

## *¿Qué es la comunicación?*

**Lic. Jaile R. Miranda Roque.**

Definir qué se entiende por comunicación, equivale a decir en qué clase de sociedad se quiere vivir, después de varios años de discusiones, los teóricos de la comunicación comprendieron que para su objeto de estudio no cayera en terreno sin dueño y a la vez apropiado por todos debían definir claramente su objeto de estudio: *¿qué es la comunicación?*

La comunicación, a decir de Martín Serrano (1991:11), es una actividad muy antigua toda vez que la aptitud para servirse de la información en la interacción la poseen especies animales que han antecedido al hombre en millones de años.

El término proviene del latín *communis*, significa poner en común y expresa la esencia de un proceso sociocultural básico que se da en diferentes espacios, entre un número diverso de los actores sociales que producen y hacen uso de la información de manera privada o pública sociales, grupales e interpersonales, y que con el desarrollo industrial se ha tecnologizado y diversificado sus soportes.

De otra manera se ha entendido el término, y este no implica la cualidad de intercambio que comprendía la anterior, sino que la reduce a un acto esencialmente trasmisivo, de difusión de información el cual hace referencia a una fuente emisora que influencia a otro mediante la transmisión de señales el cual queda reflejado en el siguiente modelo clásico: EMISOR → Mensaje → RECEPTOR.

Diferentes teóricos de la comunicación e incluso de ciencias afines, como la Psicología, Sociología, Filosofía y otras, han definido, de acuerdo a sus posturas científicas, diferentes elementos en el proceso de comunicación que a su vez concuerdan en disímiles modelos comunicativos. A lo largo de la historia de la comunicología, se ha ido desde lo más simple hasta lo más complejo; pero existen ciertos elementos o factores que no pueden aislarse ya que guardan relación entre sí y son básicos en dicho proceso, estos son:

**Fuente:** Es el lugar de donde emana la información, los datos, el contenido que se enviará, en conclusión: de donde nace el mensaje primario.

**Emisor o codificador:** Es el punto (persona, organización) que elige y selecciona los signos adecuados para transmitir su mensaje; es decir, los codifica para poder enviarlo de manera entendible siempre que se maneje el mismo código entre el emisor y el receptor. No existe un iniciador en el proceso comunicativo, a lo sumo existe una instancia primaria de emisión verbal que se confunde con el que "habló primero"- pero la comunicación debe ser entendida como un proceso dinámico y circular, sin principio ni fin. Podemos iniciar el acto comunicativo preguntando la hora a alguien, pero inevitablemente la comunicación comenzó mucho antes, al ver a la persona, al acercarse prudentemente a la distancia mínima de dos personas desconocidas, al mirar a la persona a los ojos o al insinuar que se quiere hablar. Como se puede ver, la comunicación no se limita al habla o a la escritura: es un complejo proceso interminable de interacción mutua.

**Receptor o decodificador:** Es el punto (persona, organización) al que se destina el mensaje, realiza un proceso inverso al del emisor ya que en él está el descifrar e interpretar lo que el emisor quiere dar a conocer. Existen dos tipos de receptor, el pasivo que es el que sólo recibe el mensaje, y el receptor activo o perceptor ya que es la persona que no sólo recibe el mensaje sino que lo percibe, lo almacena, e incluso da una respuesta, intercambiando los roles. En este caso, donde un receptor o perceptor se transforma en emisor al producir y codificar un nuevo mensaje para ser enviado al ente emisor ahora devenido en receptor es donde se produce el *feed-back* o retroalimentación; y es lo que comúnmente sucede en cualquier comunicación interpersonal.

**Código:** Es el conjunto de reglas propias de cada sistema de signos y símbolos de un lenguaje que el emisor utilizará para transmitir su mensaje, para combinarlos de manera arbitraria y socialmente convenida ya que debe estar codificado de una manera adecuada para que el receptor pueda captarlo. Un ejemplo claro es el código que utilizan los marinos para poder comunicarse; la gramática de algún idioma; los algoritmos en la informática, todo lo que nos rodea son signos codificados.

**Mensaje:** Es el contenido de la información (contenido enviado): el conjunto de ideas, sentimientos, acontecimientos expresados por el emisor y que desea transmitir al

receptor para que sean captados de la manera que desea el emisor. El mensaje es la información debidamente codificada.

**Canal:** Es por donde se transmite la información-comunicación, estableciendo una conexión entre el emisor y el receptor. Mejor conocido como el soporte material o espacial por el que circula el mensaje. Ejemplos: el aire, en el caso de la voz; el hilo telefónico, en el caso de una conversación telefónica.

