

## **CAPITULO II**

### **LA COMUNICACIÓN EN EL MARCO DE LA EDUCACION SUPERIOR**

#### **2.1. Fundamentos de la Comunicación.**

De Almeida (2015, p. 59) Siguiendo la evolución diacrónica del término Comunicación, considera que “se está en presencia de una actividad o proceso, que es eminentemente social y visa un fin. Por otro lado, la raíz y el concepto de la palabra proceso debe mucho a Heraclito cuando declaraba que un hombre nunca podrá entrar dos veces en el mismo río: ambos estarán siempre diferentes cuando ocurra un hecho idéntico. Lo que sugiere la idea de que, en un proceso, los hechos y las relaciones son siempre dinámicos, evolucionan continuamente, cambian y actúan unos sobre los otros. Posteriormente Rousseau definirá la «comunicación» como «un modo de actuar sobre terceros», lo que conlleva siempre un rastro de efecto de poder”.

En este sentido, la Comunicación, sin importar el momento histórico al cual pertenezca, se puede tratar de un proceso dinámico en el que obligatoriamente debe participar una fuente o emisor que envía un mensaje a través de un canal o medio a un potencial receptor que, a su vez, puede convertirse también en emisor. Al respecto, Martino, (2003, p. 11) parte del análisis en un sentido etimológico, el cual se refiere a la acción común como aquella realizada sobre otro, cuya intención es realizar el acto de dos (o más) conciencias con objetos comunes.

Asimismo, Moya (2016, p. 59) considera que la definición más aceptada en nuestra época, y que más teorías ha provocado, es la realizada por Lasswell (1948). Basado en la identificación de Aristóteles de “el quién, el qué y el a quién de la comunicación”, y añadió dos elementos “el cómo y el para qué”. Este modelo de preguntas es su modo de explicar a través de la interrogación o de exigir y buscar

una explicación. Esta noción de transferencia se tomará en cuenta para definir aspectos de la comunicación. De hecho, su propuesta adquiere diferentes denominaciones como modelo, fórmula, teoría, o paradigma, según el autor que haga el análisis y la exposición.

Durante muchos años se ha analizado el significado de Comunicación, del cual han surgido varios elementos esenciales para su definición, entre los cuales se pueden mencionar la situación de interacción, la retroalimentación, la audiencia, fuente, codificador, decodificador, entre otros que más tarde dieron origen al término como una interacción social mediante un mensaje, que para la década del dos mil dio un salto significativo, en donde destaca el concepto de comunicación. Martín Algarra (2003) que trata la comunicación como herramienta social, quien explica que la comunicación siempre está orientada a otro, a afectar a alguien distinto del yo. Hace referencia al concepto de persona, de las capacidades comunicativas y de la socialización, cultura y comunicación mantienen vínculos indisociables.

No cabe duda que la comunicación será siempre un proceso dinámico en el que intervienen todos los elementos que la conforman, el cual se desarrolla siempre en un contexto concreto y mediante un código específico, utilizando un canal determinado y con la intervención de un emisor, de tal forma que el primero transmite un mensaje al segundo.

Es importante destacar que existe una distinción conceptual entre comunicación e información, la primera se concibe como el proceso de compartir un mismo objeto de conciencia; y que expresa la relación entre conciencias. Por lo tanto, la información se refiere a la organización de los rasgos materiales para una conciencia, es decir, la comunicación expresa la totalidad del proceso, lo que quiere decir que no hay comunicación sin información.

Es por ello que Canales, (1995) considera que la comunicación es el “intercambio y negociación de la información entre al menos dos individuos por

medio del uso de símbolos verbales y no verbales, de modo oral, y escrito/visual y de los procesos de producción y comprensión”. (...) hace hincapié en que la información cambia constantemente, conforme al contexto de la comunicación y las opciones del comportamiento verbal y no verbal. Por lo tanto, la comunicación implica la evaluación continua y la negociación del significado por parte de los participantes.

Desde esta perspectiva se podría definir Comunicación, a partir de un estudio científico, el cual es preciso considerar otros rasgos distintivos de las ideas de comunicación e información. Estos rasgos diferenciales son la complejidad, la interdisciplinariedad y la transdisciplinariedad, el cual se detalla en la siguiente figura:

Figura 9

Rasgos de la Comunicación.

<b>Complejidad.</b>	<b>Interdisciplinariedad</b>	<b>Transdisciplinariedad</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Es complejo porque su esencia misma implica correlación, interacción e interdependencia, aspectos que constituyen la base misma de la idea de complejidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Se convierte en requisito de aproximación a la comunicación: no es posible definir ni estudiar la comunicación sin recurrir a las aportaciones teóricas y técnicas de un amplio conjunto de disciplinas: matemáticas, semiótica, lingüística, lógica, sociología...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Cuando coordina y transforma las disciplinas que lo integran. Se convierte, por así decirlo, en el lenguaje a partir del cual se entienden y coordinan las disciplinas para las cuales es relevante el fenómeno de la comunicación</li> </ul>

Fuente: Venegas (2020). A partir de Aguado (2004)

Por lo tanto, desde el ámbito científico los estudios sobre la comunicación y la información son los protagonistas de una transformación social y cultural cuyas bases se remontan sobre tres factores como lo son: la interdisciplinariedad, la transdisciplinariedad y aplicaciones tecnológicas, las cuales constituyen un cambio

de paradigma, llamado por algunos autores como paradigma informacional-comunicacional.

Al respecto Fuentes y Vidales (2011), citado por Rebeil (2014, p. 239) hacen una excelente exposición acerca de las distintas tradiciones y aproximaciones que existen de la comunicación. Mencionan, entre otros, los trabajos de James Carey y Oliver Boyd-Barrett. que recuerdan que el “Grupo Hacia una Comunicología Posible”, encabezado por Jesús Galindo, menciona nueve fuentes que dan origen a distintas comprensiones de la comunicación, de las cuales realizan una clasificación propia que se puede sintetizar en siete tradiciones como metadiscursos desde los cuales se aborda la comunicación:

Tabla 2  
Tradiciones de la Comunicación.


<b>TRADICIÓN</b>	<b>DEFINICIÓN</b>
Tradición retórica	Se entiende a la comunicación como el arte del discurso el cual puede ser mejorado a través de la educación y la práctica de la retórica. En la base de esta tradición está el interés de la persuasión
Tradición semiótica	En la que la problemática central de comunicación es la representación de los signos, sus significados y cómo estos son semantizados y resemantizados por parte del o de los sujetos interlocutores
Tradición fenomenológica	en la cual la comunicación se entiende como la “experiencia directa del otro”. Las temáticas de la apropiación de la identidad son centrales en esta tradición
Tradición cibernética	En la cual el procesamiento de la información, los sistemas de retroalimentación hacen funcionar a los seres humanos, a las máquinas pero también a todo tipo de organismo
Tradición Sociopsicológica	tiene que ver con las formas en que las personas interactúan unas con otras y ejercen su influencia mutua
Tradición sociocultural	Comprende la comunicación como un proceso que produce y reproduce patrones socioculturales mediante lo cual se explica la recreación del orden social
Tradición Crítica	Señala que la problemática de la comunicación se encuentra en la distorsión discursiva que se genera a partir de las fuerzas sociales de la infra y la supra estructuras.

Fuente: Venegas, (2020) a partir de Fuentes y Vidales (2011), citado por Rebeil (2014).

Estas tradiciones sirvieron como forma para la integración de una teoría de la comunicación y con ella la posibilidad de realizar la construcción de varias historias y no una en particular.

