



Teoría de la **Comunicación**



Teoría de la Comunicación

José Antonio Narváez Hernández



Dirección General de Bachillerato



GOBERNADOR CONSTITUCIONAL DEL ESTADO DE VERACRUZ
DE IGNACIO DE LA LLAVE
Fidel Herrera Beltrán
SECRETARIO GENERAL DE GOBIERNO
Reynaldo G. Escobar Pérez
SECRETARIO DE EDUCACIÓN DE VERACRUZ
Víctor A. Arredondo Álvarez
SUBSECRETARIO DE EDUCACIÓN MEDIA SUPERIOR Y SUPERIOR
Rafael Ortiz Castañeda
DIRECTORA GENERAL DE BACHILLERATO
Denisse Uscanga Méndez
SUBDIRECTORA ACADÉMICA
Carolina Loyo Iparraguirre
SUBDIRECTOR ADMINISTRATIVO
Rolando Rivera Vargas

COORDINACIÓN GENERAL
Mauro Morales Arellano

ASESORÍA ACADÉMICA
Ángel Martínez Armengol
ASESORÍA PEDAGÓGICA Y
CUIDADO DE LA EDICIÓN
Viridiana Martínez Hernández
CORRECCIÓN

Enrique García Santiago
Norma Rivera Pérez
DISEÑO DE LA CUBIERTA
María Cristina Segovia Hernández

DISEÑO EDITORIAL

Traço Diseño

FORMACIÓN

Melquiades Anzures Villanueva

IMAGEN DIGITAL

María Cristina Segovia Hernández pp. 34, 44 y 45.

Primera edición: 2009

Derechos reservados 2009

Secretaría de Educación de Veracruz
Km. 4.5 carretera Xalapa-Veracruz
Xalapa-Enríquez, Ver.

ISBN 970-670-148-6 (Colección)

Registro en trámite

Impreso en México

INTRODUCCIÓN 7

UNIDAD 1 EL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN

- 1.1 Conceptos básicos 11**
 - 1.1.1 ¿Qué es la comunicación 11
 - 1.1.2 Modelo básico del proceso comunicativo, basado en el modelo aristotélico 11
- 1.2 Modelos del proceso comunicativo 12**
 - 1.2.1 Complementación al modelo de Aristóteles 12
 - 1.2.2 Modelo Shannon y Weaver 13
 - 1.2.3 Modelo de David K. Berlo 14
- 1.3 Tipos básicos de comunicación 15**
 - 1.3.1 Comunicación animal 15
 - 1.3.2 Comunicación humana 17

UNIDAD 2 MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN

- 2.1 Clasificación de los medios de comunicación 27**
- 2.2 Medios de comunicación masivos y no masivos 29**
 - 2.2.1 Medios de comunicación no masivos 29
 - 2.2.2 Medios de comunicación masivos 33

UNIDAD 3 LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA SOCIEDAD

- 3.1 El orden social y los medios de comunicación 53**
 - 3.1.1 El monopolio de la información 54
 - 3.1.2 Hacia una sociedad de la información 55
 - 3.1.3 Leyes de acceso a la información 56
- 3.2 Impacto social de los medios masivos de comunicación 61**
 - 3.2.1 Los medios de comunicación como herramienta política 61
 - 3.2.2 Los medios de comunicación y la economía 63

BIBLIOGRAFÍA

INTRODUCCIÓN

Este curso de Teoría de la Comunicación está orientado a que los estudiantes, con la guía de sus maestros, inicien el estudio de los procesos comunicativos, a partir de conceptos básicos y teorías que les servirán de marco de referencia para el análisis posterior de los medios de comunicación y del efecto que éstos tienen en las sociedades actuales.

Es evidente que constantemente todas las personas nos estamos comunicando, enviamos y recibimos mensajes de lo que pensamos y queremos, lo hacemos de manera directa o por medio de algún recurso tecnológico. Con esos mensajes esperamos obtener una respuesta satisfactoria de parte de quien los recibe o quien nos los manda. No siempre la gente está consciente de que envía y capta mensajes, o a veces, éstos no son entendidos en el sentido que se pretendía; por ello, es importante entender cómo se dan estos procesos.

La segunda unidad se enfoca en los medios que usamos para comunicarnos. Se presenta entonces una breve explicación de cómo son, su clasificación, cómo funcionan y los alcances de los mismos.

Finalmente, la tercera unidad se refiere al efecto y la influencia de los medios en la conducta de las personas. Más que una interpretación final, se pretende que el enfoque sea un inicio para el análisis grupal, en el cual, tanto alumnos como maestros, observen su entorno, investiguen y construyan sus propias interpretaciones de los temas, pues en las ciencias sociales nada es definitivo.

Sugiero a alumnos y docentes que envíen sus comentarios o dudas a mi correo electrónico antonionarv@gmail.com para juntos enriquecer este texto.

El autor

