDOS>>, que hacen que el mensaje no siempre se transmite fielmente. Además, contra la fidelidad de la transmisión fiel sobrecarga de los canales; en cambio refuerzan la fidelidad de la transmisión la redundancia y la repetición. A las personas que carecen este modelo no les interesan los aspectos psicológicos de la comunicación, tampoco las actitudes del receptor, menos las facetas dinámicas de la comunicación humana. Según otros autores este modelo es de las telecomunicaciones.
		- **Modelos psicológicos. -** Estos modelos tratan de relacionar la parte física del proceso de la comunicación con los procesos mentales de las personas que se comunican. Dentro de este grupo destacan las propuestas de OSGOOD, psicológicas que intervienen en el proceso de la comunicación que buscan los modelos psicológicos “HUMANIZARLOS”, pero sin embargo no espera definitivamente de los modelos mecánicos.
		- **Modelos sociológicos.-** Es lo más conocido, al respecto es planteado y opinado por los esposos RILEY; donde menciona. Presenta la comunicación como fenómeno social que ocurre ciertamente entre las personas, pero sin olvidar que estos son miembros de grupos primarios, los cuales a su vez son parte de “ESTRUCTURAS SOCIALES MAYRES”. Los autores que plantean este modelo afirman que las estructuras sociales son segmentos menores del sistema social, es decir de la sociedad.

Esquema del modelo sociológico:

|  |
| --- |
| 1. Intrapersonal
2. Interpersonal
3. Grupal
4. Cultural
 |

Cada uno de estos, en la comunicación son distintas entre una de ellas.

* + - **Modelos semiológicos. -** La Semiología es la teoría general de los signos, por lo tanto es uno de los sustentos teóricos de la comunicación uno de sus más destacados exponentes es Pierde VIGIAR DUBIOS según el esquema que plantea, el comunicador es el intermediario entre el que plantea la realidad objetiva y la realidad significativa en la mente de los interlocutores.

Los postulados de Vigiar, busca por un lado que el comunicador disponga de solidos elementos, para apreciar y representar la realidad de otro que, tenga herramientas para prever los esquemas de asimilación que el receptor movilizara. Lo que busca es evitar la manipulación de las conciencias mediante la comunicación persuasiva.

* + - **Modelos antropológicos. -** Uno de los más caracterizados representantes de este tipo de modelo es de Levi Strauss. Tanto a él como su “Antropología Cultural”, le debemos una iluminación muy penetrante del papel de la comunicación como el instrumento fundamental de la organización de los componentes culturales como auxiliar indispensables de la lógica inherente a la razón humana, sea pueblos llamados primitivos o de los llamados “Sociedad desarrolladas o modernas”, tales descubrimientos permitieron al Antropólogo Edward Hall, organizar sistemas primarios de mensajes.

|  |
| --- |
| * Interacción. \* Temporalidad
* Asociación. \* Aprendizaje
* Subsistencia \* Juego
* Bisexualidad \* Defensa
* Territorio \* Explotación (uso de materiales)
 |

* + - **Modelos socio psicológicos. -** Son los modelos que consideran factores personales de los comunicantes, así como las relaciones entre dos o más personas.
		- **Modelos lingüísticos. -** En una realidad científica y tecnológica como la del siglo XX, no puede resultar extraño que la teoría de la comunicación siendo la comunicación un acto consustancial a la naturaleza humana haya sido impulsado, a mediados del presente siglo, desde el campo de la ingeniería de las comunicaciones. Sin embargo, sus antecedentes más remotos se registran en la filosofía de la antigua

Grecia en la retórica, como ya se ha señalado y sus antecedentes más cercanos están en la lingüística moderna.

* + - **Modelo de Saussure. -** La visión dicotómica, que caracteriza el trabajo científico de SAUSSURE, comienza con un deslinde entre lo que él denomina lengua y habla, es decir, entre un instrumento de comunicación compartido por una sociedad y la ejercitación o uso individual de dicho instrumento. Para comprender a lo que llama el “circuito de la palabra”, cuyo funcionamiento se basa en la participación de, por lo menos, dos individuos: A Y B, que conversan. Pero el acto de hablar solo es posible por la puesta en tensión del sistema nervioso central, que activa las ideas o conceptos y las imágenes acústicas, necesarias para producir los enunciados correspondientes al tema sobre el que se conversa.

Recuérdese que para el mencionado autor, las imágenes verbales o acústicas son las huellas que se registran en la corteza cerebral como resultado del aprendizaje de cada palabra nueva, en otros términos, son las representaciones mentales de los signos verbales.

De acuerdo con el pensamiento de SAUSSURE, el circuito se inicia en el celebro de la persona A con un **proceso psíquico**, en el momento en que un concepto se asocia a una imagen acústica correspondiente; luego, se produce un **proceso** **fisiológico**, que consiste en poner en tensión los órganos de fonación y de articulación, mediante impulsos neuronales que concuerdan con las características de la imagen acústica activada. Como resultados de las operaciones anteriores, se desencadena un **proceso físico,** que no es otra cosa que la propagación de la voz en forma de ondas sonoras que van de la boca de la persona A al oído de la persona B.

En la persona B, los procesos tienen una secuencia inversa primero, el proceso físico que posibilita la llegada de las ondas sonoras de la persona A al oído de la persona B; luego el proceso fisiológico que corre traslado de las vibraciones del tiempo provocadas por los impactos vocales hasta el centro de la audición, donde las seriales auditivas se identifican con la imagen acústica respectiva de la persona B. y, por último, el proceso psíquico que determina la “asociación psíquica de esta imagen con el correspondiente” El “circuito de la palabra” se cierra en cuanto la persona B habla y sus mensajes son identificados por la persona A, como resultado de los procesos ya indicados en la primera fase de la comunicación idiomática.

El mismo SAUSSURE se adelanta a señalar que su “análisis no pretende ser completo”; y agrega que aun cuando “Se podría distinguir todavía: la sensación acústica pura, la identificación de esa sensación con la imagen acústica latente, la imagen muscular de la fonación, etc.

Sin embargo, el citado maestro identifica, además, en el “circuito de la palabra”, una parte activa y otra pasiva: “es activo todo lo que va del centro de asociación de uno de los sujetos al oído del otro sujeto, pasivo todo lo que va del oído del segundo a su centro de asociación. Por último, considera como “ejecutivo” al proceso psíquico activo, esto es, cuando un concepto desencadena una asociación con una imagen acústica, en el cerebro de un hablante; y, por el contrario, considera “receptor” a lo que llama “pasivo”, y que ocurre cuando es la imagen acústica la que provoca la asociación con el concepto respectivo, en el cerebro del oyente.

Sobre la base de tales procesos psicológicos explicados desde una perspectiva asociacionista, SAUSSURE afirma que entre los miembros de una comunidad “ligados por el lenguaje, se establecerá una especie de promedio: todos reproducirán-no exactamente, sin duda, pero si aproximadamente los mismos signos unidos a los mismos conceptos”. También identifica, una “facultad de asociación y de coordinación que desempeña el primer papel de la lengua como sistema”, cuyo dominio es compartido por los miembros de una comunidad idiomática.

En oposición, al carácter social de una lengua, dice que el habla es solo “un acto individual de voluntad y de inteligencia” que implica:

1. La selección de los elementos y las combinaciones pertinentes al pensamiento que se quiere expresar.
2. La puesta en funcionamiento de los mecanismos neuromusculares, necesarios para producir las ondas sonoras correspondientes.

En síntesis, según el análisis de SAUSSURE, los elementos esenciales del “circuito de la palabra” son los interlocutores, en cuyos celebros están localizadas las facultades lingüísticas que generan los mensajes, a partir de los conceptos y a los genes acústicos, propios de una determinada lengua. De estos se infiere que el “circuito de la palabra” o la conversación es, en esencia, un modelo del proceso de comunicación idiomática, que se produce entre dos interlocutores, ubicados uno frente al otro en un mismo ambiente, que intercambian conceptos mediante mensajes. Asimismo, nos queda fuera de toda duda la naturaleza física de las ondas sonoras, la naturaleza fisiológica de la fonación y de la audición y la naturaleza psíquica de las imágenes acústicas, de los conceptos y de sus relaciones.

* + - **Modelo de Bloomfield**. -Guiado por el mismo espíritu estructuralista de ANDRES BELLO y de FERDINAND DE SAUSSURE, de abordar el estudio de la lengua en sí misma, de tomarla como “meta de un conocimiento inmanente”. LEONARD BLOOMFIELD inicia su trabajo de análisis lingüísticos extendiendo una invitación muy didáctica, para destacar, en primer lugar, el uso y el, valor practico de la lengua.

BLOOMFIELD dice: “comencemos por observar un acto del habla en circunstancias simples”.

Y aquí, para evitar el riesgo de distorsión, se va a repartir el ejemplo que el plantea: “Supongamos que Jack y Jill están caminando por un sendero. Jill tiene hambre. Ve una manzana en un árbol. Hace un sonido con su laringe, lengua y labios. Jack salta la cerca, trepa el árbol, coge la manzana, se la trae a Jill y la pone en su mano. Jill se come la manzana”

En esta sucesión de acciones distingue:

1. Hechos prácticos que proceden el acto del habla.
2. Acto del habla.
3. Hechos prácticos que siguen al acto del habla.

A los primeros hechos prácticos (la sensación de hambre y la sensación visual de la manzana) que afectan al hablante Gin les da el nombre de “estímulos del hablante”. A los hechos prácticos que siguen al acto del habla (coger la manzana y dársela a Jill) que conciernen, en primer lugar, a Jack, que es el oyente, los denomina “respuesta del oyente”. Los últimos actos corresponden a Jill que recibe la manzana y se la come. Todo esto hace suponer que la “aparición del acto del habla” (y, como veremos las palabras que lo expresan) y todo el conjunto de hechos pacticos antes y después de él, depende de la completa historia de la vida del hablante y del oyente”.