Como futuro de los estudios de la comunicación, Fuentes y Vidales, (2011) reconocen el valor de las aportaciones de Oriente al estudio de la comunicación, en los cuales, la visión fundamental tiene que ver con la acumulación de sabiduría de distintas tradiciones culturales frente a la visión eurocéntrica que se conduce por una visión enfocada en el hombre e individualista, conducida por la búsqueda de la eficiencia.

Actualmente son muchas las tendencias que tratan de explicar el fenómeno de la comunicación, sin embargo son de vital importancia las contribuciones que realiza Manuel Castells, citado por Alejo (2011) desde la estructura social de la información y del conocimiento, donde se evidencia la necesidad de estudiar a profundidad los impactos que se generan en la organización con la implantación de las llamadas nuevas tecnologías de la comunicación y de la información, principalmente en la productividad de la empresa, en el trabajo, en las relaciones humanas y en la conformación de la ciencia de la comunicación que pueda explicar, a partir de sus propios métodos y con sus propias teorías, el fenómeno comunicativo en la organización. Es así pues desde un sentido más amplio, Mac Bride, citado por Legorburu, (2001, p. 61) la Comunicación establece las siguientes funciones:

 **Información:** Acopiar, almacenar, someter a tratamiento y difundir las noticias, datos, hechos, opiniones, comentarios y mensajes necesarios para entender, de un modo inteligente, las situaciones individuales, colectivas,

nacionales e internacionales y para estar en condiciones de tomar las medidas pertinentes.

✚ **Socialización:** Constituir un fondo común de conocimientos y de ideas que permita a todo individuo integrarse en la sociedad en la cual vive y que fomente la cohesión social y la percepción de los problemas indispensables para una participación activa en la vida pública.


✚ **Motivación:** Perseguir los objetivos inmediatos y las finalidades últimas de cada sociedad; promover las opciones personales y las aspiraciones individuales; estimular las actividades individuales o colectivas orientadas hacia la consecución de objetivos comunes.

✚ **Debate y Diálogo:** Presentar e intercambiar los elementos de información disponibles para facilitar el acuerdo o aclarar los puntos de vista sobre los asuntos de interés público en la resolución de todos los problemas locales, nacionales e internacionales.

✚ **Educación:** Transmitir los conocimientos que contribuyan al desarrollo del espíritu, a la formación del carácter y a la adquisición de conocimientos y aptitudes en todos los momentos de la vida.

✚ **Promoción cultural:** Difundir las obras artísticas y culturales para preservar el patrimonio del pasado; ensanchar el horizonte cultural, al despertar la imaginación y estimular las ansias estéticas y la capacidad creadora.

✚ **Esparcimiento:** Por medio de signos, símbolos, sonidos e imágenes, difundir actividades recreativas, individuales y colectivas, tales como el teatro, la danza, el arte, la literatura, la música, el deporte y el juego.

 **Integración:** Facilitar el acceso a la diversidad de mensajes que necesitan todas las personas, grupos o naciones para comprenderse mutuamente, y para entender las condiciones, los puntos de vista y las aspiraciones de los demás.

Cabe destacar que para Nosnik (2003), citado por Álvarez, (2018), la comunicación es “un sistema y en palabras de uno de sus orientadores en el tema, el profesor Rusell Akcoff, define el sistema como “[...] un conjunto de elementos interrelacionados y que para que puede hablarse de sistemas, debe por lo menos, existir una relación de entre al menos dos elementos; de forma que los elementos de un sistema se interrelacionen directa o indirectamente” (1971 p. 662), dando así, origen a procesos de generación de valor y a esta manifestación es lo que se conoce como “productividad”.

El mencionado autor también plantea que, para comprender la comunicación productiva, involucra en su marco conceptual los principales ámbitos de estudio de la teoría del lenguaje de Morris y que son a saber: la sintaxis, la semántica y la pragmática. Para dar una mayor claridad acerca de la relación funcional de los niveles de la comunicación humana planteados por Nosnik y de los principales ámbitos del lenguaje expuestos por Morris, se presenta a continuación un cuadro sinóptico elaborado por Nosnik que correlaciona en paralelo los niveles de la comunicación y los ámbitos de estudio del lenguaje.

Tabla 3

Paralelo entre niveles y funciones de la comunicación humana y los tres ámbitos de estudio del lenguaje de Charles Morris

<b>NIVELES DE COMUNICACIÓN</b>	<b>FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN HUMANA</b>	<b>ÁMBITOS DE ESTUDIO DEL LENGUAJE SEGÚN MORRIS</b>
<b>Lineal</b>	Producción de mensajes o información.	Sintaxis: estudio de los lenguajes y sus gramáticas.

<b>Dinámica</b>	Difusión o distribución de mensajes en red(es) o retroalimentación.	Semántica: estudio del entendimiento y desacuerdos entre informantes
<b>productivo</b>	Uso inteligente de la información y retroalimentación para cumplir los propósitos de convivencia humana.	Pragmática: estudio de la conducta humana como fuente de información y retroalimentación entre informantes.

Fuente: Álvarez (2018). A partir de Nosnik (2013).

Nosnik (op.cit, p.88) indica que los tres niveles de comunicación planteados: lineal, dinámico y productivo, han atravesado un proceso de evolución y madurez de varias décadas dentro del campo de estudio de la teoría de la comunicación, por esto plantea que “[...] Desde mi punto de vista, la teoría de la comunicación se encuentra iniciando su tercera etapa teórica en la cual las conceptualizaciones se genera desde el estudio de los sistemas o desde las ciencias de la gestión o de la organización”.

Desde otra perspectiva en el ambiente universitario el proceso de Comunicación es necesario, ya que se considera que el estudiante universitario debe ser un buen comunicador, por lo que el profesor ha de dotarlo de herramientas necesarias que contribuyan a la estrategia de la lengua materna y al valor de la comunicación social, así como también utilizar las palabras con propiedad, emplear en la práctica, los instrumentos que brinda el idioma para expresarse correctamente, lo que a la vez posibilita una valoración efectiva, eficaz y lógica de cualquier tipo de texto, para lo que se hace fundamental también el gusto por la lectura; en donde es fundamental valorar algunos elementos de la expresión lingüística que deben ser del dominio del profesor para transmitir una buena comunicación durante el proceso educativo y en su actividad comunicativa.



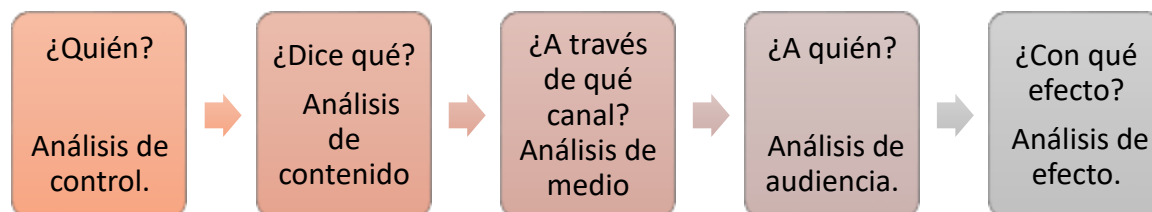
En líneas generales, la comunicación se realiza desde un enfoque pragmático teniendo en cuenta el uso del lenguaje en situaciones que establecen el empleo de enunciados en circunstancias comunicativas concretas, que incluyen, además, el lenguaje extraverbal y su interpretación por parte de los destinatarios toma en consideración las relaciones con los usuarios, así como todas las circunstancias de su uso efectivo y real.

