

# TIPOS, DIMENSIONES Y FUNCIONES DEL LENGUAJE



San Marcos

Tipos, dimensiones y funciones del lenguaje.....	3
Funciones del lenguaje.....	4
Comunicación y Lenguaje.....	6
Comunicación no verbal.....	8
Comunicación verbal.....	9
Comunicación escrita.....	10
Teoría de la información.....	12
Teoría de la comunicación.....	13
Relación con otras disciplinas.....	17
Bibliografía.....	19

# Tipos, dimensiones y funciones del lenguaje

Todos los lenguajes buscan transmitir algo a partir de un símbolo determinado y de manera deliberada partiendo del hombre; en todos los tipos de lenguaje se necesitan los elementos básicos de la comunicación (emisor, mensaje y receptor) para que pueda llevarse a cabo su objetivo y se construye gracias a los signos.

Esto se clasifican en:

**Oral:** El lenguaje oral tiene la ventaja de articular los sonidos con la entonación, idóneo para la expresión poética. Para que se lleve a cabo, el mensaje se transmite por medio del habla y se percibe de forma auditiva. Este tipo de lenguaje es conocido como lengua, es decir, un conjunto de signos que se ha formado por varias generaciones y sirve para comunicarse.

**Mímico:** Es el uso regular de gestos faciales y manuales, silenciando las palabras pero aún transmitiendo un mensaje. El lenguaje mímico para algunos autores (como Nietzsche) es un tipo de arte, ya que requiere del uso de la interpretación para decodificar los signos utilizados. Por otro lado, detrás de la mímica mostrada, hay un pensamiento y sentimiento expresado.

**Escrito:** Cumple la importante función de transmitir los conocimientos de una generación a otra, gracias a su permanencia en el tiempo. Para Vygotski el lenguaje escrito es el paso del lenguaje abstracto al lenguaje que utiliza la representación de las palabras (considerado como la traducción o codificación del lenguaje oral).

Actualmente existen también otros tipos de lenguaje como el gráfico que comunica el mensaje por medio de imágenes (fotografías, dibujos e iconos); el audiovisual que combina las imágenes con los sonidos; y el multimedia que utiliza todos los medios que necesite.

El lenguaje puede ser estudiado según cuatro dimensiones o aspectos diferentes que definen características propias de su naturaleza, entre estos;

**Formal o estructural:** Se refiere a la complejidad combinatoria de los códigos usados, el medio empleado para el mismo y los patrones en los que se basa la comunicación mediante dicho lenguaje. La dimensión estructural a su vez puede ser dividida en forma, contenido y uso.

En forma, cuando es estudiada en sus diferentes aspectos por la fonología, morfología y sintaxis. La primera comprende la forma material de las señales, la segunda las

propiedades de formación de señales complejas y la tercera las propiedades combinatorias.

**Contenido:** Estudiado por la semántica, que consiste en la codificación y decodificación de los contenidos semánticos en las estructuras lingüísticas.

**Uso:** Estudiado en la pragmática, que define cómo la situación de uso tiene importancia tanto para las formas usadas como para la interpretación del contenido.

**Funcional:** Se refiere a la intencionalidad con la que se usa, qué ventajas aporta y para qué casos se usa, con qué funciones y en qué contextos.

**Comportamental:** Se refiere a todo el comportamiento exhibido por el emisor y los receptores del código, y a las conductas desencadenadas por el uso del lenguaje.

**Representativa:** se refiere a la intencionalidad del emisor de exponer una información sin intención de dar una valoración o provocar una reacción en el receptor.

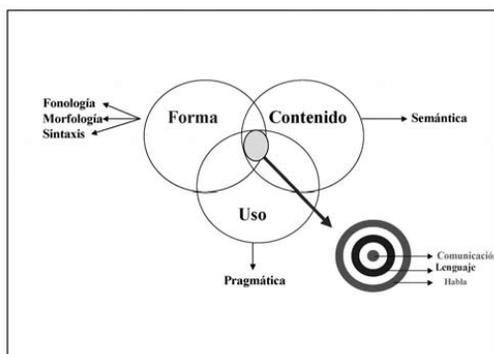


Imagen 1

Fuente:

<https://external->

[content.duckduckgo.com/iu/?u=https%3A%2F%2Fwww.researchgate.net%2Fprofile%2FRafael\\_Hernandez10%2Fpublication%2F38181511%2Ffigure%2Fdownload%2Ffig%2FAS%3A655091656830978%401533197430764%2Ffigura-16-Dimensiones-del-lenguaje-adaptado-de-Bloom-Lahey-1978.png&f=1&nofb=1](https://external-content.duckduckgo.com/iu/?u=https%3A%2F%2Fwww.researchgate.net%2Fprofile%2FRafael_Hernandez10%2Fpublication%2F38181511%2Ffigure%2Fdownload%2Ffig%2FAS%3A655091656830978%401533197430764%2Ffigura-16-Dimensiones-del-lenguaje-adaptado-de-Bloom-Lahey-1978.png&f=1&nofb=1)

## Funciones del lenguaje

Las personas se comunican por distintos motivos. En algunas ocasiones, solo pretenden transmitir información de manera objetiva; en otras, manifiestan sentimientos u opiniones, o pretenden influir en los demás.

Las diversas finalidades comunicativas pueden sistematizarse, teniendo en cuenta los elementos de la comunicación, en las funciones del lenguaje. En un mismo enunciado pueden coexistir varias funciones, pero siempre hay un predominante. En ¡Siéntate de una vez!, aunque prevalece la función apelativa, también está presente la función expresiva, ya que el emisor manifiesta su fastidio.

Este predominio se evidencia en la presencia de determinados rasgos lingüísticos, como el modo imperativo y el vocativo.

El lenguaje se usa para transmitir una realidad, ya sea afirmativa, negativa o de posibilidad, un deseo, una pregunta, una orden y más. Dependiendo de cómo se utilicen las oraciones, se puede distinguir diferentes funciones en el lenguaje:

- **Función referencial:** El lenguaje pretende ser capaz de transmitir objetivamente la información, es decir, que el emisor transmita el mensaje sin que en él aparezca su opinión personal.

La comunicación está centrada en el tema o asunto al cual se hace referencia. Se utilizan oraciones declarativas o enunciativas. Esta función se puede encontrar en los periódicos.

- **Función emotiva o expresiva:** El mensaje que transmite el emisor hace referencia a sus propios sentimientos. Los expresa de manera subjetiva, mostrando su opinión y sus estados de ánimo.

Las formas lingüísticas de esta función corresponden al uso de oraciones exclamativas e interjecciones. También se emplean aumentativos y diminutivos, así como pronombres en primera persona.

- **Función conativa o apelativa:** Predomina el oyente sobre los otros factores de comunicación. Pretende captar la atención del receptor y recibir una respuesta o reacción.

Aquí la comunicación está centrada en la persona de tú. Los rasgos lingüísticos que la caracterizan son el uso del vocativo, el modo imperativo y el uso de interrogativos e igualmente que en la función emotiva.

- **Funciones complementarias o fáticas:** El mensaje se relaciona con el contacto entre el emisor y el receptor, a través del canal. La misión del emisor es comprobar que el mensaje se transmite correctamente y le llega a su receptor. Consiste en iniciar, continuar, interrumpir o finalizar una conversación.

Es característico de esta función utilizar muletillas o latiguillos como «¿Sabe?», «¿Entiende?», «¿No?»

- **Función metalingüística:** Esta función se puede apreciar cuando se informa sobre la lengua o sistema lingüístico.

En esta función es característico el uso de comillas.

- **Función poética o estética:** Suele (del griego poiesis=creación, poietikos=creativo) emplearse en el lenguaje poético y en la publicidad e incluso en el chiste. Destaca la forma del mensaje.

El acto de comunicación está centrado en el mensaje y en la forma de transmitirlo. Clásicamente suelen utilizarse rimas y figuras literarias o tropos

retóricos, aunque el lenguaje poético puede ser «libre» y basado (tras estímulos o recuerdos concretos) en la fantasía y la imaginación.



Imagen 2

Fuente:

<https://external-content.duckduckgo.com/iu/?u=http%3A%2F%2F3.bp.blogspot.com%2F-r8Tm41hD4yg%2FVnbNAZlvhj%2FAAAAAAAAH%2Fku1k1nkg5ys%2F2f1600%2FFUNCIONES%252BDEL%252BLENGUAJE.jpg&f=1&nofb=1>

# Comunicación y Lenguaje

La comunicación en general toma lugar entre tres categorías de sujetos principales: los seres humanos (lenguaje), los organismos vivos (semiótica) y los dispositivos de comunicación habilitados (cibernética).

