

Instituto Inmaculada Concepción

Introducción a la comunicación 4°C

UNIDAD 1

ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN Y TIPOS DE COMUNICACIÓN

Fuente: García Santos, Dionné, *Fundamentos de la comunicación*, Ed. Tercer milenio, México, 2012

Adaptación : Prof. Andrea V. Fernández

• INTRODUCCIÓN

*La **comunicación** como proceso dinámico, que involucra distintos emisores y receptores, tanto en número como en características, es materia de este apartado. La unidad con la que iniciamos el texto de Fundamentos de Comunicación tiene propósitos meramente introductorios y emplea términos sencillos, de tal manera que el estudiante que por primera vez se aproxima al campo comunicativo podrá asimilar los conceptos más básicos y asociarlos, a través de ejemplos, con el mundo que le rodea. Recomendamos que el estudiante trate de asimilar las ideas expuestas y apropiárselas para ponerlas en práctica en todos los ámbitos de su vida cotidiana.*

Proporcionar una noción única de comunicación es, en apariencia, una tarea sencilla. La palabra “comunicación” es definida por la Real Academia Española simplemente como “acción y efecto de comunicarse”. Quizá, para hacer más comprensible lo que este acto supone, sea preciso remitirnos a la raíz latina del término, el vocablo **communis**: entre sus significados destaca el de “recibido y admitido de todos o de la mayor parte”.

Y es esta idea, la de un todo, una colectividad de participantes sin la cual la comunicación no sería posible, es lo que confiere a este proceso su carácter social. Si desplazamos nuestra atención hacia un ámbito más especializado encontraremos que los autores, sin importar las corrientes a las que pertenezcan ni su momento histórico, parecen coincidir en que se trata de un **proceso dinámico**, en el que necesariamente participan **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. La posibilidad de respuesta por parte de quien recibe el mensaje y que ésta se traduzca en otro mensaje por parte de quien inició el intercambio hace que el proceso se extienda casi ilimitadamente. Pero este hecho obvio no parece tan relevante como la complejidad misma del acto comunicativo.

Antecedentes

Algunas de las primeras investigaciones sobre comunicación, como las desarrolladas por Harold Laswell, Carl Hovland, Kurt Lewin y Paul Lazarsfeld ponían su interés en las **funciones de los medios** de ahí que la corriente que dio origen a estas nociones, se le conozca como **funcionalismo** y anticipaban una respuesta que favoreciera “hacer campaña a favor de los objetivos sociales en la esfera de la política, la guerra, el desarrollo económico, el trabajo y la religión, entre otros campos”.

Hoy sabemos que la comunicación involucra elementos múltiples y factores que hacen imposible predecir una respuesta infalible, que haga que las personas participen en la consecución de los objetivos políticos, sociales y económicos de una nación. Cada vez que un individuo escucha un mensaje que forma parte de un discurso, que a su vez ha sido estructurado en un contexto específico en el que intervienen fuerzas políticas, económicas y sociales múltiples y cambiantes, **tiene la posibilidad de interpretar** de acuerdo con sus creencias, su experiencia, los códigos y sistemas que ha aprendido y una cantidad de elementos que resultan tan extensos como complejos. Para entender la manera en que las vivencias y todo aquello que rodea al individuo actúan para dotar de significación un mensaje, podemos citar a Castro y Moreno: "(...) estamos en la posibilidad de elaborar un mensaje solamente mediante los signos que conocemos, y sólo podemos dar a esos signos el significado que hemos aprendido con respecto a ellos".

• ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

EMISOR : elemento o la instancia en que se crea el mensaje⁶ . Algunos investigadores se refieren a la persona o grupo de personas emisoras como "fuente". El proceso que sigue el emisor para comunicar su idea es el siguiente: **la codifica en un sistema de símbolos mismo que deberá ser compartido y claro por quien lo recibe**. De ahí que al individuo u organización que desarrolla el mensaje también se le denomine "codificador". 7 1.3

MENSAJE: "es una cadena finita de señales producidas, mediante reglas precisas de combinación, a partir de un código dado".⁸ El proceso de su transmisión involucra un **canal**, que es empleado por un emisor que codifica las señales para que éstas lleguen a un receptor quien, a su vez, decodifica la estructura recibida. Para que el mensaje sea efectivo y cumpla con el objetivo de quien lo emite, debe ser "transmitido con un mínimo de errores". La noción de "cadena" es muy importante, pues nos remite a la articulación que los usuarios del lenguaje llevamos a cabo para dar a entender nuestras ideas. Los hablantes, a medida que actúan y transforman su realidad, hacen lo mismo con el lenguaje. Cuando expresamos una idea, creamos un mensaje; para que éste sea comprensible y decodificable, siempre recurrimos a los signos.

