Pandemia y construcción de la comunicación consciente

REVISTA INVECOM
Estudios transdisciplinarios en comunicación y sociedad

Miguel Ángel González Tenias; Darcy Virginia Fernández; Darcy Casilla

Miguel Ángel González Tenias
Periodista Multimedia de El Venezolano Colombia y El Pitazo., Colombia

Darcy Virginia Fernández
CEO Rostro Caribe., Colombia

Darcy Casilla
Universidad del Zulia, Venezuela

REVISTA INVECOM "Estudios transdisciplinarios en comunicación y sociedad"
Investigadores Venezolanos de la Comunicación, Venezuela
ISSN: 2739-0063
Periodicidad: Semestral
vol. 2, núm. 2, 2022
invecom@gmail.com

Recepción: 13 Diciembre 2021
Aprobación: 22 Enero 2022

URL: http://portal.amelica.org/ameli/journal/666/6663686003/

Resumen: Este trabajo aborda un análisis de los desafíos que presenta el tiempo de pandemia en la diversidad de formas y experiencias de comunicación que se multiplican de manera impresionante. Propone una aproximación al hecho comunicacional durante y en pos-pandemia, desde una mirada valorativa y propositiva para ser considerada e integrada a los procesos formativos en el campo de la comunicación social. La intención es analizar la diversidad de factores y eventos que median las interacciones que promueve el hecho comunicacional, para generar encuentros y vínculos conscientes, con sentido y significado en la gestión del desarrollo personal y social, con sentido integral, ecológico, equitativo y sostenible; en vinculación con la situación espacio – temporal del contexto, las consecuencias y las oportunidades de la crisis integral, ocasionadas por la pandemia y más allá de la misma. La ruta metodológica se orientó al cuestionamiento y discusión sobre el valor de los procesos comunicacionales en la crisis actual, se discuten las expectativas y oportunidades que plantea el desarrollo tecnológico, la renovación necesaria en la construcción del mensaje y la estrategia del impacto que se promueve. La discusión de alternativas comunicacionales tiene como fundamento la confrontación reflexiva con los aportes de teóricos de comunicación, tecnólogos, especialistas en comunicación e información y avances interdisciplinarios de la Neurociencia. Es hora de revisar intenciones o propósitos, procesos y contenidos que se comunican, sus experiencias e impactos, sus roles y los de la comunidad. Se plantean alternativas para construir, escenarios interactivos desde distintas localidades; dejando huellas importantes con sus contenidos comunicacionales en su entorno cultural, sus políticas, proyectos y organizaciones. La diversidad de formas, medios y sus instalaciones o infraestructura, requieren ser creados y cuestionados permanentemente para promover oportunidades pertinentes de bienestar humano.

Palabras clave: comunicación, comunicación consciente, pandemia, redes virtuales, tecnologías de información y comunicación.

Abstract: This work addresses an analysis of the challenges presented by the pandemic time in the diversity of forms and experiences of communication that are multiplying impressively. It proposes an approach to the communicational fact during and in post-pandemic times, from a valuative and propositive point of view to be considered and integrated into the formative processes in the field of social communication. The intention is to analyze the diversity of factors and events that mediate the interactions promoted by the communicational fact, to generate encounters and conscious links, with sense and meaning

AmeliCA
Modelo de publicación sin fines de lucro para conservar la naturaleza académica y abierta de la comunicación científica
PDF generado a partir de XML-JATS4R

in the management of personal and social development, with an integral, ecological, equitable, and sustainable sense; in connection with the spatial-temporal situation of the context, the consequences and the opportunities of the integral crisis, caused by the pandemic and beyond it. The methodological route was oriented to the questioning and discussion of the value of the communicational processes in the current crisis, the expectations and opportunities posed by the technological development, the necessary renovation in the construction of the message and the strategy of the impact to be promoted are discussed. The discussion of communicational alternatives is based on a reflective confrontation with the contributions of communication theorists, technologists, communication and information specialists, and interdisciplinary advances in Neuroscience. It is time to review intentions or purposes, processes and contents that are communicated, their experiences and impacts, their roles, and those of the community. Alternatives are proposed to build interactive scenarios from different localities; leaving important traces with their communication contents in their cultural environment, policies, projects, and organizations. The diversity of forms, media, and their facilities or infrastructure, require to be created and questioned permanently to promote relevant opportunities for human welfare.