Proceso de la comunicación

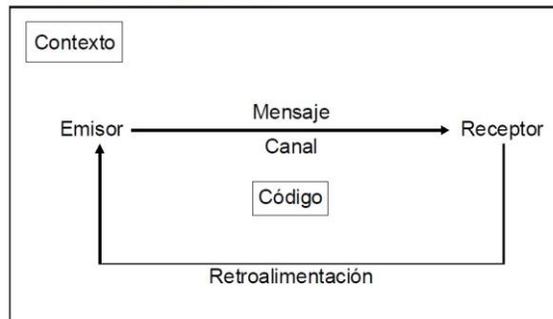


Imagen 3

Fuente:

<https://external-content.duckduckgo.com/iu/?u=http%3A%2F%2Fwen090.files.wordpress.com%2F2013%2F02%2F12.jpg&f=1&nofb=1>

En un sentido general, la comunicación es la unión, el contacto con otros seres, y se puede definir como el proceso mediante el cual se transmite una información de un punto a otro. Su propósito u objetivo se puede denominar bajo la acción de informar, generar acciones, crear un entendimiento o transmitir cierta idea. Los comunicadores tienen como función entregar información verídica y confirmada por más de tres fuentes.

Dependiendo de las clases de signos que se empleen, se diferencia la comunicación no verbal y la comunicación verbal.

En muchas ocasiones los signos verbales y los signos no verbales se combinan en un mensaje, dando lugar a formas mixtas de comunicación. Un ejemplo sería un anuncio publicitario, de cine o un cómic.



Imagen 4

Fuente:

<https://external-content.duckduckgo.com/iu/?u=https%3A%2F%2Ftse1.mm.bing.net%2Fth%3Fid%3DOIP.D5-k4EhlQLRdOOyIs1Os1AHaDt%26pid%3DApi&f=1>

Si se atiende a la relación que se establece entre emisor y receptor, se diferencia una comunicación unilateral y otra comunicación bilateral.

La comunicación unilateral se produce cuando el receptor no se convierte en emisor. Sucede en las señales de tráfico. La comunicación bilateral se produce cuando el receptor se puede convertir a su vez en emisor. Sucede en una conversación.



Imagen 5

Fuente:

<https://external-content.duckduckgo.com/iu/?u=https%3A%2F%2Fcursosmultimedia.es%2Ftutoresformacion%2Fwp-content%2Fuploads%2F2019%2F02%2Fclases-de-comunicacion-unilateral-bilateral-portada.gif&f=1&nofb=1>

# Comunicación no verbal

La comunicación no verbal ayuda a que personas de idiomas diferentes puedan alcanzar un grado de comprensión.



Imagen 6

Fuente:

[https://www.google.com/search?q=comunicaci%C3%B3n+no+verbal&rlz=1C1CHBD\\_esCR902CR902&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=2ahUKEwjnsuOjIkjtAhXJ1FkKHbHgB24Q\\_AUoAXoECA8QAw&biw=1536&bih=722#imgsrc=BKnNc3kBXITtXM&imgdii=dSCUWprKv9TFZM](https://www.google.com/search?q=comunicaci%C3%B3n+no+verbal&rlz=1C1CHBD_esCR902CR902&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=2ahUKEwjnsuOjIkjtAhXJ1FkKHbHgB24Q_AUoAXoECA8QAw&biw=1536&bih=722#imgsrc=BKnNc3kBXITtXM&imgdii=dSCUWprKv9TFZM)

La comunicación no verbal consiste en transmitir significados en la forma de mensajes no verbales. Se utilizan signos no lingüísticos.

La comunicación no verbal incluye los gestos, las expresiones faciales, la expresión corporal, el contacto visual, la manera de vestir, la háptica (comunicación por medio del tacto), la cronémica (significado del tiempo en la comunicación) y la kinésica (lenguaje corporal), entre otros.