## 2.2. Modelos de la Comunicación.

Establecer una definición de “modelo” no es tarea fácil, puesto que las nociones son distintas y como ocurre con los paradigmas, cambian de acuerdo con los criterios metodológicos dominantes. Se podría decir que los modelos son estructuras auxiliares para entender una o un grupo de ideas que detallan una situación específica. En el estudio de la comunicación humana, los esquemas resultantes de los modelos han sido múltiples, de acuerdo con lo que la comunidad científica ha expresado en su momento, algunos de ellos citados por Santos (2012, p. 38) son los siguientes:

El modelo de comunicación de Harold Lasswell, investigador estadounidense cuyos esfuerzos se concentraron en estudio y desarrollo de propaganda efectiva, tomaba cinco preguntas como ejes para conocer a fondo los efectos del mensaje en la votación de masas tal y como se muestra en la imagen siguiente.

Figura 10  
Modelo Lasswell



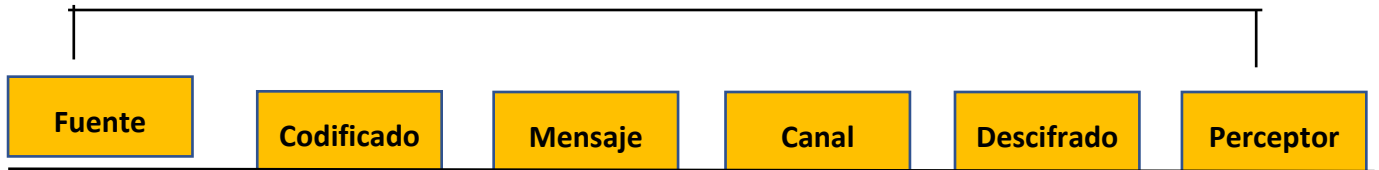
Fuente: Santos (op.cit).

De acuerdo con Moya (2016, p. 38) este modelo presenta la comunicación como un proceso lineal, aunque existe emisor, receptor, canal y código apropiado, el proceso es asimétrico donde no existe relación entre comunicador y destinatario. Para Lasswell la comunicación consistía en la **transmisión de mensajes**. Se centra en la mejora de la credibilidad y difusión de los mensajes, estudiando los **efectos de los medios** como cambios observables y medidos en el destinatario, producidos por elementos identificables del proceso de comunicación.

Otro modelo planteado en 1981 es el de la Información diseñado por Shannon y Weaver, que de acuerdo a lo expuesto por Moya (op., cit., p. 39) Al principio era una teoría muy acotada, referida sólo a las **condiciones técnicas de transmisión de mensajes**, pero no fue un impedimento para su gran difusión y definición como “paradigma”. Asimismo, diseñaron un modelo bajo el título de la obra “**Teoría matemática de la comunicación**” en el que se realiza la descripción que se hacía del proceso de comunicación en los laboratorios de la compañía telefónica Bell para mejorar la transmisión de mensajes telefónicos. Este proceso se construyó sobre dos aspectos clave: la **descripción del proceso de comunicación** y la **formulación de un modelo matemático** para la explicación del proceso de almacenamiento de información.

Otro modelo importante en el contexto de la comunicación humana fue el de Berlo, quien fue discípulo de Wilbur Schramm, el cual es reconocido como uno de los más relevantes estudiosos funcionalistas. Para él la comunicación era un asunto en el que los individuos negociaban para obtener una posición en su ámbito, y los mensajes servían para ejercer poder, influencia y control, con lo cual conjugaba seis elementos para llevar a cabo el proceso de la comunicación el cual se observa en la siguiente figura:

Figura 11  
Modelo de Berlo.



Fuente: Santos (op.cit).

En este sentido entre la fuente y el descifrador pueden surgir diferencias, en donde este último pueda tener un propósito distinto al de la instancia que origina el mensaje, por lo que traería como consecuencia la interrupción de la comunicación. A partir de este modelo, se describe algunos componentes personales que podrían perturbar el proceso comunicativo, como las habilidades comunicadoras, actitudes, conocimiento, sistemas sociales y ambiente cultural, tanto de la fuente como del receptor. Sin embargo, las posibilidades de retroalimentación son mínimas y el comportamiento simultáneo de las personas como fuentes y receptores no está cubierta totalmente.

Ahora bien, existen otros modelos que desde otras perspectivas pueden incluir otros elementos distintos a las mencionadas anteriormente tal y como lo señala Bernal, Pereira y Rodríguez (2018, p. 31) desde el marco de las teorías de la comunicación, el criterio sienta sus bases en planteamientos epistemológicos, mientras que desde la fonoaudiología los criterios se refieren al lenguaje y la comunicación y se relacionan con las esferas de desarrollo humano. Desde el marco de las teorías de la comunicación se encuentran dos categorías de explicación:

**a. Modelos prácticos:** explican la comunicación desde un sistema particular para su aplicación en un campo del conocimiento; tales como los conductistas o conductistas (positivistas, neopositivistas, behavioristas) y los modelos funcionalistas, generados desde la comunicación social.

**b. Modelos explicativos:** abordan desde lo teórico o metodológico a los fenómenos comunicativos, para explicar y analizar la comunicación como un sistema general que se relaciona con otros sistemas, entre éstos se encuentran los estructuralistas, los matemáticos informacionales, los sistémicos y los dialécticos.

Desde el campo de la Fonoaudiología Bernal, Pereira y Rodríguez (op.cit) también plantean modelos para explicar y analizar la comunicación de las cuales se plantean tres categorías amplias:

**a. Modelos intraindividuales:** buscan explicar la comunicación con respecto a los procesos de audición, habla y lenguaje desde sus sustratos, a través de representaciones biológicas, psicológicas, psicolingüísticas y cognitivas, como un proceso de estas índoles.

**b. Modelos intersubjetivos:** tienen una base estructural-funcionalista y abordan el lenguaje en su función comunicativa, desde competencias y habilidades pragmáticas y comunicativas puestas en acción en las relaciones interpersonales en un contexto social determinado. (interaccionales, interpersonales, pragmáticos, y sociolingüísticos)

**b. Modelos socioculturales:** en los que el lenguaje y la comunicación se relacionan con el discurso, con la dimensión histórica y social de los procesos comunicativos del hombre discurrendo a cómo se producen y reproducen los procesos socioculturales en la comunicación. Entre éstos están los socio-semánticos, discursivos, culturales y de interacción intercultural; éstos últimos se encuentran dentro de una perspectiva dialéctica y sistémica donde la historia es el más amplio sistema de referencia.

En este sentido González, (2002) señala que los sociólogos de la corriente estructural-funcionalista han aplicado el paradigma sistémico al estudio de la comunicación como un sistema general de transmisión de pautas que ofrecen

intereses desde el punto de vista de la teoría social; de esta forma los modelos sistémicos afirman que un objeto se debe estudiar con relación a su entorno, y que están constituidos como un sistema que presenta partes ligadas entre sí por fuertes interacciones, por lo tanto, existe un sistema total productivo y reproductivo, es decir, en capacidad para variar su estructura y preservarla.

El modelo sistémico desarrollado por Peter Heinemann (1979) explica la comunicación humana desde un enfoque pragmático, el cual trata del uso de los sistemas de signos dentro de la comunicación humana, abordando el estudio de las condiciones de la conducta comunicativa del hombre en la interacción directa (grupo), dentro de sistemas de comunicación social más complejos (comunicación de masas), así como de indicar las reglas de la conducta que hacen efectiva la comunicación en el marco de esas condiciones necesarias para una comunicación efectiva en el proceso de enseñanza-aprendizaje en el aula de clase, al respecto Bernal, Pereira y Rodríguez (op.cit. p. 32) explican que tiene dos componentes clave:

a. **Acontecer Comunicativo**, o los aspectos que actúan como un comunicante o emisor, un objeto de la comunicación o receptor, un mensaje o contenido, una vía comunicativa o canal de comunicación, una situación o contexto social, un efecto de la comunicación y una meta comunicación.

b. **Conducta Comunicativa**, en la que se consideran: contacto corporal, proximidad en el espacio, actitud corporal, manifestación externa, mímica y gesto, dirección de la vista, sincronización temporal del habla, tono emocional, efecto del lenguaje, pronunciación y acento; formas de manifestación y estructuras lingüísticas de las manifestaciones.

