

Orden de Predicadores y Comunicación Social

Julián García del Castillo, o.p.



La Orden
de
Predicadores

ORDEN DE PREDICADORES Y COMUNICACIÓN SOCIAL

Fray Julián García del Castillo, o.p.

**Ud. puede adquirir una copia en papel en
Padres Dominicos. Universidad Santo Tomás
Bogotá. Colombia**

Tabla de contenido

Presentación

- 0. [Prólogo](#)
- 0.1 [Introducción](#)
- 0.2 [¿Qué pretendemos lograr?](#)
- 0.3 [¿Por qué son importantes estas metas?](#)
- 0.4 [¿Cómo lograremos estas metas?](#)
- 0.5 [Cuestionario inicial](#)
- 0.6 [Lectura-respuestas](#)

Primera unidad

NUESTRA LEGISLACION Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- 1.1 [Introducción](#)
- 1.2 [Objetivos](#)
- 1.3 [Cuestionario inicial](#)
- 1.4 [Contenidos](#)
 - 1.4.1 [Reconocer la historia y la legislación de la Orden de los Comunicadores](#)
 - [Historia](#)
 - [Nuestra legislación](#)
 - 1.4.2 [Comprender el proceso de comunicación humana](#)
 - [El proceso de comunicación](#)
 - [Los elementos del proceso comunicación](#)
 - [La Fuente](#)
 - [El Emisor](#)
 - [El Código](#)
 - [El Mensaje](#)
 - [Canales-Medios](#)
 - [Descodificador](#)
 - [Perceptor](#)
 - [Ruido](#)
 - [Modelos de comunicación](#)
 - 1.4.3 [Opinión pública y Orden de Predicadores](#)
 - [Aproximación al concepto](#)
 - [Perspectiva del evangelio](#)
 - [Opinión pública en la Iglesia](#)
 - [Nuestra legislación](#)
 - [Opinión pública en la Orden](#)
 - 1.4.4 [Necesidad de analizar los MCS](#)
 - [Introducción](#)
 - [Necesidad de análisis](#)
 - [Legislación de la Orden](#)
 - 1.4.5 [Preparación y capacitación del dominico para utilizar los MCS](#)
 - [Los documentos de la Iglesia](#)
 - [Legislación de la Orden](#)

- [Los motivos](#)
- 1.4.6 [Estudiar la influencia de los MCS](#)
 - [Persuasión](#)
 - [Algunos hechos sociales-comunicacionales](#)
 - [Perspectivas evangélicas](#)
 - [Legislación de la Orden](#)
- 1.4.7 [Formación permanente y MCS](#)
 - [Perspectivas de la Orden](#)
 - [El objetivo fundamental](#)
 - [Los objetivos específicos](#)
 - [Modos de realizarlos](#)
 - [Posición actual de la Iglesia](#)
- 1.4.8 [Distinguir los diversos lenguajes de los MCS](#)
 - [Nuestra legislación](#)
 - [Qué es el lenguaje](#)
 - [Manifestación del lenguaje](#)
 - [Lenguaje y MCS](#)
 - [El interés de nuestra legislación](#)
- 1.5 [Lecturas de apoyo](#)
- 1.6 [Actividades complementarias](#)
- 1.7 [Auto evaluación](#)
 - [Respuestas](#)
- 1.8 [Bibliografía](#)

Segunda unidad

MISION, COMUNICACION Y FORMACION

- 2.1 [Introducción](#)
- 2.2 [Objetivos](#)
- 2.3 [Cuestionario inicial](#)
- 2.4 [Contenidos](#)
 - 2.4.1 [Reconocer el concepto de misión en los MCS](#)
 - [Recordamos nuestra legislación](#)
 - [Tenemos presente nuestra tradición](#)
 - [Los MCS son aptos para la predicación](#)
 - [Acción evangelizadora sobre los MCS](#)
 - [Cambio de mentalidad](#)
 - [Interrogantes y perspectivas](#)
 - 2.4.2 [Reconocer el “campo de misión” de los MCS en Latinoamérica](#)
 - [Área tecnológica de los MCS](#)
 - [Los dueños de los medios](#)
 - [Los MCS crean necesidades](#)
 - [Los contenidos](#)
 - [Manipulación](#)
 - [Dependencia](#)
 - [Los receptores](#)
 - [¿Campo de Misión?](#)
 - 2.4.3 [Diferenciar “comunicación” e “información”](#)
 - [El concepto de información](#)
 - [El concepto de comunicación](#)

- [Etimología](#)
- [Contenido](#)
- [Características](#)
- [Tipos o clases](#)
- [Relación entre comunicación e información](#)
- [Comunicación social](#)
- [Comunicación de masas](#)
 - [Cultura nacional](#)
 - [Cultura de masas](#)
 - [Características de la información para las masas](#)
- 2.4.4 [Señalar características de la incomunicación](#)
 - [Hacia una definición](#)
 - [Las comunicaciones parciales](#)
 - [El intento de manipulación rompe la comunicación](#)
 - ["Entendimiento" y "comunicación"](#)
 - [El lenguaje](#)
 - [Malentendidos](#)
 - [La incomunicación se da en el propio ambiente](#)
 - [Rechazo de la comunicación](#)
 - [Lo cotidiano](#)
 - [Aburrimiento](#)
 - [Fetichismo](#)
 - [Pérdida de espontaneidad](#)
 - [Ideologías](#)
 - [También los medios](#)
- 2.4.5 [Detectar hechos de incomunicación en América Latina](#)
 - [Elegir los hechos](#)
 - [Fuentes-Emisores y Dueños](#)
 - [Los medios](#)
 - [Los contenidos](#)
 - [Señale causas](#)
- 2.4.6 [Examinar signos de comunicación en los MCS](#)
- 2.4.7 [Diferenciar niveles de formación en MCS](#)
 - [Niveles](#)
 - [Personal](#)
 - [Comunitario](#)
 - [Provincial](#)
 - [Regional](#)
 - [Latinoamericano](#)
 - [Períodos](#)
 - [Formación inicial](#)
 - [Formación permanente](#)
 - [Formación especializada](#)
- 2.4.8 [Establecer contenidos en la formación y capacitación sobre MCS en la Orden](#)
 - [Nivel personal](#)
 - [Nivel comunitario](#)
 - [Nivel provincial](#)
 - [Nivel regional-latinoamericano](#)
- 2.4.9 [Realizar un proyecto de formación en MCS](#)
 - [Necesidad de ofrecer a otros lo aprendido](#)

- [De qué se trata](#)
- [Factibilidad](#)
- [Para quiénes](#)
- [Tiempo](#)
- [Recursos](#)
- [Temario](#)
- [Quién promueve el curso](#)
- [Promoción del curso](#)
- [Realización](#)
- [Evaluación](#)
- [Consolidación](#)
- 2.5 [Lecturas de apoyo](#)
- 2.6 [Actividades complementarias](#)
- 2.7 [Auto evaluación](#)
 - [Preguntas](#)
 - [Respuestas](#)
- 2.8 [Bibliografía](#)