La misma comunicación oral contiene elementos no verbales como la paralingüística (elementos no verbales que acompañan a la lingüística, por ejemplo tonos de sorpresa, interés, desinterés, miedo, cansancio, insinuaciones, etc.). Según estudios, el 55 % de la comunicación humana se da por medio de expresiones faciales no verbales y un 38 % por medio del paralenguaje. Esto incluye la misma comunicación escrita en la cual es posible determinar sentidos en el estilo de escritura, la distribución de espacios entre palabras y el uso de emoticonos para transmitir emociones. En este sentido, para transmitir un mensaje se emplean colores, sonidos, como la sirena de una ambulancia, y gestos, como el guiño de un ojo.

Algunos de los propósitos de la comunicación no verbal incluye la complementación e ilustración del mensaje para reforzar o enfatizar, reemplazar o sustituir, controlar o regular e incluso contradecir.

Esto le da una gran importancia a la comunicación no verbal porque contribuye a reforzar las ideas y propósitos del emisor y ayuda al receptor a una mejor decodificación del mensaje que recibe.

## **Comunicación verbal**

El desarrollo de la voz humana y el cerebro posibilitaron el lenguaje. La comunicación verbal o comunicación lingüística es aquella que utiliza las palabras como signos. No puede ser aislada de una serie de factores para que sea efectiva, lo que incluye la comunicación no verbal, las habilidades de escucha y la clarificación. El lenguaje humano puede ser definido como un sistema de símbolos o signos lingüísticos, conocidos como lexemas y reglas gramaticales en los cuales los símbolos son manipulados.

La palabra "lenguaje" se refiere además a las propiedades comunes del mismo. Con estos signos se representan los objetos y hechos de la realidad, y uniéndose mediante las reglas de la gramática se construyen mensajes complejos, es decir, las oraciones, con las cuales se representan pensamientos. En el caso de que dos personas hablen el mismo idioma, reconocen los signos que cada uno pronuncia, y su significado, de tal manera que evocará en la mente un pensamiento o una idea que es la que se querrá transmitir.

El aprendizaje de esto ocurre normalmente y de manera intensa durante los años de la niñez. La mayoría de los idiomas en el mundo utilizan sonidos y gestos como símbolos que posibilitan la comunicación con otros lenguajes, los que tienden a compartir ciertas propiedades, aunque existen excepciones.

No existe una línea definida entre un lenguaje o idioma y un dialecto. Lenguas construidas como el lenguaje de programación y varios formalismos matemáticos, no están necesariamente restringidos por las propiedades compartidas por el lenguaje humano.

Fundamentalmente la comunicación verbal es oral, utilizando palabras pronunciadas con la voz. También puede ser escrita. En la escritura se transforman los sonidos en letras, y las palabras pronunciadas en palabras gráficas.

# Comunicación escrita

La invención de la escritura marcó el inicio de la historia de la humanidad. En la imagen, el llamado papiro de Artemidoro, contiene el primer mapa de la península ibérica. Es un rollo de tres metros de largo escrito en el siglo I antes de Cristo, en Alejandría.



Imagen 7

Fuente:

[https://www.google.com/search?q=papiro+de+artemidoro&rlz=1C1CHBD\\_esCR902CR902&tbm=isch&source=iu&ictx=1&fir=qx6tztuE5kl6FM%252Cq6cKiM02SVIkSM%252C\\_&vet=1&usg=AI4\\_kSscK56Wu6P0TvHZMGbp5HwB1sHnA&sa=X&ved=2ahUKewiwTuGTgKjtAhXOjVvKHXsuDk0Q\\_h16BAGWEA0#imgrc=qx6tztuE5kl6FM](https://www.google.com/search?q=papiro+de+artemidoro&rlz=1C1CHBD_esCR902CR902&tbm=isch&source=iu&ictx=1&fir=qx6tztuE5kl6FM%252Cq6cKiM02SVIkSM%252C_&vet=1&usg=AI4_kSscK56Wu6P0TvHZMGbp5HwB1sHnA&sa=X&ved=2ahUKewiwTuGTgKjtAhXOjVvKHXsuDk0Q_h16BAGWEA0#imgrc=qx6tztuE5kl6FM)

La comunicación escrita, a diferencia de la verbal, tiene otra manera de interacción entre emisor y receptor, produciéndose en el tiempo o incluso nunca, aunque lo escrito puede perdurar. A través de la historia, este tipo de comunicación se ha desarrollado gracias al impacto de las tecnologías y de la ciencia.