### **2.3. Medios de Comunicación:**

Si bien los primeros desarrollos tecnológicos en torno a los medios de comunicación presentan una cierta naturaleza independiente y/o casual (el caso de la radio, la televisión o el propio Internet en sus concepciones originales), sus desarrollos posteriores no han sido en absoluto arriesgados. El punto de inflexión lo constituye sin duda la denominada “sociedad de la información”, es decir, el momento en que se toma conciencia plena del valor absoluto de la transmisión, almacenamiento y gestión de información.

Al respecto Aguado (2004, p.242) opina que partir de la segunda mitad del siglo XX, y a medida que van surgiendo nuevos dispositivos tecnológicos para la transmisión y la difusión de contenidos, las líneas prioritarias de la financiación en investigación, desarrollo e innovación (I+D+I) tecnológicos es precisamente, y por este orden, aplicabilidad (es decir, comerciabilidad), compatibilidad (posibilidades de combinación y transferencia de usos) y convergencia (concentración y multifuncionalidad de los dispositivos para diferentes usos y lenguajes tecnológicos).

Para Tabares (2000, p. 42), los medios de comunicación (prensa, radio y televisión) realizan una tarea de «mediación» muy determinante entre la realidad y las personas. Al pretender mostrarla, la distorsionan, la enmascaran o la enriquecen. Está reconocido por casi todos que no existe, ni puede existir, lo que se llama objetividad informativa, puesto que todos los medios de comunicación de masas están al servicio de intereses parciales de tipo ideológico, económico o comercial. Además de esto, forzosamente y por su naturaleza misma, los medios efectúan un etiquetaje de la realidad. Al mismo tiempo, son también vehículos transmisores de una cultura (entendida como mundo de valores y significaciones colectivas) y generadores, a su vez, de cultura en sus aspectos positivos y negativos.

En este sentido para Domínguez (2012, p.13) Los medios de comunicación masiva son tantos y tan variados, sin mencionar la evolución que

presentan a través del tiempo, por esta razón, con el crecimiento de la tecnología, la necesidad de una clasificación se hizo plausible y en 1972, el profesor de la Universidad Libre de Berlín y científico de la comunicación, Harry Pross, clasificó por primera vez los medios masivos de la siguiente manera:

**Medios primarios (propios):** son aquéllos que están ligados al cuerpo, no necesitan de ninguna tecnología para su comunicación, la cual a su vez es asincrónica, se les considera medios de comunicación masiva pues cuando un grupo supera los siete integrantes, se deja de considerar un grupo para ser considerado como una masa, así que un profesor dando una clase, puede ser considerado un comunicador en masa (dependiendo de la cantidad de estudiantes que tenga el grupo). Ejemplo: un orador, un sacerdote, o una obra de teatro.

**Medios secundarios (máquinas):** Éstos requieren del uso de técnicas (tecnologías) de parte del emisor de contenidos, para la emisión del mensaje. El o los receptores del mensaje no necesitan de ningún tipo de técnica (tecnología) para recibir el mensaje, quiere decir que cuando las personas transitan por la calle no necesitan de ningún aparato especial para poder ver o escuchar los anuncios producidos en esta categoría. Ejemplo: periódicos, revistas, gacetas, folletos, espectaculares, entre otros.

**Medios terciarios Medios terciarios (medios electrónicos):** requieren del uso de técnicas (tecnologías) tanto del emisor de contenidos como del receptor de los mismos, es decir, para poder recibir el mensaje enviado necesitamos de un aparato para descifrar el mensaje, cuando las personas quieren ver televisión requieren de un aparato de televisión que muestre los programas transmitidos. Ejemplo: televisión, radio, telégrafo, teléfono, música.

Gracias al avance tecnológico, los medios masivos han evolucionado, algunos simplemente se han desarrollado más que otros que se han vuelto obsoletos con la aparición de nuevos, es por esta razón que, en 1997, el científico

alemán Manfred Fabler, contribuyó con una nueva categoría a la clasificación hecha por Harry Pross, a saber, el cual se definió como:

**Medios cuaternarios (medios digitales):** los denominados nuevos medios de comunicación son el producto del avance tecnológico. Permiten que los individuos se comuniquen de manera bilateral y masiva al mismo tiempo, acortan distancias entre individuos y utilizan lo último de la tecnología para facilitar la comunicación con una alta calidad de emisión y recepción de los mensajes, lo cual resulta de menor calidad con medios incluidos en otras clasificaciones. Ejemplo de medios cuaternarios: internet, celulares, televisión satelital, televisión HD, entre otros.

En este orden de ideas, los nuevos medios, en especial las redes sociales, hacen posible una comunicación directa con sus públicos sin necesidad de realizar elevadas inversiones en compra de espacios y tiempos publicitarios. Además, como señala Orihuela, citado por Ramil (2005), los nuevos medios aúnan tres dimensiones: “Comunicación, al permitir poner en común los conocimientos; comunidad, al ayudar a integrar comunidades; y cooperación, al ayudar a hacer cosas juntos”.

Cabe destacar que de acuerdo con Zafra (2010, p. 73). las redes sociales se definen como un aparato social con potencia revolucionaria y emancipadora, en tanto puede incluir a todos, por lo cual se utilizan para construir comunidades virtuales donde sus usuarios interactúan con personas de todo el mundo buscando, como objetivo último, la inclusión social.

Para muchos usuarios de diferentes ámbitos consideran que Twitter, Facebook y YouTube son los medios sociales idóneos, ya que cada uno contribuye a fines distintos y la suma de todos ellos genera la nueva forma de comunicar. En este sentido se presume que, de acuerdo a lo expuesto por Arroyo, Baños y Van Wyk (2013, p. 331) en todos ellos es esencial, en primer lugar, la presencia del video



viral para ser compartido y comentado en las diferentes redes sociales y, en segundo lugar, cómo lo difunde el usuario según se encuentre en una u otra red social”.

En el caso de la educación en los medios digitales el conocimiento se extiende y flexibiliza a la vez, es decir, ya no se encuentra depositado solo en las bibliotecas o lugares donde éste se encuentra alojado, sino que está circulando por la red, actualizándose, además de poder contrastarse con otros documentos o puntos de vista, ya sea a través de un chat, un foro, o de una lista de distribución, con la creación y participación de un weblog, entre otros. Y en cuanto a la flexibilización se apuntará que el alumnado es quien decide el tiempo, el lugar (máxime a partir de los dispositivos móviles) ... hasta decidir el grado de dificultad.

## **2.4. La Comunicación Digital.**

La comunicación digital se entiende como el proceso de producción, circulación y puesta en juego de sentidos, a través del uso de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) con base en el código binario: bit (abreviatura de la expresión en inglés: Binary Digit), el cual consiste en series de cero y uno (0,1). Una información es digital cuando está codificada en el formato que puede, y está en línea cuando es posible acceder a ella desde terminales o equipos de cómputo distantes entre sí.