Como emisores, nosotros elegimos, conforme a ciertas reglas, los signos que, sabemos, comunican lo que nosotros queremos. Para que el mensaje sea entendido correctamente por nuestro receptor, debe estar ordenado conforme ciertas reglas. No debemos olvidar que los mensajes también pueden contener otra clase de signos que resultan igualmente significativos para la comunidad que los usa: los gráficos, por ejemplo, también contienen significados que varían según el tiempo y el espacio: las personas que están acostumbradas a leer historietas, también conocidos como comics, saben que hay una serie de elementos que complementan las acciones de los protagonistas: los globos en los que se incluyen los diálogos y las onomatopeyas escritas, que sustituyen en la mente del lector a ruidos como los golpes o los rechinidos, contribuyen a que quienes conocen los códigos de estas historias comprendan las ideas de los héroes y villanos y la espectacularidad de sus hazañas. Y con todo, la decodificación de estos productos también lleva un orden: los fanáticos del Capitán América, saben que deben leer de izquierda a derecha, en una secuencia en la que la emoción resulta ascendente. Aunque muchos pueden empezar sus episodios por el final, esa elección restaría sentido al comic. En suma, no podemos prescindir del orden en la estructura de los mensajes.

RECEPTOR: A quien recibe el mensaje, y que también puede fungir como emisor, se le conoce como “receptor”, “destino”, “destinatario” o “enunciario”. Se trata de un individuo que conoce los signos que son estructurados con la finalidad de comunicarle un mensaje. Su papel nunca es pasivo, sino, más bien, creativo en todas las formas: cuando el receptor decodifica también no reproduce la idea inicial del emisor, sino que reelabora el mensaje y añade a éste parte de su experiencia, sus opiniones, su cultura, su situación.

CANAL: El término se refiere al “medio por el cual los mensajes se transmiten a otra persona”. Al hablar de comunicación masiva, entendemos que los canales pueden llegar a un número grande, a veces indeterminado de personas cuyas interpretaciones dependerán de la cultura, el medio socioeconómico, la experiencia y múltiples factores que no son estáticos, sino que conforman el contexto. Los libros, la prensa, el cine, la radio, la televisión, y más recientemente internet, son ejemplos de medios masivos de comunicación. En algunos de ellos es posible observar una transición en la que un medio supera las carencias de otro, de acuerdo con el criterio de una época y la tecnología disponible. Por ejemplo, al cine, presentado a diferentes sociedades en 1896, se le vieron posibilidades de preservar las imágenes de los movimientos de las personas para siempre. Sin embargo, los periodistas notaron que algo le faltaba para que la impresión de realidad fuera completa. Era el sonido. Tuvieron que pasar 31 años para que los personajes en el cine pudieran hablar, pero como esto no bastó al gran público para satisfacer sus demandas, también se comercializaron, en sólo una década, las películas a colores. La televisión fue el siguiente gran paso en la comunicación masiva, superado sólo por internet, tanto en alcance (el número de personas que observan los programas televisivos a través de sitios electrónicos crece, y supera en muchos casos, al de los televidentes), como en integración de medios múltiples (texto, imágenes, animación, sonido y video).

CÓDIGO: Para que la comunicación sea posible, es decir, para que los receptores puedan recibir y comprender un mensaje, es necesario que emisor y receptor tengan un **código en común**, es decir, hablen un mismo idioma, codifiquen las señas o gestos del mismo modo, otorguen significados similares a las palabras de acuerdo al contexto en el que son utilizadas, etc.

CONTEXTO: Puede decirse que es el “marco” en el que se desarrolla la acción comunicativa. Por ejemplo, el contexto cultural puede entenderse como: “(...) el conjunto de las instituciones que enmarcan a un grupo social en un determinado momento y conformado por determinados códigos ideológicos, estéticos, jurídicos, es decir, culturales en general”. Constituye el espacio situacional en el que se inserta ese diálogo o intercambio comunicativo, que se verá afectado de acuerdo al contexto en el que se desarrolle ese mensaje/discurso. Por ejemplo, la instancia comunicativa de un diálogo entre dos compañeros que están jugando un partido de fútbol será diferente al modo en que se comuniquen con un docente en una defensa oral de un trabajo práctico. El contexto cambia, y la instancia comunicativa, también.