Si las relaciones entre Jill y Jack no fueran buenas, ella no habría hablado y se hubiera quedado de hambre, viendo la manzana. O Jack no se le hubiera alcanzado aun cuando ella se le hubiera pedido. En otra situación, si Jill hubiera estado sola, la satisfacción de su hambre, que es una cosa importante para sobrevivir, hubiese dependido de sus propias habilidades para coger la manzana o no. En este caso, hubiese estado en una situación muy parecida a la de un animal, que va directamente de los estímulos prácticos a las respuestas prácticas, confiando en su sola fuerza y habilidad para no quedarse hambriento. No es difícil advertir, en estas exposiciones y en las siguientes, la adhesión del citado lingüista al conductismo inicial, cuyo reduccionismo, le impidió, tal vez, hacer un análisis más completo.

En un esquema muy simple, representa con ‘E’ a los hechos prácticos que funcionan como estímulo del hablante, y con ‘R’ a los hechos prácticos que corresponde al oyente:

E­­­­ 🡪 R

Luego, señala que Jill está en ventaja frente al animal, por cuanto ella dispone de fuerzas suficientes para conseguir la manzana y cuenta con el habla, que le permite hacer que otra persona consiga el alimento para ella. Y afirma que con el uso, de la lengua una persona que tiene estímulos E, sin el recurso de sus propias fuerzas y habilidades, puede obtener respuestas R de otra persona. Con esta observación destaca la importancia del lenguaje en la división del trabajo y la capacidad que tiene una persona de influir sobre otra mediante la palabra.

Al referirse al acto del habla, lo divide en tres momentos y dice que en el primero, Jill “movió las cuerdas vocales (dos pequeños músculos en la laringe), la mandíbula inferior, la lengua, etc. en forma tal que imprimo al aire la forma de ondas sonoras. Estos movimientos del hablante son una reacción al estímulo E. En lugar de realizar la reacción R práctica (o manual) específicamente, dirigirse a buscar la macana ella realizo estos movimientos vocales, una reacción hablada (o sustituyentes) que representaremos con una ‘t’ minúscula. Y añade: “En suma. Entonces, Jill como hablante, tenía no solo una sino dos posibilidades de reaccionar frente al estímulo”.

E🡪R (reacción práctica)

E🡪r (reacción lingüística sustituyente)

En el presente ejemplo, Jill opto por la reacción lingüística.

En el segundo momento del acto del habla, “las ondas sonoras formadas en el aire que había en la boca de Jill produjeron ondas similares en el aire circundante”.

Y en el tercer momento las ondas sonoras impactan en los tímpanos de Jack, desencadenándole una reacción nerviosa que le permite oír las palabras de Jill como “estímulos hablados (o ‘sustituyentes)”. A datos, BLOOMFIELD representa con la letra ‘e’ minúscula. Y concluye de esta manera: “Cuando vemos a Jack hacer algo (alcanzar la manzana, por ejemplo), su acción puede deberse, no solo, como las acciones de los animales, a un estímulo practico (tal como el hombre y la vista de una manzana), sino con la misma frecuencia, a un estímulo hablado. Su acción, R, puede ser impulsada no por uno sino por dos tipos de incitantes”.

(Estimulo práctico) E🡪R

(Estimulo lingüístico sustituyente) e🡪R

Por último, utiliza una línea punteada que representa la relación entre “los movientes vocales de Jill…y la precepción de Jack”. De esta manera puede esquematizar las dos formas humanas de responder frente a un estímulo determinado:

Reacción muda: E🡪R

Reacción condicionada por el habla: E🡪r…🡪R.

Como se ve, la proclamada vocación de BLOOMFIELD (1933: 37) por el “materialismo científico”, lo induce a una explicación mecanicista de “causa y efecto”, a pensar que el acto del habla “r….e” es solo un hecho, mediante el cual el hablante (en el ejemplo, Jill) produce una cadena de sonidos, que no tiene ningún valor en sí misma, salvo el de hacer referencia a “cosas más importantes” que la confieren un “significado”. Puntualiza, igualmente, que un acto del habla “r……e” servirá nada (BLOOMFIELD, 1933: 29), extrañamente, sin que ninguno de ellos exprese ni asigne significados a las ondas sonoras. Sin embargo, la experiencia cotidiana nos da muchos ejemplos en los que el estímulo practico E y la respuesta practica R se da en la misma persona que habla. Así ocurre cuando una persona le dice a otra:

-Tengo mucha sed. Voy a servirme un poco de agua helada.

En otro caso.

-A las 4:40 tengo clase. Me voy. Nos vemos más tarde.

Como se ve, la generalización conductista de que el acto del habla solo sirve para que la R se produzca en una persona diferente a la que siente el E es, a todas luces, inconsistente. Y la prescindencia del significado en el análisis del habla es inaceptable. Pues, aun cuando el citado autor estima que los significados carecen de pertinencia para el análisis lingüístico, porque “el lingüista se ocupa solo de los signos del habla”, no se puede obviar que los signos, en general, solo son objetos significantes en cuanto expresan significados, conceptos o conocimientos. En consecuencia, no se puede concebir signos lingüísticos que no sean la expresión de determinados significados. Cuando los sonidos no tienen significado no son signos; por eso, el sonido que corresponde a un fonema o una silaba no es un signo, sino una unidad distintiva. Los signos lingüísticos siempre expresan significados. De tal manera que, la prescindencia de estos elementos es solo un artificio positivo.

 Su actitud positivista se puede observar también habla y no necesariamente por un E. Un personaje político hace una afirmación como esta, en un programa de televisivo:

“En el Perú goza ahora de una sólida economía” (acto de habla A).

Al día siguiente, un periodista le pregunta: ¿Cómo se explica entonces el fuerte incremento de la pobreza extrema, del subempleo y del desempleo? (acto del habla B).

Es fácil imaginar la respuesta del político.

Lo que interesa destacar aquí es que el acto de habla A no le sigue, necesariamente, una respuesta práctica. Algunos televidentes comentaran: “Es una gran verdad”, otros dirán: “Ésta es otra gran mentira del gobierno” y no faltaran quienes continúen indiferentes, en sus quehaceres, que nada tiene que ver con la declaración del político. De otra lado, está muy claro que, el acto del habla B ha sido motivado por el acto de habla A. Es evidente, además, que las personas hablan n siempre motivadas las por razones prácticas.

1. **Clases de comunicación. -** Para el estudio más didáctico del proceso de la comunicación, consideramos los más conocidos como:
* Comunicación interpersonal.
* Comunicación grupal o intermedia.
* Comunicación masiva.
* **Comunicación interpersonal**. - Es el tipo de comunicación más común que utilizamos a diario en nuestros quehaceres cotidianos en el trabajo en las conversaciones rutinarias en el club, etc. Casi siempre se da un proceso de interacción social, es decir se han puesto en juego influencias reciprocas entre dos o más seres humanos.

Los participantes en el proceso de la comunicación, pertenece a una determinada formación social, así como a un marco de referencias, por ello el proceso de comunicación interpersonal, cuyo modelo que postula Amayo la Rosa Pinedo en su obra psicología de la comunicación, considera los siguientes elementos.

|  |
| --- |
| \*Formación Social \*Marco de Referencia\*Emisor \*Mensaje\*Código \*Perceptor |

* + - **Formación Social. -** Cada sociedad presenta sus propia características, y cada uno estructura de un modo particular y comprende elementos con una relación funcional entre sí. Cada sociedad posee una cultura propia con rasgos peculiares en todos los elementos que conciernen a una superestructura (político, social, económico, etc.). Y es nuestro contexto social lo que nos enseñó a percibir la realidad de una manera específica a cerca de los mensajes que viene hacia nosotros haciendo uso de los códigos permanentes.

A medida que nuestra sociedad en la que estamos inmersos evoluciona, introduce cambios en las modalidades perceptuales. Del ayer de nuestra historia a hoy ha habido muchos cambios significativos.

Nuestra historia social, merece la valoración acorde con el comportamiento de su tiempo y los grupos existentes en la sociedad.

* + - **Marco de referencia**. - viene a ser los que se llama <<Marco concreto>> Aquí se verifican las actitudes comunicacionales de los sujetos y el grado de desenvolvimiento dentro de nuestro grupo social, acorde con nuestro formación y atreves de ella, se refleja nuestra identidad personal caracterizándose la conducta humana frente al grupo y el planteo a solución de problemas más urgentes de la sociedad.
		- **Emisor. -** Es la persona que transmite una determinada información hacia un destino y en el cual existe un conjunto de variables que es menester apreciar a nivel psicológico.

Para terminar acerca de los elementos de la comunicación interpersonal, quiero hacer mención de qué; el canal juega un papel importantísimo pues su variedad: (habla mediante ruidos, sonidos, etc.), demuestra la riqueza con que se pueda utilizar en el proceso de la comunicación de acuerdo con las circunstancias.

**Importancia de la comunicación interpersonal. -** Cuando dos personas interactúan, se colocan en el lugar de otro, tratan de percibir el mundo de la misma forma que lo hace el otro, procura pensar, de qué manera habría de responder este. La interacción implica la asunción reciproca de un rol. El empleo mutuo de habilidades enfáticas, el objeto de la interacción es obtener una perfecta combinación de sí mismo y del otro, una capacidad total de saber anticipar, predecir u conducirse de acuerdo con las mutuas necesidades de sí mismo y del otro. Podemos decir que la interacción es el ideal de la comunicación, el fin hacia donde la comunicación humana.