Keywords: communication, conscious communication, pandemic, virtual networks, information and communication technologies.

Introducción

La motivación central de este trabajo es la necesidad de profundizar en la complejidad y diversidad de los desafíos que se le presenta hoy día a la comunicación, como parte inherente a la naturaleza humana. Los aportes teóricos sobre comunicación, los avances de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), los estudios sobre el desarrollo de la conducta humana y las experiencias comunicativas llevadas a la práctica durante la pandemia del Covid - 19, que ha ocasionado una crisis intempestiva en todos los órdenes de la vida a nivel global, exige una mirada analítica, reflexiva y propositiva para contribuir al mejoramiento de la calidad en las condiciones de vida en la actualidad y el futuro.

La observación de la realidad cotidiana en la emergencia sanitaria vivida ha redimensionado los hábitos de comunicación, ha replanteado el valor del relacionamiento social en medio del confinamiento que se nos impone, la comunicación se constituyó en la base para las labores de trabajo, la educación, la conformación de comunidades, la subsistencia, los negocios, el aprovisionamiento y la integración con la familia. La necesidad de relacionarnos ha provocado que se rompan las barreras y se auto-lideren procesos para la adaptación tecnológica, a través de plataformas digitales.

Al aproximarnos a la comprensión de las circunstancias antes descritas, nos proponemos como objetivo central analizar y proponer formas alternativas de mejorar la comunicación, en relación con las necesidades del desarrollo humano, con expectativas y oportunidades que se presentan en el planeta, los avances

del desarrollo tecnológico, los aportes de las disciplinas científicas, la creación humana en tiempos actuales y futuros.

El enfoque fundamental es el sentido y significado de los avances tecnológicos y digitales en relación con el desarrollo humano y ecológico sostenible. Esta realidad que demanda miradas desde las ciencias de la comunicación, la trabajamos en relación a los aportes de los teóricos de la comunicología y los confrontamos para derivar líneas de acción y desafíos de la comunicación en la actualidad y a futuro.

Objetivo General

Analizar factores y eventos que median las interacciones que promueve el hecho comunicacional, para generar encuentros y vínculos conscientes en la gestión del desarrollo personal y social en relación con las circunstancias ocasionadas por la crisis integral de la pandemia y más allá de la misma.

Marco de fundamentos teóricos

Esta investigación establece relaciones entre tres escenarios: La realidad que se vive con el coronavirus, el poder de los medios de comunicación y las TIC. Estos escenarios se confrontan con fundamentos teóricos recientes, para reflexionar sobre desafíos y alternativas que se presentan como proposiciones para seguir construyendo caminos de mejoramiento del desarrollo humano y social, a través de los medios de comunicación durante y después de la pandemia.

En el marco de situaciones críticas vividas en la pandemia, le corresponde a los medios y contenidos comunicacionales cumplir la misión de ponerse al servicio del bienestar individual, social y ecológico. Con el propósito de influir con calidad en el desarrollo humano, en el contexto de la crisis de salud pública vivida, corresponde profundizar en fundamentos teóricos que nutren la misión formativa de la comunicación y asumirla como el pilar fundamental para establecer interacciones y bienestar humano. La comunicación consciente es una alternativa que se inspira en un conjunto de fundamentos teóricos que acompañan el hecho comunicacional y su significado para apostar al desarrollo integral de la humanidad. Es un tema que nos hace repensar y reconceptualizar una función que ejercemos los seres humanos de manera muy diversa; pero hay que analizarla a profundidad y en diversidad de escenarios.

Desde 1966, Chalmers ha venido trabajando con profundidad científica sobre la consciencia, con el apoyo de las ciencias cognitivas y la neurociencia, sus aportes advierten sobre la complejidad de factores inmersos en la comunicación, muchas veces abordada de manera reduccionista, bien sea desde el deslumbramiento y la innovación constante de las técnicas o desde los avances de la tecnología de la información. El autor sustenta que cada ser humano tiene sus propias experiencias conscientes, con caracterizaciones o cualidades relacionadas con sus vivencias.