Estos procesos de desarrollo se dividen en tres etapas: Los pictogramas como las formas más primitivas de escritura humana.



Imagen 8

Fuente:

[https://external-](https://external-content.duckduckgo.com/iu/?u=https%3A%2F%2Ftse2.mm.bing.net%2Fth%3Fid%3DOIP._tDAL8mOeJvkmMVK42VCsQHAEK%26pid%3DApi&f=1)

[content.duckduckgo.com/iu/?u=https%3A%2F%2Ftse2.mm.bing.net%2Fth%3Fid%3DOIP.\\_tDAL8mOeJvkmMVK42VCsQHAEK%26pid%3DApi&f=1](https://external-content.duckduckgo.com/iu/?u=https%3A%2F%2Ftse2.mm.bing.net%2Fth%3Fid%3DOIP._tDAL8mOeJvkmMVK42VCsQHAEK%26pid%3DApi&f=1)



# Teoría de la información

El modelo de comunicación de Claude Elwood Shannon y Warren Weaver (1949), representa la fuente de la información, el codificador que envía el mensaje a través del medio de comunicación o canal de comunicación, el cual podría ser interrumpido o distorsionado por el ruido (representado en el rayo que cae) y que llega a un decodificador y de este al receptor el cual podría emitir a su vez una respuesta.

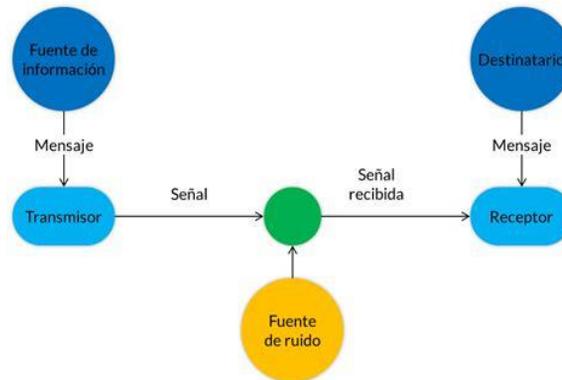


Imagen 11

Fuente:

<https://external->

[content.duckduckgo.com/iu/?u=https%3A%2F%2Ftse2.mm.bing.net%2Fth%3Fid%3DOIP.MgvXtNSRP5V0whg5dllwEQHaE7%26pid%3DApi&f=1](https://external-content.duckduckgo.com/iu/?u=https%3A%2F%2Ftse2.mm.bing.net%2Fth%3Fid%3DOIP.MgvXtNSRP5V0whg5dllwEQHaE7%26pid%3DApi&f=1)

El concepto de comunicación en el contexto de la Teoría de la Información es empleado en un sentido muy amplio en el que "quedan incluidos todos los procedimientos mediante los cuales una mente puede influir en otra". De esta manera, se consideran todas las formas que el hombre utiliza para transmitir sus ideas: la palabra hablada, escrita o transmitida (teléfono, radio, telégrafo, etc.), los gestos, la música, las imágenes, los movimientos, etc.

En el proceso de comunicación es posible distinguir por lo menos tres niveles de análisis diferentes: el técnico, el semántico y el pragmático.

En el nivel técnico se analizan aquellos problemas que surgen en torno a la fidelidad con que la información puede ser transmitida desde el emisor hasta el receptor. En el semántico se estudia todo aquello que se refiere al significado del mensaje y su interpretación. Por último, en el nivel pragmático se analizan los efectos conductuales de la comunicación, la influencia o efectividad del mensaje en tanto da lugar a una conducta. Es importante destacar que la Teoría de la Información se desarrolla como

una respuesta a los problemas técnicos del proceso de comunicación, aun cuando sus principios pueden aplicarse en otros contextos.

En muchos casos la comunicación suele confundirse con la teoría de la información, la cual corresponde a la teoría matemática que estudia la información (canales, compresión de datos, criptografía y todo lo que se le relaciona) como magnitud física. Esta emplea una unidad de medida de la información a la que denomina el "BIT", es decir, la menor unidad que puede aprenderse.

Esta unidad de medida de la información se sustenta en la alternativa sí o no en cada determinación que pueda dar elementos para el conocimiento de los objetos. Así, por ejemplo, la sexualidad de un sujeto puede darse por un BIT, simplemente, macho o hembra. Para fijar la posición de una pieza de ajedrez sobre un tablero de 64 casillas se necesitarán al menos 6 BITS o 6 preguntas binarias.