Tercera unidad

COMUNICACION EN LA ORDEN

- 3.1 [Introducción](#)
- 3.2 [Objetivos](#)
- 3.3 [Cuestionario inicial](#)
- 3.4 [Contenidos](#)
 - 3.4.1 [Relacionar comunidad dominicana y comunicación](#)
 - [Comunidad dominicana](#)
 - [Comunicación](#)
 - [Las relaciones prácticas](#)
 - 3.4.2 [Conocer los elementos de la comunicación en la Orden](#)
 - [Fuentes](#)
 - [Emisores](#)
 - [Mensajes](#)
 - [Medios](#)
 - [A nivel de Orden](#)
 - [Nivel Provincial](#)
 - [Nivel regional](#)
 - [Perceptores](#)
 - [Ruidos](#)
 - 3.4.3 [Detectar signos de comunión-comunicación en la Orden](#)
 - [A nivel legislativo](#)
 - [Nuestra inserción](#)
 - [Promoción del diálogo](#)
 - [Signos de comunicación en la Orden](#)
 - [Proyección a los MCS](#)
 - [Interrogantes para la reflexión](#)
 - [Incomunicación](#)
 - 3.4.4 [Reconocer en los MCS propios de la Orden aspectos de comunicación e incomunicación](#)
 - [Visión panorámica](#)
 - [Las actas de los Capítulos Generales](#)

- [El Capítulo Provincial](#)
- [I.D.I](#)
- [Revista Cidal](#)
- [Revistas, publicaciones, etc](#)
- [Los medios sonoros y audiovisuales](#)
- 3.4.5 [Relacionar “Carisma de la Orden” y “comunicación”](#)
 - [Los datos de nuestra identidad-Carisma](#)
 - [Características comunicacionales del carisma](#)
 - [Los signos dominicanos](#)
- 3.5 [Lecturas de apoyo](#)
- 3.6 [Actividades complementarias](#)
- 3.7 [Auto evaluación](#)
 - [Preguntas](#)
 - [Respuestas](#)
- 3.8 [Bibliografía](#)

Cuarta unidad

REFLEXIONAR, ANALIZAR, CONTEMPLAR

- 4.1 [Introducción](#)
- 4.2 [Objetivos](#)
- 4.3 [Cuestionario inicial](#)
- 4.4 [Contenidos](#)
 - 4.4.1 [Reflexionar desde la comunidad](#)
 - [Marco teórico dominicano](#)
 - [Las comunidades centros de comunicación](#)
 - [Otros niveles comunitarios](#)
 - 4.4.2 [Métodos para el análisis de los MCS](#)
 - [El concepto de análisis](#)
 - [Las técnicas](#)
 - [El análisis de contenido](#)
 - [El análisis estructuralista](#)
 - [Análisis semiológico](#)
 - 4.4.3 [Replantear la problemática de los MCS](#)
 - [Planteamientos doctrinales de referencia](#)
 - [Nueva recogida de datos](#)
 - [Aspectos sociales](#)
 - [Aspectos políticos](#)
 - [Aspectos culturales](#)
 - [Aspectos económicos](#)
 - [Sobre los MCS en sí](#)
 - [El análisis de los hechos](#)
 - [Llegar a una conclusión](#)
 - 4.4.4 [Relacionar “Justicia y Paz” y MCS](#)
 - [Legislación de la Orden](#)
 - [Documentos del Papa sobre “Las comunicaciones sociales al servicio de la Justicia y de la Paz”](#)
 - 4.4.5 [Relacionar teología y MCS](#)
 - [Perspectivas de la Orden](#)
 - [Hacia una “teología de la comunicación en América Latina”](#)
 - [Un reto a los dominicos](#)

- 4.4.6 [Relacionar “manipulación” y MCS](#)
 - [El concepto de manipulación](#)
 - [Áreas de la manipulación](#)
 - [Algunos mecanismos](#)
 - [Hacia una conclusión práctica](#)
- 4.5 [Lecturas de apoyo](#)
- 4.6 [Actividades complementarias](#)
- 4.7 [Auto evaluación](#)
 - [Preguntas](#)
 - [Respuestas](#)
- 4.8 [Bibliografía](#)

Quinta unidad

APRENDER EL LENGUAJE DE LOS MEDIOS

- 5.1 [Introducción](#)
- 5.2 [Objetivos](#)
- 5.3 [Cuestionario inicial](#)
- 5.4 [Contenidos](#)
 - 5.4.1 [Aprender a leer la prensa](#)
 - [Identificación](#)
 - [Las unidades redaccionales](#)
 - [La Página](#)
 - [Funciones de la prensa](#)
 - [El lenguaje](#)
 - [Perspectivas para el análisis de la prensa](#)
 - 5.4.2 [Aprender a leer una fotografía](#)
 - [Clasificación](#)
 - [Identificación](#)
 - [Los elementos componentes](#)
 - [Fotografía y texto](#)
 - [El lenguaje fotográfico](#)
 - [Perspectivas para el análisis](#)
 - 5.4.3 [Aprender a escuchar radio](#)
 - [El medio de reproducción es técnico](#)
 - [El sentido del oído y la imaginación](#)
 - [Registro de identificación](#)
 - [Elementos componentes del lenguaje radiofónico](#)
 - [Los géneros radiofónicos](#)
 - [La programación](#)
 - [El lenguaje radiofónico](#)
 - [Perspectiva para el análisis](#)
 - 5.4.4 [Aprender el lenguaje audiovisual](#)
 - [Identificación del medio](#)
 - [Códigos intervinientes](#)
 - [Algunos aspectos técnicos del lenguaje audiovisual](#)
 - [También los subcódigos audiovisuales](#)
 - [Narración audiovisual](#)
 - [Programación audiovisual](#)
 - [Montaje audiovisual](#)

- [Géneros y bloques televisivos](#)
- [Perspectivas de análisis](#)
- 5.5 [Lecturas de apoyo](#)
- 5.6 [Actividades complementarias](#)
- 5.7 [Auto evaluación](#)
 - [Preguntas](#)
 - [Respuestas](#)
- 5.8 [Bibliografía](#)