Por definición, “el término «consciencia» es ambiguo, ya que refiere a una variedad de fenómenos distintos” (Chalmers, 1966, p.22); contiene procesos y capacidades cognitivas, tales como introspección e información y requiere

enfocar o concentrar la atención. Demanda un saber para observar, para percibir relaciones de causalidad y procesamiento; implica conexión y congruencia entre pensamiento, sentimiento y acción. Estos procesos, hábitos, capacidades y cualidades se viven de manera interna y constituyen una experiencia consciente, una cualidad subjetiva de la experiencia; por lo que requiere un esfuerzo cognitivo integrador.

Este significado integrador como escenario fundamental de la comunicación ha sido trabajado por Batlló (2018), quien sostiene que todo lo que se expresa en la comunicación contiene un componente emocional que forma parte integral del contenido de la comunicación, además de estar mediada por nuestro estilo comunicativo y experiencias vividas desde la infancia. Tomar conciencia de ello nos puede abrir la puerta para adoptar un estilo efectivo y saludable en la comunicación, tanto con los demás como con nosotros mismos. Es importante centrarse en el acto comunicativo, para lo cual se requiere estar claro en lo que se quiere comunicar, con un lenguaje concreto y reconocer los contenidos o posturas propias del campo de la interpretación, tanto de quien emite el mensaje como de quien lo recibe, es necesario ponerse en lugar del potencial receptor y ser siempre un observador de los procesos e impactos que le ocasionan. La auto-observación y la comprensión de los procesos comunicacionales deben vincularse a situaciones contextuales y personales, es decir, ser integral e integradora de los factores intervinientes.

Esta cualidad integradora se observa en el carácter interdisciplinar que se devela al analizar las distintas conceptualizaciones de la comunicación, especialmente al concebirla como un sistema que relaciona intenciones, medios, técnicas, escenarios y modelos elaborados para representar variaciones y énfasis en la diversidad de relaciones que se establecen. De acuerdo con Landino (2017), estudiar los modelos permite entender los sistemas comunicativos en consciencia, especialmente al observar su evolución desde los distintos momentos vividos, así por ejemplo: el modelo de Osgood, representa el proceso y los elementos, así como la dirección que genera el intercambio informacional en donde el emisor envía a través de un canal, contenidos que tendrán respuesta por parte del receptor, que dependerá de la interpretación de cada actor del proceso.

Posturas como ésta impulsan a construir premisas o líneas de acción necesarias: la relación comunicativa es un acto de interdependencia donde solo la mirada crítica del proceso eleva los niveles de consciencia y puede operar la intención clara en un proceso que suele ser más inconsciente comunicar.

En toda su evolución, los modelos (Berlo, Jakobson, Laswell, Shannon y Weaver; entre otros teóricos), muestran vínculos lineales, circulares y sistemas de integración que denotan la complejidad de intermediaciones y valoraciones implicadas en un acto que realizamos de manera cotidiana, pero que por contener múltiples dimensiones simbólicas, discursivas, retóricas, antropológicas, psicológicas, sociológicas, artísticas, éticas, políticas y culturales; requieren un sentido crítico más consciente y la profundización crítica del acto de la comunicación que es natural y propio del ser humano. Toda esta naturaleza compleja implícita en el acto de comunicar induce la necesidad de la acción consciente del pensar, sentir y actuar considerando la atención a la realidad que configura y determina condiciones y capacidades para desarrollar calidad de vida con sentido integral y ecológico, más aún en este mundo global y conectado

donde las comunicaciones influyen en las relaciones que se construyen con el contexto.

Desde esta óptica, la complejidad de interrelaciones que están vinculadas a la consciencia, comprende los aprendizajes, las creencias, las posibilidades de acceso y disponibilidad de la información; también demanda la disposición a examinarse y ahondar en elementos no visibles de las experiencias comunicacionales, para impactar de manera muy significativa en el conjunto de emociones y sentimientos involucrados y reconocidos.

