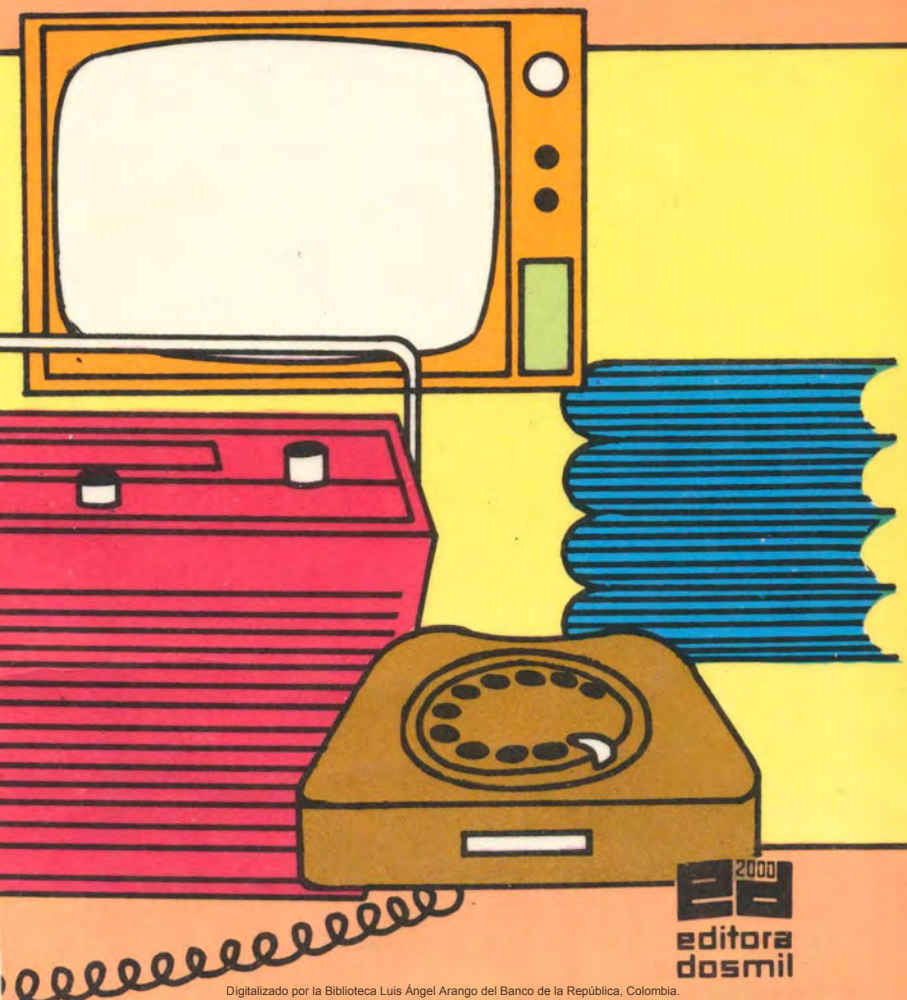


Las comunicaciones

José Vicente Romero A.



2000
**editora
dosmil**

DONACION-ACCION CULTURAL POPULAR A623996

384
R650
FJ2

BLA

np 2008-01-22

Las comunicaciones

José V. Romero Aponte

Primera edición

ACCION CULTURAL POPULAR

Colección alegría

No. 22

BLAA

1 - COMUNICACIONES

CARATULA: Jaime Ramírez Palmar
ILUSTRACIONES: Jorge E. Muñoz Cárdenas

A 623996

© JOSE VICENTE ROMERO APONTE, 1979

SE HIZO EL DEPOSITO LEGAL - DERECHOS RESERVADOS

IMPRESO EN COLOMBIA - PRINTED IN COLOMBIA

Se terminó de imprimir este libro en los talleres de Editorial
Andes en el mes de enero de 1979

ISBN: 84-8275-025-9


editora
dosmil

Cra. 39A No. 15-11 Tel. 2694800 Bogotá - Colombia

INDICE

	Págs.
Primeras palabras	5
CAPITULO I	
NOCIONES BASICAS DE LA COMUNICA- CION	7
Elementos de la comunicación	8
Efectividad de la comunicación	9
Problemas de la comunicación	10
CAPITULO II	
LOS MEDIOS DE COMUNICACION	13
CAPITULO III	
MEDIOS IMPRESOS	17
La escritura	17
El dibujo	19
La fotografía	21
El libro	26
El periódico	28
La revista	35
El boletín	38
La carta	40
El telegrama	47
El cartel	50
El plegable	54

La hoja volante	56
El aviso	57
La valla	58

CAPITULO IV

MEDIOS SONOROS	61
La palabra	61
El discurso	63
La radio	66
El teléfono	70
El disco	74
La grabadora	76
La música	79
El canto	84

CAPITULO V

MEDIOS AUDIOVISUALES	89
El cine	89
La televisión	95
El sonoviso	99
Los títeres	104
Títeres planos	107
Títeres planos articulados	108
Sombras	108
Títere de guante	108
El teatro	110
Ultimos adelantos de las comunicaciones	114
El betamax	116

CAPITULO VI

EFECTOS DE LA COMUNICACION	117
Despedida	126
Bibliografía	127

Esta obra está dedicada a todas las personas influenciadas por los medios de comunicación social y que no han tenido la oportunidad de conocer sus secretos y sus intereses, pero que como todo hombre, tienen el derecho a la capacitación y al desarrollo integral. Y a los que en una u otra forma sienten la necesidad de comunicar y de orientar a las comunidades.

PRIMERAS PALABRAS

¡Bienvenida sea la comunicación social!

La comunicación es la ciencia más antigua y más nueva de la humanidad. Por medio de ella los hombres se encuentran, se conocen, se aman y también se odian.

La comunicación y los medios han conquistado un puesto de altura y de autoridad en la sociedad. Es así y debe ser así, porque la comunicación es connatural al hombre.

La comunicación social y sus medios son herramientas para informar, transformar, capacitar, educar e influir en los demás. La comunicación social responde a una necesidad primaria del hombre:

convivir. Los medios son producto de la ciencia y la técnica.

Los medios de comunicación social producen efectos positivos y negativos en la sociedad. Pero todo depende de la intención con que se construyan los mensajes y de la actitud que observen quienes reciben los mensajes. Así como el machete es una herramienta para el trabajo pero se puede utilizar para quitarle la vida a otra persona, así los medios de comunicación pueden utilizarse para dignificar al hombre, educarlo y hacerlo más persona o para envilecerlo y robarle su personalidad.

Los medios de comunicación se utilizan para crear necesidades, crean la opinión, orientan o desorientan al público.

¿Quién puede decir que está ajeno a la influencia de los medios?

Todos debemos conocer la naturaleza de los medios de comunicación, debemos aprender a utilizar cada medio, para comprender las cosas bellas que podemos alcanzar y el infinito progreso que podemos proporcionar al mundo con el uso de los medios.

El autor

CAPITULO I

Nociones básicas de la comunicación

¿Qué es comunicar?

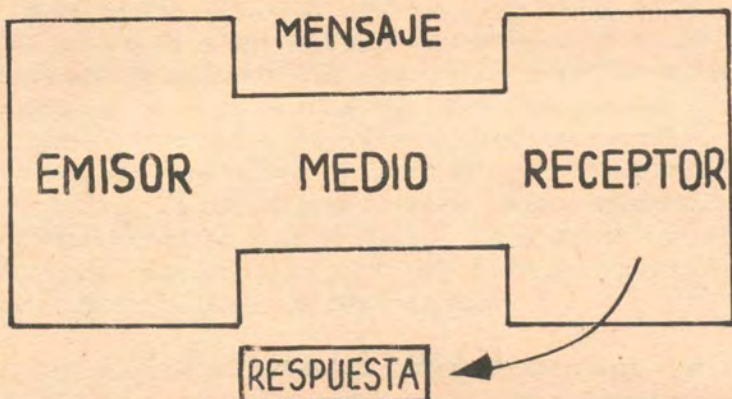
Es crear y transmitir el mensaje de una fuente a uno o varios receptores, utilizando un medio.

La comunicación es expresión, transmisión y recepción.

Propósito de la comunicación: el propósito de la comunicación va más allá de la información. Influye en la conducta del receptor, de acuerdo al mensaje transmitido. Los cambios que se puedan registrar en la conducta de quien recibe el mensaje solo se conocen mediante la respuesta que el receptor dé al mensaje.

ELEMENTOS DE LA COMUNICACION

A. Esquema



B. Nociones

1. Emisor: es quien se encarga de transmitir o poner en circulación el mensaje.

2. Mensaje: es el contenido de la comunicación. El mensaje es lo que se comunica. Es el comunicado. El mensaje va dirigido a lograr una respuesta en el receptor.

3. Receptor: es quien recibe el mensaje transmitido y toma una actitud frente a él. El receptor es el objetivo del proceso de comunicación. El receptor puede ser una persona o varias, incluso el receptor puede ser un animal o una cosa si estos son capaces de captar el mensaje y responder.

4. Respuesta: es la actitud que se produce en el receptor, motivado por el mensaje de la fuente. La

respuesta puede ser de aceptación, indiferencia o rechazo del mensaje. Esta posibilidad depende de la libertad que el receptor posea para ello.

5. Medio: es el instrumento o vehículo utilizado por el emisor para transmitir el mensaje. Al medio se le llama también canal porque lleva el mensaje de un sitio a otro.

Vamos a describir un ejemplo que nos ayuda a captar mejor los elementos de la comunicación.

- | | |
|-------------|---------------------------------------|
| - Emisor | :Locutor de radio |
| - Mensaje | :Lo que comunica el locutor |
| - Medio | :Emisora Radio Sutatenza |
| - Receptor | :Radioescuchas |
| - Respuesta | :Satisfacción, rechazo, indiferencia. |

EFECTIVIDAD DE LA COMUNICACION

Para que la comunicación sea efectiva se requiere:

1. Que la fuente conozca las condiciones y capacidades del receptor a quien va dirigido el mensaje y a partir de aquellas elabore el mensaje.

2. Que la fuente tenga un conocimiento amplio y seguro del tema que va a transmitir.

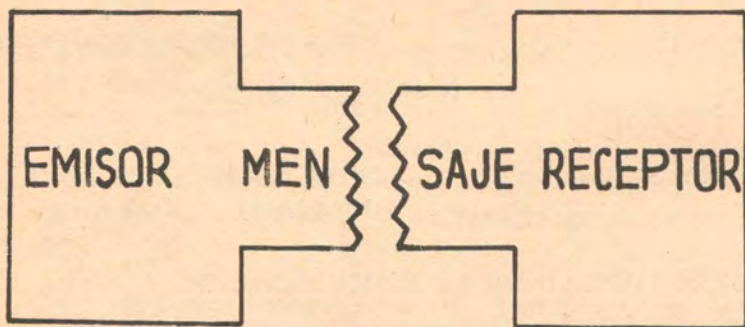
3. Que el mensaje se de en el mismo lenguaje que maneja el receptor. Que sea claro, comprensible y de interés para el receptor.

4. Que el medio o canal elegido para transmitir sea el más adecuado a las características del mensaje y a las condiciones del receptor.

5. Que el receptor asuma una actitud frente al mensaje y emita una respuesta completando así el proceso de comunicación.

PROBLEMAS DE LA COMUNICACION

Un proceso de comunicación no logra su objetivo cuando no se cumplen las anteriores condiciones y se interponen barreras que vician el mensaje.



Esquema. Problemas de la comunicación.

Los principales problemas de la comunicación son:

El rumor: es una ola de voces que corre entre la gente. Generalmente no se conoce de dónde salió ni

hacia dónde se dirige. Nadie es responsable de lo que se rumora y con mucha frecuencia se cambian los contenidos del rumor. Solo permanecen los elementos básicos del rumor que no siempre se ajusten a la realidad.

El rumor daña el empaque auténtico de la comunicación porque se adelanta a lo que realmente va a suceder. El rumor es una forma de comunicación cuando se utiliza con propósitos definidos.

La redundancia: es una sobrecarga de información que no permite el claro entendimiento de los mensajes.

La redundancia carece de creatividad y de orden. La comunicación se vuelve pesada.

El ruido: es un conjunto de sonidos inarticulados y sin armonía. El alboroto de la muchedumbre no nos permite saber qué es lo que quieren. Cuando nos llegan varios mensajes a la vez es difícil entenderlos correctamente.

La distracción: la distracción puede darse tanto en el emisor como en el receptor, consiste en perder fácilmente la atención de nuestro objeto para prestarla a cosas secundarias. La distracción es enemiga de la comunicación.

La interferencia: interferimos la comunicación cuando interponemos elementos extraños al mensaje que transmitimos. Cualquiera de los problemas antes mencionados puede interferir la comunicación y

distorsionar el mensaje. Con un corte repentino de la transmisión se pierde la fuerza del mensaje y es muy probable que no haya comunicación.

CAPITULO II

Los medios de comunicación

Los medios de comunicación son los instrumentos o canales que utiliza el comunicador para llegar con su mensaje hasta el receptor elegido.

Los medios de comunicación tienen varias formas de clasificación:

1. Por el número de personas afectadas: interpersonales y masivos.
2. Por la cantidad de información que brinde el medio: fríos y cálidos.
3. Por su naturaleza: impresos, sonoros y audiovisuales.

Centraremos el desarrollo del presente trabajo en el análisis de esta última forma.

Medios impresos: son aquellos cuyos órganos receptores son la vista o el tacto y que se producen por la huella que deja un objeto al ser presionado sobre otro.

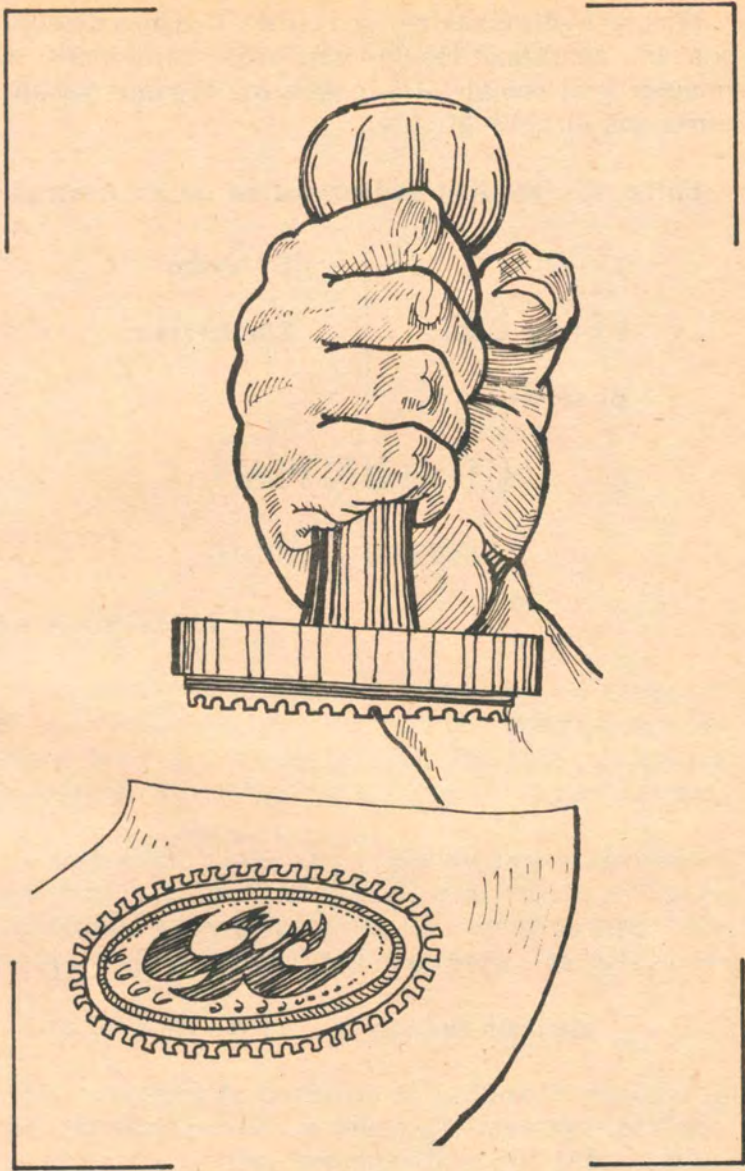
Entre los diferentes medios impresos se encuentran:

La escritura	La carta
El dibujo	El telegrama
La fotografía	El cartel
El libro	El plegable
El periódico	La hoja volante
La revista	El aviso
El boletín	La valla

Medios sonoros: son los medios que se basan en el sonido y que son transmitidos a través de las ondas. El órgano receptor de estos medios es el oído.

Entre los medios sonoros se encuentran:

La palabra	El disco
El discurso	La grabadora
El radio	La música
El teléfono	El canto



Medios audiovisuales: son los medios más modernos que combinan los dos elementos anteriores: la imagen y el sonido. Por lo tanto los órganos receptores son el ojo y el oído.