Sexta unidad

COMUNICAR LO CONTEMPLADO

- 6.1 [Introducción](#)
- 6.2 [Objetivos](#)
- 6.3 [Cuestionario inicial](#)
- 6.4 [Contenidos](#)
 - 6.4.1 [Predicación y medios de comunicación](#)
 - [Las fuentes](#)
 - [El emisor](#)
 - [Los mensajes](#)
 - [Los perceptores](#)
 - [Medios de comunicación y medios de predicación](#)
 - [No a la improvisación](#)
 - [También a la familia dominicana](#)
 - 6.4.2 [Utilizar los medios de comunicación](#)
 - [Es necesario cambiar de actitud](#)
 - [¿Qué medios?](#)
 - [Formación de dirigentes](#)
 - [Los medios](#)
 - [Medios técnicos en las iglesias](#)
 - [Breve examen de eficiencia](#)
 - 6.4.3 [Liturgia y comunicación](#)
 - [Nuestra legislación](#)
 - [La liturgia es comunicación](#)
 - [Cuestionamientos personales y comunitarios](#)
 - 6.4.4 [Relacionar “ministerio de la palabra” y “comunicación”](#)
 - [Exigencias fundamentales](#)
 - [Según las enseñanzas de la Iglesia](#)
 - [Planificación](#)
 - 6.4.5 [Seleccionar razones para la denuncia profética sobre los medios de comunicación](#)
 - [Bases doctrinales](#)
 - [Es un carisma comunitario](#)
 - [¿Qué denunciaremos?](#)
 - [A dos niveles](#)
 - [No olvidar al perceptor](#)
 - 6.4.6 [Relacionar familia dominicana y MCS](#)
 - [La familia dominicana](#)
 - [¿Qué pueden ofrecer los religiosos?](#)
 - [¿Qué pueden ofrecer los Laicos?](#)
 - [¿Qué pueden ofrecer las religiosas?](#)

- [¿Qué podemos hacer juntos?](#)
- 6.4.7 [¿Qué hacemos, en Latinoamérica, en medios de comunicación social](#)
 - [Introducción](#)
 - [Boletines, publicaciones de la Orden, colaboraciones en los medios de comunicación](#)
 - [Los medios de comunicación](#)
- 6.4.8 [Centro dominicano para los medios de comunicación social](#)
 - [Las funciones del Centro Dominicano para los MCS](#)
 - [Posibilidad de centros dominicanos regionales para los MCS](#)
 - [Los centros regionales en Latinoamérica](#)
 - [Los objetivos iniciales](#)
 - [La estructura](#)
 - [Funciones por niveles](#)
 - [Las personas en la estructura](#)
 - [Los recursos en la estructura](#)
- 6.5 [Lecturas de apoyo](#)
- 6.6 [Actividades complementarias](#)
- 6.7 [Auto evaluación](#)
 - [Preguntas](#)
 - [Respuestas](#)
- 6.8 [Bibliografía](#)

Bibliografía general

SIGLAS Y ABREVIATURAS EMPLEADAS

CELAM	Consejo Episcopal Latinoamericano
C. Avila	Capitulo General O.P., Avila, 1996
C, Q, C.	Capitulo General O.P., Quezon City, 1971
C.R.	Capitulo General O.P., Roma, 1986
C.W.	Capitulo General O.P., Walberberg, 1981
IDI	Informaciones Dominicanas Internacionales (Boletín)
LCO	Libro de las Constituciones y Ordenaciones de la Orden de Frailes Predicadores
MOP	Maestro de la Orden de Predicadores
Puebla (DP)	III Conferencia General del Episcopado Latinoamericano, Puebla, 1979: "La Evangelización en el presente y en el futuro de América Latina".
RFG	Ratio Formationis Generalis O.P.

0 Prólogo

0.1 Introducción

Este módulo sobre COMUNICACIÓN Y LA ORDEN DE PREDICADORES no pretende ser un manual de Medios de Comunicación Social.

Nuestro propósito general se ha centrado en relacionar el campo de la Comunicación Humana, con la óptica del Carisma, de todo aquello que identifica, como propio, a la Orden de Predicadores. No nos limitamos a los medios, propiamente dichos, de Comunicación Social.

Cuando haya terminado el estudio de este Módulo, habrá podido comprobar la cantidad de temas y subtemas que hemos debido dejar. No los olvide: anótelos. Y ese será su reto personal para el estudio, la reflexión, el análisis y lograr conclusiones sobre esos temas que para usted aparecerán como interesantes.

Desde este momento confiamos en su capacidad de estudio, su propia responsabilidad, su decidida voluntad de aprender para cumplir, una vez más, esa exigencia tan dominicana, tan característica de la Orden de Predicadores: aprenda, reflexione, contemple y ofrézcalo, como apostolado, a los demás.

0.2 ¿Que pretendemos lograr?

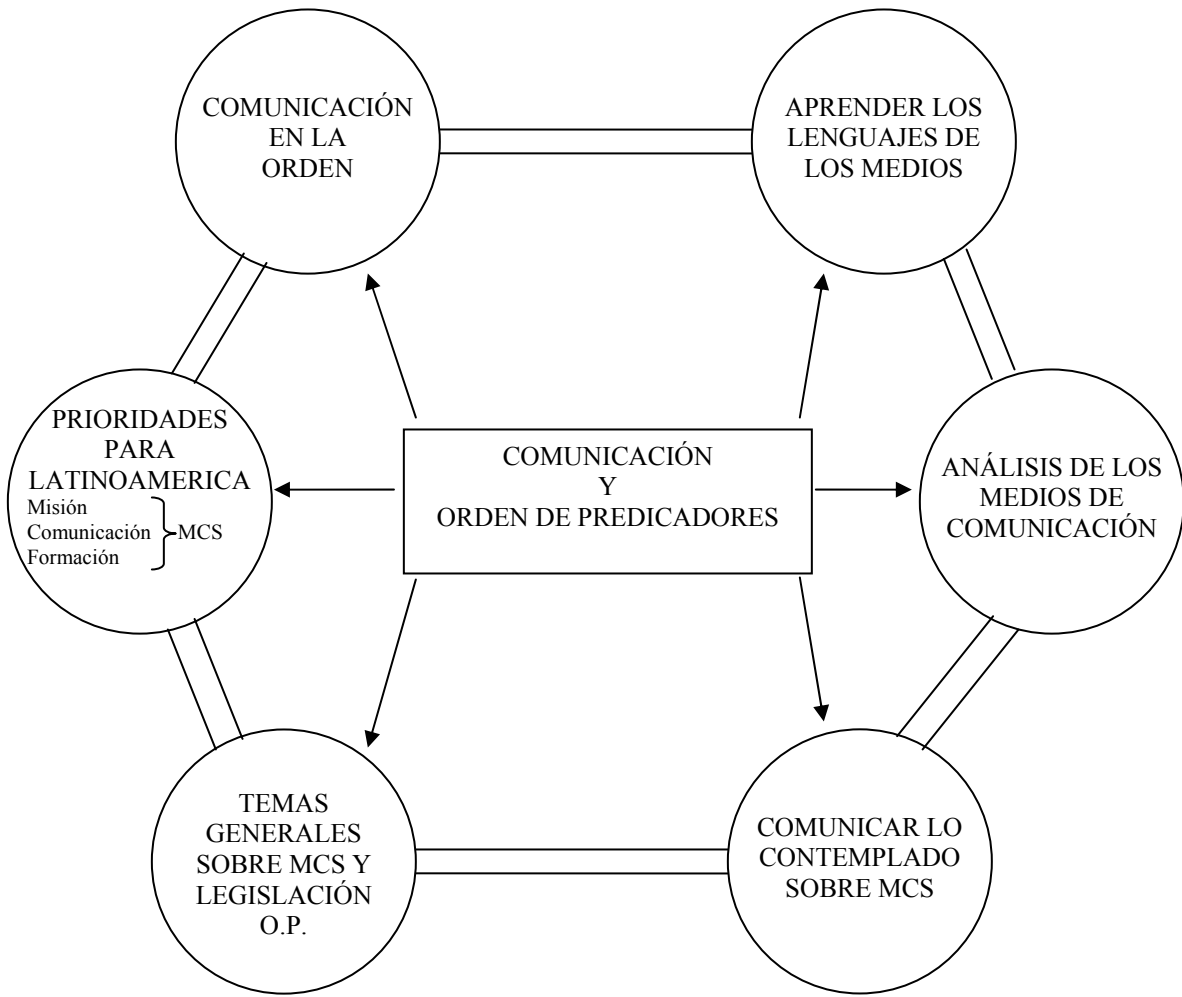
Todo comunicador, como emisor, tiene unos objetivos, unos propósitos, cuando proporciona mensajes al perceptor. Nuestros objetivos generales son:

1. Valorar los contenidos generales de nuestra legislación en relación a los Medios de Comunicación Social.
2. Identificar las tres grandes prioridades para Latinoamérica, señaladas por el Capítulo de Roma, en relación con los MCS.
3. Reconocer aspectos importantes de la Comunicación Humana dentro de la Orden de Predicadores.
4. Analizar algunos ejemplos relacionados con MCS que pueden ser modelos para analizar los MCS en comunidad.
5. Aprender el lenguaje de los MCS.
6. Comunicar a otros lo contemplado sobre MCS.

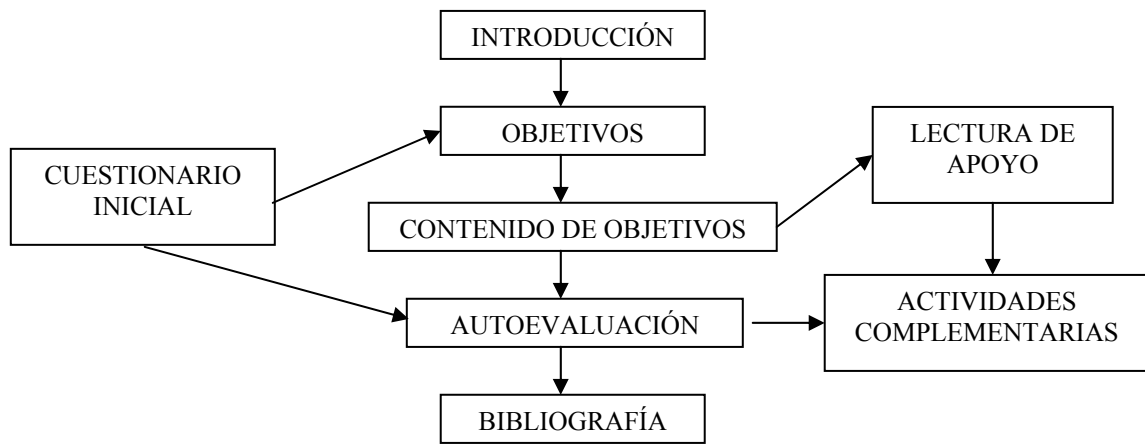
Somos conscientes de la amplitud de las metas que le presentamos, pero, a la vez, no dejamos de pensar en los temas, por demás interesantes, que hemos debido abandonar al tener que limitarnos a unos objetivos específicos.

No dudamos de que usted las ampliará y profundizará mediante su estudio y reflexión permanente y sabrá aplicar todo esto a su misión apostólica y evangelizadora.

Gráficamente, vemos así la estructura general del Módulo:



Cada una de las Unidades tiene la siguiente organización:



0.3 ¿Por que son importantes estas metas?

Nuestros legisladores, sobre todo en los últimos Capítulos generales, no se cansan de recomendarnos:

- La importancia que tienen, hoy día, los Medios de Comunicación Social para la predicación.
- Son un auténtico campo de misión apropiado para la Orden.
- Los destinatarios de nuestra predicación están acostumbrados a que se les hable según los códigos de los MCS: Necesidad de aprender el lenguaje de los Medios.

No conocemos la legislación de la Orden sobre Medios de Comunicación Social. Como dominicos no podemos desconocer las recomendaciones que nosotros mismos nos estamos proporcionando por medio de quienes nos representan en los Capítulos. No es abundante la legislación, pero es suficiente y sugestiva.

Vivimos en una sociedad que está envuelta, como atmósfera, por los medios de comunicación social. Tal vez estemos un tanto aislados. Es necesario ponernos al día si deseamos estar en sintonía con nuestro tiempo.

Evidentemente no nos hemos limitado a los aspectos legislativos: Hemos proyectado, por la necesidad de aprender a utilizar los Medios, por la necesidad de analizar esos mismos Medios, la reflexión hacia áreas específicas, prácticas.

Para algunos serán metas asequibles, por los conocimientos anteriormente adquiridos; posiblemente no serán tan fáciles para otros. Ante la diversidad de destinatarios hemos optado por un nivel más bien inicial, posiblemente, bajo. Nos queda una cierta satisfacción en pensar que, para los primeros, puede ser un refrescar ideas y motivo para profundizar en los temas que presentamos.

0.4 ¿Cómo lograremos estas metas?

Mediante estos delineamientos METODOLOGICOS:

0.4.1 El título del Módulo le proporciona una primera oportunidad de reflexionar sobre el objetivo final. Es un primer momento de fijar sus propias expectativas, independientes de los objetivos que le presentamos. Ponga por escrito sus preocupaciones, sus inquietudes. Tendrá tiempo para comparar.

0.4.2 Este mismo consejo se lo damos con ocasión del inicio de cada unidad, de cada objetivo, de cada contenido que desarrollamos. Intente ir más allá de nuestras propias limitaciones.

0.4.3 Le proponemos unos objetivos, como áreas de estudio. Usted sabe que hay otros temas, otras áreas, sobre todo a su nivel local, a las que no hemos podido

descender; usted deberá tenerlas presente. Llega un momento en el cual usted debería proponer sus propios objetivos y estudiarlos profundamente.

0.4.4 Hay un CUESTIONARIO INICIAL. No se trata de acertar. Deseamos que le dedique un tiempo a pensar sobre cada una de las cuestiones que le planteamos. Escriba sus respuestas personales, lo que en ese momento sabe. No le ofrecemos de inmediato las respuestas, deberá responder ese mismo cuestionario al finalizar el estudio de los contenidos. Y es ese el momento de comparar su respuesta inicial y la que, una vez estudiada la Unidad, volvió a escribir. Podrá constatar si su estudio fue suficiente. No dude en regresar a estudiar la Unidad si no queda satisfecho.