De acuerdo con Kemp (2021), en estadísticas globales recogidas recientemente, dos tercios de la población total del mundo cuentan con un teléfono móvil, y en la población de 13 años o más, puede estar por encima del 80%. Aún con las limitaciones ocasionadas por la pandemia, se encontró que cerca del 60% de las personas de la tierra, son usuarios de internet y de este grupo, 9 de cada 10 personas son usuarios de las redes sociales; llegando a 4.200 millones de usuarios en las redes sociales a principio de este año, aunque no están distribuidos uniformemente.

Toda esta data revela un campo potencial para repensar los procesos comunicacionales, el desafío de valorar su calidad y en el impacto que puede tener el emprendimiento de procesos comunicacionales formativos y conscientes.

En este sentido, ya Chalmers en 2014, advertía que la naturaleza de las experiencias conscientes se hace más compleja porque al comunicarnos con las demás personas, media en los que participan en el hecho, "la película" de cada uno, con sus emociones, necesidades, comportamientos, pensamientos y construcciones de manera muy diversa. Cada persona tiene su propia forma o proceso de consciencia y su valoración de sí mismo y del mundo, su razón de vivir y dialogar con la realidad, con sus intenciones y un sentido que, aunque puede expresarse, es muy subjetivo. Es necesario seguir profundizando en el estudio de la auto-reflexión y la relación cerebro – conciencia – comportamiento, tríada en la que la conciencia es fundamental.

En atención a los aportes interdisciplinarios que congrega la neurociencia, se explica cómo se comunica el cerebro a nivel estructural y se aborda la correlación entre la anatomía cerebral y el comportamiento social en conjunto con el acto de comunicarse. Teniendo al cerebro como órgano social rector, la comunicación funciona en estrecha relación entre cuerpo-emoción-razón, actuando de manera conjunta y no de forma aislada (Miranda, 2019).

Desde esta óptica interdisciplinaria de la ciencia, la comunicación debe considerar las bondades de la conexión emocional, tanto del comunicador como del escenario de receptores al cual se dirige. De igual forma, debe incluir aspectos más tácticos que responden a tonos, mensajes y canales, enriquecidos por los atributos que brinda la neurociencia aplicada y las oportunidades de las tecnologías de la información y la comunicación (Campos, 2019).

Se asume la premisa de que el ser humano es un ser social por naturaleza, necesita comunicarse, agruparse y relacionarse a fin de enfrentar de manera comunitaria el gran reto de crecer personal y colectivamente, de vivir gestionando con responsabilidad el bienestar compartido, aun en momentos de la crisis integral ocasionada por la pandemia, lo que significa mantenerse vivo, superar las adversidades y alcanzar un nivel digno de subsistencia.

PDF generado a partir de XML-JATS4R

La capacidad innata de comunicarse está llamada a esforzarse por alcanzar acuerdos satisfactorios para construir una convivencia pacífica y favorable, porque el clima de convivencia en cualquier escenario es responsabilidad de todos, para modelar calidad, condicionar y propiciar bienestar humano desde lo biológico hasta los comportamientos sociales integrales.

Considerando los aportes de Navío (2019), quien se plantea la pregunta: ¿Qué es la comunicación consciente y cuáles son los pasos para practicarla?, define el término consciencia, desde los aportes del mindfulness, estableciendo que "el acto de comunicar, se logra atendiendo a lo que se dice, a cómo se dice, sintonizando lo que se siente con lo que se expresa, y con lo que siente el interlocutor, sea emisor o receptor. El resultado de esta comunicación es una mayor conexión con el mensaje y con la otra persona, lo que reduce los malentendidos y facilita el vínculo (s/p.)". Esta afirmación conduce a la intersección entre la intencionalidad y el impacto como fundamento estructural del hecho comunicativo.