Al respecto Baran y Davis (2010) consideran que el advenimiento de la comunicación digital, declaró paulatinamente un rompimiento de fronteras físicas y relanzó el fenómeno comunicativo en un contexto marcadamente globalizador. El satélite, la fibra óptica e Internet expandieron las propias fronteras de la industria infocomunicacional y declararon proscritas a las ciudades como centros de delimitación espacio-temporal para el mercado de los mensajes.

En tal sentido, la comunicación digital de hoy, los acuerdos no se dan exclusivamente sobre la base de mensajes masivos; sino por el emisor que se convierte simultáneamente en receptor y el consumidor es a la vez productor de nuevos mensajes que, en virtud de las posibilidades tecnológicas, son distribuidos, compartidos o rechazados, reformados y vueltos a transmitir. Scolari (2008) propone cinco características o aspectos diferenciadores para este modelo de comunicación: la interactividad, la hipertextualidad, la digitalización, la reticularidad y la multimedialidad.

Al respecto Bringue (2008), citado por Arango (2013, p. 690), comenta que Actualmente, niños, adolescentes y jóvenes, dependiendo de su capacidad de acceso, conocimiento y manipulación, prefieren compartir su tiempo de ocio entre diferentes pantallas como el computador, el teléfono móvil, la pantalla de televisión y la consola de videojuegos. La llamada generación de nativos digitales prefiere las nuevas pantallas porque les mantiene en actividad y les permite convertirse en protagonistas del proceso comunicativo.

A pesar de promover la interactividad, ésta se da en un escenario eminentemente virtual, donde el contacto y el diálogo físico entre las personas se ven desplazados por la inmersión individual en un mundo virtualizado en donde el mercado tecnológico aporta, en gran medida, la venta de dispositivos cada vez más personalizados, desarrollando el consumo individual de los medios. Es así como hoy se configura un perfil de audiencias poco conectadas entre sí físicamente y mucho más interesadas por los escenarios de la virtualidad.

El mundo virtual, que permite la interacción directa e indirecta de los productores con los consumidores, presenta nuevas formas de producir diferentes tipos de contenidos culturales, los cuales son asimilados, procesados y consumidos de maneras distintas por los ciudadanos digitales. No obstante, si bien se trata de ciudadanos que tienen una activa participación en los espacios digitales, se trata también de personas concretas que interactúan en el mundo digital, pero

que son los destinatarios y consumidores reales de la oferta cultural que se le propone.

Dada la importancia actual de la visibilidad para las organizaciones, los desarrolladores de espacios digitales tienden a concentrar sus esfuerzos en la aplicación de las tecnologías de la información y la comunicación, para lograr una relación cercana con su público, los cuales demandan la presencia digital y la oportunidad de interactuar con los productores de contenidos.

Las nuevas tecnologías funcionan como un puente comunicativo entre profesionales dentro y fuera del entorno institucional, rompiendo la estructura espacio-temporal tradicional. En este sentido, ni la presencia real de tecnologías, objetos y personas ni la correspondencia temporal de los interlocutores en el intercambio comunicativo son indispensables para mantener vínculos institucionales e intercambiar conocimientos.

Santoro y Belli (2018, p. 322) expresan que algunas de las tecnologías de comunicación utilizadas de forma generalizada para la comunicación informal como Skype, WhatsApp y el correo electrónico, son tomadas como infraestructuras necesarias e indispensables en la práctica científica, ya que permiten el establecimiento de nuevos contactos y el mantenimiento de vínculos entre profesionales e instituciones. Así pues, hay herramientas que se utilizan diariamente en las vidas privadas (Skype, Whatsapp, etc.), que empiezan a ser utilizadas también en las vidas laborales, muchas de ellas, aunque no nacieron con este objetivo, encuentran espacio en lo profesional, debido a que sus dinámicas informales facilitan la comunicación rápida y flexible.

Se dice que la escritura ha sido desplazada por la era digital, sin embargo no es posible desvincularlo, ya que para el uso de las plataformas tecnológicas es necesario utilizarlas, tal y como lo menciona Ayala (2014) que si bien el mundo digital mantiene el texto escrito como la base de su funcionamiento, el hecho de que las personas lean y escriban durante todo el día a través de dispositivos electrónicos

no implica necesariamente una óptima producción y comprensión textual, especialmente debido a que dichos mensajes suelen ser breves, no siguen las reglas ortográficas ni de redacción, utilizan acrónimos y elementos abreviaturas no gramaticales, solo por similitud fonética o signos no fonéticos como los emoticones, por mencionar algunos rasgos de este tipo de comunicación. Junto con lo anterior, resulta importante distinguir entre el uso de la *palabra escrita* como tal o bien simplemente el uso de *caracteres* como código específico. Al respecto, Yus (2010) se refiere al "texto escrito oralizado, puesto que el lenguaje del *chat* de texto "es un híbrido entre la estabilidad y formalidad de la letra impresa, por un lado, y la cualidad efímera e informal del habla, por otro".

Por otra parte, la comunicación digital no podría funcionar, y ni siquiera existir, sin la presencia de la palabra escrita, pues el acceso al ciberespacio lo brinda la escritura: el teclado es la llave que abre este espacio electrónico que parece infinito. Los Smartphone se distinguen de los teléfonos celulares tradicionales en que prácticamente no se usan para hablar, sino solo para escribir y leer, por lo cual ante esta situación es posible afirmar que la palabra escrita confirma su importancia en la era de la comunicación digital y, aunque llegase un momento en que los mensajes impresos no existan, sin lugar a dudas, el código escrito seguirá permaneciendo como uno de los mayores bienes de la humanidad.

## **2.5. Características de la Comunicación digital entre individuos de la generación Z.**

Podría definirse el término generación al grupo que comparten ciertas características, tal y como lo mencionan Carpintero y Lafuente (2007, p. 70) son aquellas "coincidencias nacidas del hecho de tener que tomar posición, positiva o negativamente, ante ciertos hechos o acontecimientos que caracterizan o marcan un tiempo". Zemke, Raines y Filipczak (2014) señalan la existencia de generaciones tales como: **Generación Y o Millennials**: aquellos nacidos entre 1980 y 2004; **Generación X**: los nacidos entre 1960 y 1980; **Generación Y**: nacidos entre 1943

y 1960; **Baby Boomers**: los nacidos entre 1943 y 1940; **Generación silenciosa**: aquellos nacidos antes de 1943.

Hay otros autores que mantienen la misma clasificación, pero alterando las fechas o modificando la denominación de las mismas, como es el caso de Olivares y González, (2016): **Generación silenciosa**: nacidos entre 1922 y 1945; **Baby Boomers**: nacidos entre 1946 y mediados de los 60; **Generación X**: nacidos desde mediados de los 60 a principios de los 80; **Generación Y**: nacidos desde mediados de los 80 hasta principios de los 90; **Generación Z**: nacidos desde mediados de los 90 hasta el 2009.

Centrándonos en la Generación Z, tal y como lo señala Braz (2011), citado por Soto (2018, p. 182) El término se asigna debido a la tendencia al zapping, pero entendiendo al zapping no solo como el constante cambio de canales al ver televisión, sino como una tendencia constante al cambio; es decir, la incapacidad de hacer una sola actividad durante mucho tiempo. O, si lo enfocamos positivamente, la habilidad de hacer muchas cosas a la vez (por ejemplo, escuchar música mientras se chatea con un amigo y se lee un texto académico).