Si la interacción es el ideal de la comunicación humana, podemos entonces afirmar que en nuestro país y en nuestro mismo sistema educativo nos encontramos lejos para poder alcanzarlo, entre las situaciones que nos favorecen una adecuada comunicación interpersonal puede mencionarse respecto a esto mencionan CANALES NICHO, lo siguiente:

* **El contexto sociopolítico.-** Dentro del cual se puede mencionar variables relacionadas con la pobreza, los índices de salud, el grado de autoritarismo, de los niveles de desnutrición, la carencia de una <<unidad social>>, la depredación del campo a favor de la ciudad; todos estos factores generan ruidos no solamente de la naturaleza mecánica, sino fundamentalmente de la naturaleza mecánica, sino fundamentalmente psicológicas, que dan la sensación de que nuestro país está lleno de diversos grupos sociales que hablan por lo tanto “lenguajes distintos” y que no logramos entendernos.
* **Manifestaciones educativas. -** El Perú como resto de los países enfrentan una explosión demográfica. Este incremento poblacional afecta toda la vida social, especialmente la presentación de servicios al estado. Los servicios de salud, vivienda, y más aún los educativos resultan ineficientes. Los servicios educativos se masifican, tratando en lo posible que nadie se queda sin estudiar.

Sin embargo esto ni es cierto y más aún si se dan estas condiciones casi infrahumanas, es esencialmente en las zonas marginales tantas de la sierra, selva y pueblo jóvenes de la costa.

* **Ausencia de capacidades comunicativa. -** Nos alienta la capacidad de comunicación humana, y cada vez que lo hace pude ser víctima de una interferencia. Esta situación está presente en todos los niveles del país, desde la familia, la escuela, hasta el nivel político.

La escuela por lo general cumple solamente la función informativa las posibilidades de poner en tela de juicio los valores estatuidos. Las normas establecidas son pocos.

El análisis, la reflexión, la crítica, la investigación no contribuye a una educación interpersonal que por su naturaleza debe ser eminente mente creadora, fiel expresión da las potencialidades del ser humano.

Una comunicación interpersonal correctamente aplicada influirá en la formación integral de la personalidad del educando y a mediano plazo podría sentirse sus efectos en otros niveles de nuestra sociedad.

* **la comunicación intermedia o grupal**.- Para poder trabajar en conjunto con otros grupos electivos, es preciso aprender un gran número de habilidades; y esto lo consiguiera a todo aquel que se esfuerza realmente por lograrlo. Sin embargo tal aprendizaje no depende de la lectura de libros por el estilo de como reunir un grupo e influir sobre él; así tampoco como el mero hecho de formar parte de un grupo. En este sentido no se aprende simplemente con la práctica. Se aprende a trabajar con otros en un grupo, encausando los esfuerzos conscientemente, de manera que se obtenga un cambio en relación con el grupo mediante una orientación inteligente de adestramiento especifico y un tipo decidido de experiencias, como:

|  |
| --- |
| 1. Creación de un ambiente físico de conducta a la resolución de problemas2. Reducción de las tensiones interpersonales que suelen surgir en las situaciones de grupo.3. Establecimiento de acuerdo a los procedimientos que tiendan a la resolución de problemas.4. Libertad del grupo para establecer sus propios objetivos y tomar sus propias decisiones.5. Enseñanza de habilidades adecuadas para la adopción de decisiones.  |

Para comprender la exacta magnitud de lo que es la comunicación intermedia o grupal es necesario primero referirse a lo que se entiende por grupo y sus implicancias con nuestra vida social. Cirigliano Villaverde menciona que el grupo está constituido por dos o más personas que comparten ciertas normas y que están en permanente relación. Los grupos pequeños se denominan primarios y los mayores, grupos secundarios.

La acción grupal, según Jach Gibb se sujeta a los siguientes principios:

**Principios de la comunicación grupal:**

* **Ambiente.-** Debe ser propio y favorable para que el grupo pueda desarrollar su actividad sin mayor apremio. Si el ambiente físico no es favorable, lógicamente la atmosfera grupal tendrá una marcada inclinación negativa. El mobiliario será lo suficientemente adecuado para que el grupo pueda comunicarse cara cara.
* **Relación de la intimidación**.- Las relaciones interpersonales pueden generar, en algunos de sus miembros situaciones de inseguridad, temor, timidez, hospitalidad. De allí que las relaciones que se entable deben ser sinceras, leales y cordiales. En todo caso el grupo debe fomentar buenas relaciones interpersonales.
* **Liderazgo distribuido**.- La distribución del liderazgo (o conducción) estímulo al máximo la dedicación al problema, y permite las más amplia evolución de los integrantes del grupo.

El liderazgo debe ser compartido, y dará oportunidades a los demás miembros del grupo.

* **Formulación del objetivo.-** Una formulación explicita del objetivo aumenta el <<sentido de nosotros>> del grupo e incrementa la dedicación al proceso de adopción de decisiones.
* **Flexibilidad.-** Si durante la ejecución de las actividades del grupo aparecen circunstancias previstas, será conveniente modificar su acción. En este caso la flexibilidad deben favorecer las tareas del grupo, más no en entorpecerlas.

Los grupos deben formular su programa (agenda), el cual debe cumplirse hasta tanto se formulen nuevos objetivos sobre la base de nuestras necesidades.

* **Consenso.-** El proceso de la adopción de decisiones deben proseguir hasta que el grupo haya formulado una solución aceptada por acuerdo general del grupo.
* **Comprensión del proceso.-** La comprensión del proceso del grupo aumenta la probabilidad de una orientación hacia el objetivo, y permite una más rápida modificación de objetivos y sub objetivos.
* **Evaluación continua.-** El proceso debe examinar constantemente como ha logrado sus propósitos, o que factores están impidiendo alcanzarlos con la finalidad de decidir el reajuste de sus actividad. La evaluación es necesaria para mejorar y afinar el funcionamiento del grupo.

De acuerdo con las apreciaciones que hemos presentados podemos afirmar, que a lo largo de nuestra vida dependemos principalmente de, pequeños grupos; de lo cual no excluye nuestra participación de los llamados grupos secundarios. Aquellos grupos perciben deferentes metas, desde la solución de un problema específico hasta el intercambio social. Todos sus miembros son favorecidos y mutuamente dependientes; entre ellos existe comunicación, y en consecuencia, interacción, comparten metas y necesidades comunes.

Las comunicaciones que se dan en el seno de pequeños grupos son multilaterales como en el caso de los interpersonales como en el caso de los interpersonales. (Unilaterales).

**Técnicas de comunicación grupal.-** Son varias, pero solo mencionaremos, puesto la especificación de cada uno de ellos. Y se llevó en el curso de Dinámica de grupos, pero si es necesario considerar, de que la aplicación adecuada de cada uno de los modelos en el proceso de la enseñanza-aprendizaje es muy positivo. Ellos son:

* El Simposio
* La Mesa Redondo
* El Panel
* Philips 66
* Fórum
* Seminario
* Torbellino de ideas
* Estudio de casos
* **Comunicación masiva.-** Frecuentemente los trabajos sobre comunicación, masiva repiten un esquema clásico y que estos estén basados en los principios formulados en la Década del 40 por Shamon y Weaver. sin embargo se trata de una secuencia del paso del mensaje desde una fuente hasta un destino.

Las investigaciones acerca de las comunicaciones, siempre han considerado a la masiva como cohesionador social y manifestación de deseos a atreves de un medio determinado a una gran población de gente de distintos estratos sociales y variada ideología.

La relación de la comunicación masiva con la sociedad, se puede ver de acuerdo con el grado de cohesión social, en la sociedad humana existen dos tipos de organización. El primero nuestra gran cohesión entre sus miembros, los comportamientos individuales se ajustan a las normas de grupos y se requieren solo normas de cohesión normal.

La comunicación de masas es pública, rápida y transitoria. Es pública, porque no tiene destinatario específico, está abierto a la atención pública, es decir a “quien quiera recibirlos”.

Es rápida en tanto sus mensajes se dirigen a grandes auditores heterogenias en un tiempo relativamente pequeño, incluso simultáneo.

En cuanto a los componentes de la comunicación de masas es aplicable el modelo estudiado anteriormente (media), sin embargo cabe recalcar que la fuente transmite los propósitos de un grupo destinados a influir en el comportamiento de otros grupos. La fuente y el receptor adquieren una mayor dimensión. Y el canal merece una mención especial, pues en la comunicación masiva se hace más compleja. Su equipamiento mecánico y electrónico permite que los mensajes cubran grandes distancias en poco tiempo y abarquen auditorios grandes y heterogéneos. El receptor en este caso es anónimo. En lo que se refiere a la retroalimentación, esta no aparece tan rápidamente como en la comunicación interpersonal o grupal, puesto que el receptor está separado de la fuente por la variable distancia, lo cual demanda tiempo para reconocer la respuesta o reacción de los destinatarios del mensaje.

* **Comunicación masiva y alienación.-** El estudio de la comunicación de masas dentro del aspecto educativo, juega un papel muy importante, debido a que esta pueda evitar el cambio social o contribuir en él. Por ejemplo en el caso primero, los medios de comunicación evitar el cambio difundiendo la ideología del sistema imperante, es decir que convierte el ser humano en conformista, no les permite pensar, realizar sobre su realidad para luego reflexionar.

Los propietarios de los medios de comunicación utilizan estos medios de comunicación, no para difundir la cultura que el pueblo necesita si no bien para, adormecerlas con la excesiva propagandización que gracias a ello viven y se enriquecen.

Si queremos que los medios de comunicación en nuestro mundo de vida sean instrumentos de cambio en nuestra sociedad, tendrá que modificarse tanto a propiedad y segundo, su forma le da fina relación, descarta ido ya la publicación, que solo trae a internar en la mente de los peruanos, parámetros” e modelos de consumo.

La comunicación masiva siempre ha presentado características peculiares como lo manifiesta Charles Wrigth, y señala que este se vincula con la idea de la televisión, radio, cine, periódico, etc. Porque de ninguna manera debe confundirse los instrumentos técnicos con el proceso. La comunicación de masas involucra ciertas condiciones operacionales que opera con respecta a la naturaleza del auditorio, la experiencia de comunicación y consumidor.