Entre los medios audiovisuales se encuentran:

El cine

La televisión

El sonoviso

El teatro

Los títeres

CAPITULO III

Medios impresos

LA ESCRITURA

Los hombres primitivos comenzaron a expresar lo que sentían pintando figuras con tintas naturales sobre las rocas o grabando las imágenes sobre las paredes de las cavernas con elementos puntiagudos.

Luego estas pinturas y grabados expresaban ideas y se fueron simplificando hasta convertirse en signos que unidos y combinados expresaban ideas más complejas y abstractas. Así nacieron los alfabetos.

Los fenicios crearon el primer alfabeto.

La escritura le permitió al hombre comunicarse con sus semejantes sin tener que mostrar los objetos concretos. Esa comunicación era más rápida.

A los impresos de los antiguos (pinturas o grabados) se les llama **pictografía**. Cuando estos dibujos y grabados se simplificaron y expresaron ideas tomaron el nombre de escritura **ideográfica**. Luego se pasó a la escritura **fonética**; en ésta los signos ya expresan sonidos y palabras. El sistema se fue perfeccionando hasta que cada signo expresaba una sílaba y entonces tenemos la escritura **silábica**. Finalmente un signo expresó una letra y nació la escritura en letras o **alfabética**. Las diferentes escrituras antiguas crearon sus propios alfabetos.

La mezcla y transformación de estos alfabetos antiguos ha dado origen a los alfabetos modernos. Así el alfabeto griego fue el punto de partida para el desarrollo de las formas de escritura europea.

De la combinación del griego y el latín nació el idioma castellano.

La escritura tiene el don de quedar impresa y así perdurar a través del tiempo. Cuando hay algo que vale la pena que perdure se debe escribir.

La escritura es un documento que da testimonio de lo que sucedió en el pasado. Muchos escritos antiguos han tomado el carácter de fe. En la parte jurídica una escritura es un documento que confirma un contrato celebrado entre dos o más personas.

Si conocemos la escritura y la manejamos podemos conocer mil maravillas que el hombre ha inventado y que se encuentran descritas en los libros. El que sabe escribir debe enseñarle a los demás.

La escritura es la piedra fundamental sobre la cual se levantan los demás medios impresos.



Aprender a escribir bien es un derecho de todo ser humano. Esto nos libera del analfabetismo y nos da capacidad de comunicarnos con los demás.

EL DIBUJO

El dibujo es la representación que se hace de un objeto sobre una superficie, con ayuda de un instrumento.

El dibujo como medio de comunicación es más antiguo que la escritura alfabética.

El dibujo junto con el grabado fueron las primeras formas de expresión del hombre; de ahí nacieron los signos y luego el alfabeto.

En la actualidad el dibujo sigue siendo base y complemento de otros medios de comunicación.

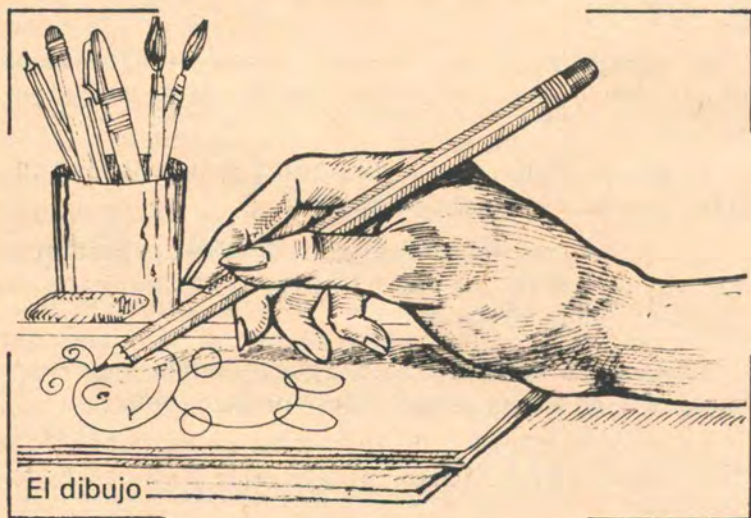
La representación de imágenes en un papel tiene tres fuentes principales: el dibujo, la pintura y la fotografía.

Las imágenes se han convertido en elementos fundamentales de los medios impresos y audiovisuales. Una buena imagen puede ser más significativa que mil palabras.

El dibujo es el producto de la acción del dibujante. Para dibujar es necesario utilizar un instrumento y unos materiales.

Instrumento es la herramienta con la cual ejecutamos la labor. El instrumento común del dibujante es el lápiz, la pluma o el pincel. Existen otros instrumentos para dibujar como la piedra, el carbón, la tiza, o cualquier marcador.

Los materiales primarios del dibujo son: la superficie sobre la cual se representa (ejemplo: papel, tablero) y la tinta o la sustancia colorante que forma las imágenes. Un lápiz es a la vez el instrumento y el material. Un pincel es solo el instrumento.



Hoy en día el dibujo se ha especializado y se puede clasificar en: dibujo lineal, dibujo artístico, dibujo arquitectónico, dibujo publicitario, caricatura y dibujo animado.

1. **Dibujo lineal:** es la representación que se hace de un objeto, animal o idea, utilizando solamente la línea. Es como hacer un croquis o delimitar las formas de la figura.

2. **Dibujo artístico:** expresa los diferentes elementos o partes de la figura con trazos armónicos que forman un conjunto estético y agradable. Ejemplo: los dibujos de este libro.

3. **Dibujo arquitectónico:** es la representación sobre una superficie plana de una obra arquitectónica o de una sección de esta. Ejemplo: el plano de una casa, de un edificio, etc.

4. **Dibujo publicitario:** la intención de este es crear necesidades, dar buena o mala imagen y finalmente vender un producto. La representación que se hace debe ser sugerente y atractiva. Debe convencer al cliente de la calidad y la bondad del producto. El dibujo publicitario es la base del cartel, la valla, el aviso y en general de todos los medios publicitarios.

5. **La caricatura:** es la representación gráfica de una persona o idea, interpretándola voluntariamente bajo sus aspectos o rasgos más sobresalientes.

LA FOTOGRAFIA

La fotografía indudablemente es un medio de comunicación impreso.



La caricatura

La fotografía es el arte de fijar en una placa impresionable a la luz, las imágenes obtenidas con ayuda de una cámara oscura.

Todo empezó cuando sabios, físicos y pintores, se interesaron en el fenómeno de los rayos del sol, que al penetrar a través de un agujero practicado en una de las paredes de una habitación cerrada formaban una imagen en la pared opuesta.

Los experimentos y descubrimientos fueron perfeccionando tanto el arte fotográfico, que hoy tenemos técnicas tan asombrosas como la telefotografía, radiofotografía y otras.

Las cámaras modernas de fotografía trabajan básicamente con los siguientes elementos:

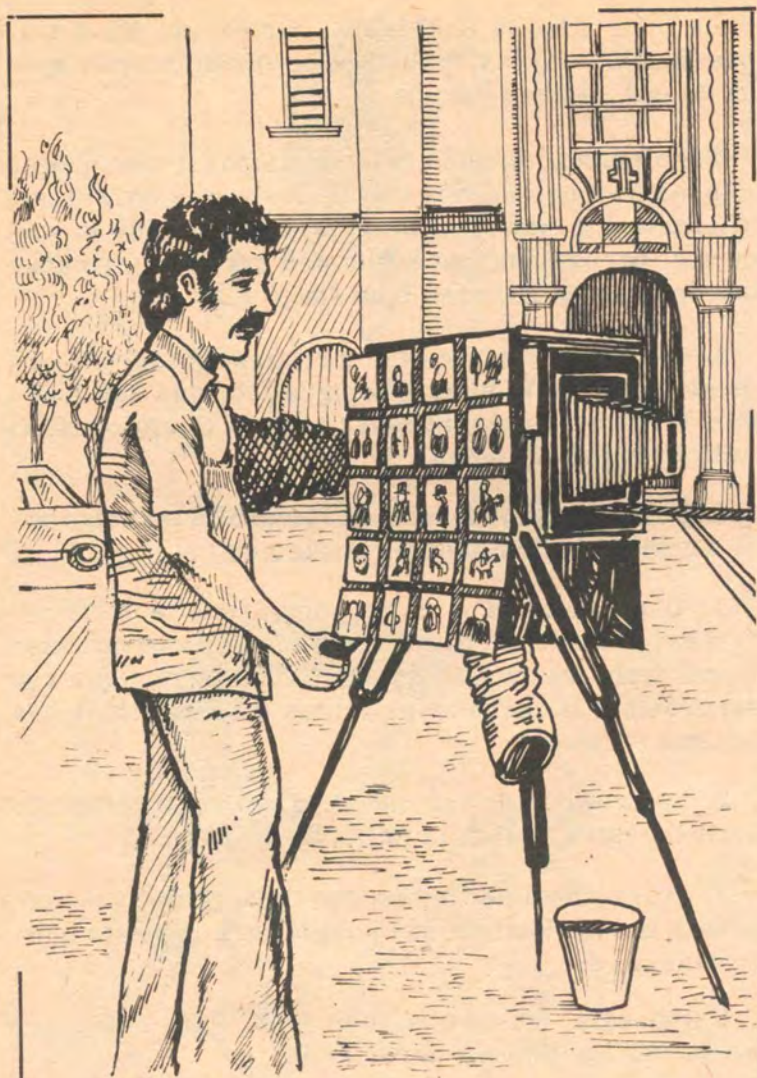
1. Una película o como popularmente decimos: "rollo fotográfico", el cual está cubierto con una sustancia química que se quema en las partes que son expuestas a la luz. Hay películas más sensibles a la luz que otras.

2. La cantidad de luz que la cámara o el fotógrafo permite entrar hasta la película.

3. La cantidad de tiempo que esta película se expone a la luz. Veamos un ejemplo para que esto quede más claro:

Usted está en un cuarto oscuro. Para que usted pueda ver los objetos depende de:

1. La buena o mala vista que usted tenga (sensibilidad de la película)



Fotógrafo de parque



Cámara fotográfica moderna. La cantidad de luz en una cámara fotográfica es graduada por el "diafragma" que es como una cortina que al abrirse o cerrarse deja entrar mayor o menor cantidad de luz.

2. El tamaño de la ventana por donde entra la luz (cantidad de luz).

3. El tiempo que dure abierta la ventana o el tiempo que dure la entrada de luz.

Adquirir la película adecuada, colocarla bien, conocer el funcionamiento de la cámara, es la mitad de los requisitos para tomar buenas fotografías.

La otra mitad corresponde al gusto artístico del fotógrafo. Buscar buenos motivos, fondos adecuados, distribuir bien los elementos en el recuadro que nos ofrece la cámara, etc.

La fotografía nos ofrece un extraordinario medio de comunicación. Más hoy, que estamos en el mundo de la comunicación por medio de imágenes.

EL LIBRO

El libro es un volumen encuadernado e impreso que contiene la exposición y desarrollo de un tema.

El libro es sinónimo de autoridad y corrección. Para escribir un libro se necesita un conocimiento amplio del tema que se va a tratar y conocer gran parte de la bibliografía escrita sobre este tema en otros libros, revistas y demás publicaciones. Si es un tema relacionado con actividades prácticas, el autor debe tener amplia experiencia de su funcionamiento para que en el libro exponga la teoría y su aplicación práctica. Entre más conocimientos tenga el autor más autoridad tendrá su obra y mejor servicio prestará a sus lectores.

Las obras escritas en la antigüedad pertenecen a las culturas orientales y a la civilización griega. La persona que copiaba libros a mano se llamaba "amanuense o copista".

Los amanuenses de la edad media se ocuparon de reproducir a mano la Biblia (terminada de redactar en el siglo I por los apóstoles) y las obras de los escritores griegos y romanos.

Con la invención de la imprenta a mitad del siglo XV por Juan Gutemberg, la producción de libros se desarrolló extraordinariamente y se constituyó en industria comercial. Se editaron las obras antiguas y surgieron nuevas escrituras.

Sin embargo, el libro ha estado restringido a través de la historia, a las clases poderosas y el pueblo no ha recibido los beneficios de la cultura con algunas pocas excepciones.



Los primeros libros fueron manuscritos y de ellos se ocuparon especialmente los filósofos, los sabios y los clérigos.

Hay libros buenos, regulares y malos. La calidad de un libro se valora por sus contenidos y por los fines que persigue.

Todas las ciencias matemáticas, físicas y sociales se han subdividido y especializado. En cada una de estas especializaciones encontramos muchos libros que nos dan a conocer diferentes aspectos del saber.

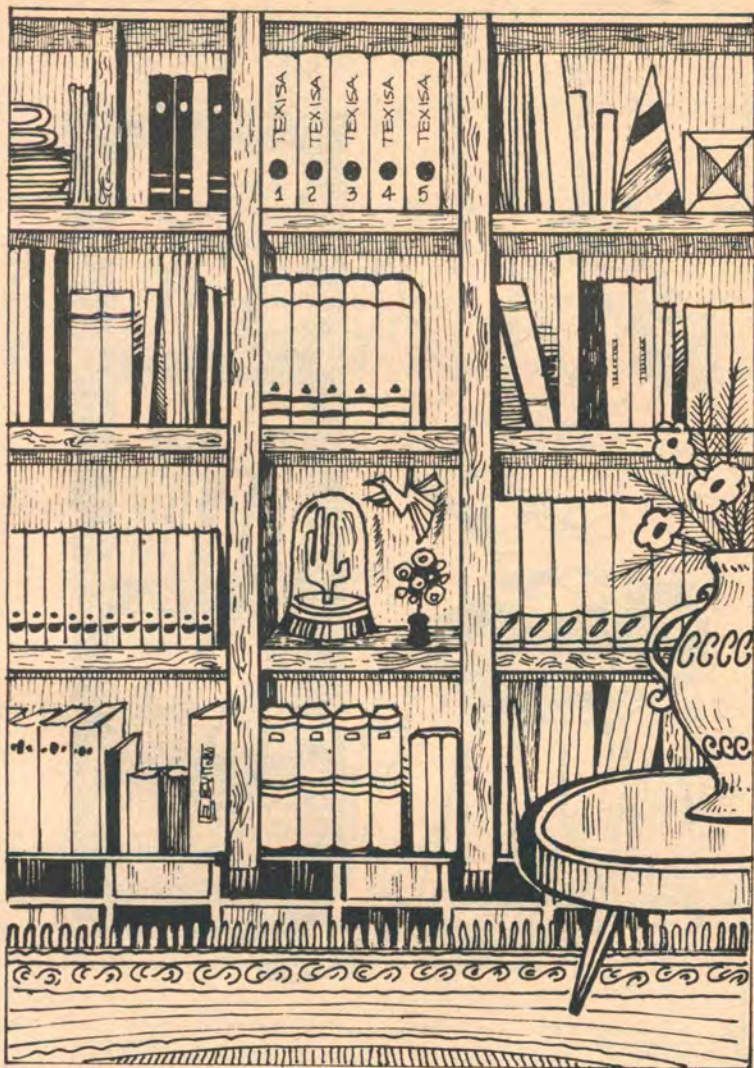
La edición de un libro tiene una serie de requisitos y normas tanto técnicas como legales, de modo que solo lo pueden hacer las personas especializadas. Este trabajo se ha convertido en una ciencia más.

El libro es el mejor amigo del hombre. Nos puede acompañar a todas partes y siempre está dispuesto a enseñarnos. En todas las ciudades existen bibliotecas públicas a las cuales puede ir toda persona que tenga deseos de aprender y de superarse.

También existen muchas facilidades para organizar nuestra biblioteca veredal. Podemos iniciarla haciendo una campaña con los vecinos para destinar un cuarto y motivar a las familias para que cada una lleve allí los textos escolares y los libros que no utilice. Luego nos ponemos en contacto con las autoridades y pedimos ayuda a personas e instituciones que nos pueden ayudar a enriquecer nuestra biblioteca veredal. Igualmente podemos coleccionar algunos fondos por medio de rifas, fiestas o actividades culturales y comprar una enciclopedia, un diccionario o cualquier otra obra de importancia.

EL PERIODICO

El periódico es una publicación impresa que se edita, es decir, sale al público con periodicidad definida.



Biblioteca. En la actualidad existen muchas clases de libros.



Biblioteca rural. Las comunidades que han organizado su biblioteca y la utilizan bien, han mejorado notablemente su nivel cultural.

Así tenemos, los diarios: periódicos que salen todos los días; semanarios: periódicos que se editan cada semana; periódicos mensuales: que circulan cada mes; anuarios: periódicos que se editan cada año.

PERIODISMO. Es una parte de la comunicación social que se dedica a estudiar la información y las técnicas para transmitirla. El trabajo del periodista consiste en investigar, llegar a la información y convertirla en noticia para que esta llegue al receptor en un lenguaje claro a través de los medios de comunicación.