Si bien la teoría de la información es fundamental al estudio de la comunicación y la comprensión de sus procesos, dicha teoría no responde a las preocupaciones de la comunicación humana misma como son los siguientes, entre muchos otros de carácter social:

- Relaciones sociales entre individuos o grupos dentro de una problemática social.
- Relación entre la comunicación mediática y el poder político.
- Carácter semiológico de la comunicación.
- Carácter lingüístico de la comunicación.
- Relación con otras ciencias sociales.

## Teoría de la comunicación

La teoría de la comunicación es un campo de la teoría de la información que estudia los procesos de la información y la comunicación humana.

Las escuelas más conocidas de la teoría de la comunicación son las siguientes:

**Mecanicismo:** Entiende la comunicación como un perfecto transmisor mecánico de un mensaje desde un emisor hasta un receptor.

**Psicológico:** Considera a la comunicación como el acto de enviar un mensaje a un receptor (llamado así porque considera al receptor como sujeto de la comunicación) y en el cual las sensaciones y las ideas de ambas partes influyen considerablemente en el contenido del mensaje.

**Construccionismo social:** Este punto de vista, también llamado "interaccionismo simbólico", considera a la comunicación como el producto de significados creativos e interrelaciones compartidas.

**Sistemática:** Considera a la comunicación como un mensaje que pasa por un largo y complejo proceso de transformaciones e interpretaciones desde que ocurre hasta que llega a los perceptores.

Dichas teorías se estudian además desde las siguientes perspectivas:

**Ontología:** Pone la pregunta sobre el que se comunica.

**Epistemología:** Pone la pregunta sobre el cómo se comunica.

Los siguientes son los elementos básicos de la comunicación:

**Código:** Es un conjunto de signos que se combinan siguiendo unas reglas (semántica) y que permiten su interpretación (decodificación), por el cual el emisor elabora el mensaje. El receptor también ha de conocer el código para interpretar el mensaje. Para que se pueda producir la comunicación entre dos personas de distinta lengua se hace uso del extranjerismo.

**Canal:** El medio físico a través del cual se transmite el mensaje desde el emisor hasta el receptor.

**Emisor:** Es la persona que tiene la intención y se encarga de transmitir una información (mensaje), para lo que necesita elaborarla y enviarla al receptor. Esta persona elige y selecciona los signos que le convienen, es decir, realiza un proceso de codificación; codifica el mensaje.

**Receptor:** Se denomina como receptor a la persona que recibe e interpreta un mensaje, previamente enviado por un emisor. Es decir, es quien se encarga de decodificar los signos del mensaje recibido. Una vez interpretada tal información, el receptor puede responder y, de esta manera, ocupar el lugar del emisor, generando una acción comunicativa.

**Mensaje:** En el sentido más general, es el objeto de la comunicación. Está definido como la información o secuencia de signos que el emisor elabora y envía al receptor a través de un canal de comunicación o medio de comunicación determinado.

**Situación comunicativa o contexto:** En el sentido más general, es el espacio donde se desarrolla el acto o situación comunicativo. Es el conjunto de circunstancias que afectan tanto al emisor como al receptor, y además condicionan la interpretación del mensaje. Tanto emisor como receptor deben ser conscientes de las circunstancias de ese acto comunicativo, que en una conversación se da por sabido, para que sea eficaz la comunicación.

**Marco de referencia:** Es el entorno que enmarca la situación.

Los siguientes son los elementos básicos mecánicos de la comunicación:

**Fuente o Emisor (Remitente):** Dispositivo que genera los datos a transmitir, por ejemplo teléfonos o computadores personales.

**Transmisor:** Transforma y codifica la información, generando señales electromagnéticas que pueden ser enviadas a través de algún sistema de transmisión. Por ejemplo, una antena.

**Sistema de transmisión:** Puede ser desde una sencilla línea de transmisión hasta una compleja red que conecte a la fuente con el destino.

**Destino, destinatario o destinación:** Toma los datos del receptor, por ejemplo la audiencia.

La comunicación puede tener funciones como informar, persuadir, regular y motivar, entre muchas otras. Las funciones más básicas son cuatro:

**Informativa:** Tiene que ver con la transmisión y recepción de la información. A través de ella el receptor accede al caudal de la experiencia social e histórica.