Por decir, la naturaleza del auditorio vemos de que, la comunicación se basa y se dirige a un auditorio grande, heterogéneo y anónimo forman parte de la comunicaron los telegramas, las cartas, las llamadas telefónicas. De ninguna manera, esto significa negar el valor de estos medios en relación con los medios masivos de comunicación. El criterio de grandes es un concepto arbitrario. Tal es así que grande pueda referir a la cantidad abundante de personas, lo grande es lo opuestos es a pequeño. En la comunicación, masiva grande significa “un auditorio expuesto a un periodo breve de tiempo, y de un tamaño tal que el comunicador no pueda interactuar a cara con sus miembros”.

Cuando se habla de un auditorio heterogéneo se afirma que constituido por personas que ocupan diferentes posiciones en la sociedad y desempeñar distintos roles. Así, no es comunicación, masiva cuando los diferentes políticos del país, reunido expresamente para tal fin, analizar el discurso del presidente de la Republica. El criterio de anonimato funciona cuando cada uno de sus miembros del auditorio no conoce personalmente. El mensaje eta dirigido a quien pueda interesar.

* **Comunicación masiva y cultura real.**
* **La herranza (veneración a la Pachamama y al Tayta Jirca)**

Los campesinos andinos de la Región “Andrés Avelino Cáceres”, con su perímetro terrenal parte de la meseta de Bombón, realizaron los FESTEJOS DE LOS CARNAVALES, de igual forma veneraron al PACHA MAMA (suelo) y TAYATA JIRCA (cerro), teniéndoles la santísima fe y considerándoles como el verdadero dueño de sus animales, para que sus productos sean exitosos y con productividad suficiente.

En la víspera de los carnavales, los días sábados los Ganaderos (grandes y pequeños) dan sus mesas, como: (La coca, cigarrillos, aguardiente, caramelos, galletas, frutas, etc.), al Tayta Jirca; después los mismos moradores chacchapean y guarapear, hasta las altas horas de la noche bebiendo el aguaruna popular; luego a media madrugada los campesinos les dan su gratitud al cerro y a la Pacha mama. Pidiendo el incremento y bienestar de sus animales diferentes. La de fiesta dura varios días iniciándose el domingo, el lunes, martes y miércoles denominado la ceniza.

El Docente Universitario Valentín LOPEZ ESPIRITU, cuando ostentaba el cargo de Alcalde del Municipio Distrital de Simón Bolívar, promovió el concurso de Canto y Danza en el año de 1999, denominándose “LA HERRANZA ANDINA”, y con fecha 18 de noviembre de 2011 el Ministerio de Cultura declaró mediante Resolución Viceministerial N° 714 – 2001- VMCPIC/MC como patrimonio cultural considerando nuestra identidad lingüística, cultural y folclórica de la zona andina.

La tinya, quena, guitarras, arpa, violín, charango, mandolín, rondín alegran la herranza. Asimismo jugándose con la harina, agua, pintura, anilina, papelillos, etc.; también la utilización de la serpentina, globos y el aguaruna o el popular “SHINGUIRITO”.

1. **Estructuras del proceso de la acción comunicativa**.- La comunicación es un proceso natural y social, que consiste en la transmisión y recepción de ideas, información y mensajes entre dos o más personas. El perfeccionamiento de la acción comunicativa es el resultado de múltiples cualidades orgánicas, científicas y técnicas, del uso de signos, métodos de expresión y soportes materiales desarrollados durante siglos. En los últimos 150 años, y en especial en los últimas décadas, las personas están mucho más informadas que en cualquier otra época, se ha reducido el tiempo de transmisión de la información a distancia, se ha ganado una alta resolución en la emisión de los signos y se tiene acceso a una mayor masa informativa con suma facilidad y rapidez. Estas conquistas esenciales de nuestra época son comprendidas cuando las estudiamos analíticamente a partir de los elementos del modelo clásico del proceso de la estructura de la comunicación.

Sobre la comunicación diversos autores, investigadores y divulgadores han elaborado diversas propuestas de teorías, modelos, esquemas o diagramas para graficar lo elementos componentes de su estructura, proceso y sus funciones. El que más se ajusta a nuestro propósito es el modelo estructural que tiene los siguientes componentes y procedimientos: el emisor o fuente, proceso de codificación del mensaje, el menaje o contenido, los signos y el lenguaje, el medio y el canal, el ruido, el proceso de decodificación, el perceptor o destinatario, el feed-back o la retroalimentación y el contexto.

* **El emisor.-** El emisor es la fuente (persona o institución) que indica y, por lo general, conduce el proceso comunicativo, genera y emite el mensaje. El emisor es quien codifica su mensaje: elige una idea o una información, elige signos (gráficos, orales, cromáticos, etc.) de un determinado código (lingüístico, fonético, pictórico, etc.) con los cuales ordenan y da forma a su mensaje, tomando en cuenta el interés y las características personales de su receptor. En la comunicación social la fuente de información no es un sola persona, sino una organización, una empresa comunicacional (una radioemisora, una agencia publicitaria, un diario, etc.) que puede ser privada publica o cooperativa, en la cual existen determinados recursos técnicos, una jerarquía administrativa, una división del trabajo y profesionales organizados de acuerdo a un plan de producción informacional. Estas empresas se encuentran reguladas por una normatividad de leyes y reglamentos de jurisdicción nacional e internacional, y están organizadas según criterios comerciales: los diversos servicios que otorgan (información, entrenamiento, venta de espacio y tiempo para publicidad y propaganda, etc.), están motivados por el protagonismo de un fin utilitario y una gestión rentable.

 El diagnóstico de la gestión empresarial se mide a través de variables cuantificables: índice de audiencia o lectoría; es decir, cantidad de personas que sintonizan una emisora, que compran y leen un periódico y que ven tal o cual programa televisivo. En el caso de la televisión la medición de los índices de audiencia se establece a través del rating. Sobre la base dichos datos la empresa evalúa semanalmente su capacidad de llegada o recepción por parte del público. Y define o reajusta sus tarifas de publicidad y propaganda, la permanencia o cancelación de un determinado programa y el despido o mantenimiento de un número de empleados.

 El emisor en la comunicación social no siempre es la persona que escucha en la radio, vemos en la televisión y en el cine, las emisoras en sentido estricto es la empresa, son los productores de esos sonidos, informaciones imagines. El locutor, tomado, casi siempre fungen de mediadores entre la institución productora y el público; a estos los denominaremos emisores/mediadores, y a aquellas las empresas, emisores/ productores. Aunque también es común la existencia de emisores individuales, trabajadores independientes que laboran en medios de manera eventual, a quienes se le denominan freelancer, que generalmente son fotógrafos, colaboradores con artículos de opinión, comentarista, etc.

Tres aspectos coadyuvan para para que el emisor/productor sea un agente activo en el proceso de la comunicación tanto individual como social:

**1)** Las intenciones u objetivos del emisor/productor son el punto de partida del proceso de la comunicación, que puede ser de orden objetivo o subjetivo, manifiesto o disimulado, disperso (para todo público) u orientado firme-mente (para un segmento de la sociedad, por ejemplo).

**2)** Para que la comunicación sea efectiva el emisor/mediador debe poseer y poner en practica ciertas habilidades comunicativas, ciertas destrezas encodificadores (hablar, redactar, filmar, fotografiar, diagramar, etc.).

**3)** La selección del tema o del contenido del mensaje está determinado por los objetivos y fines del emisor/productor. En algunos casos cuentan la actitud, la personalidad del emisor/mediador: por su capacidad, valoración, nivel de conocimiento, por la representación o imagen que se forja de sí mismo y como es visto por los perceptores a quienes se dirige.

Para el emisor/ mediador es importante forjarse una representación de sí mismo. Esta imagen construida actúa como un filtro, pues deja traslucir más o menos ciertas posiciones valorativas que le dan carácter y estilo a sus mensajes. En este sentido el proceso de la comunicación está también determinado por las circunstancias de cómo se mira a si mismo el comunicador, de cómo interpreta su tarea y su papel social, de donde y como se integra subjetivamente al sistema educativo.

La autoimagen del emisor/mediador interviene en la competencia profesional, los emisores de los medios sociales se sienten o se encuentran aceptados o rechazados por el público y los empresarios. Asimismo, existen casos en los cuales la imagen social que posee un emisor (una persona o una institución) le es impuesta por el público, que no necesariamente coincide con las intenciones de la fuente emisora.

* **El mensaje.-** Es el contenido (ideas, informaciones, etc.) que el emisor selecciona, elabora y transmite hacia el preceptor o destinatario. Al ser el emisor el autor, el productor del mensaje, esto determina ampliamente su temática, su forma y el objetivo que persigue con dicho mensaje.

En la comunicación social el mensaje es un objeto cultural.

El mensaje se produce sistemáticamente y se hace público según las reglas de su propio código o lenguaje, Un cuidadoso análisis de un mensaje: a) nos permite hacer deducciones sobre la personalidad y la cultura de quien lo produce, se puede conocer sus juicios y opiniones, sus objetivos e intenciones de emisor; b) del mensaje en si se puede analizar sus significaciones, sus probables usos y efectos; c) podemos conocer las condiciones socio históricas y culturales en que se produjo tal mensaje. Por ejemplo, analicemos ya sea la novela Los miserables de Víctor Hugo, el film La pandilla salvaje de Sam Pekimphak, el libro Diálogos acerca de los Sistemas Máximos de Galileo, o la revista el Amauta de J. C. Mariátegui, etc., y tendremos acceso a una visión totalizadora de una época, de una sociedad y un desarrollo artístico y comunicacional determinados. Como se podrá comprobar esta posibilidad de la reflexión o el conocimiento del mensaje de un producto comunicacional no se limita solo a analizar la lengua escrita, sino también aquellos productores conformados por objetos, sonidos, imágenes, gestos, colores, etc.