La Generación Z Atrevia, (2017), citado por Granados (2019, p. 28), ha tenido a su disposición, prácticamente desde su nacimiento, toda la gama de dispositivos digitales, gadgets informáticos y una variedad de multipantallas, ya sean como entretenimiento, como información, como comunicación o como relación (relaciones virtuales). Desde smartphones a smartwatch, pasando por tablets, portátiles, PC, infinidad de aplicaciones digitales o la clásica televisión, aunque a través de plataformas digitales y con un sentido diferente, formando parte de la sinergia entre pantallas, la televisión conectada, el multitasking y la televisión social.

Así pues, se caracteriza por una serie de rasgos peculiares que realzan el interés y uso de las tecnologías de la información y la comunicación, los cuales están habituados a comunicarse, relacionarse, generar y compartir contenido, con

el fin de buscar y hallar lo que demandan en tiempo real. Según Jaleniauskiene, (2015) Las primeras descripciones nos hablan de jóvenes hiperactivos, inmaduros, adictos a internet, interesados solo en lo que es relevante para ellos. Entre algunas características adscritas a este grupo generacional se destacan las siguientes:

- ✚ Tienen una respuesta rápida y un deseo de estar en continua interacción con los demás.

- ✚ Son conscientes de que son expertos y competentes en el uso de las TIC a las que han accedido de manera autodidacta.

- ✚ Muestran una clara preferencia por lo visual y, por lo tanto, tienen facilidad para desenvolverse en entornos digitales.

- ✚ Se caracteriza por el número elevado de horas que le ha dedicado al uso de estas herramientas.

La generación Z también se caracteriza por su practicidad en todos los aspectos, como es el caso de las instituciones universitarias, se puede observar que, en las aulas, para ellos leer o escribir textos “largos” resulta engorroso e innecesario. Por lo cual se ve la proliferación de imágenes, emoticonos, memes, videos cortos, entre otros, que ahorran tiempo, si de asimilar contenidos se trata. Según Lenhart, Smith, Anderson, Duggan y Perrin (2015), los estudiantes de esta generación pasan un promedio de nueve horas al día en sus teléfonos para revisar redes sociales.

Los nacidos en este marco generacional llegaron al mundo con la posibilidad de acceder a ver lo que ellos quieren en el momento que ellos lo deseen (Netflix, Youtube y otras plataformas así lo permiten), lo que hace pensar sobre la capacidad que pueden tener de postergar gratificaciones o tolerar frustraciones en distintos ámbitos de su vida. La paciencia, definitivamente, no será un rasgo característico de la generación Z. Sin embargo, la tecnología, como recurso permanente, hace que sean también más colaborativos en la búsqueda masiva de soluciones a través

de comunidades en línea, las cuales son cada vez más comunes, lo que impacta directamente en su forma de aprender.

También es importante mencionar que la forma de comunicación ha variado de una generación a otra, en la actualidad, los jóvenes cada vez más sustituyen las palabras por imágenes, y son tan prácticos que muchas veces hablan en código (LOL, NTP, TBH, IDK, entre otros). Esta practicidad es llevada a la solución de problemas en su vida cotidiana, ya que no suelen invertir mucho tiempo o esfuerzo cognitivo en la atención de una situación problemática. La idea de la cual se parte es que siempre hay una aplicación (app) o tecnología que ayuda, sin importar el tema o área del problema.

Las generaciones nativas digitales presentan un acercamiento tecnológico natural en la operatividad con herramientas digitales, en su manipulación y tratamiento, las cuales están en un continuo estado de intercomunicación, así como también reciben una gran cantidad de información, están en contacto con multitud de emisores de información y comunicación, acceden a muchas plataformas sociales y comerciales, interactúan a través de las diferentes redes sociales con diferentes propósitos, tanto informativos, como sociales, comerciales, divulgativos, lúdicos, entre otros. Es por ello que lo que hay que cuestionarse es la capacidad de procesamiento y uso de todo el potencial comunicativo e informativo, la capacidad reflexiva, de discriminación, de selección y de elección, la capacidad en la toma de decisiones, en la autonomía e independencia, y, sobre todo, la capacidad crítica, ya que no vienen determinadas por la fecha de nacimiento, sino que sólo pueden desarrollarse a través de la formación y la educación.

Ante un nuevo escenario mundial, nos encontramos en que la comunicación, con todo lo que ella implica, está adquiriendo una importancia trascendental como nunca antes ha tenido en la historia de la humanidad. Esto puede resultar complejo establecer un consenso para saber con exactitud cómo será la sociedad dentro de

unos años, cuando la revolución tecnológica alcance su punto más álgido, por tal razón sabemos que existe un amplio debate social en el que intervienen los miembros más destacables de las principales instituciones académicas del mundo que ayuden a entender esas transformaciones.

## **2.6. Medios contemporáneos de la Comunicación Digital. El caso de WhatsApp.**

Díaz y Hernández (2002) expresan que la comunicación directa se ha desplazado poco a poco hacia otras formas como las provistas por las nuevas tecnologías. Comunicaciones asíncronas como WhatsApp, Twitter o el correo electrónico, y sus servicios asociados, se han ido convirtiendo en medios tan efectivos como la comunicación personal directa. Incluso, por momentos, servicios como WhatsApp han ocupado un espacio de comunicación más efectivo que cualquier otro, ya que este servicio instantáneo puede suceder en cualquier momento y provee texto, audio, video y fotografía, todo en uno.

Dada la popularidad del uso de la telefonía móvil y la posibilidad de crear grupos en redes sociales, así como también intercambiar imágenes, videos, audios y mensajes ilimitados, se pensó en la aplicación Whatsapp como un nuevo instrumento de enseñanza que ayude a los participantes del mismo. Se determinó que facilita la comunicación de los alumnos tímidos o con dificultades de hablar en público. Es importante destacar que esta aplicación tiene fuerte capacidad pedagógica, la cual permite la unión de los conceptos de movilidad, aprendizaje y velocidad de información fuera de los espacios clásicos de educación.

En este sentido Rubio y Perlado (2015, p. 81) destaca que, de forma generalizada, los jóvenes recalcan las ventajas y comodidades que suponen el uso de las herramientas tecnológicas para la comunicación personal, pero también



perciben las pérdidas que conlleva este tipo de comunicación frente a la presencial, cara a cara, que sigue siendo el modelo de las relaciones “auténticas”, aquellas capaces de transmitir emociones, en donde la comunicación mediada por la tecnología es más “impersonal” y susceptible de malentendidos.

Para algunos en la comunicación virtual, el WhatsApp y las redes sociales son los sistemas más habituales para relacionarse con los amigos; también se menciona Skype para una interacción más íntima y más tranquilo. Se podría decir que de los tres, sin duda, el WhatsApp es el más común y normal porque es manejable para lo conversacional. Además, Calero (2014) afirma que WhatsApp fue creado pensando en aprovechar la disponibilidad de internet en los teléfonos inteligentes, para el intercambio gratuito e instantáneo de mensajes de diverso tipo, fundamentalmente de texto, aunque incorpora la posibilidad de enviar imágenes y audio.

El usuario puede comunicarse con quien sea en cualquier parte del mundo, a diferencia de otros medios digitales, la comunicación por WhatsApp suele requerir un conocimiento mutuo (más o menos cercano) entre los emisores-receptores de los mensajes, ya que la agenda de contactos forma parte de la red de conocidos. A diferencia de los foros u otro tipo de chat, en WhatsApp la identidad del interlocutor es real. No obstante, no es menos cierto que con estos medios han aparecido nuevos comportamientos socio-comunicativos que han generado lo que algunos sociólogos denominan “falsa intimidad”, donde algunas veces la comunicación es más con personajes que con personas.