Sobre los pasos fundamentales de una comunicación consciente, resalta siete aspectos (Navío, 2019):

- Interés o empatía con el receptor, expresado en escucha, atención a su naturaleza y expectativa.
- Propiciar escenarios de comodidad, en situaciones de incertidumbre, para lo cual debe cuidar la claridad de lo expresado, la paciencia y tolerancia a expresiones ambiguas o diferentes al punto de vista de quien comunica.
- Reconocer y respetar la objetividad y la subjetividad de lo expresado, específicamente en el caso de creencias u opiniones.
- Aceptar y reconocer la presencia de emociones en la comunicación, sin reprimirlas; Demostrando solidaridad y dando el tiempo necesario para que afloren.
- Debe haber asertividad, es decir, respeto, honestidad y claridad por las ideas de sí mismo y de los demás, porque estimula la ecuanimidad.
- Debe predominar un estilo flexible y de humor, que estimule a tomar una posición propia, a desahogarse y retractarse, cambiar de opinión. Esto es, un ambiente con cualidades favorables para la comunicación sin tensión.

En este mismo sentido, señala Yagosesky (2003), que para diseñar situaciones comunicacionales conscientes, el comunicador deberá atender diversidad de factores que median en la comprensión de la interrelación que se establece y debe asumir responsablemente los aciertos y errores comunicacionales. Los errores deben ser espacios de aprendizaje y deben revisarse permanente para alcanzar cualidades de pertinencia en el proceso comunicativo.

Desafíos de la comunicación y la tecnología en las circunstancias actuales y en pos-pandemia.

Desde los aportes de la neurociencia, la comunicación es inherente a la especie humana, somos tribales por naturaleza, es decir, nos sentimos ligados al grupo al cual pertenecemos, y en medio de la crisis de salud que vivimos en la actualidad, sentimos el impacto en la situación económica, social, humanitaria, política y educativa; lo cual se expresa en agotamiento, nerviosismo y ansiedad ocasionada por la incertidumbre. La alternativa la presentan los avances de las Tecnologías de la Información y Comunicación que permiten la conexión, aún

en distanciamiento físico y la difusión inmediata de la información sobre el estado de los hechos vividos.

En este marco de vivencias, se vislumbra un mundo híbrido, porque se cuestiona la dualidad entre tecnología y humanización. Según Manes (2021), con los avances de las TIC, debe aprovecharse la oportunidad para revalorizar las habilidades y cualidades humanas, tales como la empatía, la curiosidad, la creatividad, la inteligencia colectiva, el coraje, la capacidad de innovar, liderar, motivar, reflexionar, emprender, desaprender y reaprender, desarrollar mecanismos de resiliencia, conformar redes o comunidades de aprendizaje, responsabilizarnos por la autoformación y la comunicación como fuente de avance a la evolución humana, con responsabilidad integral y de naturaleza ecológica.

Es importante considerar la integralidad de las relaciones entre los cambios que se requieren, los protagonistas son las personas, las organizaciones, las comunidades, las autoridades; etc. Es necesario superar las acciones comunicativas fraccionadas (que priorizan lo que afirma mi grupo o quienes opinan como yo, y desoyen a los que tienen opiniones diferentes), y acciones duales (razonamientos motivados en extremos opuestos: "esto no lo creo porque quien lo dice no pertenece a mi grupo"), para propiciar conexiones necesarias e inspiradas en la inclusión, la resiliencia, el bienestar de los humanos y su ambiente.

En cuanto al impacto que la pandemia ha causado en las demandas de la tecnología, según Ortiz (2020), se ha acelerado la transformación de la comunicación humana, actualmente la demanda de los medios de comunicación impresos, electrónicos y digitales ha sido vertiginosa, si la comparamos con el tiempo que tardaron los medios como el cine, la radio, la televisión, el internet en la comunicación interpersonal, en el medio laboral, cultural, político y social. Esta aseveración es muy importante, si consideramos que la tecnología ha sido la alternativa para conectarse los seres humanos y para hacer fluir la información de manera inmediata; sin embargo, la multiplicación de la información ha llegado al punto que, casi sin control de calidad, ha habido espacios de saturación de información, muchas veces de manera especulativa y sin veracidad, lo que ha derivado en procesos de desconfianza, crisis de angustia y nerviosismo de las personas.