0.4.5 Las respuestas que le aportamos, a cualquier cuestionario, no son dogmas de fe metodológica. En MCS. hay muchas respuestas válidas. Posiblemente las respuestas que usted ofrece sean más válidas, al menos para usted, que las nuestras. No obstante le pedimos:

- Razone sus respuestas en hechos, sucesos, datos, con teorías; no se contente, puesto que no es ninguna razón, con “me parece”, “me gusta”, etc.
- Compare su respuesta razonada con la que le ofrecemos: No tenga ningún reparo en hacer una crítica.

0.4.6 Le ofrecemos, de igual modo, el desarrollo de algunos contenidos referentes a los objetivos de las diversas Unidades. Debe estudiarlos y buscar la forma de ampliar los conceptos, las teorías que exponemos. No se quede con el mínimo que le presentamos.

0.4.7 El aprendizaje es efectivo cuando se realizan prácticas. No se contente con la adquisición de conceptos o con el recuerdo de las leyes: usted debería realizar otras prácticas, además de las que le recomendamos. Su imaginación le puede ayudar.

0.4.8 Usted debe evaluarse. No espere calificaciones. Usted mismo, su propia satisfacción personal, es el mejor árbitro de los conocimientos que adquiere y de las destrezas que pone en práctica. Cuando esté convencido, satisfecho de lo aprendido, se puede dar su visto bueno.

0.4.9 Le recomendamos unas lecturas complementarias. Busque usted, con la bibliografía que le aportamos, nuevas lecturas en torno al tema que le proponemos. Amplíe su área de conocimientos.

0.4.10 Busque personas que le puedan ayudar. Nuestra recomendación: anime a otra persona para que realice el curso con usted. Se pueden ayudar mutuamente. La discusión sobre puntos de vista diferentes, aunque sea de modo polémico, contribuye al aprendizaje.

0.5 Cuestionario inicial

Instrucción: Antes de escribir su respuesta reflexione usted sobre el tema-contenido que le proponemos.

1. *¿Qué es el proceso de conocimiento?*
2. *Señale usted un mecanismo del proceso de conocimiento.*
3. *Defina el concepto de imagen, en general, no limitada a lo visual.*
4. *La imagen, ¿es medio de expresión?*
5. *¿Qué es el mensaje? Componentes del mensaje.*
6. *¿Qué papel desempeña el signo en la comunicación humana?*
7. *Defina "leer" de tal modo que se pueda aplicar a Radio, Cine, TV.*
8. *Defina el concepto de "significado" y "significante".*
9. *¿Qué se entiende por "denotativo" y "connotativo".*
10. *Explique qué es el lenguaje.*
11. *¿Cuál es el propósito, la finalidad de todo emisor?*
12. *¿Cómo denominaría usted a la persona a quien se destina el mensaje? Debe explicar por qué.*
13. *Para que se opere el proceso de comunicación hace falta experiencia común: ¿Por qué?*
14. *¿Qué entiende por proceso tecnológico en Comunicación Humana?*
15. *¿Qué es "lo subliminal"?*
16. *Diferencie "comunicación" y "medios de comunicación".*
17. *Ofrezca una explicación breve sobre qué es Informática.*
18. *¿Qué es un estereotipo, en MCS? Explique algunas características.*
19. *Relacione "comunicación" y "sociedad".*
20. *¿Por qué este Módulo es un medio de comunicación?*

0.6 Lectura - respuestas

0.6.1 Proceso de conocimiento

Conocemos porque los objetos que están fuera (o lo que pueden decir esos objetos), nos llega a los órganos de los sentidos (vista, oído, olfato, gusto, tacto). Es el inicio del proceso de percepción. Cuando llega a nuestro entendimiento lo aprehende, lo asimila y conoce el objeto que viene de fuera. Todo conocimiento nos viene de fuera. Y el

camino, según la vieja teoría aristotélico-tomista, son los sentidos, porque “nada hay dentro del entendimiento que no haya pasado, primero, por los sentidos”. Todo lo que usted puede conocer le ha venido de fuera. No hay ideas innatas.

0.6.2 El mecanismo

Aristóteles hizo este experimento: En una habitación cerrada, sin luz, tenía un objeto. No veía nada. Abrió la ventana y vio la silla, la mesa, etc. Dedujo que veíamos porque los objetos tenían en sí una representación propia, una representación vicaria; por medio de la luz, por el aire, llegaban los estímulos a la retina, al tímpano, a la nariz, etc.

Esa representación del objeto es la IMAGEN DEL OBJETO. Sto. Tomás acepta esta doctrina y la expone en muchas ocasiones. “La imagen es representación del objeto”. Sto. Tomás, con Aristóteles, mantenía la imposibilidad de conocer de modo directo. Conocemos por representación. Es decir, conocemos por medio de la imagen del objeto. Hoy lo vemos claro: Hay representaciones de los objetos, es decir, imágenes de los objetos, visuales, sonoras, olfativas, gustativas, sensitivas.

Por lo tanto: el proceso comienza desde el objeto, por medio del aire o la luz, llega la representación al sentido externo; pasa después a los sentidos internos (sentido común, memoria, imaginación) y llega al entendimiento, éste lo procesa y entiende el objeto que quedó fuera.

0.6.3 La imagen

“La representación de un objeto”. Se puede representar un objeto de muchas maneras: por una fotografía, por medio de un escrito, por palabras dichas, por sonidos, etc. Lo que llega a nuestros sentidos es algo físico: la imagen de un objeto la vemos reflejada en la retina, el sonido estimula el tímpano, etc.

Por lo tanto: la imagen es la representación verdadera (lo que es) del objeto. Si la representación que me presentan no es verdadera yo estoy conociendo otra cosa diferente.

Por el proceso que se opera para conocer, la imagen, que en un inicio es sensible, se va transformando en imagen inteligible. Imagen inteligible quiere decir que es apta para que el entendimiento la aprehenda. Esta imagen inteligible es la que conservamos. Porque no conservamos objetos físicos en nuestra memoria, ni en la imaginación, ni en el entendimiento. Ocuparían mucho lugar.

0.6.4 Nos expresamos por medio de imágenes

Si lo único que tenemos en el depósito del armario de nuestra mente, según frase de Sto. Tomás, son imágenes recibidas desde fuera, es lógico pensar que ese es el material que utilizamos para expresar nuestros pensamientos.

Con ayuda de la Memoria y de la imaginación, el entendimiento, confecciona los Mensajes que desea expresar. Pensamos en Imágenes y manifestamos los objetos correspondientes a las imágenes que hemos utilizado.

Mentalmente yo pienso en mesa, mantel, vasos, comida, etc. después debo manifestar (por fotografía, por dibujo, por palabras, con sonidos, etc.) lo pensado. Yo escribo mesa y usted sabe que yo pienso en la mesa; le presento un dibujo o una fotografía de vaso y usted sabe que yo pienso en vaso. Por decirlo así, yo pienso con la imagen, recibida anteriormente, y busco el objeto correspondiente, que es lo único que usted puede percibir: Pienso en imágenes y manifiesto objetos.

0.6.5 El mensaje

“Producto físico verdadero del emisor”. Así lo define David Berlo.