En la actualidad, desde el contexto académico, es la aplicación de mayor uso en todo el mundo por su facilidad, flexibilidad y los servicios asociados que provee. Al respecto Luhmann (1996) dice que la distancia que se ha intentado reducir entre la concepción del mundo desde la perspectiva de muchos docentes (lejanos a las nuevas tecnologías), y la concepción de los jóvenes de hoy (preñados de

tecnología), cada vez intenta reducirse buscando que estos medios aproximen a los dos protagonistas de la escena académica (docentes y estudiantes), de manera que sea el aprendizaje el que emerja como el gran ganador de dicha aproximación.

Así pues, Trejo (2018, p. 35), considera que el uso de WhatsApp en un contexto académico le confiere sentido y significado como herramienta pedagógica, toda vez que forma parte del lenguaje natural de los jóvenes universitarios. Este significado se fortalece en la medida en que la estrategia se convierte en un mecanismo para motivar a los estudiantes (Ausubel, 2012) pues a partir del uso de esta aplicación saben que pueden tener comunicación “directa” (en sus términos) con el docente y sus compañeros, de forma instantánea y con diferentes opciones de interacción, algo que en otros tiempos hubiera parecido imposible (Bruner, 2009).

Desde una perspectiva Socio-lingüística Partiendo de la necesidad del aprendizaje de las competencias lingüísticas, Blanch, Betancort y Martínez (2016), citado por Gómez (2017) distinguen tres bloques de destrezas necesarias en la población para la comunicación a través de medios como WhatsApp: a) la comprensión del contenido de los medios, que incluye un aprendizaje para interpretar los formatos multimedia; b) la evaluación crítica de la información, que hace necesaria la capacidad para discernir su veracidad y la expresión lingüística utilizada; y c) el acceso eficaz a la información y producción de mensajes, que incluye la capacidad de uso de las TIC y el empleo del lenguaje según el medio utilizado.

El uso del lenguaje en las redes sociales en general, y en WhatsApp en particular, es muy característico. Diversos autores lo han estudiado en los últimos años encontrando que en estos soportes no son continuos los textos extensos en escritura estándar, puesto que el símbolo posee la capacidad de transmitir emociones con más rapidez y eficacia que las palabras, la escritura se hace gráfica, que es un tipo de símbolo más propia del lenguaje no verbal y de las relaciones

cercanas o familiares. Por otra parte, el simple hecho de que servicios como WhatsApp (y asociados) sean parte del moderno lenguaje natural de los jóvenes de hoy, aproxima mucho más a estudiantes y docentes, así sea utilizándolo como intermediario en ese abismo insondable de la Internet, posibilita una mayor comunicación entre ambas partes.

## **2.7. Síntesis del Capítulo.**

Durante muchos años se ha analizado el significado de Comunicación, del cual han surgido varios elementos esenciales para su definición, entre los cuales se pueden mencionar la situación de interacción, la retroalimentación, la audiencia, fuente, codificador, decodificador, entre otros que más tarde dieron origen al término como una interacción social mediante un mensaje, que para la década del dos mil dio un salto significativo.

En líneas generales, la comunicación se realiza desde un enfoque pragmático teniendo en cuenta el uso del lenguaje en situaciones que establecen el empleo de enunciados en circunstancias comunicativas concretas, que incluyen, además, el lenguaje extraverbal y su interpretación por parte de los destinatarios toma en consideración las relaciones con los usuarios, así como todas las circunstancias de su uso efectivo y real.

En el estudio de la comunicación humana, los esquemas resultantes de los modelos han sido múltiples, de acuerdo con lo que la comunidad científica ha expresado en su momento, algunos de ellos son: el de Laswell, el de Shannon y Weaver, Berlo, entre otros. Asimismo, desde el marco de las teorías de la comunicación se encuentran dos categorías de explicación: Modelos prácticos y modelos explicativos. Desde el campo de la Fonoaudiología también plantean modelos para explicar y analizar la comunicación de las cuales se plantean tres

categorías amplias: Modelos intraindividuales, Modelos intersubjetivos y Modelos socioculturales por último el modelo sistémico enfocado en lo pragmático, utilizando los signos como medio de comunicación humana.

Si bien los primeros desarrollos tecnológicos en torno a los medios de comunicación presentan una cierta naturaleza independiente y/o casual (el caso de la radio, la televisión o el propio Internet en sus concepciones originales), sus desarrollos posteriores no han sido en absoluto arriesgados. El punto de inflexión lo constituye sin duda la denominada “sociedad de la información”, es decir, el momento en que se toma conciencia plena del valor absoluto de la transmisión, almacenamiento y gestión de información. En este orden de ideas, los nuevos medios, en especial las redes sociales, hacen posible una comunicación directa con sus públicos sin necesidad de realizar elevadas inversiones en compra de espacios y tiempos publicitarios.

En tal sentido, la comunicación digital de hoy, los acuerdos no se dan exclusivamente sobre la base de mensajes masivos; sino por el emisor que se convierte simultáneamente en receptor y el consumidor es a la vez productor de nuevos mensajes que, en virtud de las posibilidades tecnológicas, son distribuidos, compartidos o rechazados, reformados y vueltos a transmitir. Dada la importancia actual de la visibilidad para las organizaciones, los desarrolladores de espacios digitales tienden a concentrar sus esfuerzos en la aplicación de las tecnologías de la información y la comunicación, para lograr una relación cercana con su público, los cuales demandan la presencia digital y la oportunidad de interactuar con los productores de contenidos.

Por lo tanto en las comunidades digitales se han desarrollado diferentes generaciones, cada una con características especiales que han marcado un momento determinado, como es el caso de la Generación Z en donde Atrévía, (2017), citado por Granados (2019, p. 28), expresa que ha tenido a su disposición,

prácticamente desde su nacimiento, toda la gama de dispositivos digitales, gadgets informáticos y una variedad de multipantallas, ya sean como entretenimiento, como información, como comunicación o como relación (relaciones virtuales). Desde smartphones a smartwatch, pasando por tablets, portátiles, PC, infinidad de aplicaciones digitales o la clásica televisión, aunque a través de plataformas digitales y con un sentido diferente, formando parte de la sinergia entre pantallas, la televisión conectada, el multitasking y la televisión social.

En otro orden de ideas, dada la popularidad del uso de la telefonía móvil y la posibilidad de crear grupos en redes sociales, así como también intercambiar imágenes, videos, audios y mensajes ilimitados, se pensó en la aplicación Whatsapp como un nuevo instrumento de enseñanza que ayude a los participantes del mismo. Se determinó que facilita la comunicación de los alumnos tímidos o con dificultades de hablar en público. Es importante destacar que esta aplicación tiene fuerte capacidad pedagógica, la cual permite la unión de los conceptos de movilidad, aprendizaje y velocidad de información fuera de los espacios clásicos de educación.