**Formativa:** La formación de hábitos, habilidad intelectual y convicciones. En esta función el emisor influye en el estado mental interno del receptor aportando nueva información.

**Persuasiva:** El emisor pretende modificar la conducta u opinión del receptor de manera que coopere en determinado propósito. O bien que cree en su mente una percepción sobre una organización, empresa, servicio o producto. Se denomina Comunicación de Marketing y se aplica a todos los ámbitos sociales on y off-line, tales como el político, el social, el medioambiental, el comercial, etc.

**Entretener:** El emisor crea contenidos que el receptor disfruta.

Otras Funciones de la comunicación dentro de un grupo o equipo:

**Reguladora:** El emisor pretende regular la conducta del receptor, por ejemplo en una norma social determinada.

**Control:** El emisor pretende controlar el comportamiento del receptor, por ejemplo estableciendo un sistema de premios y sanciones sociales.

**Motivación:** El emisor pretende motivar al receptor en la realización de determinados actos, por ejemplo el jefe dentro de una empresa.

**Expresión emocional:** La comunicación se presenta como el medio para expresar ideas, emociones, por ejemplo los empleados pueden comunicar lo que piensan de su empresa.

**Cooperación:** La comunicación se constituye como una ayuda importante en la solución de problemas.

Para comunicar algo sobre los objetos de la realidad, se usarán signos que representan a esos objetos. Las palabras, por ello, es el "nombre de las cosas". Un signo es cualquier cosa que percibimos por los sentidos y evoca otro objeto o hecho diferente con el que mantiene una relación. Según la relación que se establece, existen tres tipos de signos, estos son;

**Indicios:** Basados en la relación causa-efecto entre dos hechos. Los indicios transmiten una información que hasta ese momento no se conocía.

**Iconos:** Basados en la relación de semejanza entre dos hechos.

**Símbolos:** Signos convencionales que mantienen una relación arbitraria con el hecho representado.

El filósofo y escritor Umberto Eco, en su obra *Il segno (Signo)*, realiza una descripción de lo que es un signo:

En organizaciones corporativas e institucionales la comunicación constituye un soporte fundamental para el desarrollo, el desenvolvimiento y la visibilidad de las mismas. Las ciencias de la comunicación (comunicación social, comunicología o simplemente comunicación) analizan, estudian y discuten los fenómenos relacionados con la información y el efecto de la acción de la comunicación humana, así como también se encargan de observar y examinar los medios de difusión masivos, las industrias culturales, el consumo y el conjunto semiótico que estos construyen. Se trata de un campo de estudios interdisciplinario cuyos conceptos teóricos son compartidos e intervenidos con frecuencia.

Es abordado por disciplinas como la semiótica, la psicología, la ciencia política, la sociolingüística, la antropología, la informática, la cibernética, la sociología; y elabora herramientas analíticas y métodos de estudio propios.

La comunicación abarca un amplio abanico de especialidades laborales, como las relaciones públicas, la publicidad, el diseño gráfico, las redes sociales, la fotografía, la comunicación audiovisual, la comunicación institucional, la comunicación política, el periodismo, las telecomunicaciones, entre otras.

Gran parte de los estudios y análisis desarrollados en materia de comunicación provienen de distintas escuelas de pensamiento e investigación, entre las que se destacan la Escuela de Palo Alto de Estados Unidos, la escuela de Frankfurt de Alemania, la Mass Communication Research estadounidense (fundada con base en la entonces fuerte corriente del conductismo); la New York Academy of Sciences y de campos de investigación tales como el de los estudios culturales, que concentra numerosas observaciones relacionadas con la economía política, la historia, la teoría

literaria (entre otras) y que a su vez se examinan conforme a las prácticas culturales que se realizan en contexto del poder político, de las ideologías, de la nacionalidad, del sentido, de la etnia, etcétera.