En el proceso de producción de la comunicación social intervienen, según Mcquali (1985: 135), cuatro tipos de actividades: a) creación de productos con nuevos mensajes, para mantener la continuidad del abastecimiento; b) selecciona y canalización de estos productos a través de los flujos de información ya existentes; c) procesamiento de los mensajes adaptándolos a las exigencias, a los criterios funcionales y a la tecnología de la distribución y la audiencia; d) oferta optima de los productos a fin que la distribución satisfaga adecuadamente a la demanda de la audiencia.

En los medios de comunicaron social los mensajes son “arreglados”, “manipuladas”, ya sea de manera sutil o groseramente. Los agentes que de una manera directa o indirecta, con un fin positivo o negativo, presionan a las empresas para “manejar” los mensajes son:

 a) El Estado; a través del ordenamiento jurídico, de la presión, el chantaje o el soborno político. Existen leyes, por ejemplo, que prohíben que se utilicen niños en la publicidad. Una de las garantías constitucionales es la Acción de Habeas Data (artículo 200° de la Constitución Política del Perú), a través de la cual se salvaguardará que ningún medio de comunicación pueda afectar la intimidad personal y familiar, el honor y la buena reputación de las personas.

 b) Los anunciantes; los clientes que compran espacios para publicidad o propaganda. Por ejemplo, el estado es uno de los más grandes clientes que para difundir sus informaciones y propaganda consumen espacios radicales, en prensa y televisión.

 c) Las empresas competidores; que son las que pugnan por mantener o ganar más índices de audiencias o lectora. En esta instancia surgen diversas estrategias para ganar audiencia, de las más usuales son: la de exagerar el lado sensacionalista o truculento de la información, la invención

 d) La audiencia o recepción de un medio informativo y los consumidores, son los que a través del rating pueden determinar la estabilidad o los cambios en la programación y/o del personal de una empresa comunicativa.

 e) La propia empresa también se autopresiona y autocensura; cada vez que hay un giro o cambio en la coyuntura política, por ejemplo, las organizaciones de medios de comunicación tienen que adaptarse a otra manera de leer y procesar la <<nueva realidad>>.

 Estos agentes de presión sobre el mensaje comunicacional pueden ejercer sus roles de poder de manera individual, superpuesta o combinadamente. Cuando surge la interrogante si un medio o una noticia es objetiva, la respuesta es siempre sí, porque todo medio actúa y toda noticia se difunde de acuerdo a objetivos económicos y políticos debidamente preestablecidos.

* **Los signos y el lenguaje. -** En tanto que los signos son creaciones humanas y son portadores de cultura, solo serán comprendidos en función del uso que los hombres les den. Los signos están sistemáticamente organizados en códigos; la humanidad a lo largo de toda su historia ha producido diversos sistemas de código para perfeccionar sus actos comunicativos.

 Todo signo tiene dos componentes: un significante y un significado. El significante es de naturaleza física, objetiva y perceptible por nuestros sentidos; construye el aspecto expresivo. El significado es el contenido, la idea que transmite el significante; es la parte subjetiva del signo. Mediante los códigos transmitimos significaciones.

 Al producir o recibir un código, una sucesión ordenada de signos, de común entendimiento entre los agentes de la comunicación. Un mensaje e elaborado a través de un proceso de encodificación: elegimos signos y los disponemos de una manera sistemática y entendible (que tenga significado) para nuestro destinatario.

 El concepto de significado es esencial para la comunicación, sin embargo, la comunicación no es un proceso de transmisión de significado, eso no son transmisibles ni transferibles, solamente los mensajes son transmisibles, los significados no están en el mensaje, sino en la conciencia de los agentes de la comunicación, en las emisoras y perceptores.

 Las significaciones del lenguaje pueden ser denotativos o connotativos. El lenguaje denotativo (del latín denotare ‘nominar’, ‘nombrar’, ‘describir’, ‘sustantivar los objetos’) describe la relación entre el significante y el significado dentro del signo, y del signo con su referente en la realidad exterior. La denotación es el sentido común y objetivo del signo. Un cuadro pictórico de un paisaje en particular: una playa, una lancha, pescadores, algunas gaviotas, el olaje, el sol. etc., es decir denotan una determinada porción geográfica de in pintoresco lugar, quizás con similares elementos de otro cuadro u de otro pintor, de otra época y lugar.

 El lenguaje connotativo es “decorativo”, es un lenguaje segundo, de segundo sentido: afectivo o ideológico. Se refiere, según Barthes (1970), a la intersección que ocurre cuando el signo encuentra los sentimientos o emociónese del usuario y los valores de su cultura. Es decir, cuando los significados se mueven hacía lo subjetiva: cuando el interpretante es afectado tanto por el intérprete como el objeto o el signo. El factor crítico de la connotación es el significante. El significado connotativo no “aparece” en el mensaje; está presente pero oculto (la propaganda política y la publicidad lo utilizan frecuentemente).

 La denotación es la reproducción objetiva del paisaje en una pintura. La connotación es la parte humana del proceso, la selección de que se incluye en el lienzo, del ángulo o perspectiva que ha adoptado el pintor, de los colores que priman, de la atmosfera subjetiva que envuelven a los elementos del cuadro (un atardecer melancólico, una mañana fulgurante, de pescadores alegres y festivos por el éxito en la faena, etc.). La denotación es lo que ha sido pintado, la connotación es como se ha pintado.

* **Los medios y los canales.-** David Berlo (1973: 19) afirma que el concepto del canal echa sido objeto de tanto uso y abuso, que ha sido utilizado para designar muchas cosas distintas. El propio serlo complica las cosas cuando le atribuye por lo menos tres significados a esta palabra. El concepto de canal ya casi no es utilizado en los últimos estudios sobre comunicación. Y la única significación que encuentro más coherentes es aquella que firma que los canales de comunicación son mecanismo físicos- orgánicos que las personas emplean para transportar determinados signos portadores de significados. Según Abraham Moles (1975), los canales de comunicación son fisiológicos técnicos. Los canales fisiológicos son aquellos que utiliza nuestro organismo para intercambiar mensajes de manera personal o público. Los seres humanos estamos dotados de canales naturales de emisión y recepción de mensaje: la boca, el oído, la vista, el olfato, el tacto, el rostro, las manos, el cuerpo. El aspecto físico que contribuye a que dichos órganos funciones como canales son: el aire, las ondas sonoras y la luz.

 En la comunicación social es necesario el uso de ciertas tecnológicas y equipo. Que fungirían de extensiones de nuestras canales naturales. Por su condición de objetos técnicos estos medios de comunicación son instrumentos neutrales, se sustraen al estudio o los análisis psicológicos o ideológicos es decir, funcionan y emiten mensaje, independientemente de la subjetividad, intereses, etc. de quienes los utilizan. Cada medio exige al emisor la adecuada habilidad para que haga uso eficaz de sus posibilidades tecnológicas. En el capítulo III se trata detalladamente cada medio de comunicación.

 De acuerdo a sus características tecnológicas los medios transmiten y difunden un determinado mensaje con la claridad o interferencia, nitidez o ruidos, que su ingeniería lo permita. Se denomine ruido a todo aquello que perturbe, obstaculice o dificulte el acto o el proceso comunicativo. Los ruidos pueden ser técnicos o semánticos. El primero está referido a la perturbación que se produce en el canal o medio por donde se transmite el mensaje y que lo afecta en cualquier forma o grado. El ruido semántico aparece en la decodificación del mensaje, cuando surge una distorsión o una dificultad en la interpretación o entendimiento de los códigos utilizados.

* **El receptor o destinatario.-** Es toda persona o publico que, al ser considerado destinatario en una acción comunicativa, tiene que descifrar o decodificación el código que contiene el mensaje transmitido. Siempre y cuando el sentido del mensaje (y los signos de su codificación) se haga asequible a su atención y comprensión.

 Los receptores, tanto individuales como colectivos, se asemejan o diferencian entre sí de acuerdo a las relaciones sociales en que se hallan inmersos, a su respectiva características personales (edad, sexo, trabajo, religión, nivel cultural, condición social o étnica, nivel educativo, procedencia geográfico o regional, etc.), a su pertenecía a determinados grupos o clases sociales, a sus aspiraciones e ideologías, etc. Estas características influyen, de una manera u otra, en la preferencia al uso de ciertos medios de comunicación, en el proceso de decodificación e interpretación de los códigos que percibe, en sus actitudes y en el interés en recepción o comprender el contenido de los mensajes transmitidos.

 Asimismo, los perceptores han ido modificando sus actitudes (valoración, ética, criticidad, ingenuidad, etc.) y aptitudes (habilidades y destrezas de conformidad no solo al contenido de los mensajes recibidos, sino también a las estrategias comunicativas y limitaciones e innovaciones tecnológicas de los medios de comunicación.

 En algunos casos y en determinados medio el público ejerce una compulsión, un cierto grado de influencia sobre las fuentes y emisores; por ejemplo, sobre el tema, la forma del lenguaje, el tipo de mensaje, etc.

 Los medios de comunicación social no solo son instituciones informativas, sino también formativas de la opinión pública. Por lo tanto, el público, la audiencia, la recepción colectiva en ciertos casos le exige al emisor: un mensaje imparcial, veraz, actual, objetivo, sereno, sincero, honesto y un uso adecuado del lenguaje. Pero también el público reclama a los emisores menajes totalmente contrarios a las características anteriores; eso se puede comprobar, por ejemplo, por las preferencias hacia ciertos programas televisivos que mide el rating.

* + 1. **ASPECTOS IMPORTANTES DE LA ENSEÑANZA - APRENDIZAJE**
	1. **Definiciones y características del aprendizaje.-** Un proceso de cambio relativamente permanente en el comportamiento de una persona generado por la experiencia (Feldman, 2005). Por lo que entendemos que el aprendizaje implica necesariamente un cambio de conducta en tal sentido las personas hemos cambiado de actitud a lo largo de nuestra existencia pes el aprendizaje es sempiterno.