El periodismo actual se divide en varios géneros o clases.

1. En cuanto al medio utilizado puede ser:

- Periodismo escrito.
- Periodismo radial.
- Periodismo televisado.

2. En cuanto al contenido:

- Periodismo informativo: el periodista se limita a transmitir los hechos, sin dar opiniones personales.

- Periodismo de opinión: el periodista además de transmitir los hechos expresa su opinión crítica de ellos.



El periódico o prensa.

- Periodismo interpretativo: el periodista toma la posición de investigador. Correlaciona los hechos y da elementos claves para que el lector saque conclusiones.

Según los contenidos se pueden dividir de acuerdo al tipo o estilo de redacción:

- Periodismo informativo: la noticia, la crónica y el reportaje.

- Periodismo de opinión: la crítica y la columna editorial.

- Periodismo interpretativo: el artículo y el comentario.

La noticia. Su función es contar el hecho. La noticia no debe llevar juicios de valor y debe estar ajustada a la realidad. La noticia debe ser novedosa y reciente. La noticia vieja, deja de ser noticia a menos que sea desconocida.

La crónica. Este género tomó el nombre de CRO-NOS que significa TIEMPO. Es un escrito que relata los hechos en forma cronológica. La crónica no es opinión, pero crea opinión en el público. El cronista escribe para otros lugares y personas diferentes de donde él está. El cronista debe ser fiel a la realidad. La crónica vale por lo que dice, el artículo en cambio vale por el como lo dice.

El reportaje. El reportaje tiene como fundamentos la información de actividades y hechos a la gente, de lo que no sabe, después de una encuesta personal del autor.



Voceador de prensa.

La crítica. Analiza, juzga y valora los hechos. El fin de la crítica es educar y orientar a la gente. El periodista crítico es consejero del público. Criticar no es solo hablar mal, es decir lo bueno, lo malo y lo regular. Se puede ser crítico de toros sin ser torero.

Columna editorial. El editorial de un periódico o revista expresa la política y la opinión de la empresa o personas que lo publican. Generalmente es elaborado por el director o los dirigentes del periódico.

El artículo. El artículo es periodismo interpretativo. El periodista a medida que describe un hecho va dando ideas personales y va correlacionando con otros hechos. En el artículo es más importante el cómo, es decir, la forma de presentar el hecho, que el hecho mismo.

El comentario. Su misión es interpretar los hechos. El periodista busca los elementos centrales del asunto y los expone. Lleva al lector a reflexionar sobre lo central y lo incita a que se forme su propia opinión.

LA REVISTA

La revista es una especie de periodismo interpretativo, sus contenidos superan la noticia y se centran en el análisis de los hechos. La revista puede salir al público con alguna periodicidad; las más corrientes son las mensuales, bimestrales y trimestrales.

Hay revistas especializadas, tales como las científicas, que se ocupan de publicar artículos científicos sobre determinados temas.

Así encontramos revistas de medicina, revistas de física, de aeronáutica, etc.

Hay revistas politemáticas. Aunque publican artículos de fondo, de buenos contenidos, sus temas son tan variados como las circunstancias se vayan presentando.

Hay revistas sociales: su objetivo es publicar hechos y situaciones sociales. El enfoque de su contenido es más ligero y solo buscan estar a la moda. Hay revistas de farándula, deportivas, infantiles, de sexo, de ficción y en general de todos los temas y para todos los gustos.

Desafortunadamente una gran cantidad de las revistas que abundan en kioscos, establecimientos y hogares son aquellas que no tienen ningún valor científico, cultural o educativo. Por el contrario desfiguran la verdadera concepción de la sexualidad, del amor y de los valores materiales y espirituales del ser humano.

El lugar donde se coleccionan las revistas se llama hemeroteca. Ojalá formemos nuestra hemeroteca con ejemplares de auténtico valor científico y educativo.

El hábito de la lectura nos capacitará para conocer los autores, los libros y las revistas de reconocido valor formativo.



Venta de revistas.

EL BOLETIN

El boletín es un medio informativo. Puede tener varias páginas, pero no es demasiado voluminoso, generalmente su presentación es en forma de cuadernillo, o revista, puede ser elaborado con máquina de escribir, mimeógrafo, tipografía o en litografía.

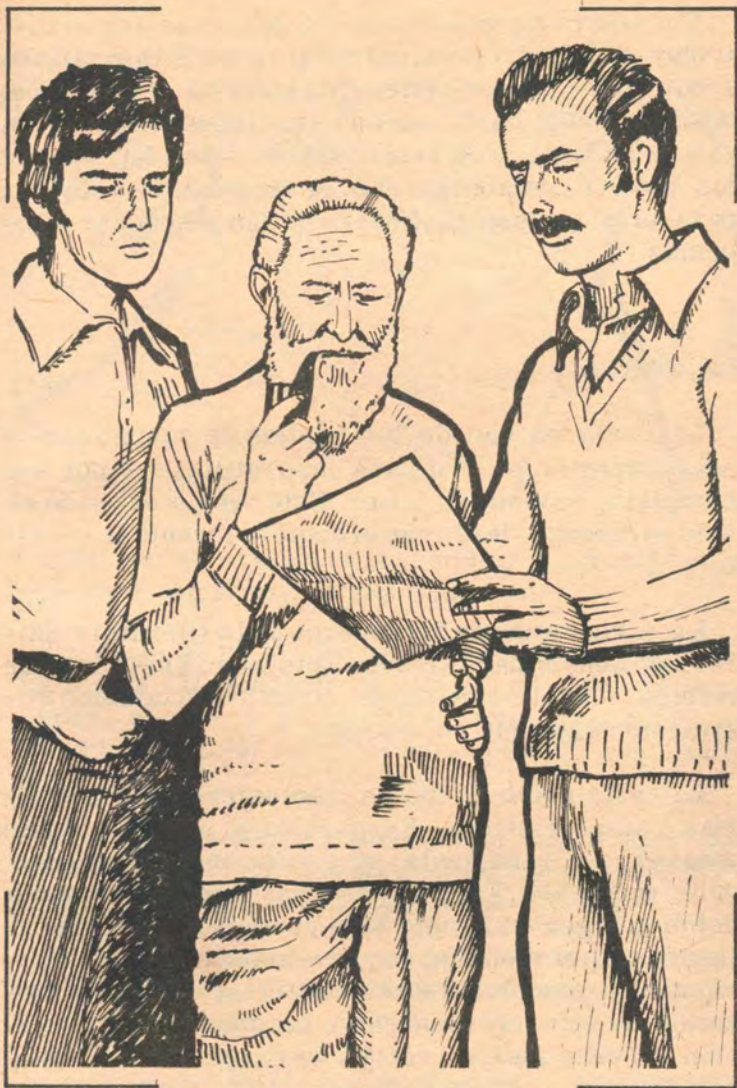
El boletín como órgano informativo de un grupo, de una comunidad o de una institución, debe contener información de interés para las personas a quienes va dirigido.

El boletín puede llevar escritos que correspondan a cualquiera de los géneros del periodismo. Lo importante es que todos los contenidos estén presentados en forma clara y sencilla y utilice el mismo lenguaje que utilizan las personas para quienes va dirigido.

Las ilustraciones son fundamentales. Ojalá todas las noticias y artículos de un boletín lleven una fotografía, un dibujo, una caricatura o un diseño que ilustre los aspectos centrales del escrito. Esto dará mucha más claridad al lector.

Se deben agrupar los temas por secciones, así puede resultar la sección de información de actividades, sección literaria, sección de deportes o recreación, etc.

El boletín debe salir al público en el momento oportuno; es decir, cuando los contenidos van a llenar una necesidad de información.



El boletín informa.

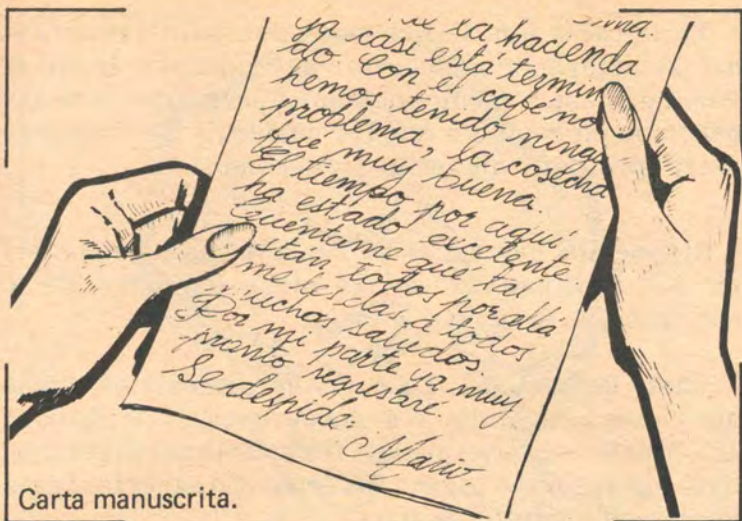
Por ello es necesario que las personas que lo distribuyen, lo entreguen personalmente y lo expliquen a la gente. Un buen artículo da pie para una reunión, donde la gente participe con sus comentarios, críticas y análisis. Los responsables deben buscar que los lectores colaboren con el boletín, que escriban para él y que especialmente lo den a conocer a los demás.

LA CARTA

La carta es uno de los medios de comunicación más importantes y de los más utilizados por ser completo, económico y fiel. Este medio es usado en todo el mundo, desde que el hombre inventó la escritura.

La carta es uno de los géneros de la literatura universal, denominado **Género Epistolar**. Epístola es un término sinónimo de carta, como lo son también misiva, mensaje, pliego, esquila.

La carta como medio de comunicación reúne varias características. Es escrito y por lo tanto su mensaje es permanente, se puede consultar en cualquier momento. Es interpersonal; tiene un receptor definido y generalmente bien conocido por la fuente. De ahí que el mensaje se puede adecuar a las condiciones del receptor. Es privado; la ley castiga la violación de la correspondencia personal. Esta condición permite que haya claridad y exactitud en el mensaje. Induce a cambios de conducta inmediatos en el receptor y facilita la respuesta de este hacia la



Carta manuscrita.

fuente. Así se establece un circuito de comunicación y se hace que el medio sea completo.

La carta es un medio fiel de comunicación, especialmente la manuscrita. Como no tiene traducciones, ni utiliza un medio exterior ya que ella es el medio, llega al receptor tan auténtica como salió de la fuente.

Clases de cartas. Existen varias clases de cartas, las más usadas son las siguientes: familiar, de cortesía, comercial, oficial, pastoral y postal.

Cartas familiares. Es el tipo de carta que permanentemente nos cruzamos con nuestros familiares o amigos.

La carta a diferencia del telegrama, nos permite ahondar en detalles.

En la carta familiar comunicamos noticias personales, informamos nuestras actividades y la situación de nuestro medio ambiente, pero sobre todo nos ponemos en contacto con los nuestros. Les hacemos partícipes de lo que somos y tenemos.

Si tenemos que hacer un reclamo, no debemos herir los sentimientos de las otras personas. De lo contrario es mejor no escribir.

Carta de cortesía. La carta de cortesía es la que dirigimos a un amigo o a una persona conocida para celebrarle un día especial, felicitarlo por algún motivo, agradecerle alguna deferencia o hacerle alguna invitación o participación.

La carta de cortesía hace parte de las relaciones sociales. Se debe utilizar un estilo cordial y evitar todo asomo de hipocresía y falsedad. Debemos ser concisos en el mensaje y claros en la exposición.

Carta comercial. La carta comercial es la que tiene por objeto dar cuentas, negociaciones, productos, valores, descuentos, etc. El receptor es generalmente un cliente, es decir, una persona que utiliza o va a utilizar nuestros servicios.

Con el cliente es necesario mantener una relación y una terminología adecuada:

1. No tutearlo, tratarlo de señor o doctor.
2. Respetar sus opiniones y hacerlo sentir importante.



En la carta familiar debemos ser muy cordiales, valorar a las demás personas y hacerlas sentir importantes.

3. Expresar con firmeza y claridad nuestro punto de vista o la calidad de nuestra oferta.

4. Ser cortos y exponer de una vez lo que se quiera decir.

Carta oficial. La carta oficial es el comunicado con carácter legal de una institución pública, privada o gubernamental.

El comunicado oficial puede estar dirigido a una persona, a un grupo, a otra institución o al público en general.

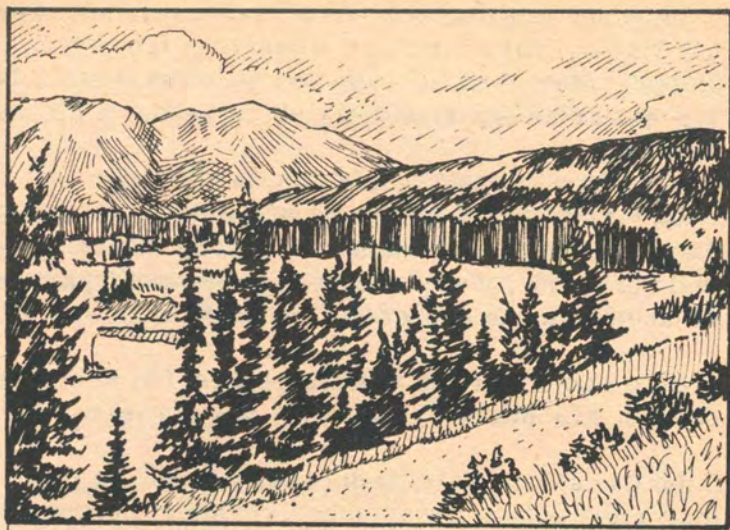
La carta oficial puede tener características de ley, decreto, resolución, acuerdo, acta, declaración, proposición, constitución, escritura pública, según la fuente de la cual emane o de su propio contenido.

El requisito fundamental del comunicado oficial, es la precisión en sus términos.

Carta pastoral. La carta pastoral se utiliza especialmente dentro de la política y de la religión.

Las cartas pastorales llevan contenidos doctrinales y buscan la formación moral y espiritual, ética o ideológica. Debe tener una distribución lógica de las ideas, una buena utilización de ejemplos que aclaren las ideas y un lenguaje apropiado a los receptores.

Carta postal. La carta postal es un género moderno, producto del comercio pero válido como medio de comunicación interpersonal y familiar.



CANADA
lago del dorado

ediciones FIGUIFOTO 4.A. AP. ASESO 24 MEDELLIN-COLOMBIA

Postal es una tarjeta cuyo nombre está relacionado con el correo.

La carta postal actual se utiliza especialmente en los viajes, para informar a nuestros familiares y amigos sobre el sitio donde nos encontramos y a la vez enviarles una muestra y un recuerdo de dichos lugares.

La tarjeta postal está impresa por un lado con una fotografía de un sitio, monumento u objeto importante de la región, y el otro lado está destinado para la redacción de una pequeña carta familiar.

Este tipo de tarjeta no utiliza sobre. Los sellos se colocan allí mismo y se envía así por el correo.

Lo que allí se escribe debe ser general, no privado, ya que por no llevar sobre, cualquier persona lo puede leer. Se debe cuidar especialmente la exactitud en las direcciones.

Al redactar cualquier tipo de carta debemos tener en cuenta:

1. Hacer un esquema o listado de las ideas que queremos comunicar.
2. Colocar esas ideas en orden de importancia.
3. Tener en cuenta la capacidad cultural y de interpretación de la persona o personas a quien o quienes va dirigida.
4. Redactar en orden cada una de las ideas o informaciones elegidas, utilizando palabras adecuadas al receptor.

5. Ser amenos, joviales y concretos.

6. Dar importancia a las demás personas y llevarles un mensaje de alegría y estímulo.

7. Cuidar que el sobre lleve claro el nombre de la persona o institución a quien va dirigida la carta, al igual que la dirección correcta y completa. El remitente debe también colocar su nombre y dirección para facilitar la devolución si esta se presenta.

EL TELEGRAMA

El telegrama es un medio ágil con el cual podemos comunicar a nuestros seres queridos, a nuestros amigos o a personas de nuestro interés, una noticia o un mensaje.

Es ágil ya que se transmite por vía telefónica.

Redactar bien un telegrama supone tener en cuenta unas cuantas normas importantes:

1. Utilizar el telegrama solo para mensajes cortos y precisos. Cuando necesitamos enviar un mensaje largo o explicar varias ideas debemos utilizar la carta.

2. Señalar con claridad al destinatario, es decir la persona a quien queremos que llegue el mensaje. Podemos colocar solamente el nombre o el apellido, siempre y cuando no haya equivocación o de lugar a confusiones.

MINISTERIO DE
COMUNICACIONES

ESPACIO PARA CODIFICACION							ANOTE EL CODIGO DE SU CUENTA
ORIGEN	DESTINO	VIA	CLASE	TELEGRAMA	PALABRAS	VALOR	
				No.		\$	No.