FEEDBACK (Retroalimentación): En el contexto de la comunicación, se entiende por retroalimentación la respuesta que transmite un receptor al emisor, basándose en el mensaje recibido que, de manera eficiente, alimenta la conversación. Dentro del proceso de comunicación, la retroalimentación comunicativa es la cualidad que permite mantener la comunicación activa, y que favorece que el emisor cambie o modifique su mensaje en función de las respuestas recibidas.

Respecto al feedback, durante la comunicación los roles del emisor y el receptor se intercambian, ahora el receptor es el que produce y envía la información de retroalimentación, y el emisor quien la recibe. Por tanto, el receptor debe “saber dar feedback”, y el emisor “saber recibirlo”. Por ello, es necesario ejercitar las habilidades implicadas en la recepción y emisión de feedback de forma constructiva durante la comunicación. El resultado del intercambio comunicativo siempre es acrecentador de la información que circula, el mensaje incorpora nuevos contenidos y aumenta cantidad, y en algunos casos, calidad y precisión en los datos obtenidos mediante el proceso de retroalimentación.

• TIPOS DE COMUNICACIÓN

La comunicación sólo es posible en el marco de una comunidad con una serie de códigos compartidos, que se van modificando en la interacción y que permiten transmitir distintos tipos de información. En una primera aproximación, los actos comunicativos pueden ser clasificados según quiénes ocupen los lugares del emisor, receptor y de acuerdo con el ámbito donde se desarrollen

Comunicación intrapersonal: La comunicación intrapersonal es, quizá, una de las ramas comunicativas más vinculadas al conocimiento y uso del lenguaje, pero desde una perspectiva interior. Es decir, se refiere al modo en que los individuos seleccionan y articulan cada uno de los signos del lenguaje, pero no necesariamente para comunicar una idea a otro, sino, también para reflexionar. Los diálogos con uno mismo, en los que uno apela a una voz interior que en algunas ocasiones pregunta y en otras responde acerca del sentido de la vida, o los hechos cotidianos, son ejemplos de la manera en la que hacemos un uso íntimo, intrapersonal, de la comunicación.

Comunicación interpersonal: Como en los casos anteriores, la descripción de la comunicación interpersonal parece un ejercicio fácil cuando, en realidad, presenta sus propias trampas. Aunque nadie puede negar que este proceso se da entre dos o más individuos que intercambian mensajes a través de un canal, el principal problema ha sido delimitar el resultado de tales encuentros a partir de las características de los emisores/receptores, su número y el canal utilizado. El debate se ha enriquecido a últimas fechas, gracias a la inclusión de factores como el rol social, la cultura y el modo en que los participantes construyen sus mensajes a partir del conocimiento que tienen del otro. Los trabajos acerca de la comunicación interpersonal han tratado, por mucho tiempo, la cuestión situacional como la que determina el lenguaje y las actitudes de las personas.

Comunicación masiva: La comunicación orientada a las masas se caracteriza por poner en circulación mensajes para una gran cantidad de receptores cuyo número resulta impreciso. Sólo puede establecerse que se trata de un conglomerado, y la comunicación diseñada a éste se opone por completo a los intercambios mucho más íntimos y cercanos. En este sentido, como apunta McQuail, si en un grupo reducido “todos los miembros se conocen, son conscientes de su pertenencia común, comparten los mismos valores, tienen una estructura de relaciones estable, e interactúan con algún fin”, el concepto masas supone una “colectividad amorfa cuyos miembros no se distinguen entre sí”. Pocos ejemplos resultan tan claros para entender el carácter de la comunicación de masas, que internet. Por años, este medio ha hecho posible que los usuarios intercambien opiniones, datos y sin encontrar la censura que en la prensa escrita, la radio o la televisión era común. Algunos, incluso, pueden construir identidades falsas utilizando seudónimos, alterando los datos personales,

incluyendo fotografías retocadas o, simplemente, tomadas de algún otro sitio. En las notas periodísticas ahora es frecuente que los lectores emitan su opinión y critiquen tanto los acontecimientos descritos, como la postura del periódico y el estilo del reportero. Pero para hacerlo necesitan registrarse y proporcionar una clave.