Según Schmeck (1988, p. 171): ... el aprendizaje es un sub - producto del pensamiento... Aprendemos pensando, y la calidad del resultado de aprendizaje está determinada por la calidad de nuestros pensamientos.

* 1. **Aprendizaje significativo**.- Un aprendizaje es significativo cuando los contenidos: Son relacionados de modo no arbitrario y sustancial (no al pie de la letra) con lo que el alumno ya sabe. Por relación sustancial y no arbitraria se debe entender que las ideas se relacionan con algún aspecto existente específicamente relevante de la estructura cognoscitiva del alumno, como una imagen, un símbolo ya significativo, un concepto o una proposición (AUSUBEL; 1983:18).
	2. **Aprendizaje mecánico.-** El aprendizaje mecánico, contrariamente al aprendizaje significativo, se produce cuando no existen subsunsores adecuados, de tal forma que la nueva información es almacenada arbitrariamente, sin interactuar con conocimientos pre- existentes, un ejemplo de ello sería el simple aprendizaje de fórmulas en física, esta nueva información es incorporada a la estructura cognitiva de manera literal y arbitraria puesto que consta de puras asociaciones arbitrarias, [cuando], "el alumno carece de conocimientos previos relevantes y necesarios para hacer que la tarea de aprendizaje sea potencialmente significativo" (independientemente de la cantidad de significado potencial que la tarea tenga)… (Ausubel; 1983: 37)

 **2.3 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS:**

1. **Comunicación**.- Trato correspondencia entre dos o más personas, hacer a otro participe lo que uno tiene o descubrir, manifestar o hacer saber a alguien algo.
2. **Enseñanza**.- Es la transmisión de conocimientos a través de diversas estrategias
3. **Emisor**.- Es persona que produce mensaje.
4. **Mensajes**.- Es una palabra de uso especializado en la teoría de la comunicación, equivale a la palabra signo, dentro de la semiótica.
5. **El canal**.- Es el producto o soporte que posibilita que el mensaje llegue al destinatario o sea percibido por este.
6. **El destinatario (a)**.- Es la persona que percibe mensaje. El destinatario puede ser “especifico”, si los mensajes son dirigidos a él, “o no específico”, si percibe mensaje que no son dirigidos a él. En los diálogos, alternativamente actúa como unto.
7. **Fuente de información**.- Genera los mensajes a partir de símbolos elementales. Cumple la función de producir un mensaje real (o una secuencia de estos) seleccionado de un conjunto finito de mensaje virtuales.
8. **Comunicación educativa**.- La comunicación es un proceso (no es algo estático) que posibilita el intercambio de significados entre sujetos por medio, de una serie de convenciones sistematizado en unos códigos y aplicados sobre un concreto tipo de medio semiótico: verbal, escrito, gestual. Comunicación es una comunidad de significados.
9. **Comunicación grupal**.- Es aquella realizada entre varias personas en interacción cara cara (sus miembros se conocen entre sí) reunidos en un lugar determinado en condiciones específicas de espacio y tiempo, con metas comunes.
10. **Comunicación intrapersonal.-** Conjunto de procesos psicológicos que permiten el intercambio de, mensajes del sujeto consigo mismo para poder actuar sobre el medio ambiente.
11. **Comunicación social.-** Es aquella desarrollada en agregados humanos que se constituyen en totalidades superiores a los individuos, con leyes estructurales (normas que les dice cómo deben actuar o que funciones desempeñar). Pueden ser de 2 clases: organizacionales y de masas.

**2.4 SISTEMA DE HIPÓTESIS:**

**2.4.1 Hipótesis general:**

La comunicación es importante en el proceso Enseñanza - Aprendizaje en los alumnos del 4to grado de secundaria en la Institución Educativa el Amauta – 2016.

**2.4.2 Hipótesis específicos:**

1. La comunicación se relaciona con el proceso Enseñanza- Aprendizaje en los alumnos del 4to grado de secundaria en la Institución Educativa el Amauta – 2016.
2. La comunicación influye en el proceso enseñanza - aprendizaje en los alumnos del 4to grado de secundaria en la Institución Educativa el Amauta – 2016.
	1. **SISTEMA DE VARIABLES:**

**2.5.1 Variable Independiente (V.I.):**

 La comunicación

 **2.5.2 Variable Dependiente (V.D.):**

 Enseñanza – aprendizaje.

 **2.5.3 Variables Interviniente (V. In.):**

* + - Edad
		- Sexo
		- Condición social y cultural.

**2.6** **OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Variables** | **Dimensiones** | **Indicadores** |
| Importancia de la comunicación | Enfoque  | * El proceso comunicativo
 |
| Niveles  | * Intrapersonal
* Interpersonal
* De masas
* Unidireccional bidireccional
* Orales
* Escritos
 |
| Elementos  | * Proceso comunicativo.
 |
| Enseñanza – Aprendizaje | Enfoques  | * Memorístico
* Pasivo
* Mecánico
* Activo
* Constructivismo
* Socio constructivo
 |
| Tipo  | * Conceptual
* Procedimental
* Actitudinal
 |

**CAPÍTULO III**

**METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN**

* 1. **Tipo de Investigación.** Según Barriga C. (1979); Piscoya L. (1982) y Sánchez Carlessi, Hugo (1998) el presente trabajo de investigación será de **tipo básica**, porque está orientada a la búsqueda de nuevos conocimientos, recogiendo información de la realidad, en un esfuerzo por conocer mejor el problema investigado.
	2. **Nivel de investigación. -** De acuerdo a Selltiz, Jahoda y otros (1965) el presente trabajo de investigación será de **nivel descriptiva**, porque en este estudio se recoge información sobre el estado actual de un fenómeno o problema.
	3. **Método de investigación. -** Según Sánchez Carlessi, Hugo (1998) en el presente trabajo de investigación se utilizó el **método Ex – Post – Facto** cuyo propósito es investigar relaciones de causa – efecto observando hechos o manifestaciones que tendrán lugar, de cosas o acontecimientos ya ocurridos. A partir de una situación actual, se indaga hacia atrás, para identificar datos disponibles, hechos y posibles factores causales. Se trata de analizar la evolución y tendencia de ciertos hechos en el pasado y en el presente, lo que ayudaría para predecir su comportamiento en un futuro.

En este método no es posible ejercer un control directo de las variables independientes (V.I.), porque sus manifestaciones ya tuvieron lugar o han ocurrido, limitándose a señalar las posibles relaciones o efectos con las variables dependientes (V.D.).

* 1. **Diseño de la Investigación:**

 **M 🡪 O**

 **Donde**

 **M🡪**Muestra representada con quien o en quienes se realiza el estudio.

 **O🡪**Información relevante de interés recogida de la muestra.

-Descriptivo-Simple, Explicativo.

* 1. **Población y muestra:**

**Población. -** La población estuvo conformada por los 125 alumnos del Laboratorio de Investigación e Innovación Pedagógica “El Amauta”.

**Muestra**. - La muestra fue de tipo no probabilístico, estas muestras se eligieron de forma intencionada considerando el tamaño de la población; la muestra estuvo conformado por 25 alumnos del 4to grado de Educación Secundaria del Laboratorio de Investigación e Innovación Pedagógica “El Amauta”

* 1. **Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

 **3.6.1 Técnicas:**

 \* Observaciones.

 \* Entrevista.

 \* Diálogo.

 **3.6.2. Instrumentos:**

 \* Fichas de Observación.

 \* Encuestas.

 \* Cuestionarios.

* 1. **Técnicas de procesamiento y análisis de datos**

Luego de la aplicación de los instrumentos se hizo, una evaluación y análisis crítica de los datos, a fin de garantizar la validez y confiabilidad se organizó y se procesó con el Microsoft Excel, construyendo la tabla de frecuencias y el porcentual de cada uno de ellos. A partir de esta tabla se construyó los gráficos estadísticos y se realizó el análisis e interpretación de los datos y resultados.

* 1. **Selección y validación de los instrumentos de investigación. -** Se determinó como instrumento: el cuestionario y fue sometido a dos tipos de prueba antes de su validación.
	2. **Juicio de expertos. -** El cuestionario, luego de su elaboración, fue presentado a expertos para que, en función a su juicio, se reestructurara y se hagan las modificaciones correspondientes.
	3. **Experiencia piloto. -** La prueba piloto fue aplicada a un grupo de estudiantes y docentes de diferentes grados de la institución educativa el “Amauta”. Posteriormente dieron sus opiniones favorables y sugirieron que es factible su aplicabilidad.

**CAPÍTULO IV**

**RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

**4.1 TRATAMIENTO ESTADÍSTICO E INTERPRETACIÓN DE CUADROS**.

**4.1.1** **Procedimientos de recolección de información:**

* **Trabajo de gabinete:**
* Selección y la revisión bibliográfica para la elaboración del marco teórico del trabajo de investigación.
* **Trabajo de campo:**
* Se coordinó con el director, profesor de aula, estudiantes, padres de familia y comunidad.

**4.1.2 Diseño de la organización, procesamiento y tratamiento estadístico de los datos.**

En el procesamiento de datos se ha tenido en cuenta la utilización de los siguientes procedimientos:

* Se ordenaron los datos.
* Los datos se elaboraron a través de cuadros estadísticos.
* Se utilizó la estadística descriptiva, para ello se hizo uso de la distribución de frecuencias, las medidas de tendencia central: Media aritmética, moda y mediana, y las representaciones gráficas correspondientes.