DESTINATARIO : ALVARO ROMERO
DIRECCION : CALLE 4A. 12-24
DESTINO (CIUDAD): PACHO (CUND.)

CALI, OCTUBRE 12/78
CIUDAD Y FECHA
CLASE DEL TELEGRAMA: ORDINARIO

SALUDO CORDIAL QUERIDA FAMILIA PARTICIPOSES VIAJE
BRASIL PROXIMA SEMANA DICIEMBRE CON USTEDES

ABRAZOS

MERCEDES

CONEXIONES A CUALQUIER PARTE DEL MUNDO VIA TELECOM

Mercedes de Vargas

FIRMA DEL REMITENTE

CALLE 16 9AN-60 CALI (VALLE)

DIRECCION

Modelo de telegrama.

3. Indicar la dirección exacta donde se encuentra el destinatario.

Se pueden utilizar letras y números, ejemplo: calle 16 No. 9A60 sur. Bogotá, D.E., Colombia.

Se pueden emplear abreviaturas, así:

Calle = C11.

Avenida = Av.

Carrera = Cra. Cr.

Norte = N.

Diagonal = Diag.

Sur = S.

Transversal = Transv.

4. Colocar debajo de la dirección la ciudad o el pueblo donde se encuentra el destinatario y entre paréntesis el departamento al cual pertenece la ciudad. Ejemplo: Tuluá (Valle).

Si la ciudad es capital de departamento basta con colocar el nombre de la ciudad. Si es distrito especial se coloca D.E.

5. El texto del telegrama debe redactarse en forma clara y sencilla pero se deben suprimir los artículos determinados o indeterminados (la, un, etc.), la puntuación; las preposiciones (con, ante, etc.), los pronombres (este, yo, su, etc), los adverbios y las conjunciones.

El texto del telegrama es el mensaje, ejemplo:

“Felicitaciones gran día viaje próxima semana recuerdos Amanda”.

El texto del telegrama se termina con el nombre del remitente, es decir, de la persona que envía el mensaje.

6. En la primera parte del telegrama se debe escribir la ciudad de donde se envía el mensaje y la fecha. Ejemplo: Cali, abril 30-1978.

7. Clase de telegrama: existen varias clases de telegramas: ordinarios, urgentes, vía bolivariana y otros.

8. Finalmente, el telegrama se debe firmar y escribir la dirección de la persona que lo envía. Esto con el fin de facilitar la devolución si no se encuentra al destinatario.

Esta última parte no se tiene en cuenta para el cobro.

Por medio de un telegrama podemos dar una noticia oportuna, llevar un mensaje de alegría y felicitación, mantener las buenas relaciones personales y hacer sentir importante a una persona.

EL CARTEL

El cartel es un anuncio que se pega o coloca en un sitio público autorizado por las autoridades correspondientes. El anuncio puede hacer referencia a la realización de un acto, la inauguración de un establecimiento, la formación de un grupo, la publicación de un programa de actividades o llevar un mensaje educativo y social.



El cartel es un anuncio.

Es para que el visitante o transeúnte lo aprecie desde una distancia que va entre los dos y los diez metros máximo.

El cartel ordinariamente se elabora en papel y su tamaño depende de la ubicación y de la función que cumple: llevar un mensaje a los transeúntes y observadores.

Al pensar en el tamaño del cartel, debe tomarse como base el pliego de 100 x 70 cm. Si el cartel se hace en este tamaño no hay necesidad de cortar papel ya que es un formato comercial, o sea que lo venden en este tamaño.

Puede hacerse en formato de medio pliego: 50 x 70 cm horizontal ó 50 x 35 cm vertical.

Utilizando estos formatos que tienen como base el pliego no se desperdicia papel.

En el comercio existen muchas clases y calidades de papeles. El cartel si es para uso momentáneo se puede hacer en papel periódico. Si es para colocar en interiores y con presentación lujosa se prefieren otros materiales.

Contenido. El cartel lo mismo que la valla, debe entregar el mensaje de un solo golpe de vista. Debe causar impacto y llamar la atención del espectador. El contenido debe ser lo más simple posible pero muy expresivo. Debe manifestar una sola idea, combinar imágenes, textos, colores y fondos.

Si se hace con solo texto, se puede jugar con el tamaño de las letras.

50 cm

Momentos de gres..



70 cm

Mamá se entrega por completo a los pequeños ahora que puede pues papá es muy exclusivo a veces. Y les explica cuentos y les da chocolate! Pero naturalmente CHOCOLATES TROPIC.



Chocolates

TROPIC

gustan mucho.mucho.mucho.

El cartel de medio pliego es uno de los más comunes.

El cartel como medio de comunicación impreso puede utilizar todos los sistemas de impresión:

1. Dibujo y escritura a mano.
2. Impreso en tipografía, utilizando un clisé o plancha grabada en metal, para las imágenes.
3. Impreso en litografía: sistema moderno de alta calidad que se complementa con la fotografía.
4. Screen: sistema manual pero muy utilizado para la impresión de carteles. Se basa en recortar láminas de determinado material que permite solo el paso de la tinta o la porción deseada del dibujo o diseño. Utilizando una lámina por cada tinta o color se va completando el dibujo.

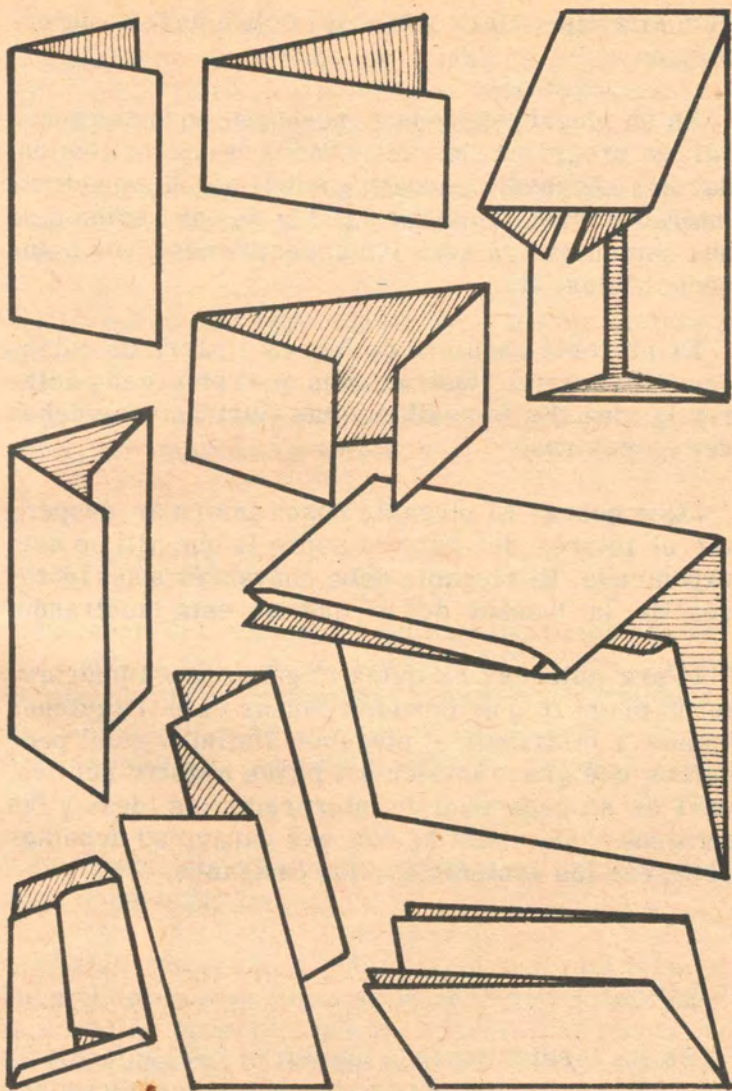
EL PLEGABLE

Presentación. El plegable es una especie de boletín presentado en una hoja que se dobla formando varios pliegos o dobleces.

Un plegable puede tener 4, 6, 8, 12 ó más lados o caras y en cada una de ellas se puede presentar una parte del mensaje que se quiere transmitir.

El plegable cerrado puede tener infinidad de formas: cuadrado, rectangular, circular, etc., pero su tamaño cerrado debe ser cómodo, más bien pequeño para que sea fácil de utilizar y conservar.

¿Qué contiene? El plegable contiene una informa-



Plegables.

ción sintética, clara y precisa sobre un tema determinado.

En un plegable podemos presentar, en forma general, un programa, las actividades de una institución, dar una secuencia educativa sobre algún aspecto de interés común. Mostrar la vida de una región o de una comunidad ya sean los aspectos positivos o sus necesidades, etc.

El plegable requiere de frases o párrafos cortos con interesantes ilustraciones que refuercen y aclaren la idea. En lo posible estas ilustraciones deben ser en colores.

¿Qué busca? El plegable busca informar, despertar el interés del público sobre lo que allí se está exponiendo. El plegable debe convencer a sus lectores de la bondad de lo que se está mostrando.

¿Para quiénes? Es quizá el punto más importante: lo primero que debemos pensar es entre quiénes vamos a distribuir el plegable. Definido esto, pensamos qué grado intelectual posee nuestro público, cuál es su capacidad de interpretar las ideas y las imágenes. De acuerdo con esa capacidad debemos preparar los contenidos y las imágenes.

LA HOJA VOLANTE

Es un medio impreso que sirve para informar a un público heterogéneo sobre algún acontecimiento, un evento o invitar a un espectáculo.

Casi siempre va a compañada de propaganda por alto parlante o también se utiliza la avioneta o el helicóptero para dejar caer los volantes como lluvia sobre las poblaciones y ciudades.

Su función es crear expectativa en el público, motivar a las personas a que busquen mayor información.

La redacción de un volante debe ser ágil, clara y concreta.

El volante debe estar muy bien diseñado y puede combinar imágenes y textos.

EL AVISO MURAL

La sociedad comercial de nuestro tiempo ha incrementado tanto el sistema de los avisos, que en determinados sectores de las ciudades no hay puerta, casa o muro que no esté repleto de avisos de todos los colores, tamaños y estilos llenos de mensajes.

Lo mismo sucede en las principales carreteras y vías de penetración.

El afán comercial y publicitario ha invadido hasta los más apartados rincones de nuestros campos, para anunciar productos que en la mayoría de los casos no satisfacen las necesidades primarias del hombre, sino que por el contrario, le crean ansiedades y necesidades ficticias.

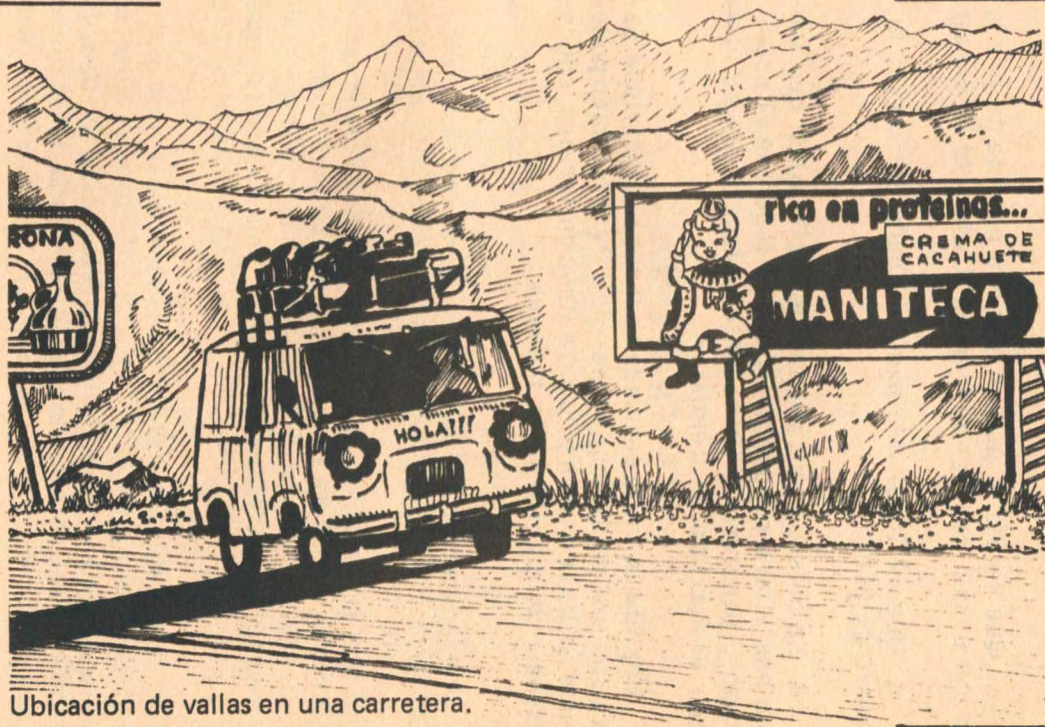
Sin embargo, el aviso como tal, como medio de comunicación no es malo. La falla no está en el medio sino en el fin con el cual se utiliza.

LA VALLA

Se ha dado el nombre de “valla” a los avisos que se colocan en las orillas de las carreteras o en algunos lugares estratégicos. La valla es generalmente construida en lámina galvanizada y sostenida en torres de hierro. Como su tamaño es considerable, está compuesta por la unión de varios paneles o láminas que forman un rectángulo horizontal de unos 6 x 9 metros. Existen vallas de diferentes tamaños.

La valla es un medio visual y su eficacia depende básicamente de dos elementos: de su composición y de su ubicación. En la valla es más importante la imagen que la palabra.





Ubicación de vallas en una carretera.

La ubicación: de una valla depende de varios criterios:

1. Que cubija el mayor número posible de personas a las cuales queremos llevar el mensaje.

2. Que el lugar sea paso obligado del mayor número de público.

3. En un sitio estratégico de visibilidad: que tenga una altura prudencial y sobre todo que el espectador, pasajero o transeúnte la tenga ante su vista por el máximo de tiempo.

Hoy día la valla es usada casi con exclusividad para fines de publicidad comercial. Pero también podemos utilizar este medio para fines culturales, educativos y de dignificación humana.

CAPITULO IV

Medios sonoros

LA PALABRA

La palabra es la expresión verbal de los sentimientos, conocimientos y experiencias del hombre.

La palabra es exclusiva del hombre, ya que los animales apenas emiten sonidos en forma instintiva. Descubrir con exactitud los orígenes de la palabra humana es muy difícil ya que no existen pruebas que lo demuestren.

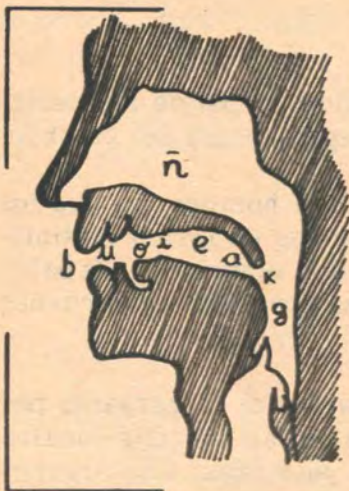
La expresión verbal se forma en la garganta por la vibración que se produce en las cuerdas vocales cuando el aire sale de los pulmones. Los órganos que intervienen en la pronunciación de las palabras son: los pulmones, la tráquea, la laringe, la lengua, los dientes, los labios y en general la cavidad bucal.

De acuerdo a la colocación de estos elementos y especialmente de la lengua y de los labios, se forman las diferentes sílabas. Hay sílabas guturales, labiales, paletares y nasales.

De la correcta posición de los órganos de pronunciación depende la perfecta formación de las palabras.

De la buena pronunciación, de la entonación y del volumen de la voz depende la comunicación con los demás. Aprender a hablar bien es una cualidad que muchos adultos no alcanzan por falta de disciplina personal.

La persona que sabe expresarse es escuchada por los demás.



Esquema de organo de la pronunciación.



Líder hablando.

Toda persona tiene derecho a decir su palabra. Este derecho hace iguales a las personas, nos acerca a los demás y nos hace libres. Debemos cuidar que nuestra palabra sea veraz, es decir que esté acorde con nuestra conciencia y ajustada a la realidad.

EL DISCURSO

El discurso se forma de palabras entrelazadas en forma lógica y coherente. Es la expresión del pensamiento de una persona dirigido a otra u otras personas. El discurso será lógico en la medida en que la persona tenga claridad de ideas sobre lo que está comunicando. Cuando hay confusión, inseguridad o ignorancia en lo que decimos no pasaremos de ser unos charlatanes.

Tanto la palabra como el discurso deben estar dirigidos a los demás. El discurso debe construirse pensando en la persona que lo va a escuchar. En esa medida debemos utilizar los términos y componer las frases de acuerdo a la capacidad interpretativa de nuestro receptor.

El discurso puede ser oral o escrito; el escrito luego puede ser leído.

Para hacer un discurso hay que tener en cuenta varios aspectos:

1. Qué vamos a tratar: hacer un listado de las ideas que se van a expresar en el discurso y distribuir las en orden de importancia.