## Bibliografía del Capítulo II.

- Aguado, Juan (2004). Introducción a las teorías de la Comunicación y la Información. Disponible en:  
[https://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20Informa%20\(20\)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf](https://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20Informa%20(20)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf)
- Alejo, j. A. (2011). EUMED. <http://www.eumed.net/rev/cccss/13/taab.htm>
- Álvarez, Nelson. (2018). Comunicación Productiva: una modelización para la empresa. Revista Ciencias Sociales 159: 148-166 Universidad de Costa Rica. Disponible en <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/sociales/article/view/33693/33160>
- Arango, German (2013). Comunicación digital: una propuesta de análisis desde el pensamiento complejo. Palabra Clave, vol. 16 N° 3. Universidad de la sabana, Colombia. Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/pacla/v16n3/v16n3a02.pdf>
- Arroyo, I., Baños, M. y Van-Wyk, C. (2013) Análisis de los mensajes audiovisuales del Tercer Sector en YouTube. Revista Latina de Comunicación Social, 68, 328-354. [http://www.revistalatinacs.org/068/paper/980\\_Madrid/14\\_Arroyo.html](http://www.revistalatinacs.org/068/paper/980_Madrid/14_Arroyo.html) DOI: 10.4185/RLCS2013-980/CrossRef link
- Ayala, Teresa (2014). La palabra escrita en la era de la comunicación digital. Literatura y lingüística N° 30. Disponible en: [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0716-58112014000200015](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0716-58112014000200015).
- Baran, S. y Davis, D. (2010). Mass Communication "eory. Foundations, ferment and future. Boston: Wadsworth, Cengage Learning.
- Bernal, S, Pereira O. y Rodríguez G., (2018). Comunicación humana interpersonal. Una mirada sistémica. Corporación universitaria Iberoamérica. Bogotá Colombia. Disponible:<https://repositorio.iberoamericana.edu.co/bitstream/001/596/1/Comunicaci%C3%B3n%20humana%20interpersonal%20una%20mirada%20sist%C3%A9mica.pdf>
- Calero Vaquera, M.L. (2014). O discurso do WhatsApp entre o messenger e o SMS. DIALNET (ISSN 1575-1430, N° 17). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4860683>.
- Canale, M. (1995), "De la competencia comunicativa a la pedagogía comunicativa del lenguaje", in Llobera, M., Competencia comunicativa. Documentos básicos en la enseñanza de lenguas extranjeras, Madrid, Edelsa,

- Carpintero, H., y Lafuente, E. (2007). El método histórico de las generaciones: el caso de la psicología española. *Revista de Historia de la Psicología*, 28(1).
- De Almeida María. (2015). Comunicación digital, educación y ciudadanía global: un nuevo paradigma, tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid. Disponible en: <http://eprints.ucm.es/33912/1/T36621.pdf>
- Díaz B., F., y Hernández, G. (2002). Estrategias docentes para un aprendizaje significativo. México: McGraw Hill.
- Domínguez, Mario. (2003). Las tecnologías de la información y la comunicación: sus opciones, sus limitaciones y sus efectos en la enseñanza Nómadas, núm. 8. Universidad Complutense de Madrid, España disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18100809>
- Fuentes, R. & Vidales, C. (2011). Fundaciones y fundamentos del estudio de la comunicación. Monterrey, México: Gobierno del Estado de Nuevo León/caeip,
- Gómez, María (2017). Utilización de WhatsApp para la Comunicación en Titulados Superiores REICE. *Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, vol. 15, núm. 4. Red Iberoamericana de Investigación Sobre Cambio y Eficacia Escolar Madrid, España. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=55154073003>
- González, M. (2002). Modelos de la Comunicación Humana Interpersonal. Visión Epistemológica. working paper, Corporación Universitaria Iberoamericana, Facultad de Ciencias de la Salud - Programa de Fonoaudiología, Bogotá D.C. [co].
- Granado, Manuel. Educación y exclusión digital. Los falsos nativos digitales. *Revista de Estudios Socioeducativos*, N° 7. Disponible en: <https://reuredc.uca.es/index.php/ReSed/article/view/4404/5518>
- Jaleniauskiene, E., y Juceviciene, P. (2015). Reconsidering University Educational Environment for the Learners of Generation Z. *Social Sciences*,
- Lenhart, A., Smith, A., Anderson, M., Duggan, M., y Perrin, A. (2015). Teens, technology and friendship. Pew Research Center. <http://www.pewinternet.org/2015/08/06/teens-technology-and-friendships/>
- Legorburu, José. (2001). Utilidad y eficacia de la comunicación radiofónica en el proceso educativo. Tesis doctoral. Universidad Complutense Madrid. Disponible en: <https://core.ac.uk/download/pdf/19709249.pdf>
- Lenhart, A., Smith, A., Anderson, M., Duggan, M., y Perrin, A. (2015). Teens, technology and friendship. Pew Research Center. <http://www.pewinternet.org/2015/08/06/teens-technology-and-friendships/>
- Luhmann, N. (1996). Teoría de la sociedad y pedagogía. Buenos Aires: Oniro.

- Martín Algarra, M. (2003). *Teoría de la Comunicación: una propuesta*. Madrid: Tecnos.
- Martino, L. C. (2003), "De qual comunicação estamos falando?", in Hohlfeldt, A.
- Moya, Maite. (2016). *Habilidades comunicativas y Comunicación Política*. Tesis doctoral. Universidad Miguel Hernández. Disponible en: <http://dspace.umh.es/bitstream/11000/3208/1/TD%20Moya%20Ruiz%2C%20M%20aria%20Teresa.pdf>
- Nosnik, A. (2013). *Teoría de la Comunicación productiva: exploraciones más allá de la retroalimentación*. Argentina: Homo Sapiens Ediciones.
- Olivares, S.A. y González, J.A. (2016). La generación Z y los retos del docente. En I. Velasco y M. Páez (eds.). *Los retos de la docencia ante las nuevas características de los estudiantes universitarios* (pp. 116-133). México: Proceedings.
- Ramil, X. (2005). *Las ONG comienzan a fortalecer sus redes sociales mediante las nuevas tecnologías*. Canalsolidario.org. <http://www.canalsolidario.org/noticia/las-ong-comienzan-afortalecer-sus-redes-sociales-mediante-las-nuevastecnologias/6273>.
- Rebeil, María. (2013). *Fundaciones y fundamentos del estudio de la comunicación. Comunidad y sociedad*. Nueva época, N° 19. Disponible en: [https://www.researchgate.net/publication/262475028\\_Fundaciones\\_y\\_fundamentos\\_del\\_estudio\\_de\\_la\\_comunicacion/link/54456bfd0cf22b3c14dde631/download](https://www.researchgate.net/publication/262475028_Fundaciones_y_fundamentos_del_estudio_de_la_comunicacion/link/54456bfd0cf22b3c14dde631/download)
- Rubio, J. y Perlado, M. (2015): *El fenómeno WhatsApp en el contexto de la comunicación personal: una aproximación a través de los jóvenes universitarios*, Icono 14, volumen (13), <https://Dialnet-EIFenomenoWhatsAppEnElContextoDeLaComunicacionPers-5149092.pdf>
- Santos, Dionne. (2012). *Fundamentos de la Comunicación*. Red tercer milenio. Primera edición. México. Disponible en: [http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Fundamentos\\_de\\_comunicacion.pdf](http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Fundamentos_de_comunicacion.pdf) libro
- Santoro, Valeria y Belli Simone. (2018). *Comunicación digital en las practicas científicas: limitaciones y posibilidades para la equidad*. *Revista de ciencias sociales prisma social* N° 20. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6360023>



Soto, Mónica. (2018). Generación Z: los universitarios del bicentenario. Revista N° 2. Disponible en: <http://revistas.ulima.edu.pe/index.php/enlineasgenerales/article/view/2677/2892>

Trejo, Omar. (2018). WhatsApp como herramienta de apoyo al proceso de enseñanza y aprendizaje de la programación de computadores. Revista educación y ciudad. N° 35. Disponible en: <http://Dialnet-WhatsAppComoHerramientaDeApoyoAlProcesoDeEnsenanza-6702430.pdf>

Tabares, Esteban. (2000). Medios de comunicación, ¿Instrumentos para la solidaridad? Revista comunicar. Disponible en: <https://Dialnet-MediosDeComunicacionInstrumentosParaLaSolidaridad-230026.pdf>

Zafra, R. (2010). Un cuarto propio conectado. (Ciber) espacio y (auto)gestión del yo. Madrid: Fórcola.