Si usted piensa en esta definición podrá comprobar que, en definitiva, estará referido “a lo que desea expresar”, el emisor, previa elaboración del mensaje de modo intelectual.

Todo Mensaje tiene tres partes importantes: El código, el contenido y el tratamiento. Se entiende por código: el conjunto de signos-símbolos organizados de manera que tengan una significación para el perceptor. Los idiomas son códigos (compuestos por letras, palabras, frases, etc); el modo de comunicarse por la ordenación de rayas y puntos (Morse) es un código.

Contenido: “lo que se desea expresar”, las ideas, las afirmaciones, la información suministrada, los juicios que se emiten, etc. A veces se suele confundir el mensaje con el contenido de la comunicación.

Tratamiento: la distribución que hago, la ordenación de un libro en capítulos, la división que propongo para que sea más comprensible; la elección de un medio determinado, por ejemplo, se prefiere la forma de libro a la forma de un guión para TV. Por lo tanto: Todo emisor ofrece, por un medio, un mensaje a un receptor.

0.6.6 Nos expresamos por medio de signos

Es verdad que conocemos por medio de las imágenes, las representaciones vicarias de los objetos. Pero a los objetos les puedo hacer que signifiquen algo más, los puedo “signar”, les puedo hacer que “digan otra cosa diferente”. El objeto “es” una cosa y puede “representar” otra. Los antiguos definían el signo diciendo “de lo conocido (objeto) a lo desconocido (significado)”. El cirio Pascual es un cirio, es un objeto; todos los cristianos saben que “representa” otra cosa diferente. Está en lugar de “otra cosa

Así nos entendemos, también, y así nos expresamos. El signo es importante en la comunicación porque, como acabamos de ver, es un elemento del código que utilizamos las personas. Es lógico pensar que tanto el emisor como el perceptor deben conocer “la significación” que está depositada en ese objeto. Me enseñan la bandera de un país y yo no leo “tela de colores”, leo el país a que se hace referencia.

Para conocer, por lo tanto, un mensaje: Necesito conocer el objeto por medio de su representación sensible (imagen), necesito conocer el significado que el emisor depositó en ese objeto (signo) y el conjunto de signos (código) me permite captar plenamente el mensaje.

0.6.7 Aprender a leer

El autor de un mensaje, escrito, oral, grabado, en imágenes visuales o mediante gestos, lo ha realizado para que el perceptor lo interprete. Aprender a leer es aprender a interpretar, aprender a descifrar. Quienes son analfabetas ven las letras, pero no saben obtener el significado que ellas contienen.

Hemos puesto esta pregunta para referirnos a la lectura de las imágenes. Porque nos comunicamos por medio de las imágenes (sonoras, visuales, etc.) Si no sabemos leer imágenes, en toda lógica, seremos analfabetos de la imagen.

Leer quiere decir descifrar el código utilizado por un emisor. ¿Usted sabe descifrar todos los códigos utilizados en la TV, en Radio, en Fotografía? Es posible que una persona sepa leer las letras de una escritura, pero si no es capaz de utilizar la escritura para comunicarse seguirán considerándolo como analfabeta.

Ante un cuadro podrá decir: ¡Qué bonito! ¿Sabe decir por qué? ¿Sabe la clase de iluminación que se ha utilizado, las luces y sombras, la profundidad o perspectiva, los tonos de colores, la ubicación de los objetos, etc?

¿Usted sabe leer un dibujo? Para comprender un dibujo deberá descifrar los elementos utilizados por el dibujante; él ha utilizado un código y usted deberá descifrarlo, interpretar los signos que están puestos.

¿Usted sabe leer Radio? Sí. Se puede leer con los otros sentidos, ¿por qué únicamente con la vista? Usted debe aprender a leer radio por medio de su oído.

Lo mismo que lee el periódico, indudablemente, puede leer en la pantalla de su televisor. No puede olvidarse: Leer es saber interpretar, descifrar el código.

Ahora puede explicarse el por qué “los ciegos leen con las yemas de sus dedos”.

0.6.8 Significado - significante

Usted hace muchas relaciones cuando se expresa. Por ejemplo: “Con tal objeto” (el que usted elige), “quiere decir tal cosa”. El “objeto es el significante” y “lo que desea expresar es el significado”.

El significado lo hemos puesto las personas y lo depositamos en los objetos. Signamos a los objetos: La manzana siempre es manzana, lo ha sido y lo será. En un momento, una persona, decidió hacer la relación: “la manzana de Eva”. Y desde ese instante, “esa manzana”, debo leerla “como Eva”. Cuando un Emisor me quiere decir “manzana de Eva”, debe manifestarlo, precisamente, para que yo capte el significado “manzana de Eva” y no la manzana simple.

El proceso de significar únicamente lo podemos hacer las personas humanas, los animales no tienen capacidad para eso. Los seres humanos nos comunicamos en base a los “significados”. Recordará que la comunicación humana exige dos personas (emisor y perceptor).

El significado, por lo tanto, no está en los objetos, en las cosas que utiliza para comunicarse, sino en la mente. Primero en la mente del Emisor y luego, cuando lo capta, en la mente del Perceptor. El trabajo que debe realizar el Perceptor es descubrir, en el objeto ofrecido, el significado puesto por el Emisor.

Usted ya descubrió que el significante es el objeto que lleva el significado. Es algo parecido a la caja que lleva dentro chocolates. Hay diferencia entre el contenido y el continente.

Conclusión fácil: La comunicación se dará, entre dos personas, si ambas conocen la significación utilizada cuando se manejan los mismos códigos.

Es importante, por ejemplo cuando ve televisión, que aprenda a diferenciar significantes y significados. A veces se nos presentan significantes y nos quedamos en su contemplación y no apreciamos el significado real (por ejemplo acompañamiento a un vehículo, una bebida, etc).

0.6.9 Denotativo - Connotativo

Referido al significado. Yo consulto con el diccionario para buscar el significado que comúnmente se le da a esa palabra; del diccionario extraigo la información sobre el uso normal que se hace de la palabra que busco. Todos estamos de acuerdo en que, tal palabra, significa tal cosa. Acudimos al diccionario para saber el significado denotativo, el significado referencial. La palabra que busco (referente) “la debo leer mentalmente” con éste significado, aceptado comúnmente, y no con otro. Se le designa también, como explicación, “significado objetivo”.

El significado denotativo hace la relación simple: objeto (referente) y el signo (lo que se le imprimió, se le añadió, al objeto). Un perro es un perro. Y todos sabemos que se refiere al animal; dice el diccionario, mamífero doméstico del orden de los carnívoros y familia de los cánidos”.

La connotación es un segundo nivel, un segundo lenguaje, un segundo modo de expresarnos. Al significado connotativo le añadimos “otro significado”. La persona que habla, le añade “algo más”, precisamente, para significar otra cosa diferente. Por lo tanto, la relación que ahora se hace es: Objeto-signo-persona. La connotación se debe a la cultura, al ambiente, a las personas que lo utilizan, al contexto social, religioso, etc.