**4.2 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS:**

**CUADRO N° 01**

**¿La comunicación se relaciona con el proceso de enseñanza – aprendizaje?**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ALTERNATIVAS | Fi | % |
| Siempre  | 23 | 92.0% |
| A veces  | 2 | 8.0% |
| Nunca  | 0 | 0.0% |
| TOTAL | 25 | 100% |

Fuente: Cuestionario respondido por los estudiantes

**INTERPRETACIÓN:**

Considerando los datos obtenidos; el 92.0% (23 estudiantes) respondieron “Siempre”, el 8.0% (2 estudiantes) respondieron “A veces”, y no hubo estudiante que respondió “Nunca”.

De esto se infiere: La mayoría de los estudiantes consideran que “Siempre”, la comunicación se relaciona con el proceso de enseñanza – aprendizaje.

**CUADRO N° 02**

**¿La comunicación es importante en el proceso de enseñanza – aprendizaje?**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ALTERNATIVAS | fi | % |
| Siempre  | 22 | 88.0% |
| A veces  | 2 | 8.0% |
| Nunca  | 1 | 4.0% |
| TOTAL | 25 | 100% |

Fuente: Cuestionario respondido por los estudiantes

**INTERPRETACIÓN:**

Considerando los datos obtenidos; el 88.0% (22 estudiantes) respondieron “Siempre”, el 8.0% (2 estudiantes) respondieron “A veces”, y el 4.0% (1 estudiante) respondió “Nunca”.

De esto se infiere: La mayoría de los estudiantes consideran que “Siempre”, la comunicación es importante en el proceso de enseñanza – aprendizaje.

**CUADRO N° 03**

**¿Los elementos del proceso comunicativo son importantes para la enseñanza - aprendizaje?**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ALTERNATIVAS | Fi | % |
| Siempre  | 20 | 80.0% |
| A veces  | 4 | 16.0% |
| Nunca  | 1 | 4.0% |
| TOTAL | 25 | 100% |

Fuente: Cuestionario respondido por los estudiantes

**INTERPRETACIÓN:**

Considerando los datos obtenidos; el 80.0% (20 estudiantes) respondieron “Siempre”, el 16.0% (4 estudiantes) respondieron “A veces”, y el 4.0% (1 estudiante) respondió “Nunca”.

De esto se infiere: La mayoría de los estudiantes consideran que “Siempre”, los elementos del proceso comunicativo son importantes para la enseñanza - aprendizaje.

**CUADRO N° 04**

**¿El enfoque comunicativo textual, es necesario para el proceso de enseñanza - aprendizaje?**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ALTERNATIVAS | fi | % |
| Siempre  | 21 | 84.0% |
| A veces  | 2 | 8.0% |
| Nunca  | 2 | 8.0% |
| TOTAL | 25 | 100% |

Fuente: Cuestionario respondido por los estudiantes

**INTERPRETACIÓN:**

Considerando los datos obtenidos; el 84.0% (21 estudiantes) respondieron “Siempre”, el 8.0% (2 estudiantes) respondieron “A veces”, y otro 8.0% (2 estudiante) respondieron “Nunca”.

De esto se infiere: La mayoría de los estudiantes consideran que “Siempre”, es necesario el enfoque comunicativo textual para el proceso de enseñanza - aprendizaje.

**CUADRO N° 05**

**¿La comunicación oral y escrita es importante para la enseñanza - aprendizaje?**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ALTERNATIVAS | fi | % |
| Siempre  | 23 | 92.0% |
| A veces  | 2 | 8.0% |
| Nunca  | 0 | 0.0% |
| TOTAL | 25 | 100% |

Fuente: Cuestionario respondido por los estudiantes

 **INTERPRETACIÓN:**

Considerando los datos obtenidos; el 92.0% (23 estudiantes) respondieron “Siempre”, el 8.0% (2 estudiantes) respondieron “A veces”, y no hubo estudiante que respondió “Nunca”.

De esto se infiere: La mayoría de los estudiantes consideran que “Siempre”, la comunicación oral y escrita es importante para la enseñanza - aprendizaje.

**CUADRO N° 06**

**¿Considera usted que la comunicación intrapersonal ayuda en el aprendizaje?**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ALTERNATIVAS | fi | % |
| Siempre  | 18 | 72.0% |
| A veces  | 5 | 20.0% |
| Nunca  | 2 | 8.0% |
| TOTAL | 25 | 100% |

Fuente: Cuestionario respondido por los estudiantes

**INTERPRETACIÓN:**

Considerando los datos obtenidos; el 72.0% (18 estudiantes) respondieron “Siempre”, el 20.0% (5 estudiantes) respondieron “A veces”, y el 8.0% (2 estudiantes) respondieron “Nunca”.

De esto se infiere: La mayoría de los estudiantes consideran que “Siempre”, la comunicación intrapersonal ayuda en el aprendizaje.

**CUADRO N° 07**

**¿Considera usted que la comunicación Interpersonal permite lograr aprendizajes?**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ALTERNATIVAS | fi | % |
| Siempre  | 21 | 84.0% |
| A veces  | 3 | 12.0% |
| Nunca  | 1 | 4.0% |
| TOTAL | 25 | 100% |

Fuente: Cuestionario respondido por los estudiantes

**INTERPRETACIÓN:**

Considerando los datos obtenidos; el 84.0% (21 estudiantes) respondieron “Siempre”, el 12.0% (3 estudiantes) respondieron “A veces”, y el 4.0% (1 estudiante) respondió “Nunca”.

De esto se infiere: La mayoría de los estudiantes consideran que “Siempre”, la comunicación Interpersonal permite lograr aprendizajes.

**CUADRO N° 08**

**¿Para una buena comunicación, es necesario las experiencias y conocimientos aprendidos?**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ALTERNATIVAS | fi | % |
| Siempre  | 19 | 76.0% |
| A veces  | 4 | 16.0% |
| Nunca  | 2 | 8.0% |
| TOTAL | 25 | 100% |

Fuente: Cuestionario respondido por los estudiantes

**INTERPRETACIÓN:**

Considerando los datos obtenidos; el 76.0% (19 estudiantes) respondieron “Siempre”, el 16.0% (4 estudiantes) respondieron “A veces”, y el 8.0% (2 estudiantes) respondieron “Nunca”.

De esto se infiere: La mayoría de los estudiantes consideran que “Siempre”, es necesario para una buena comunicación, las experiencias y conocimientos aprendidos.

**CUADRO N° 09**

**¿En el aprendizaje conceptual, procedimental y actitudinal influye la comunicación?**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ALTERNATIVAS | fi | % |
| Siempre  | 21 | 84.0% |
| A veces  | 3 | 12.0% |
| Nunca  | 1 | 4.0% |
| TOTAL | 25 | 100% |

Fuente: Cuestionario respondido por los estudiantes

**INTERPRETACIÓN:**

Considerando los datos obtenidos; el 84.0% (21 estudiantes) respondieron “Siempre”, el 12.0% (3 estudiantes) respondieron “A veces”, y el 4.0% (1 estudiante) respondió “Nunca”.

De esto se infiere: La mayoría de los estudiantes consideran que “Siempre”, en el aprendizaje conceptual, procedimental y actitudinal influye la comunicación.

**CUADRO N° 10**

**¿La comunicación se da de manera unidireccional en el aprendizaje tradicional, memorístico, mecánico y pasivo?**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ALTERNATIVAS | fi | % |
| Siempre  | 21 | 84.0% |
| A veces  | 3 | 12.0% |
| Nunca  | 1 | 4.0% |
| TOTAL | 25 | 100% |

Fuente: Cuestionario respondido por los estudiantes

**INTERPRETACIÓN:**

Considerando los datos obtenidos; el 84.0% (21 estudiantes) respondieron “Siempre”, el 12.0% (3 estudiantes) respondieron “A veces”, y el 4.0% (1 estudiante) respondió “Nunca”.

De esto se infiere: La mayoría de los estudiantes consideran que “Siempre”, la comunicación se da de manera unidireccional en el aprendizaje tradicional, memorístico, mecánico y pasivo.

**CUADRO N° 11**

**¿La comunicación se da de manera bidireccional, en el proceso de enseñanza - aprendizaje constructivista?**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ALTERNATIVAS | fi | % |
| Siempre  | 16 | 64.0% |
| A veces  | 7 | 28.0% |
| Nunca  | 2 | 8.0% |
| TOTAL | 25 | 100% |

Fuente: Cuestionario respondido por los estudiantes

**INTERPRETACIÓN:**

Considerando los datos obtenidos; el 64.0% (16 estudiantes) respondieron “Siempre”, el 28.0% (7 estudiantes) respondieron “A veces”, y el 8.0% (2 estudiantes) respondieron “Nunca”.

De esto se infiere: La mayoría de los estudiantes consideran que “Siempre”, la comunicación se da de manera bidireccional, en el proceso de enseñanza - aprendizaje constructivista.

**CUADRO N° 12**

**¿La comunicación se da de manera bidireccional y multidireccional, en el proceso de enseñanza - aprendizaje socio constructivista?**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ALTERNATIVAS | fi | % |
| Siempre  | 18 | 72.0% |
| A veces  | 4 | 16.0% |
| Nunca  | 3 | 12.0% |
| TOTAL | 25 | 100% |

Fuente: Cuestionario respondido por los estudiantes

**INTERPRETACIÓN:**

Considerando los datos obtenidos; el 72.0% (18 estudiantes) respondieron “Siempre”, el 16.0% (4 estudiantes) respondieron “A veces”, y el 12.0% (3 estudiantes) respondieron “Nunca”.

De esto se infiere: La mayoría de los estudiantes consideran que “Siempre”, la comunicación se da de manera bidireccional y multidireccional, en el proceso de enseñanza - aprendizaje socio constructivista.

**4.3 PRUEBA DE HIPÓTESIS:**

Para determinar la validez de nuestra hipótesis tenemos que contrastar los resultados obtenidos, para ello es necesario tener en consideración las hipótesis planteadas en la investigación:

**Hipótesis alterna.**

**H1:** La comunicación es importante en el proceso enseñanza - aprendizaje en los alumnos del 4to grado de secundaria en la Institución Educativa el Amauta – 2016.