2. A quiénes vamos a dirigirlo: el auditorio siempre es diferente, cada persona o cada grupo tiene un nivel cultural diferente. Es preciso conocer los aspectos que más lo motivan, lo que acepta y lo que rechaza.

3. El tiempo disponible: de acuerdo al tiempo exponer con mayor amplitud o síntesis cada idea. Como norma debemos ser cortos, claros e ir a lo esencial.

4. El lugar en que nos encontramos: esto nos permitirá adecuar el volumen de la voz. No es lo mismo hablar a tres o cuatro personas en un recinto cerrado que hablar a miles en una plaza pública.

5. Qué objetivo buscamos: es importante saber qué queremos, para así utilizar la forma y el estilo apropiados.

En la expresión del discurso es importante tomar una posición adecuada, de frente al público. No olvidar que la modulación de la voz y los gestos ayudan a la comprensión de las palabras.

El discurso debe distribuirse así:

1. Presentación

2. Motivación

3. Exposición de las ideas en orden de importancia

4. Conclusiones

5. Invitación a la práctica

6. Despedida.



Persona pronunciando un discurso..

LA RADIO

La radio es un medio de comunicación masivo, que emite mensajes y señales a través de ondas sonoras que llegan a un público indeterminado, numeroso y geográficamente diseminado. Se ha constituido en el medio de difusión más amplio en Colombia y en la mayoría de los países de todos los continentes.

Los elementos que componen este medio de comunicación son básicamente los siguientes:

1. Humanos: comunicadores, periodistas, locutores, libretistas, operadores de sonido, ingenieros, receptores u oyentes, etc.

2. Técnicos: radios, transmisores, mezcladoras de sonido, tocadiscos, antenas, etc.



Estudio de emisora.

Para el ejercicio de la radiodifusión, los gobiernos han establecido normas precisas y los países se han repartido los diferentes canales establecidos para la transmisión de ondas en el espacio según un convenio internacional celebrado en 1927.

Después de algún tiempo de establecida la radio, se vió la necesidad de transmitir un mismo programa simultáneamente por varias radiodifusoras, así nacieron las cadenas de radio. En ello influyó la parte económica ya que una misma persona o empresa era dueña de varias estaciones de radio o emisoras. Influyó en igual forma la efectividad en el servicio y la necesidad de tener un cubrimiento mucho más amplio. En Colombia encontramos por ejemplo que Radio Sutatenza transmite varios programas en cadena a través de sus distintas emisoras localizadas en: Bogotá, Barranquilla, Medellín, Cali y Magangué. Igualmente existen otras cadenas de emisoras.

Naturaleza del medio: la radio presenta las siguientes características:

1. Proporciona la cercanía: aunque el locutor esté lejano, el oyente percibe el mensaje muy cerca, hasta el punto de llegar a la intimidad con la sola modulación de la voz, bien realizada.

2. La radio cuenta con la imaginación del radiooyente: el mensaje estimula la imaginación creadora, especialmente en programas literarios, narrativos, etc.

3. Es unidireccional: la comunicación sale del emisor y llega al oyente sin posibilidad de que es-



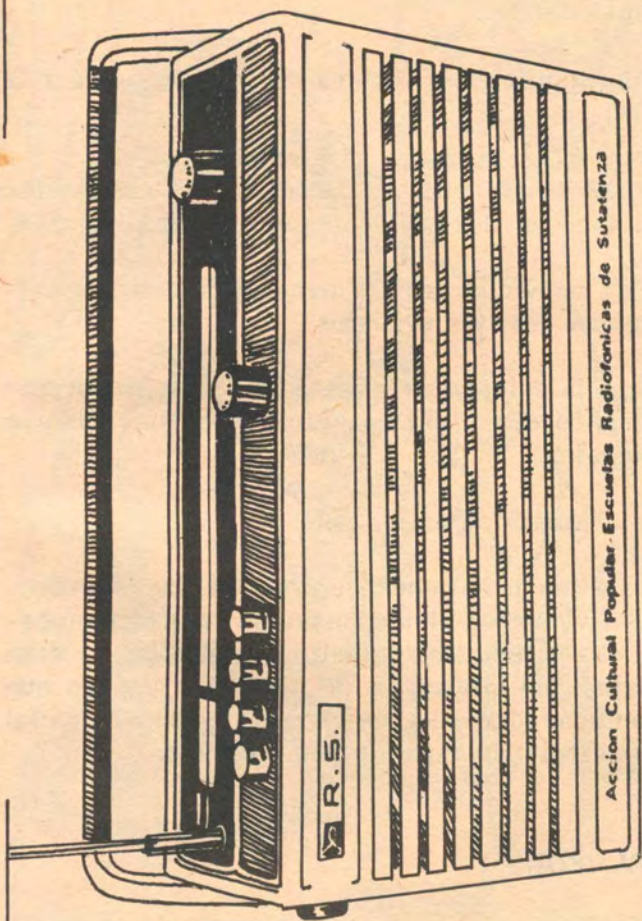
Persona oyendo radio. A pesar de que el locutor habla a un público amplio, el oyente recibe el mensaje como si fuera transmitido exclusivamente para él.

te pueda devolver una respuesta inmediata como sucede en la comunicación telefónica.

4. Es unidimensional: el mensaje presenta sólo la dimensión y enfoque que le dé el emisor y presenta efectos despersonalizantes en la medida en que estimula la identificación del oyente con personajes artificiales, es el caso por ejemplo de las radionovelas.

La radio produce diversidad de efectos en el receptor: de tipo psicológico, intelectual y social. Tanto a nivel consciente como inconsciente.

La radio cuenta con enorme poder, por este motivo quienes la manejan tienen una gran responsabilidad ética y social debido a que sus efectos pueden ser negativos. Por ejemplo: crea mitos, desubica de la realidad al radioescucha, masifica, crea patrones



Transistor. La radio cumple funciones positivas en la sociedad.

generales de conducta; el receptor no puede expresar inmediatamente su inconformidad con el mensaje y por la repetición está expuesto a aceptarlos inconscientemente.

La radio difunde la cultura y lleva educación a la sociedad.

Comunica en forma inmediata los acontecimientos y satisface el derecho humano a la información.

Presta servicios de información y colabora en salvamentos y auxilios urgentes.

Rompe la soledad de las personas y les proporciona descanso, diversión, conocimientos e información permanente.

Une al mundo en un instante.

El radio escucha debe tener muy en claro los efectos positivos y los efectos masivos a que está sometido. Debe seleccionar aquellos programas ya sean musicales, noticiosos o de cualquier género que realmente ayudan a su mejor estar personal y social y le proporcionan capacitación y cultura.

EL TELEFONO

El teléfono es un medio de comunicación interpersonal. En la época moderna es el medio más ágil para comunicaciones a grandes distancias; de ahí su nombre: TELE= distancia, PHONE= sonido.



El teléfono acorta las distancias.

La transmisión de la voz humana fue realizada por primera vez en 1876 por el norteamericano Graham Bell, sus aparatos de invención inicial fueron perfeccionados posteriormente por otros investigadores.

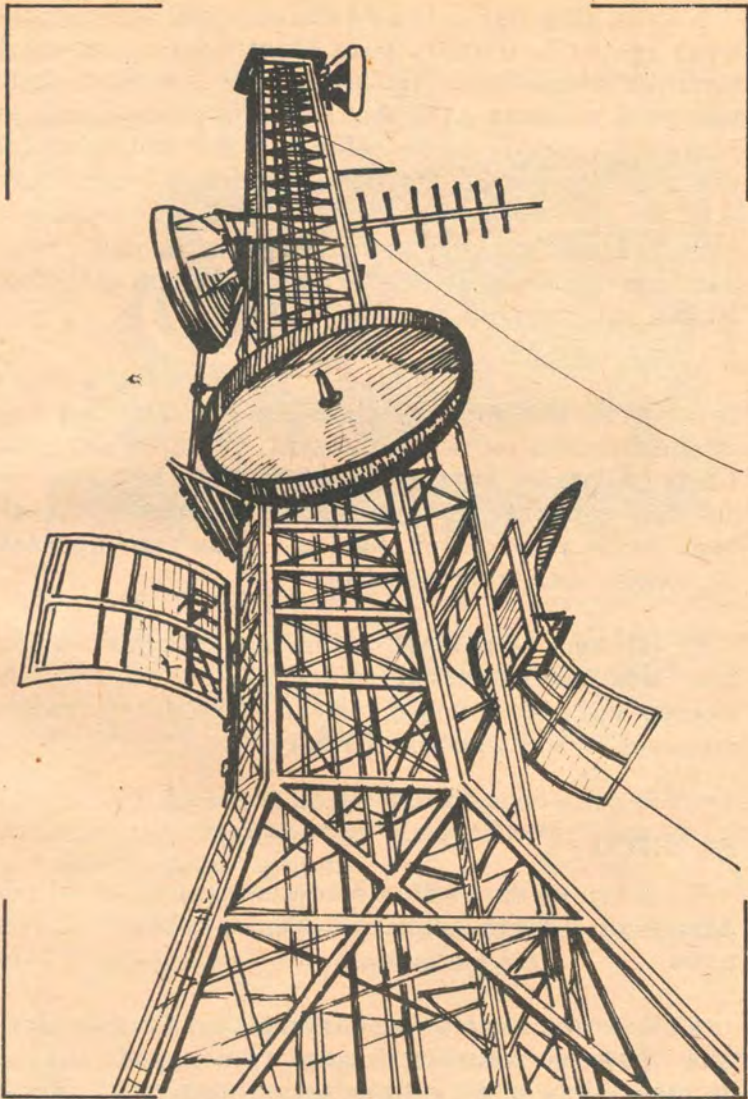
Los elementos que intervienen en la comunicación telefónica son básicamente los siguientes:

1. La bocina transmisora, ante la cual se habla. El órgano principal de la bocina transmisora es un micrófono.
2. El receptor, es el instrumento que recibe el comunicado o mensaje.
3. El hilo o alambre que une el transmisor y el receptor: este alambre es generalmente de cobre, pues es un metal que conduce fácilmente la corriente eléctrica.

Los avances en las telecomunicaciones han sido tan sorprendentes que ya se ha superado el hilo conductor y son ahora las ondas aéreas las que llevan la voz. Estas ondas fueron descubiertas por el físico alemán Enrique Hertz.

A través de ondas y de estaciones repetidoras, todas las ciudades del mundo se encuentran comunicadas y desde Colombia podemos hablar por teléfono con cualquier ciudad de Europa, Asia o Africa.

El sistema telefónico de Colombia destina una determinada cantidad de cifras para cada ciudad según las necesidades. La mayor es Bogotá, donde sus teléfonos tienen siete cifras, ciudades como Cali tienen seis y los pueblos generalmente cuatro.



El radar sirve para detectar las ondas.

A cada zona del país se le ha destinado un **indicativo**, que es un número para identificar las zonas y facilitar la comunicación directa desde teléfonos que tengan el sistema AUTOMATICO, el cual concede la respectiva empresa de teléfonos por solicitud del usuario interesado. De esta manera, basta marcar inicialmente el indicativo de la ciudad deseada y a continuación sin hacer pausa, el número, para obtener comunicación directa e inmediata con el teléfono que nos interesa.

Conseguida la comunicación y la persona de nuestro interés, debemos presentarnos y saludar con términos cordiales según nuestra relación con ella. Luego debemos entrar directamente al motivo de nuestra conversación telefónica, debemos ser cortos, claros y cordiales, hablar con un tono moderado, según las circunstancias.

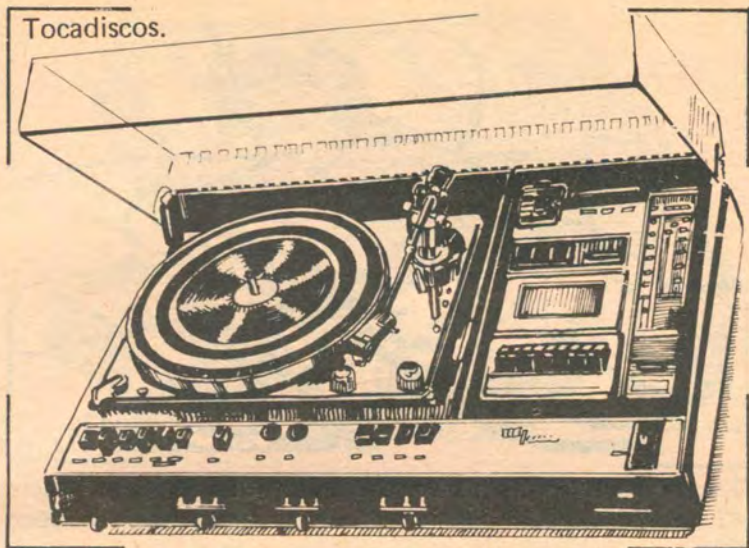
El teléfono es un magnífico medio de comunicación que nos puede ahorrar viajes, cartas, pérdidas de tiempo y dinero y nos mantiene en contacto con los nuestros si lo sabemos utilizar.

EL DISCO

El disco es un medio de comunicación. En él podemos grabar y transmitir mensajes sobre cualquier tema.

El disco es también un instrumento de comunicación, pues podemos utilizarlo como ayuda para el diálogo, para una reunión, una conferencia o como medio de diversión y descanso.

Tocadiscos.



El disco es una placa circular de acetato, vinilita u otro material flexible donde están impresas ciertas vibraciones que pueden reproducirse por medio de un fonógrafo o tocadiscos. El fonógrafo fue inventado por Tomás Alba Edison en 1879.

El disco gira con un determinado número de revoluciones por minuto, hay discos de 78, 45 y 33 1/2 revoluciones por minuto.

Los últimos tienen la ventaja de contener más música o más palabras en menos espacio.

El disco como medio de comunicación se ha empleado básicamente para la música, siendo un gran medio de educación cultural ya que la música expresa los valores y tradiciones de los pueblos.



Discoestudio. El disco también puede emplearse con mucha eficacia para grabar cursos y servir de capacitación y educación.

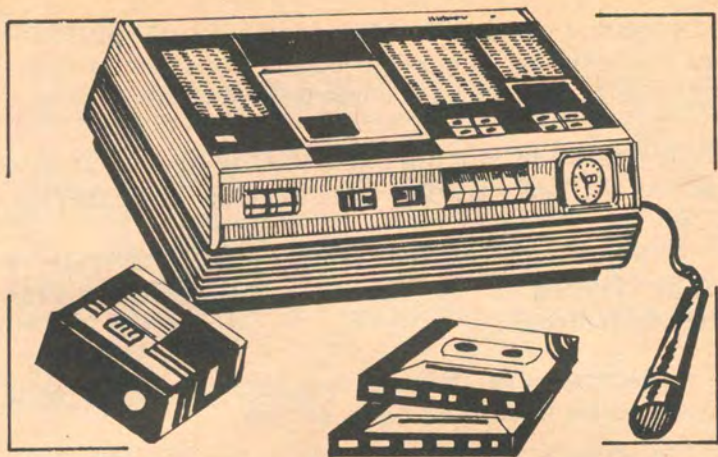
Tal es el caso del Disco Estudio de las Escuelas Radiofónicas de Radio Sutatenza, con él podemos estudiar muchas personas reunidas y hacerlo en cualquier lugar y a la hora que más nos convenga.

LA GRABADORA

La grabadora es un instrumento que nos permite hacer presente y perdurable el discurso y los sonidos de cualquier género.

La grabación es el registro de los sonidos en un disco fonográfico o en una cinta magnetofónica.

La grabadora recibe y registra el sonido en la cinta magnetofónica y lo reproduce en el momento en que la pongamos a funcionar.



Grabadora.

En el comercio encontramos entre otros, dos tipos de grabadoras: la grabadora de carrete o magnetofónica y la grabadora de cassette. El cassette es un sistema simplificado, el cual consiste en una pequeña caja de pasta que contiene la cinta enrollada por sus dos extremos a dos ejes, de modo que a medida que desenrolla de uno va enrollando en el otro, después de pasar por una pieza que reproduce o graba el sonido.

Manejo de la grabadora

1. Ubique la grabadora en un sitio firme.
2. Conecte los micrófonos y ubíquelos. Si dispone de electricidad verifique el voltaje y enchufe.
3. Ubique el carrete con cinta al lado izquierdo y el vacío al lado derecho.

4. Monte el cassette adecuadamente en la grabadora o si ésta es de carrete pase la cinta por el cabezote de la grabadora y conéctela en el otro carrete.