Comunicación institucional: La comunicación organizacional se ha erigido como una rama que favorece los procesos internos en estructuras empresariales, políticas, sociales, educativas, religiosas o económicas, organizadas y cohesionadas por objetivos comunes las que, a su vez, pueden contener diferentes grupos. Empleando la **comunicación interna** una institución se comunica con las personas que pertenecen a ella, es decir socios, trabajadores, colaboradores, etc.; mientras que para hacerlo con la sociedad de la que forma parte, para comunicar proyectos, actividades, logros u objetivos, utiliza la **comunicación externa**. Es importante decir que las comunicaciones institucionales suelen estar reguladas, tal como sucede con los boletines internos, los expedientes de los juzgados, el orden del día de las reuniones de trabajo, etc.

Actividad

1-Explique por qué puede entenderse a la comunicación como un proceso dinámico y social. Explique y cite ejemplos.

2-Realice el *esquema básico de la comunicación*, indicando cada uno de sus componentes, tal como se los desarrolla en el texto.

3- Mediante un cuadro, desarrolle los tipos de comunicación que menciona el texto y sus características.

4- Luego de leer el texto anterior, comparto con ustedes un texto divertido, *Disputa por señas*, que permite comprender qué sucede cuando hay “ruidos” en la comunicación, algo que suele ser muy común cuando enviamos mensajes por WhatsApp, por ejemplo. Para cerrar la actividad les propongo que en 8 renglones generen una reflexión final con alguna situación que recuerden en la que la comunicación haya sido la protagonista, ya sea porque fue acertada o fallida. Pueden agregar imágenes, dibujos, notas periodísticas, tiras cómicas, etc.

Disputa por señas

Sucedió una vez que los romanos, que no tenían leyes para su gobierno, fueron a pedir las a los griegos, que sí las tenían. Estos respondieron que no las podrían entender puesto que su saber era muy escaso. Pero que si insistían en conocer y usar estas leyes, antes deberían debatir con sus sabios para ver si se las merecían. Los romanos respondieron que aceptaban y firmaron un convenio. Como no entendían sus respectivos lenguajes, se acordó que debatirían por señas y fijaron públicamente un día para la realización.

Los romanos quedaron muy preocupados, porque no eran letrados y tenían el amplio saber de los griegos. Al fin, un ciudadano propuso que eligieran un campesino y que hiciera con las manos las señas que Dios le diese a entender. Buscaron un campesino

muy astuto y lo vistieron con muy ricos paños de gran valor, como si fuera doctor en Filosofía.

Cuando llegó el día acordado, el campesino subió a una alta silla y dijo fanfarronamente: «De hoy en más vengan los griegos con toda su porfía¹». Llegó allí un griego, doctor sobresaliente, y subió a otra silla, ante todo el pueblo reunido. Comenzaron sus señas como se había acordado.

Se levantó el griego, con calma, y mostró sólo un dedo, el índice, y se sentó en su sitio. Se levantó el campesino, bravucón y con malas pulgas, y mostró tres dedos tendidos hacia el griego, el pulgar y otros dos en forma de arpón². Se sentó con soberbia, mirando sus vestiduras. Con serenidad se levantó el griego, tendió la palma llana y se sentó luego plácidamente. Se levantó el campesino, con su tonta fantasía y, con terquedad, mostró el puño cerrado. A todos los de Grecia dijo el sabio: «Los romanos merecen las leyes». Se retiraron todos en armonía y paz.

Preguntaron al griego qué fue lo que habló por señas con el romano. Explicó: «Yo dije que hay un Dios, el romano dijo que era uno en tres personas. Yo dije que todo estaba bajo su voluntad. Respondió que en su poder estábamos y dijo verdad. Cuando vi que entendían y creían en la Trinidad³, comprendí que merecían leyes certeras».

Preguntaron al campesino qué habían debatido: «Me dijo que con un dedo me quebraría el ojo, tuve gran enojo. Le respondí con cólera y con indignación que yo le quebraría los ojos con dos dedos y los dientes con el pulgar. Me dijo, después de esto, que le prestara atención, que me daría tal palmada que los oídos me vibrarían. Y yo le respondí que le daría tal puñetazo que en toda su vida no llegaría a vengarse. Cuando vio la pelea tan desapareja y que yo no le temía, dejó de amenazar».

Por eso dice la sabia vieja: «No hay mala palabra si no es tomada a mal».

Juan Ruiz, Arcipreste De Hita: *Cuentos tradicionales y literarios* (adaptación), Colihue

¹ **porfía**: obstinación, tenacidad, empeño.

² **arpón**: especie de anzuelo grande.

³ **Trinidad**: la religión cristiana cree que hay un único Dios que se manifiesta en tres personas distintas: Dios Padre, Dios Hijo, y Dios Espíritu Santo.