**Hipótesis nula.**

**H0:** La comunicación **no** es importante en el proceso enseñanza - aprendizaje en los alumnos del 4to grado de secundaria en la Institución Educativa el Amauta – 2016.

Observando los resultados que nos arroja los cuadros 01, 02, 03, 04, 05, 06, 07, 08, 09, 10, 11 y 12, las tendencias que nos muestran es “Siempre” y con esto podemos entender que la comunicación si es importante en el proceso de enseñanza – aprendizaje, en los alumnos del 4º grado de la institución educativa el “Amauta”.

Teniendo como evidencia los datos obtenidos en el trabajo de campo de la investigación y observando los resultados, podemos rechazar la hipótesis nula de nuestra investigación y aprobamos la hipótesis alterna.

**4.4 DISCUSIÓN DE RESULTADOS.**

Como existen mejores resultados en la opción “siempre” y la intención se fue comprobar la importancia de la comunicación en el proceso enseñanza - aprendizaje en los alumnos del 4to grado de secundaria en la Institución Educativa el Amauta – 2016, lo cual se evidencia en los resultados obtenidos. En consiguiente, aprobamos la hipótesis alterna y rechazamos la hipótesis nula.

Por lo que el sustento son los datos presentados en cuadros, gráficos; analizados e interpretados de acuerdo a ciertos indicadores establecidos respectivamente.

**CONCLUSIONES**

* Se le dio la respuesta al objetivo general, determinando factores que intervienen en la comunicación, en la capacidad que tiene el hombre de hacer saber a otro lo que piensa, siente o desea en el proceso de enseñanza – aprendizaje.
* En toda comunicación debe relacionarse los elementos de la comunicación: emisor, receptor, mensaje, canal, código, y el contexto lo cual influyen en el proceso de enseñanza- aprendizaje, aunque estas deben ser más puestas en práctica.
* La comunicación influye dentro de la sociedad, porque el hombre siempre está en contacto con los demás, comunicándose cada instante, así mismo se alcanza que la mayoría de estudiantes comprendan el tema de comunicación

**RECOMENDACIONES**

* En las Instituciones Educativas se debe promover una comunicación asertiva en vista que es muy importante para lograr mejores resultados en el proceso de enseñanza – aprendizaje.
* Los docentes de los diferentes niveles deben incidir en el empleo adecuado de los puntos o elementos de la comunicación, solo así habrá una buena comunicación.
* El director, docentes, estudiantes y padres de familia deben practicar una comunicación fluida y constante, para logar mejores resultados en los aprendizajes.

**REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

1. Ausubel, D. (1983). *Psicología educativa.* México: Trillas.
2. Benassine, C. (2009). *Teorías de la comunicación en EEUU y Europa.* México: Ed. de comunicación.
3. Bohler, K. (2008). *Teoría del lenguaje.* Madrdid : Revista de Occidente.
4. Borden, G. (2014). *Introduccipon a la teoría.* Madrid: Ed. Nacional.
5. Charry, H. (2017). *Gestión de la comunicacipon interna y su relación con el clima organizacional .* Lima: Tesis. UNMSM.
6. Concha, A. (2016). *Relacipon entre los niveles de satisfacción laboral con la comunicacipon interna de los colaboradores de una universidad privada de la ciudad de Guayaquil .* Ecuador: Tesis Universidad Casa Grande .
7. Francis, B. (2012). *Comunicación y sociedad - evolución y análisis comparativo de los medios.* Bogotá: Tercer Mundo.
8. Hjelmslev, L. (1971). *Prolegómenos a una teoría del lenguaje.* Madrid: Gredos.
9. López, F. (2007). *La ciencia de la comunicación y objetivo de estudio.* México: Trillas.
10. Mates, B. (2007). *Lógico de los estoicos.* Madrid: Tecnos.
11. Mcquail, D. (2012). *Sociología de los medios de comunicación.* Buenos Aires: Paidos.
12. Palomino, J. (2008). *La comunicación y sus esquemas.* Lima: Ama Llulla.
13. Palomino, J. (2015). *Metodología de la investigación .* Lima: San Marcos.
14. Parra, C. (2008). *La comunicación y sis esquemas.* Lima: Ama Llulla.
15. Peña, J. (2015). *Metodología de la investigación.* Lima: San Marcos.
16. Reyzabal, V. (2008). *la comunicación oral y sis didáctica.* Madrid: La Muralla.
17. Reyzabal, V. (2008). *La comunicación oral y su didáctica.* Madrid: La Muralla.
18. Rojas, I. (2007). *Comunicación y lenguaje.* Lima: Signo.
19. Saussure, F. (2006). *Curso de lingüistica general.* Buenos Aires: Losada.
20. Schramm, W. (2006). *La ciencia de la comunicación humana.* México: Roble.
21. Serrano, M. (2001). *Epistemología de la comunicación y análisis de la referencia.* Madrid: Universidad Complutense .
22. Tarazona, F. (2014). *Teoría y metodología de la investigación.* Huancayo: Mega Color.
23. Villagomez, A. (2012). *Teoría de la coumnicación.* México: Fondo Editorial.
24. Warren, H. (2010). *Diccionario de psicología.* México: Fondo Editorial.
25. Wolf, M. (2010). *La investigación de la comunicación de masas.* Madrid: Paidós.

**ANEXOS**

**CUESTIONARIO**

**IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN EN EL PROCESO DE LA ENSEÑANZA - APRENDIZAJE EN LOS ALUMNOS DEL 4to GRADO DE EDUCACION SECUNDARIA EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA EL AMAUTA EL AÑO DEL 2016**

Sr. Alumno. A Ud. bien de responder las siguientes preguntas de forma clara:

1. ¿La comunicación se relaciona con el proceso de enseñanza – aprendizaje?

a. Siempre

b. A veces

c. Nunca

1. ¿La comunicación es importante en el proceso de enseñanza – aprendizaje?

a. Siempre

b. A veces

c. Nunca

1. ¿Los elementos del proceso comunicativo son importantes para la enseñanza?

a. Siempre

b. A veces

c. Nunca

1. ¿El enfoque comunicativo textual es necesario para el proceso de enseñanza - aprendizaje?

a. Siempre

b. A veces

c. Nunca

1. ¿La comunicación oral y escrita es importante para la enseñanza y aprendizaje?

a. Siempre

b. A veces

c. Nunca

1. ¿Considera usted que la comunicación intrapersonal ayuda en el aprendizaje?

a. Siempre

b. A veces

c. Nunca

1. ¿Considera usted que la comunicación Interpersonal permite lograr aprendizajes?

a. Siempre

b. A veces

c. Nunca

1. ¿Para una buena comunicación, es necesario las experiencias y conocimientos aprendidos?

a. Siempre

b. A veces

c. Nunca

1. ¿En el aprendizaje conceptual, procedimental y actitudinal influye la comunicación?

a. Siempre

b. A veces

c. Nunca

1. ¿La comunicación se da de manera unidireccional en el aprendizaje tradicional, memorístico, mecánico y pasivo?

a. Siempre

b. A veces

c. Nunca

1. ¿La comunicación se da de manera bidireccional, en el proceso de enseñanza - aprendizaje constructivista?

a. Siempre

b. A veces

c. Nunca

1. ¿La comunicación se da de manera bidireccional y multidireccional, en el proceso de enseñanza - aprendizaje socio constructivista?

a. Siempre

b. A veces

c. Nunca

**MATRIZ DE CONSISTENCIA**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| PROBLEMAS | OBJETIVOS | HIPOTESIS | VARIABLES | METODOLOGÍA |
| General¿Cuál es la importancia de la comunicación en el proceso Enseñanza - Aprendizaje en los alumnos del 4to grado de secundaria en la Institución Educativa el Amauta - 2016? | GeneralDeterminar la importancia de la comunicación en el proceso Enseñanza - Aprendizaje en los alumnos del 4to grado de secundaria en la Institución Educativa el Amauta – 2016.  | GeneralLa comunicación es importante en el proceso Enseñanza - Aprendizaje en los alumnos del 4to grado de secundaria en la Institución Educativa el Amauta – 2016. | La comunicaciónEnseñanza - Aprendizaje | Diseño de la Investigación:M 🡪 ODondeM🡪Muestra representada con quien o en quienes se realiza el estudio.O🡪Información relevante de interés recogida de la muestra.-Descriptivo-Simple, Explicativo.Población y muestraLa población estuvo conformada por los 125 alumnos del Laboratorio de Investigación e Innovación Pedagógica “El Amauta”.La muestra fue de tipo probabilístico, con selección aleatoria conformado por 25 alumnos del 4to grado de secundaria del Laboratorio de Investigación e Innovación Pedagógica “El Amauta” |
| Específicosa. ¿Cómo se relaciona la comunicación con el proceso Enseñanza- Aprendizaje en los alumnos del 4to grado de secundaria en la Institución Educativa el Amauta - 2016?b. ¿De qué manera influye la comunicación en el proceso Enseñanza- Aprendizaje en los alumnos del 4to grado de secundaria en la Institución Educativa el Amauta - 2016? | Específicosa. Describir como se relaciona la comunicación con el proceso Enseñanza- Aprendizaje en los alumnos del 4to grado de secundaria en la Institución Educativa el Amauta - 2016b. Explicar de qué manera influye la comunicación en el proceso Enseñanza- Aprendizaje en los alumnos del 4to grado de secundaria en la Institución Educativa el Amauta – 2016 | Específicosa. La comunicación se relaciona con el proceso Enseñanza- Aprendizaje en los alumnos del 4to grado de secundaria en la Institución Educativa el Amauta – 2016.b. La comunicación influye en el proceso Enseñanza - Aprendizaje en los alumnos del 4to grado de secundaria en la Institución Educativa el Amauta – 2016. |