A nivel internacional, advierte Llamas (2020) "los organismos supranacionales tendrán que revisar su papel como entes financieros, de protección a los derechos humanos y como corporaciones que regulan las relaciones económicas y comerciales, la educación, la salud y los derechos humanos" (s/p). Esto significa que es necesario considerar la transformación de estrategias y metas a nivel mundial, para atender las necesidades y brechas de acceso planteadas, las pérdidas de empleo y las demandas de recursos en situación de subsistencia, plantean desafíos a la conformación de un escenario geopolítico que se ocupe de lo que realmente se necesita para superar la crisis y mejorar la condición humana y los escenarios de desarrollo integral, equitativo y ecológico.

La magnitud del impacto de la pandemia en las demandas de la tecnología, deben seguirse estudiando interdisciplinariamente, los encargados de la comunicación deben acompañar la búsqueda de los procesos de calidad en interacción permanente con los actores del desarrollo humano, porque el empoderamiento de las TIC que se expresa en las estadísticas del Informe Digital

(Kemp, 2021), refleja las dimensiones del desafío de transformación prioritario y en prospectiva.

Esto es un insumo importante para las demandas tecnológicas, la necesidad de repensar los retos que está planteando la humanidad en la pos-pandemia, en términos de calidad y la misión formativa que le corresponde a la comunicación humana, haciendo uso de las tecnologías de la información y la comunicación.

Conclusiones

Estas conclusiones pretenden ser una ventana que se abre a repensar y construir reflexiones necesarias:

La conexión social es inherente a la naturaleza humana, aún en distanciamiento físico. Las redes sociales son una excelente oportunidad de desarrollo, pero es necesario revisar permanentemente qué y cómo comunicamos, cuánto escuchamos y cuánto creamos o provocamos formas de sembrar la inteligencia colectiva en un escenario tan cambiante y desafiante.

La auto-observación y la comprensión de los procesos comunicacionales deben vincularse a situaciones contextuales y personales, es decir, ser integral e integradora de los factores intervinientes. La relación comunicativa es un acto de interdependencia, sólo la mirada crítica del proceso eleva los niveles de consciencia y puede operar la intención clara en un proceso que suele ser más inconsciente en el común de las personas y los espacios.

La reflexión y reconstrucción de los escenarios comunicacionales debe partir de cuestionar y reconocer cómo intervienen nuestras creencias, nuestras historias; así como nuestros esfuerzos y los valores que le asignamos al futuro que deseamos tener.

Una de las aristas para seguir profundizando es el análisis de la intención comunicativa, es necesario develar el contexto, los valores e intención del mensaje. Se reconoce que la globalización desdibuja e integra fronteras y puede llegar impactar a cualquiera, sin distinguir bases culturales. Fomentar el conocimiento y la interpretación de las diversas intenciones puede presuponer o anticipar qué efecto tiene el proceso comunicativo; sin embargo esto solo se valida con el efecto real y empírico, lo que se denomina hoy viralidad del mensaje, moviendo

matrices de contenido. En síntesis, no sólo se ha de crear el mensaje o contenido, es necesario interactuar con los receptores y hacer de la comunicación una oportunidad de construir ese tejido de reacciones para causar un efecto transformador en el ser humano y en su contexto.

La comunicación consciente considera fundamentalmente que hay una diversidad de formas y procesos implícitos en las experiencias comunicacionales, pero su sentido tiene que cuidar la información, las formas y los medios, la manera de acceder a ella, los estados del conocimiento previo y la diversidad de alternativas para favorecerlo, porque esa es la base congruente que podemos construir para provocar la reflexión de los diversos actores sobre la relación: cerebro – consciencia – comportamiento, en el futuro que avizoramos y necesitamos desarrollar entre todos.

El hacer el acto consciente de la comunicación, es contrario a la automatización de los mensajes, habilita y orienta a actuar con una intención clara y conocer de riesgos y efectos que se pretenden en quienes reciben el mensaje. Es importante

hacer de cada elemento implícito del proceso comunicativo un instrumento para que el mensaje cumpla las expectativas para lo que fue creado.

La comunicación consciente reconoce en el otro, el receptor y actor, sus recursos para la interpretación. Cada acto comunicativo siempre comunica, así no se cuide la intención del mensaje de estos elementos, por lo que es importante cuidar los ambientes mediados de la comunicación digital.