5. Cierre el monitor, si tiene, de lo contrario se producirá un chirrido que arruina la grabación.

6. Presione al mismo tiempo el botón de "play" y el de "record" de la grabadora, ahí comienza a grabar de inmediato.

7. Devuelva la cinta una vez hecha la grabación y compruebe la calidad de la misma.

Otras recomendaciones

1. Rotule o marque siempre sus grabaciones.

2. No guarde las cintas cerca de campos electromagnéticos.

3. Cuando la cinta ha estado guardada por mucho tiempo desenróllela y vuelva a enrollarla antes de escucharla.

4. Mantenga una distancia prudencial entre el micrófono y la fuente de sonido. Aproximadamente 25 centímetros.

5. Limpie periódicamente el cabezote de la grabadora con una tela suave y alcohol.

6. Grabe donde no haya ruidos ni ecos.

7. No sople el micrófono ni lo golpee, simplemente hable ante él en forma normal y moderada.

LA MUSICA

Llamamos música a la articulación de sonidos en forma armoniosa y rítmica y que produce una sensación agradable al oído. La música nace en la misma naturaleza. El canto de los pájaros, el ruido armonioso del agua y del viento. El hombre viene a imprimirle un carácter definitivo con su voz y con la creación de instrumentos con los que reproduce y crea nuevos sonidos que son imposibles en la naturaleza.

Elementos de la música

La melodía: es la combinación sucesiva de sonidos en forma agradable.

Ritmo: es la relación de duración de los sonidos.

La armonía: es la reunión agradable de esos sonidos.

Los sonidos musicales se han clasificado en siete (7) llamados notas musicales: do, re, mi, fa, sol, la, si.

Los nombres de las notas musicales fueron tomados de las sílabas iniciales de los versos de un himno a San Juan Bautista, en el siglo X por Guido D'Arezza.

Los instrumentos de la música

La gran familia de los instrumentos la podemos clasificar en tres grupos que difieren por su misma naturaleza.

En primer lugar encontramos los instrumentos de cuerda.

En segundo lugar los instrumentos de viento.

En tercer lugar los instrumentos de percusión.

Entre los instrumentos de cuerdas los más comunes son la guitarra, el tiple y el violín.

Como instrumentos representativos de viento están la corneta, la trompeta y la flauta.

Entre los instrumentos de percusión, los tambores y las maracas.

La música y la comunicación

La música es un poderoso instrumento de comunicación. Con ella se expresan los sentimientos más profundos del espíritu humano. Ella puede comunicar la alegría o la tristeza de una persona. La música expresa el grado de cultura y desarrollo de un pueblo. Ella recoge las costumbres, tradiciones, valores, éxitos y fracasos de una época y región.

Clases de música

La clásica se divide universalmente en dos grandes formas: música clásica y música folclórica.

La clásica la integran aquellas grandes obras creadas en la antigüedad y que contienen un valor universal e imperdurable.



Guitarrista.

La música folclórica es aquella que nace en cada una de las regiones del globo de los países y de los pueblos.

En la música folclórica tenemos como ejemplo nuestro propio folclor.

El folclor colombiano está representado en:

El bambuco El galerón El joropo El torbellino

La cumbia La guabina El paseo El vallenato

El folclor comunica el sentimiento de una región, o de un pueblo, sus costumbres, creencias, mitos, leyendas, tradiciones y valores.

La música enseña y forma: la música forma el carácter y la personalidad.

La música es un poderoso instrumento didáctico, con ella podemos transmitir el conocimiento, por ejemplo: con una canción podemos explicar un fenómeno de la naturaleza. Un despertar lo podemos ilustrar con un conjunto de instrumentos de viento. Las clases pueden estar animadas con intermedios musicales. Es importante tener en cuenta que la educación en la música se debe comenzar desde temprana edad. El niño a los dos años es apto para distinguir los sonidos musicales.

El papel de la música en el campo es de vital importancia, citemos la palabra de un compositor contemporáneo: "si no canta el cantor, calla la vida".



Conjunto musical. El folclor comunica el sentimiento de una región, o un pueblo, sus costumbres, creencias, mitos, leyendas, tradiciones y valores.

El nos quiere decir que música y vida son dos cosas que se necesitan mutuamente.

EL CANTO

Es el sonido armonioso producido por la voz. Algunos investigadores afirman que apareció antes que el lenguaje, o por lo menos, junto con él.

El canto es un modo de expresión espontánea, natural, como es en la naturaleza el canto de los pájaros.

Algunos compositores han logrado la unión más armoniosa entre estos dos elementos tratando de dar a la voz la expresión de una orquesta.

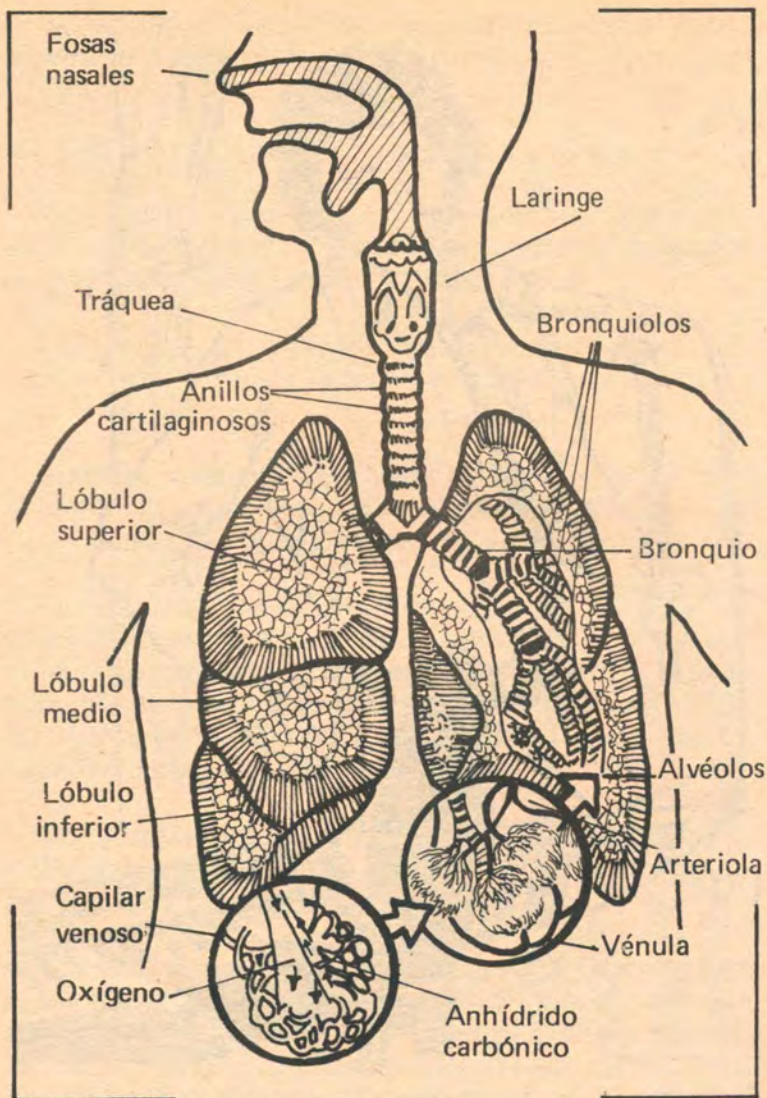
La respiración. La respiración en el cantante así como su capacidad de retención del aire, son las columnas principales donde se cimenta el edificio de la fonación de los sonidos. Sin ellos es imposible cantar. Quien sabe respirar bien, puede llegar a ser un buen cantante, si se lo propone.

La respiración se efectúa por un aparato constituido por los siguientes órganos: boca, nariz, faringe, laringe, tráquea y pulmones.

El canto es un arte que requiere además de dotes naturales irremplazables, estudio y ejercicios continuos. Es muy importante el dominio de los músculos de la respiración, sobre todo del diafragma, pues es el aire emitido por los pulmones, lo que hace vibrar las cuerdas vocales y produce la voz.



Cantante. Como forma musical el canto es la unión de palabras y música.



Aparato respiratorio.

De la longitud de estas cuerdas depende la altura del sonido. A las cuerdas más largas corresponde el sonido más bajo; a las más cortas el sonido más alto.

Según la altura de la voz los cantantes se dividen en: bajos, barítonos, tenores, mezzo-sopranos y sopranos.

Las voces masculinas y femeninas son diferentes. Los tonos bajos, barítonos y tenores son propios de los hombres. El mezzo-soprano y el soprano es característico de la mujer.

CAPÍTULO V

Medios audiovisuales

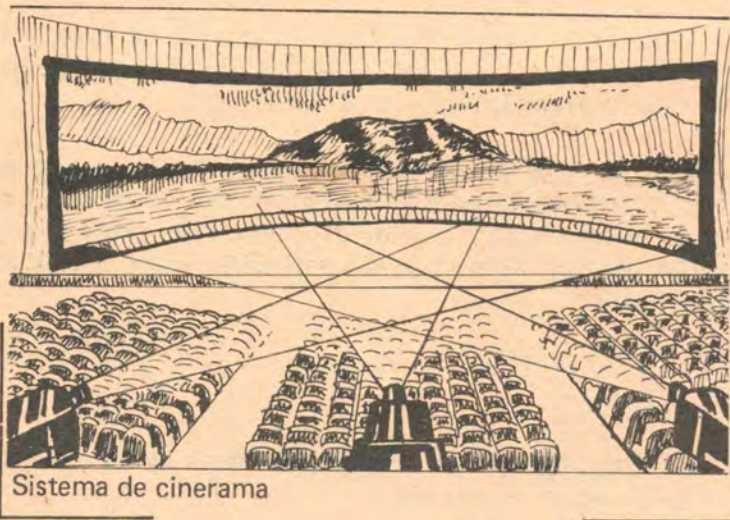
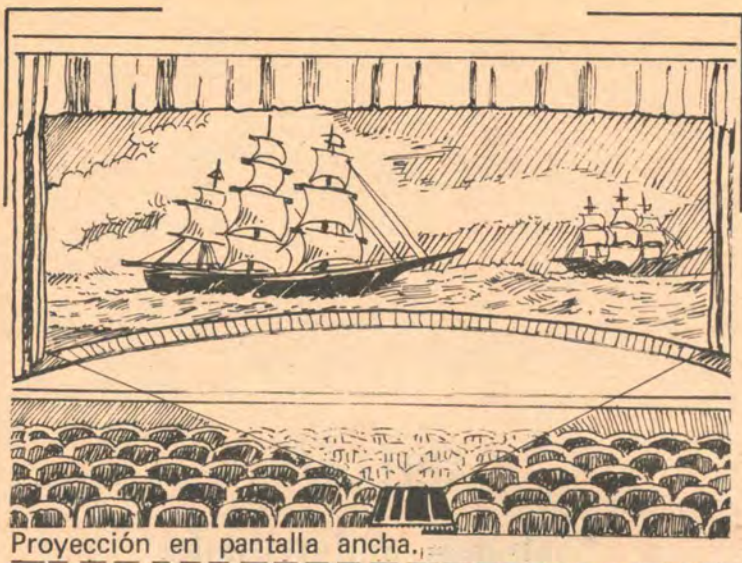
Los medios audiovisuales utilizan la imagen y el sonido, toman su nombre de los órganos sensibles que estimulan: la vista y el oído.

Los medios audiovisuales han tomado una gran fuerza especialmente en el campo del espectáculo y el de la educación. Son medios masivos junto con la radio ya que el mensaje se difunde entre miles de receptores.

EL CINE

El cine es uno de los medios más poderosos de comunicación de masas.

Por las características alcanzadas se ha conver-



tido en creador de opinión, espectáculo y en fuente de inspiración artística y científica.

El cine lo hemos ubicado dentro de los medios audiovisuales, porque es audiovisual o sea que los órganos receptores de este medio son la vista y el oído.

Iniciemos explicando algunos términos:

1. Filme: es la película de acetato empleada en la cinematografía.

2. Cine amateur: cinematografía de aficionados.

3. Cineísta: el que hace cine.

4. Cineasta: el aficionado a ver cine.

5. Cinemateca: lugar donde se archiva todo lo relacionado con el cine.

6. Filmoteca: lugar donde se archivan los filmes.

7. Fotograma: cada una de las fotografías que componen la película.

8. Cámara tomavistas: aparato con el cual se hace la filmación.

9. Objetivo: es el ojo o lente de la cámara con el cual se ven y captan las imágenes.

10. Proyector: aparato para reproducir el movimiento de las imágenes proyectadas en una pantalla.

Las primeras películas se dedicaron a representar el movimiento de la naturaleza. Jorge Melies, fue el primero que introdujo los trucos y el cine de ficción. La primera película "colosal" de la historia del cine fue "Cabiria", filmada por el italiano Pas-trons. "Cleopatra", es otra película colosal cuyo montaje necesitó tres años y cuarenta millones de dólares en 1963.

El equipo básico del cine está compuesto por la cámara tomavistas, la película, la reveladora y el proyector.

La cámara tomavistas. La cinematografía nació oficialmente con la invención de este equipo en 1895.

En la práctica, para fijar o detener un instante de la realidad se hace o toma una fotografía; pero para captar el mundo exterior en movimiento, que cambia con el paso del tiempo, se realiza una toma cinematográfica o sea una serie de fotografías: 16 a 23 por segundo a intervalos regulares, que descomponen el movimiento. La recomposición de movimiento, o síntesis visual se obtiene proyectando estas fotografías en el mismo orden e intervalos de tiempo en que han sido tomadas.

La cámara contiene dentro de sí la película o filme y posee el dispositivo que permite la entrada de luz y la captación de la imagen.

Todas las cámaras tomavistas son de movimiento intermitente.

El objetivo: la cámara posee una lente u objetivo que es como el ojo por el cual capta las imágenes.



Cámara cinematográfica filmando.

El ojo humano tiene la facultad de enfocarse, es decir, de ver con nitidez de cerca y de lejos. La cámara en cambio necesita una lente para distancias cortas, otra para distancias medias y otra para distancias largas.

La película o filme: es el material fundamental del filme porque permite conservar inalterable, a lo largo del tiempo, la serie de imágenes fotográficas y reproducir sobre la pantalla el movimiento continuo de las figuras.

La película es una banda de un material llamado triacetato de celulosa, sobre el que se ha colocado una sustancia sensible a la luz.

La película empleada en cinematografía es similar a un rollo de fotografía, lo que cambia son las longitudes y calidades.

Inicialmente se utilizaron películas de 60, 70 a 75 mm de anchura; Tomás Alba Edison, ideó la película de 35mm con perforación lateral, que es la que se sigue usando en todo el mundo.

Hoy se trabaja en cine con películas de 16 mm semiprofesional y 8 mm o super ocho para aficionados

La filmación: la filmación de la película es un aspecto central y a veces grandioso de la cinematografía y requiere de una serie de aspectos a tener en cuenta:

1. El argumento: es la idea o tema.
2. El tratamiento: elaboración y adaptación de la idea.

3. El guión: contiene la secuencia del filme, se divide en escenas y señala cada una de las actividades y de los actores.

4. Los equipos: además de la cámara, en un filme profesional se necesita de carros móviles, micrófonos, reflectores, etc.

5. Artistas: quienes representan la obra.

6. Escenario: es casi siempre un estudio cerrado y decorado, donde se realizan trucos que dan la sensación de realidad.

7. Equipo filmador: director, camarógrafos, electricistas, etc.

Hecha la filmación se pasa la película por la reveladora, que sigue el mismo proceso de cualquier revelado fotográfico.

La proyección: la proyección de las imágenes impresas en el filme se realiza con un aparato llamado proyector cinematográfico. El proyector cumple la función inversa de las cámaras tomavistas. Esta capta las distintas fases del movimiento y hace la síntesis visual, proyectando las imágenes sobre una pantalla.

Hoy el cine está muy propagado. Aprender a ver cine es una disciplina, pero aprender a ver buen cine, es una cualidad humana.

LA TELEVISION

La televisión consiste en un sistema electrónico

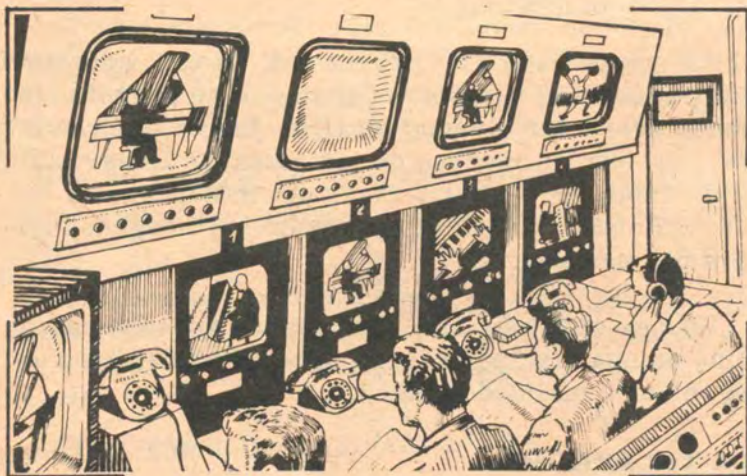
que permite transmitir las imágenes y el sonido a larga distancia.