Copie la definición de perro del diccionario, pero “el cachorro” que vio Juana de Aza, no es el del diccionario. Cuando usted ve un cachorro, con una tea en la boca, sabe que “ese perro” significa otra cosa. Para una persona que vea a Sto. Domingo, con un cachorro a sus pies, puede pensar que es S. Roque, que tiene otro perro y con otro significado connotativo.

¿Cuántas veces ha pronunciado o ha escrito palabras y frases con doble “intención”? ¡Eso es connotación!

0.6.10 Lenguaje

Todos los seres humanos tenemos la capacidad de reflexionar, pensar y ofrecer a otros lo pensado. Los contenidos que piensa un hindú, un griego y un latinoamericano pueden ser iguales, mientras están en sus mentes. El problema radica en la manifestación: se utilizan códigos diferentes. Los lenguajes se diferencian por la diversidad de códigos utilizados. Hablamos del lenguaje castellano (hablado o escrito) y lo diferenciamos del lenguaje de la fotografía: se utilizan dos códigos diferentes. Usted ve a dos sordomudos expresarse, comunicarse, y usted no entiende nada: el lenguaje que ellos utilizan es diferente al que usted conoce.

Cuando oiga hablar de lenguaje piense en diferentes códigos. Usted ya sabe qué es un código.

0.6.11 Finalidad del emisor: influir en el perceptor

Desde el primer momento en que me senté frente a la máquina de escribir, para ofrecerle contenidos sobre “Orden de Predicadores y Medios de Comunicación Social”, mi propósito ha sido que aprehenda los contenidos que le ofrezco, los asimile y cambie su actitud. No importa si esta a favor o en contra. Una vez realizado el curso, usted no va a ser neutral. Ese es mi objetivo: Influir en usted y, si lo logro, analizará los Medios de Comunicación, aprenderá códigos de los MCS y los utilizará. Aunque le parezca extraño: Yo me comunico (comunicación intrapersonal), medito, reflexiono, etc. “para cambiarme”, para modificar mis hábitos y mis costumbres, o también, para reforzar los hábitos que ya tengo.

Usted entiende esto mejor así: “usted ve televisión y, los dueños de ese negocio, intentan influir en usted para que compre los productos que anuncian”. El propósito de todo emisor es influir. Ahí tiene usted la explicación de por qué se gasta tanto dinero en conocer a los perceptores.

0.6.12 ¿Perceptor o receptor?

Cuando estudiemos la diferencia entre “información” y “comunicación” la vamos a fijar en que, Información, se refiere a la simple recepción de datos, de información. Mientras que, por “comunicación”, vamos a fijarla en el hecho de que exista diálogo. Diálogo se da, de modo exclusivo, entre personas. Cuando el Emisor es una persona y el receptor es otra persona, hay comunicación, o puede darse. Por esto preferimos el término de perceptor cuando nos referimos a la comunicación humana. El receptor es cualquier máquina, aparato, etc.

0.6.13 Experiencia común

Entre el Emisor y el Perceptor debe haber una zona común. Para que se pueda operar el proceso de comunicación humana es necesario disponer de elementos comunes. Usted debe entender el código escrito que yo estoy utilizando. Si se lo escribo en griego, posiblemente, no nos entendemos. Tenemos en común: la Orden de Predicadores; usted sabe qué es un Capítulo General, qué son las Constituciones de la Orden. Los dos las hemos leído, sabemos de qué tratan: por eso yo las cito, y usted me entiende. Por esta razón voy a evitar, en lo posible, utilizar “modismos” especiales de la región donde vivo, por eso me limito a palabras que usted, en caso de dudas, puede consultar con el diccionario. Siempre hace falta una zona, un terreno común, donde sea factible el diálogo, la comunicación.

0.6.14 El proceso tecnológico

¿Cómo le explicaría usted a los primeros frailes dominicos, reunidos en la casa de Pedro Seila, planificando la predicación de una cuaresma, las ventajas de utilizar un micrófono? ¿Qué hubiera pasado si, en el Capítulo de Bolonia, donde N.P. Sto. Domingo, de rodillas, renunció a ser el Maestro General de la Orden, yo me hubiera presentado con un televisor?

Para usted y para mí es fácil: es parte de nuestra cultura. Ya no lo tomamos en consideración, lo utilizamos y no reflexionamos sobre eso.

Y tiene su importancia: Los primeros frailes dominicos predicaban de viva voz, veían la reacción del público, se emocionaban cuando el pueblo se emocionaba, sentían que sus palabras surtían efecto. Cuando habla por teléfono aprecia la diferencia a cuando habla directamente con su amigo. Los medios técnicos ponen mucha distancia. La voz que está reproducida en un radio-casete no es, propiamente, la voz de la persona; la imagen que ve por TV no es la verdadera imagen, la imagen que ve en la pantalla está confeccionada con muchos puntitos, no es tridimensional, los colores no son reales, etc.

Los medios tecnológicos conllevan muchísimas ventajas, ofrecen muchas posibilidades para la comunicación. También tienen grandes inconvenientes: se puede imitar la voz para que usted crea que es la de su amigo, se puede desfigurar la imagen, manipularla para engañar, se pueden juntar dos sucesos que no tienen nada que ver entre sí para que usted los tome como concomitantes, usted puede ver volar a su amigo, cuando él no puede volar; le enseñan una maqueta y usted la toma como si fuera la realidad; usted; se aísla tanto, cuando ve televisión, que se figura que es únicamente para usted.

0.6.15 Lo subliminal

Si le escribo “sub-límite” se entiende mejor. Y es eso: “por debajo del límite”, “por debajo de la capacidad”. Dos ejemplos:

Primero: Los seres humanos oímos, por así decirlo, en un término medio: ni muy alto, ni muy bajo. Si un emisor emite un sonido más arriba, o más abajo de esa onda, no lo apreciamos, no nos damos cuenta; y ese es el problema: no nos damos cuenta, pero

de algún modo llega a nuestro tímpano y pasa, como camuflado, a nosotros. Ese sonido es “subliminal”.

Segundo ejemplo: usted va al cine. Y ve su película. El ojo necesita un tiempo para poder “leer” los cuadros. Si los pasan muy despacito usted los ve todos, uno por uno. Pero si los pasan a la velocidad “normal del cine únicamente ve unos pocos, por eso aprecia el movimiento: antes de haber terminado de leer un cuadro ya le han pasado varios. Si en alguno de esos cuadros “que usted ve”, pero que no toma conciencia de él, le ponen un anuncio publicitario, indudablemente que usted se queda con ese “mensaje”. Esto ya está comprobado y experimentado. Ese “mensaje” recibido por usted es “subliminal”.

Usted ve actuar a un mago. Se queda admirado de lo que hace. Cuando se ve en cámara lenta usted descubre el truco. Y usted vio el truco, pero como lo hizo a mucha velocidad, no captó todos los detalles. Lo engañaron.