## **Relación con otras disciplinas**

Marketing es la ciencia que teniendo en cuenta las necesidades y deseos de la población mediante el adecuado conocimiento psicosociológico, integra de manera global el producto, el servicio, la idea o acto que se desea promover, definiendo la manera de hacerlo llegar a los adoptantes y diseñando las acciones de comunicación más adecuadas dependiendo de la tipología de cada uno de los tipos que conforman su público objetivo, con la finalidad de conseguir la máxima eficiencia. Las organizaciones sin ánimo de lucro de más éxito conforman su estrategia de comunicación como variable de marketing, los partidos políticos más exitosos conforman sus estrategias de comunicación como variable de marketing y todas las empresas y organizaciones que destacan de manera notoria usan la comunicación como variable de marketing.

**Neuromarketing:** Es una disciplina de las neurociencias que evalúa las acciones de marketing y comunicación mediante el uso de técnicas de neurociencias, midiendo las reacciones inconscientes de los individuos, de tal manera, que sustituye los estudios de mercados y de opinión tradicionales basados en cuestionarios, focus-groups, etc.

Según González-Morales (2016), presidente de la Asociación Española de Neuromarketing y Neurocomunicación (AENENE), quien define el neuromarketing tomando como punto de partida la definición de marketing de Philip Kotler, “El Neuromarketing es el uso de las neurociencias con la finalidad de facilitar y mejorar la creación, la comunicación y el intercambio de acciones, servicios y productos de valor entre grupos e individuos que necesitan y desean satisfacer sus necesidades mediante estos intercambios”.

**Psicología:** En esta se analiza al sujeto-objeto de la comunicación, sus problemas, necesidades y maneras de asimilar y la influencia que el mensaje tiene en ellos, en especial desde la psicología de la personalidad, la evolución y la social.

**Sociología:** En esta se analiza el impacto social del mensaje y la dinámica de los grupos, así como la forma en que las condiciones sociales influyen en los contenidos y formas de la comunicación.

**Cibernética:** En esta se analizan los procesos autorregulados y controlados, la reacción (feedback) y la forma en que los medios de comunicación pueden influir sobre los procesos sociales a gran escala.

**Pedagogía:** En esta se analizan los principios didácticos para la elaboración y comprensión de los mensajes, la formación de convicciones y procedimientos generales de aprendizaje a través de los medios.

**Educación:** La comunicación educativa es el campo del conocimiento que estudia la relación entre comunicación y educación. Analiza el proceso en el cual las personas intercambian ideas, conocimientos y experiencias, dentro de un contexto educativo, ya sea formal o informal. Este concepto surge en la década de 1960 y algunos autores lo han utilizado como sinónimo de educomunicación.

De igual forma que en el concepto tradicional de comunicación, en la comunicación educativa se distinguen los principales elementos: emisor, que en este caso es el educador; receptor, que corresponde al papel del alumno; y el mensaje, que es el contenido de enseñanza/aprendizaje. Desde la postura de la corriente latinoamericana de educadores y comunicadores, entre ellos, Paulo Freire, Mario Kaplún, y Daniel Prieto Castillo, proponen el diálogo, como requisito indispensable para que exista un verdadero proceso de comunicación educativa. Desde esta perspectiva, la educación requiere una comunicación horizontal.

Belmonte, V. (2013). Inteligencia emocional y creatividad: factores predictores del rendimiento académico. Proyecto de Investigación.

Hernández, J. y Uribe, M. (2011). Los desórdenes del lenguaje: de las neurociencias a la neuro-rehabilitación. Revista de la Facultad de Medicina. Vol. 59(1).

Krumm, G., Arán, V. y Bustos, D. (2014). Inteligencia y creatividad: correlatos entre los constructos a través de dos estudios empíricos. Revista Universitas Psychologica. Vol. 13(4).

Mestre, J. y Palmero, F. (2004). Procesos psicológicos básicos: una guía académica para los estudios en Psicopedagogía, Psicología y Pedagogía.

Molero, C., Saiz, E. y Martínez, C. (1998). Revisión histórica del concepto de inteligencia: una aproximación a la inteligencia emocional. Revista latinoamericana de Psicología. Vol. 30(1).

Mora, F. (2014). Cómo funciona el cerebro. Alianza editorial.

Sánchez, M. (s.f.). Creatividad y emoción: la intuición y las emociones positivas en el proceso creativo artístico.

Smith, E., Michael, S., Platón, R., Smith, M. y Kosslyn, S. (2008). Procesos cognitivos: modelos y bases neurales. Pearson Educación.