El término viene de las raíces: TELE= lejos, y VIDERE = ver.

La televisión transforma haces de luz en ondas radiales y convierte estas nuevamente en luz.

El primer sistema de televisión fue ideado por Paul Kipkoro en 1884.

Funcionamiento: la cámara de televisión es parecida al ojo humano. Con la diferencia que el ojo humano puede ver a corta y mediana o larga distancia en forma indistinta. La cámara de televisión para poder hacer esto debe utilizar varios lentes, uno para cada distancia. Otro recurso es utilizar varias cámaras. Una enfoca distancias cortas, otra distancias medias y una tercera para distancias largas.



Estudio de televisión (T.V.).

La ciencia moderna ha ideado una lente especial que tiene características similares al ojo humano y se enfoca simplemente graduándolo a la distancia adecuada.

Nosotros vemos los objetos por la luz que en ellos se refleja. En la cámara de televisión la imagen del objeto se transforma en una corriente eléctrica cuyos impulsos son enviados hasta el aparato receptor, por un transmisor utilizando ondas de radio, allí son transformados nuevamente en impulsos eléctricos, que vuelven a crear el esquema luminoso de la imagen sobre la pantalla.

El elemento básico de la cámara transmisora es una válvula electrónica llamada **Orthicon** de imagen, la cual recibe los rayos de la imagen sobre una placa sensible a la luz o rayos que se convierten luego en ondas.

El sonido que acompaña a la imagen es recogido por un micrófono similar al de la radio y recibe el nombre de señal de "audio".

Las señales de "video" = imagen y "audio" = sonido, que se producen en el estudio de televisión son amplificadas por separado y enviadas a una estación transmisora, desde donde son lanzadas al espacio.

Las ondas transmisoras usadas en televisión son extremadamente cortas y se propagan en línea recta. Por ello es necesario colocar diferentes estaciones retransmisoras, para llevar la imagen de televisión a sitios escondidos; cada torre recibe, amplifica y transmite la señal hacia los receptores.

Los programas. Para montar y transmitir un programa de televisión se utilizan varias cámaras conectadas con la cabina de control donde hay una serie de monitores, que son pantallas similares a las de los receptores.

El director observa y selecciona la imagen que considere más adecuada, apretando un botón de su tablero de control.

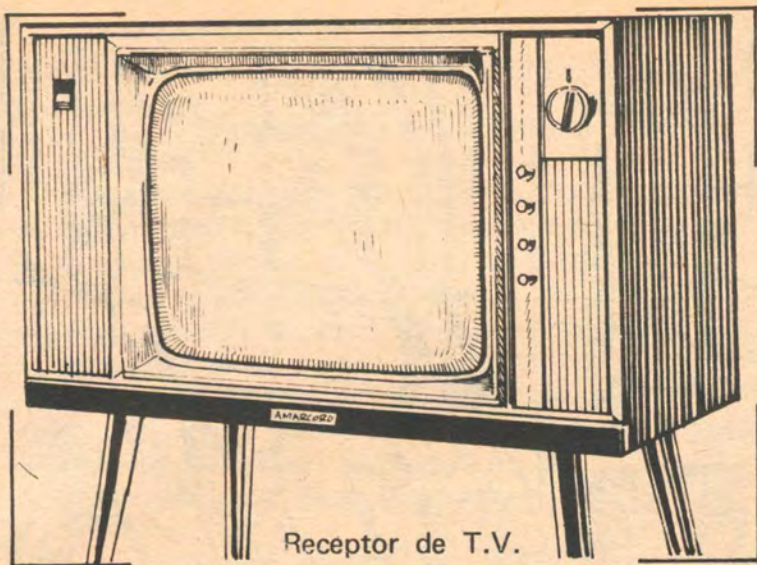
En un partido de fútbol, por ejemplo, la cámara No. 1 está enfocada sobre una portería, la cámara No. 2 sobre la otra, la cámara No. 3 enfoca la mitad del campo y la cámara No. 4 enfoca a los espectadores. El director va combinando las diferentes imágenes procedentes de las cámaras y así va armando su programa. Desde su cabina de control, el director da órdenes a los camarógrafos para que enfoquen detalles especiales.

Un programa de televisión puede ser transmitido directamente o elaborado y transmitido con posterioridad. Igualmente una película cinematográfica puede ser transmitida por televisión.

El televidente. El televidente o la teleaudiencia somos todas las personas que nos sentamos frente a un aparato receptor a ver los distintos programas de televisión.

Nuestros canales de televisión ofrecen multitud de programas informativos, culturales, recreativos, telenovelas o programas educativos.

Es importante que aprendamos a ver televisión,



Receptor de T.V.

que tomemos una actitud crítica y de análisis ante cada mensaje. Muchas personas se entregan en alma y cuerpo a ciertos programas, dedicando tiempo sin medida y sin lograr realmente una formación personal.

Elijamos aquellos programas de televisión que nos aporten conocimientos valiosos.

EL SONOVISO

El sonoviso es un medio de comunicación que se apoya en imágenes estáticas y sonido sincronizado para expresar contenidos claramente definidos y elaborados por el emisor.



Televidentes.

El sonoviso posee un gran índice de efectividad ya que el mensaje llega a la audiencia a través de la grabación que explica la forma de hacer las cosas y la imagen que muestra las cosas y el cómo se hacen.

Elementos del sonoviso. El sonoviso se compone de una serie de transparencias de 35 mm que se proyectan sobre una pantalla. Las transparencias o diapositivas son fotografías tomadas con una película especial que no tiene negativo y que al revelarla queda lista para ser proyectada. Se utiliza un proyector especial para diapositivas. Estas diapositivas se sincronizan con una grabación magnetofónica que describe paso a paso cada una de las ideas que se quieren transmitir en el mensaje.

La grabación va amenizada con fondos y cortinas musicales o con efectos sonoros especiales que hagan más patética la comunicación.

Elaboración del sonoviso

Guión: la elaboración del guión literario, visual y sonoro constituye la parte fundamental del sonoviso. Este guión sigue la metodología de otros medios como el cine o la televisión.

Parte literaria: al pensar en un sonoviso, se debe tener en cuenta qué se va a decir y a quién.

El mensaje debe tener un solo tema definido y concreto.

Elegido el tema se deben investigar libros, revistas, documentos, conocer lugares y entrevistar personas, que nos informen plenamente sobre el tema.

Luego se hace un esquema de todos los contenidos por partes y lo más detallado. A cada idea debe corresponder una o más diapositivas.

Finalmente la redacción: se desarrolla cada idea teniendo en cuenta una sola en cada párrafo. La redacción sencilla y clara debe motivar, instruir, y llevar a la acción. Utilizar términos adecuados al receptor del sonoviso.

Parte visual. Hacer un estudio de las fotografías, dibujos, esquemas, diagramas y montajes con los que vamos a ilustrar cada idea.

La diapositiva debe ser complemento y refuerzo de la idea grabada. Lo contrario es presentar una imagen que distrae y desorienta.

Se debe hacer un plan de trabajo.

1. Hacer un listado general de diapositivas.
2. Número de fotografías al natural.
3. Número de dibujos, créditos, diagramas, esquemas y artes.
4. Tiempo, recursos y presupuestos.

Las fotos al natural son muy atractivas y familiares. Se pueden presentar personas conocidas. La gente al sentirse identificada capta mejor el mensaje.

Los créditos son diapositivas que contienen títulos, presentaciones y despedidas. El dibujo es otro

medio eficaz porque permite mostrar con más claridad un concepto o reunir varias ideas que clasifiquen un mensaje.

Sigue después la toma de las fotografías, el revelado y la colocación de los marcos.

Grabación y sonorización. El texto literario una vez corregido y aprobado, se graba en una cinta magnetofónica.

En la sonorización del sonoviso se debe elegir una música que esté acorde con los contenidos, que refuerce los mensajes. Se pueden utilizar todo tipo de efectos sonoros.

La sincronización con las diapositivas se puede hacer en forma automática o manual.

En el primer caso, se debe utilizar una cinta de cuatro bandas, es decir, estereofónica. Las bandas del centro sirven para la voz y la música de fondo, y las exteriores para marcar los impulsos electrónicos que hacen posible el cambio automático de transparencias.

En la forma manual se puede utilizar cinta de dos bandas (grabación monofónica) o cassette, y el cambio de transparencia se hace en forma manual al escuchar la señal que se ha grabado para tal efecto.

Montaje. El montaje es la sincronización de todos los elementos que integran el sonoviso con el propósito de obtener una ayuda audiovisual de calidad: el libreto final impreso, la grabación, la toma y elaboración de diapositivas.

Proyección. Debe hacerse en un recinto oscuro, disponiendo espectadores, proyector, pantalla y parlantes en tal forma que todos vean y escuchen perfectamente.

Cuidados con el material

Proyector: darle la corriente o voltaje adecuado, no moverlo caliente y dejarlo enfriar después de la proyección, antes de desenchufarlo.

Grabación: no dejarla cerca de imanes u objetos imantados.

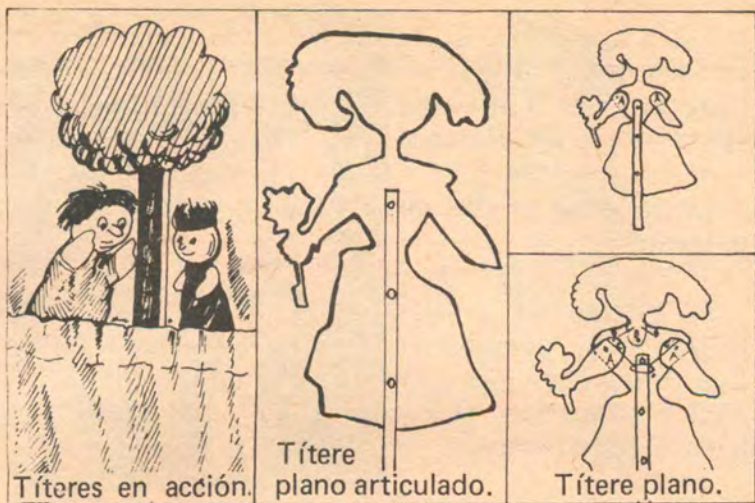
Diapositivas: conservarlas en bolsas plásticas y nunca colocar los dedos sobre la película. Las huellas que allí quedan se pueden proyectar y manchan las imágenes.

En los últimos tiempos el sonoviso se ha desarrollado rápidamente, logrando gran aceptación como instrumento de apoyo para las actividades educativas.

LOS TITERES

El títere o marioneta tiene su origen en el teatro.

En los títeres se ponen en juego la fantasía de una mente creadora, la habilidad de las manos de un títerero y los movimientos de unos muñecos que representan personajes y desarrollan una acción dramática.



Gastón Baty los define así: “Títere es un muñeco que actúa”. Una obra de títeres es la representación de una obra dramática en la cual los actores que aparecen en público son los muñecos accionados ya sea directamente por las manos de un titiritero o con ayuda de hilos o resortes y sobre un pequeño telón u objeto que oculta al manipulador.

¿Cómo nacieron? Los títeres son tan viejos como la historia: desde la antigüedad hay muestras de su existencia. Algunos dioses antiguos eran representados por figuras que movían sus miembros por medio de cuerdas.

El arte del títere ha sido esencialmente popular.

En el oriente se encuentran trazos de espectáculos de títeres religiosos desde el siglo XI antes de

nuestra era. En el sur de la India los temas son extraídos de las dos obras maestras de la India, el Mahabharato y el Ramayana, escenificando a los héroes épicos Ram y D Harmaraya.

En la edad media se impone en Europa el títere de guante.

La perfección alcanzada ya 1.000 años antes de Cristo se ha mantenido en China hasta nuestros días. Los títeres europeos fueron llegando a América y en África perpetúan el recuerdo de los antepasados y hechos importantes.

En Checoslovaquia existen actualmente unas 4.000 escuelas de títeres.

Técnicas de elaboración. Para lograr la animación de los muñecos, los mecanismos utilizados deben responder al mensaje que queremos transmitir. En concordancia con esto vienen las múltiples técnicas de elaboración que podemos emplear.

Cualquiera que sea la técnica empleada, primitiva o perfeccionada, lo esencial es sacar el máximo de partido de los elementos empleados y buscar el mejor repertorio de gestos.

La cabeza

Los diferentes tipos de cabezas se pueden realizar con infinidad de materiales: tela rellena, barro hueco, papel engomado, madera, cartón, etc., pero es condición importante el menor peso de la cabeza para una manipulación más cómoda.



Sombra.



Títere y brazo de titiretero.

Clases

Títeres planos: son figuras recortadas en un material rígido, cartón, lato o papel resistente, montadas sobre una varilla con la cual se manipulan.

Títeres planos articulados: cuando se desea la movilidad de una o más de sus partes, se recortan estas por separado y se articulan sobre la forma rígida por medio de un eje. Para dirigir el movimiento de las partes articuladas se utiliza un sistema de hilos.

Sombras: son figuras planas, rígidas o articuladas que se proyectan sobre una pantalla, bastidor de papel traslúcido o tela fina, mediante un foco luminoso colocado detrás, a una distancia determinada.

Las figuras se colocan y se mueven sobre la pantalla, para que el espectador, ubicado del otro lado de la misma, vea las figuras proyectadas en dimensión real y con mayor nitidez.

Los muñecos realizados en material opaco se proyectan en negro. Los personajes que actúan como sombras se presentan de perfil para que las siluetas y los rostros sean más expresivos.

Títere de guante: son los modelos más sencillos y comunes, toda su técnica se centra en la elaboración de la cabeza.

Tiene un agujero en el cuello para meter el dedo del corazón y accionarlo o está montado en una varilla para manejarlo con la mano. El brazo del titiritero está cubierto con un guante o simplemente con el vestido del muñeco.

Elementos del teatro de títeres

1. El titiritero: que acciona los muñecos y hace las voces y efectos sonoros.
2. El títere: actor o personaje.
3. La vestimenta: lo que caracteriza al personaje.
4. La escenografía: elementos de ambientación como árboles, casas.

5. El teatrino: compuesto por bastidores que sostienen el telón.

Los últimos adelantos de la ciencia permitieron el surgimiento de muñecos articulados con movimiento, que sin duda se convirtieron en los títeres modernos. Se utilizan sobre todo en los programas educativos de la televisión.

El género de la obra titiritezca es la farsa. El titiritero escribe la obra y la representa con su voz y con sus títeres. El teatro de títeres se acomoda a cualquier lugar.

El títere como medio de comunicación. El títere es uno de los medios de comunicación más atractivo. Con los títeres podemos llevar gran cantidad de mensajes que son fácilmente asimilables por la sencillez y simplicidad con que se presentan. Usualmente los espectadores son los niños, pero está comprobado que el títere cautiva tanto a niños como a adultos, quizá por equívoco complejo social los adultos dicen: "llevé los niños a ver títeres", ocultando la gran experiencia que ellos vivieron.

El títere como medio educativo. La facilidad de adaptación de los títeres a lugares, temas y espectadores lo convierte en un poderoso medio educativo, con ellos podemos transmitir cualquier contenido educativo, desde una clase de matemáticas, hasta la forma de construir una letrina o la manera de prestar primeros auxilios. Lo importante es mantener el ritmo gracioso que los caracteriza. ¿Y qué decir de los títeres como medio de recreación?

EL TEATRO

El teatro tiene como base la acción dramática. Etimológicamente drama significa acción. Ordinariamente se entiende por drama toda obra de teatro ya sea festiva o trágica.

El término teatro hace referencia al lugar acondicionado para presentar un espectáculo dramático. El término drama hace alusión al contenido y desarrollo de la acción dramática.

El dramaturgo escribe su obra para ser representada en público. La dramática es uno de los géneros literarios que han existido desde la antigüedad.

El dramaturgo construye una acción dramática y unos personajes creados por su inteligencia o tomados de la realidad. El desarrollo de la acción dramática se llama argumento. Todo argumento tiene básicamente tres elementos:

1. Planteamientos: nos muestra personajes principales y secundarios.
2. Nudo: conflictos de caracteres, actitudes, ambientes y pasiones.
3. Desenlace: desemboque de problemas y conclusión de la acción.

El teatro como medio de comunicar un mensaje al público exige:

1. Medida: es decir, una distribución metodológi-



Máscara de teatro.

ca, consecuente con el tiempo, con el espectador y con el mismo mensaje.

2. Comprensibilidad: la acción dramática por más conflictiva que sea, debe ser entendida por cada uno de los espectadores.

3. Técnica escénica: el teatro como todo arte, tiene sus reglas, lo caracterizan los movimientos ágiles y sin monotonía y los diálogos interesantes.

Son condiciones de la acción dramática:

Que exista una coherencia entre los diferentes elementos y partes de la obra.

Que la obra manifieste armonía de conjunto.