La vivencia de la pandemia y la intervención de las tecnologías de la información y la comunicación nos enseñan nuevos rumbos para indagar y construir conocimientos, habilidades y estilos de interacción con las realidades y virtualidades; porque estamos a las puertas de cambios y transformaciones de las que no tenemos certidumbres y debemos estar preparados para co-responsabilizarnos en la construcción creativa del bienestar equitativo, humano y ecológico que se requiera.

Referencias

Batllló, M. (2018). *Expresión emocional.* Enric Corbera Institute. https://youtu.be/UNwoXCgtuuI

Campos, J. (2019, 12 de abril). *¿Cómo influye la Neurociencia en la forma de hacer comunicación?* Blog. https://cckcentroamerica.com/como-influye-la-neurociencia-en-la-forma-de-hacer-comunicacion

Chalmers, D. (1966). *La mente consciente. En busca de una teoría fundamental.* https://www.academia.edu/37159330/LA_MENTE_CONSCIENTE_En_Busca_de_Una_Teoria_Fundamental_Autor_Chalmers_David_John. [video].

Chalmers, D. (2014, 14 de julio), *Cómo explicamos la conciencia? Conferencia* TED. [video] https://www.youtube.com/watch?v=uhRhtFFhNzQ&list=TLPQMzEwMTIwMjHwt_GPqvIaVw&index=1

Kemp, S. (2021, 8 de abril). *Digital 2021_ Essential Headlines & Highlights — DataReportal* – Global Digital Insights. https://datareportal.com/reports/global-digital-statbites-001

Ladino, P. (2017). *Teorías de la comunicación.* Fundación Universitaria del Área Andina. Bogotá D.C., 978-958-5455-62-7. https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1399/Teor%C3%ADas%20de%20la%20comunicaci%C3%B3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Llamas, G. (2020, 7 de mayo). La pandemia y su impacto en la comunicación humana. *ELIMPARCIAL.COM* | Noticias de Mexicali, México. https://www.elimparcial.com/mexicali/columnas/El-impacto-de-la-pandemia-20200506-0031.html

Manes, F. (2021, enero, 27). *Los grandes retos que debemos afrontar como individuos y como sociedad para repensar juntos un futuro que está en construcción*. Encuentro con el periodista Iñaki Gabilondo sobre consecuencias de la actual coyuntura pandémica mundial en el funcionamiento y desarrollo del cerebro. España. https://espacio.fundaciontelefonica.com

Miranda, I. (2019). *Neurociencias de la Comunicación. Universidad de Puerto Rico.* Departamento de Educación, Gobierno de Puerto Rico. file:///C:/Users/darcy/Desktop/A%20DARCY%20VIRGINIA/Neurociencias-de-la-Comunicacion-rev-AGS.-MC-IM.pdf

Navío, L. (2019). *Qué es la Comunicación Consciente y los 7 Pasos para practicarla.* (Junio, 11). https://psicologogranada.com/blog/comunicacion-consciente/

Ortiz, M. (12 de mayo de 2020,). La pandemia y su impacto en la comunicación humana. *ELIMPARCIAL.COM* | Noticias de Mexicali, México. https://www.elimparcial.com/mexicali/columnas/La-pandemia-y-su-impacto-en-la-comunicacion-humana-20200511-0018.html

Yagosesky, R. (2003, 20 de noviembre). *La Comunicación Consciente*. https://www.gestiopolis.com/comunicacion-consciente/

Notas

[1] Mg en Ciencias de las Comunicación, Docente del programa de Comunicación Social de la Universidad Minuto de Dios, Barranquilla - Colombia. Fotógrafo profesional y CEO de Rostro Caribe. Periodista Multimedia de El Venezolano Colombia y El Pitazo.

[2] Mg en Comunicación Audiovisual Digital, Comunicadora Social, Locutora. Facilitadora en Procesos de Aprendizaje, Conferencista. Docente invitado Universidad del Zulia. Asesora a marcas comerciales y personales. CEO Rostro Caribe.

[3] Doctorado y Pos-Doctorado en Ciencias Humanas, Mg en Pedagogía y Mg. Recreación y Deporte Participativo. Docente Jubilada de La Universidad del Zulia, Venezuela.