Si a esto le añade usted la falta de juicio crítico de los perceptores que ven televisión, escuchan radio o leen periódico, se puede figurar el campo propicio que tienen “los manipuladores de cerebros”.

0.6.16 Comunicación y medios de comunicación

Usted no confunde la parte con el todo. Es muy corriente hablar de Medios de Comunicación y referirse al proceso de comunicación. Los “Medios” de comunicación es uno de los elementos del proceso de comunicación. Si yo le pregunto: ¿Dónde trabaja?, Y usted me dice: En los MCS. Puedo preguntarle: ¿Cine?, ¿Radio?, ¿Televisión?, ¿Fotografía?, ¿Periódico?, ¿Una revista?, ¿Hace audiovisuales?, ¿Teatro?, ¿Confecciona afiches, carteleras, vallas?

Lo mismo que se utiliza medios de comunicación puede utilizar canales de comunicación para expresar el medio que utiliza para comunicarse con otra persona. Los medios son vehículos de transporte de mensajes. La comunicación está referida a todo el proceso: Un emisor ofrece un mensaje, por un medio, a un perceptor.

0.6.17 Informática

Como medio de información y comunicación utiliza su lenguaje propio, diferente al que hablamos o escribimos. Es una ciencia. Copiamos de las Actas de Capítulo Provincial de S. Luis Bertrán de Colombia la explicación. Y la aportamos porque no es usual encontrar en las Actas de un Capítulo de la Orden, esta perspectiva técnica, como lo hace resaltar el Maestro General. De todos modos ésta es la explicación:

194. La informática es el último ramo de los nuevos medios, uno de los frutos del desarrollo acelerado de la microelectrónica. Etimológicamente el término informática aparece por la fusión de otros dos: información y automatización. La informática es a un tiempo la ciencia y la técnica de la utilización de sistemas automatizados en la recolección, análisis y utilización de la información. Tales sistemas automatizados son los computadores.

195. Los dos elementos fundamentales de la informática son la información y el computador. La información son datos que han sido ordenados, evaluados, analizados y colocados dentro de un contexto o perspectiva en el cual puedan servir para una información significativa y útil. El computador es la máquina electrónica diseñada para aceptar y almacenar datos por medio de una unidad de entrada, procesarlos y producir información por una unidad de salida, bajo la dirección de un programa de instrucciones detalladas paso a paso.
196. Se distingue el hardware (las máquinas, los equipos en sí, lo físico), el software (los programas en sus diferentes niveles, lo lógico) y el firmware (combinación de los dos anteriores para buscar mayor velocidad, eficiencia y operatividad en los sistemas. La limitación principal para la difusión masiva de la informática se encuentra en el software antes que en el hardware, que tiende aceleradamente a hacerse más barato. El microcomputador ha hecho posible la difusión y aplicación masiva de la informática. La tendencia es a disminuir de costo, a hacerse más portátil, a estandarizarse y a miniaturizarse.

0.6.18 El estereotipo

Por lo general se refiere a la visión que ofrecen los MCS en torno a una persona, a un grupo social determinado, a un fenómeno o situación “para que se acepte como la cosa más normal”.

Los MCS. crean muchos estereotipos. Y ahí radica el problema por el cual hemos querido hacerle esta llamada de atención. Son modelos que se presentan, de modo continuo, sistemáticamente, para que el perceptor, tal vez de tanto repetirlo, los acepte y se crea que, lo presentado, es la auténtica realidad. Los modelos que se presentan corresponden a una determinada ideología (precisamente la misma de quienes son los dueños de los medios). No se tiene presente la realidad del país, ni sus condiciones generales económicas, políticas, sociales. Por lo cual usted ha pensado alguna vez: ¡Qué diferencia de mi país, en la realidad, y el país que veo por TV, escucho por radio o leo en los diarios!

La creación y difusión de estereotipos es la forma para desvincular a las personas de su propia historia, de su propia cultura, de su identidad y atarlas a otros patrones o modelos, extraños a la propia realidad.

En los MCS. apreciamos muchas clases: según edad, sexo, trabajo que realizan, ideología que manifiestan, clases sociales, modos de adquirir dinero, etc. usted los puede conocer: hacen gestos especiales, utilizan términos escogidos, lugar donde viven, objetos que utilizan, etc. Una maestra para crear estereotipos: la publicidad. Se utiliza, son unos ejemplos, para fines comerciales, pero también para inyectar ideología: La mujer como objeto y para promover ventas; se utiliza el arte para “vender lo exquisito”; promoción del sexo; las ventajas de tener dinero: vivir en lugares selectos; “en el extranjero se vive mejor”, etc.

0.6.19 Comunicación y sociedad

Vivimos en sociedad. En este Módulo reflexionamos sobre “Comunicación y Orden de Predicadores”. No por eso, de ahí nuestra advertencia, podemos perder la perspectiva de la relación comunicación-sociedad. Cada concepto, cada contenido, cada mensaje que usted reciba deberá relacionarlo al ambiente donde está viviendo. El hecho de la comunicación es un hecho social y como hecho social lo deberá relacionar dirigido a su propia situación. Si somos “sociales por naturaleza”, por la misma razón, somos “comunicacionales por naturaleza”. La comunicación es totalmente necesaria para los seres humanos. No importa quién fue primero, si la comunicación entre las personas o, una vez reunidas, nació la comunicación.

Necesitamos de la comunicación para la convivencia humana. Por lo tanto, necesitamos de los medios para podernos comunicar. El gran problema de nuestra organización social radica en que, unos cuantos, se han adueñado de los medios tecnológicos para la comunicación e información. El acceso a esos medios está vedado para la mayoría.

0.6.20 Este Módulo es un medio de comunicación

Hemos pasado muchas horas elaborando los mensajes que le ofrecemos en este Módulo. Unos mensajes que han tenido presente el código escrito en lenguaje castellano, con múltiples contenidos en cada uno de los objetivos y le hemos dado el tratamiento de libro (módulo). Pudimos utilizar el código de Radio y haber realizado unos guiones y grabar-los, con diferentes voces, en una cinta para ser reproducida en un radio-cassette. Se prefirió el código lingüístico escrito, así lo determinaron las Fuentes, quienes tuvieron la idea magistral de ofrecer a la Familia Dominicana un Curso a distancia.

Hemos depositado nuestros mensajes en el medio que usted tiene en sus manos. Esperamos que sea un medio eficaz, no sólo que le llegue, sino también que lo sepa descifrar (descodificar), que comprenda los significados denotativos que utilizamos (hemos intentado suprimir, lo más posible, los significados connotativos), es decir, deberá leer con atención, aprehender los contenidos y, esa es nuestra finalidad, cambiar de actitud sobre los MCS. en su relación a nuestra Orden.

Para que sea un medio auténtico de comunicación usted debe ofrecer, de algún modo, sus respuestas. No se puede quedar en una simple información que nosotros le enviamos, usted la recibe y ahí termina el proceso. Todo perceptor humano debe responder, dar sus propias respuestas. Las esperamos.