Y que el motivo central de la obra influya en cada una de las partes. A medida que se aproxima el desenlace, el interés debe crecer.

Partes de una obra de teatro:

Situación: son circunstancias de especial interés.

Acto: son divisiones generales de la obra.

Cuadro: se da este nombre a un acto breve.

Escena: el tiempo que transcurre entre la entrada o salida de un personaje hasta que otro llega al lugar de acción.

Formas de expresión: en teatro son formas de ex-

presión el diálogo, el monólogo, la vestimenta, las acciones, las luces, los silencios, la mímica.

Formas de teatro

Tragedia: drama extenso de tono solemne, con personajes ilustres que infunden lástima o terror. De final infausto.

Comedias: drama sin solemnidad y de desenlace agradable.

Comedia de carácter: analiza atentamente la psicología de un personaje.

Comedia de figurón: rasgos exagerados para lograr efectos cómicos.



Escena teatral. Cada elemento debe contribuir a reflejar la personalidad de los personajes.

Comedia de costumbres: se inspira en la época y en el ambiente en que vive el autor.

Comedia histórica: reproduce ambientes de épocas pasadas.

Comedia moral: deduce enseñanzas ejemplares.

Comedia de intriga: atiende a la multiplicación de hechos y tiene su mérito en lo ingenioso y complicado de la trama.

Comedia filosófica: cuando su contenido se centra en temas de profundidad y filosofía.

Comedia de magia: da a los personajes poderes por encima de lo natural.

ULTIMOS ADELANTOS DE LAS COMUNICACIONES

Se aproxima una revolución visual que causará una verdadera transformación en nuestras vidas. La sociedad dependerá cada vez más de los medios de comunicación social.

El incremento del uso de la televisión es notable en nuestro tiempo. Solo en Estados Unidos hay más de 116 millones de aparatos, para una población de 250 millones de personas, podemos decir que allí hay un receptor de televisión por cada dos personas. Los norteamericanos dedican siete horas diarias a ver televisión según encuestas realizadas.

El perfeccionamiento de las ciencias físicas, los adelantos técnicos en cuestiones electromagnéticas,

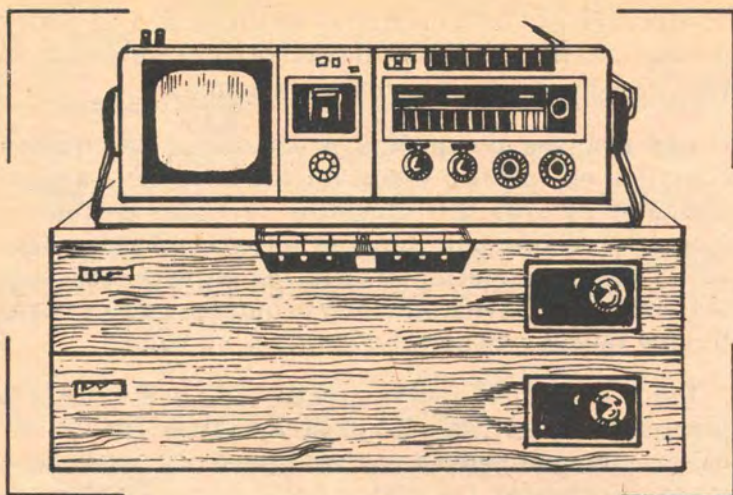
la cibernética, las conquistas espaciales y el poder de dominio de los países desarrollados se aunan en esta revolución de las comunicaciones.

Las grandes compañías productoras de equipos compiten en calidad, efectividad y novedad. La televisión en colores, los circuitos cerrados de televisión o televisión por cable, el betamax, el video disco, el video cassette, constituyen en este momento los centros de investigación y prometen en muy corto tiempo inundar el mercado a nivel mundial.

Estos descubrimientos científicos permiten al televidente no ceñirse a las programaciones de los canales, sino que podrán grabar de sus propios receptores, o comprar las cintas grabadas de los programas de su interés.

El progreso y el perfeccionamiento de las técnicas audiovisuales no se detienen. Nuestra manida frase de que **una imagen vale más que mil palabras**, se afianza cada vez más. Las técnicas audiovisuales buscan impresionar mayor número de sentidos en el receptor. Cuando una persona escucha, aprende una cosa pero cuando escucha y ve, aprende doblemente ese mensaje.

Los suscriptores de la televisión por cable suman hoy millones en los países donde existe este sistema con canales que ofrecen programación exclusiva, libre de anuncios comerciales. La televisión por cable es un medio educativo extraordinario; muchos establecimientos docentes de países avanzados la están empleando para transmitir conocimientos a centenares de alumnos, utilizando los más diversos métodos de exposición.



EL BETAMAX

Es un receptor de televisión acondicionado con un aparato de video-cassette, que le permite al televidente grabar en su casa los programas favoritos.

La grabación puede ser automática y no necesita que el receptor esté transmitiendo. Solamente hay que acondicionar un timer o medidor de tiempo para que inicie la grabación en la hora deseada. Hay aparatos que pueden grabar dos programas simultáneos. A través de un control remoto se pueden suprimir los comerciales cuando se está grabando del televisor. El televidente también puede comprar en el mercado los cassettes grabados con sus programas favoritos.

El video-disco, es otro de los avances tecnológicos que se están experimentando.

CAPITULO VI

Efectos de la comunicación

La comunicación en sí misma es positiva ya que constituye una necesidad humana de primer orden. El hombre por naturaleza experimenta la necesidad de convivir y compartir con sus semejantes.

La comunicación es positiva ya que nos permite acercarnos a los demás y compartir con ellos nuestros sentimientos y los sentimientos de los demás. Este acercamiento es enriquecedor para las dos partes.

Cuando Pedro y Juan tienen una moneda cada uno y la intercambian, al final cada cual queda solamente con una moneda, pero cuando Pedro y Juan tienen cada uno una idea y la intercambian resulta cada uno con dos ideas. Es decir ambos se han enriquecido con la comunicación.

La comunicación analizada desde el punto de vista del mensaje, es decir del contenido del comunicado es ambivalente y sus efectos dependen de la intención del emisor, del medio que se utilice para transmitirla y de las condiciones del receptor.

Indudablemente los mensajes de la comunicación social de nuestros días tienen efectos positivos y negativos. Todos debemos estar alerta para captar esos efectos y sacar el mejor partido.

Efectos positivos. La comunicación social informa: hoy conocemos los hechos aún antes de que sucedan. La tecnificación de los medios ha alcanzado grados impensables que permiten estar informando al mundo paso a paso del desarrollo de los acontecimientos.

Por otro lado los medios de comunicación están llegando a todos los rincones del mundo. Con la radio, la prensa, el cine, la televisión o el telex, no



Asamblea de personas. Hoy más que nunca el hombre necesita estar informado y los medios de comunicación están informando.

necesitamos desplazarnos para conocer y estar informados de lo que sucede en cualquier parte del mundo.

Pero hay que tener en cuenta una cosa: la información es unidireccional, va en una sola dirección. Va de una fuente a un receptor y punto. La información es la mitad del proceso de comunicación.

A medida que una persona va recibiendo las noticias, se va informando, esa persona va ampliando sus conocimientos, va ensanchando sus fronteras del saber y se va familiarizando con otras costumbres, modos de vida, personas y hechos.

Esto nos permite afirmar que el hombre es más persona en cuanto más se relacione con sus semejantes.

El cambio de conducta. Cuando el mensaje de la comunicación tiene objetivos nobles de elevación cultural, de dignificación de la persona y de integración social, los resultados son extraordinariamente positivos.

En cambio existen regiones a las cuales aún no llegan los principales medios de comunicación. Estas comunidades conservan más fácilmente sus tradiciones pero están alejadas de los adelantos científicos y culturales; de los centros de desarrollo.

Las comunidades aisladas no están propensas al cambio. Por el contrario las tradiciones se arraigan profundamente en la conciencia de las gentes y constituyen valores sociales.

Indudablemente en este ambiente la comunicación es más difícil puesto que choca con obstáculos de mayor resistencia. Pero bien orientada y cimentada la comunicación logra efectos de mayor alcance.

En el plano de la relación interpersonal comprobamos cómo a mayor comunicación hay mayor integración entre las personas y como consecuencia hay un ambiente propicio para el desarrollo.

La integración. Es otro efecto positivo de la comunicación. Psicólogos y sociólogos, están de acuerdo al afirmar que muchos problemas personales o sociales se presentan por falta de oportuna y adecuada comunicación. No podemos amar lo que desconocemos. No podemos dar solución a problemas que no se han presentado.

Es necesario creer en nuestra capacidad de comunicar lo mismo que en nuestro derecho de comunicar. Cuántas veces por temor o complejo hemos callado aquello que tal vez era decisivo para poner fin a un conflicto o para iniciar una gran tarea.

El desarrollo individual. La comunicación interpersonal y la comunicación social son fuente y canal de desarrollo individual.

Nuestros conocimientos y capacidades son pobres en la infancia. Con el encuentro y la integración con las demás personas vamos adquiriendo pericia y nos vamos convirtiendo en personas útiles. Sería infructuoso que una persona se propusiera aprenderlo todo por su propia cuenta. Esa persona estaría negando el desarrollo alcanzado por la humanidad. Es precisa-

mente la función de las instituciones educativas, sintetizar y ofrecer en forma selecta los conocimientos adquiridos por los antepasados para que las nuevas generaciones los asimilen y los utilicen.

La comunicación nos permite conocer el mundo y sus problemas, además conocernos a nosotros mismos y nuestras capacidades. La capacidad de una persona solo se mide frente a la capacidad de los demás.

La comunicación educa. El individuo que sabe comunicarse, sabe escuchar, sabe investigar, reflexiona, asimila y aporta.

El comportamiento en sociedad exige una actitud de análisis permanente. Estar atentos a cada detalle de la vida para juzgarlo y aceptarlo o rechazarlo. Esta capacidad crítica solo se adquiere con disciplina personal.

Está comprobado que las grandes personalidades se han hecho con base en el orden y la estricta disciplina.

Todos nosotros estamos recibiendo a diario multitud de mensajes. Aun los que no saben leer y escribir tienen la radio, la televisión o las mismas escenas callejeras. ¿Qué actitud tomamos ante los mensajes? ¿Los aprovechamos para enriquecer nuestro conocimiento, o los dejamos pasar tan indiferentes como la piedra del río deja pasar la corriente?

La comunicación capacita. Cada persona tiene que seleccionar de acuerdo a sus gustos, su capacidad y

su posibilidad un oficio o una profesión. En la medida en que conozca y perfeccione su oficio será más eficiente su labor.

No debemos contentarnos con lo que somos y tenemos, tampoco desesperarnos por lo que no alcanzamos.

Debemos luchar para perfeccionar nuestra capacidad de trabajo y nuestros aportes a la comunidad. Así viviremos mejor y proporcionaremos bienestar a los demás.

Desarrollo social. En la época en que nuestro país era una colonia española, la noticia más veloz proveniente de Europa, solo llegaba después de tres o cuatro meses, qué diremos de los descubrimientos científicos, de las técnicas industriales, de los sistemas de producción. Se necesitaron años y siglos para que se implantara tal o cual método. Con el desarrollo de las comunicaciones sociales en nuestro siglo, se desarrolló el transporte, el comercio y el intercambio cultural.

Cuando un grupo social o una comunidad emplean los medios de comunicación hay educación y capacitación a nivel individual y progreso a nivel social.

Efectos negativos de los medios masivos. Los medios masivos de comunicación también pueden tener efectos negativos en los receptores cuando buscan suprimir el criterio individual y la capacidad analítica de las personas.

La publicidad y la propaganda no quieren llegar a la razón del hombre sino que atacan su sentimiento.



El estudio nos capacita.

A través de la repetición llegan al subconsciente y doblan la voluntad del público a obrar de tal o cual manera, a comprar esto o a adquirir aquello.

“No lo piense, adquiéralo”, parece que dijeran todas las campañas de publicidad. Adquiéralo sin saber ni porqué, ni para qué, ni cómo...

“No lo piense, créalo, acéptelo, actúe...”. ¿Porqué? porque sí. Porque es la moda. Porque así obra la gente.

Se crean necesidades ficticias. El fenómeno de la moda es el centro de la publicidad masificadora. La moda es algo pasajero. Si no fuera así no sería moda.

La publicidad persuade al público a que guste y adquiera lo que coloca de moda. Lo lleva a sentir-

se menos, si no adquiere ese objeto. La publicidad le crea la imperiosa necesidad de ponerse a la moda.

El individualismo. Los medios de comunicación social corren el riesgo de llevar al hombre al individualismo. Parece contradictorio, pero ahondando en el análisis esto es real.

La familia que no disponía de la televisión o de la radio, dedicaba las horas de descanso al diálogo familiar o a la recreación en conjunto. Hoy pasamos horas y horas frente al televisor y cuidado alguien nos va a hablar o a solicitarnos un favor porque nos disgustamos. Nos compenetramos tanto con la programación, que el mundo que gira a nuestro alrededor no nos interesa. Indudablemente es un extremo



Otro efecto negativo de la comunicación de masas es la pérdida de valores, costumbres y tradiciones.

equivocado al que hemos llegado. La información, la publicidad, los programas socioculturales transmitidos son positivos siempre y cuando tengamos un dominio sobre ellos. Pero cuando estos mensajes nos absorben y nos impiden la comunicación interpersonal y no nos dejan tiempo para atender nuestro medio, los mensajes no están cumpliendo su verdadera función.

Pérdida de valores

Aunque todos estamos abocados al cambio y nuestras costumbres y tradiciones no pueden ser eternas, por el contacto con otras culturas debemos ir desarrollando y perfeccionando la nuestra, ese cambio no puede ser porque sí, sino que debe responder a una lógica y a una necesidad. El cambio no debe ser simplemente pérdida de nuestros valores y creencias, para quedar en el vacío y en el desconcierto. Yo dejo de creer en unos determinados valores cuando veo que no responden ni a mi dignidad ni a la de mis semejantes y los cambio por otros que sí responden. El cambio de valores, debe ser producto de la reflexión humana y de la decisión libre y responsable y no simplemente de la inercia social.

Hemos intentado analizar los efectos que producen los mensajes, de la comunicación y sus medios. Hay efectos positivos y negativos. ¿Cuáles pesan más en nuestro momento? La respuesta la da usted querido lector. Si hay errores, la solución está en cada uno: en los comunicadores sociales, en los dueños y orientadores de los medios y en quienes reciben los mensajes.

DESPEDIDA

Apenas hemos podido ofrecerles un esbozo general de lo que es la comunicación social y de los principales medios de comunicación que tenemos a nuestra disposición.

Indudablemente falta mucho por decir, ya que de cada uno de estos medios se han escrito muchos libros, se han hecho reuniones, conferencias y seminarios a nivel nacional e internacional para analizarlos y buscar una mejor utilización.

De todas maneras quedamos muy satisfechos si logramos que quede una idea clara de la importancia que tienen los medios de comunicación social en el momento actual y de cómo ellos pueden influir en cada uno positiva y negativamente. Esperamos que sientan la motivación de seguir investigando y conociendo más a fondo la naturaleza de estos medios.

Conocer y utilizar correctamente los medios de comunicación social es tener a nuestro favor las mejores herramientas para convivir con los demás y buscar para todos un mundo mejor.

¡La comunicación nos une!

Bibliografía

BERLO, David. **El proceso de la comunicación.** Introducción a la teoría y a la práctica. Edición 4a. Editorial Ateneo.

Colección **200** consejos prácticos. Instituto Parramon Ediciones.

FREIRE, Paulo. **Conciencia crítica y liberación.** La pedagogía del oprimido, Ediciones Camilo, 1971.

GILLES, Amado e GUILLET, André. **A dinâmica Da comunicação nos grupos.** Río de Janeiro. Editorial Zahar, 1978.

KODAK. **Cómo tomar buenas fotografías.** Edición 33a., 1972.

RODRIGUEZ, Aida y LOUREIRO, Nicolás. **Cómo son los títeres.** Editorial Losada.

SCHRAMM, Wilbur. **Procesos y efectos de la comunicación colectiva.** Ciespal.



TITULOS EN CIRCULACION

1. No nos volvamos locos (Higiene mental)
2. Juguemos ajedrez
3. Nosotros somos así (Biología humana)
4. Relaciones humanas
5. Comamos y bebamos bien
6. Orientación familiar
7. Aprendamos ortografía
8. Nuestros equinos (Caballos, asnos y mulas)
9. Me llamo Simón Bolívar
10. Artesanías
11. Somos comunidad organizada
12. Mujeres ilustres
13. Decoración de la casa
14. Contabilidad agropecuaria
15. Aprendamos mecánica
16. Instalaciones agropecuarias
17. Aprendamos construcción
18. Presentación personal
19. La política
20. El cacao
21. Aprendamos matemáticas

Las comunicaciones