**Referente:** Realidad que es percibida gracias al mensaje. Comprende todo aquello que es descrito por el mensaje.

**Situación:** Es el tiempo y el lugar en que se realiza el acto comunicativo.

**Interferencia, barrera o ruido:** Cualquier perturbación que sufre la señal en el proceso comunicativo, se puede dar en cualquiera de sus elementos. Son las distorsiones del sonido en la conversación, o la distorsión de la imagen de la televisión, la alteración de la escritura en un viaje, la afonía del hablante, la sordera del oyente, la ortografía defectuosa, la distracción del receptor, el alumno que no atiende aunque esté en silencio. También suele llamarse ruido.

**Retroalimentación o realimentación** (mensaje de retorno): Es la condición necesaria para la interactividad del proceso comunicativo, siempre y cuando se reciba una respuesta (actitud, conducta) sea deseada o no, logrando la interacción entre el emisor y el receptor. Puede ser positiva (cuando fomenta la comunicación) o negativa (cuando se busca cambiar el tema o terminar la comunicación). Si no hay realimentación, entonces sólo hay información más no comunicación.

Todos estos elementos o factores de la comunicación humana a los cuales se hace referencia en Comunicación ([www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org): 2010) tienen una relación simétrica en el proceso comunicativo.

En cambio, el rol social que desempeña la comunicación se vislumbra cada vez más si se tiene en cuenta la capacidad de intercambio y de diálogo que puede estimular la comunicación, entonces las posibilidades de participación de cada ciudadano en su sociedad se hacen reales. Es por ello que la Comunicación Social se entiende como un proceso en el que intervienen dos o más seres o comunidades humanas que comparten experiencia, conocimientos, sentimientos; aunque sea a distancia, a través de medios artificiales. En este intercambio los seres humanos establecen las relaciones

entre sí y pasan de la existencia individual aislada a la existencia social comunitaria (López Viera, 2003: 9).

Solo en el espacio social es donde puede realizarse la comunicación, “esta se enuncia actualmente como un proceso activo de interrelación entre actores, un proceso de interacción social, democrática, basado en el intercambio de ideas, sentimientos y conductas, por el cual los seres humanos comparten experiencias, y hace posible en lo social el reconocimiento de individualidades en un estado total de reciprocidad” (Viacava, 2001:3).

Sin embargo, su definición ha sido muy variada en matices y perspectivas como diversa su complejidad, toda vez que es fenómeno, pero además es proceso y resultado, práctica o conjunto de prácticas, parte esencial de la cultura y la innovación cultural, soporte simbólico y material del intercambio social en su conjunto, ámbito donde se genera, se gana o se pierde el poder, enlace y registro de agentes, agencias y movimientos sociales, herramienta de interlocución, espacio de conflicto, conjunto de imágenes, sonidos y sentidos, lenguaje y lógica de articulación de discursos, dispositivo de la representación, herramienta de control al servicio de unos cuantos y de exclusión de las mayorías de los beneficios del desarrollo, ámbito diferenciador de prácticas sociales, además es espacio profesional, campo académico y objeto de estudio transdisciplinar (Orozco, 1997:28).

Para Luis Ramiro Beltrán la comunicación es el proceso de interacción social democrática basada en el intercambio de signos, por el cual los seres humanos comparten voluntariamente experiencias bajo condiciones libres e igualitarias de acceso, diálogo y participación (López Viera, 2003: 9).

Pero desde la óptica de Yarmila Martínez, se entiende como el proceso de intercambio de información que se inicia con la emisión de un mensaje con una intencionalidad por parte de un actor de la comunicación dirigida a otro (s) actor (es), para generar determinado comportamiento a través de la persuasión, este efecto, provoca una serie de respuestas que constituyen mensajes para el actor inicial y que desencadena una serie de intercambio continuo de mensajes (2007:10).

Como profesión agrupa a un conjunto disímil de prácticas profesionales que van desde el periodismo hasta las relaciones públicas, pasando por la publicidad y la propaganda, la realización audiovisual y además campos como la comunicación organizacional.

Como campo académico a decir de Miége (citado por Alonso y Saladrigas, 2006: 7-8) su identidad se ha caracterizado por el delineamiento de fronteras establecidas en función de los soportes tecnológicos (media) que aseguran la difusión de los bienes simbólicos y del universo poblacional a que se destinan (comunidades -colectividades) y así mismo sitúa dos grandes segmentos: uno, que agrupa los actos de comunicación interpersonal, que según él han sido tradicionalmente objetos de estudio de las ciencias del lenguaje y de las ciencias del comportamiento y de los actos de comunicación grupal, estudiados por las ciencias de la educación o de la administración; el otro, que agrupa los actos de comunicación comunitaria, circunscritos a organizaciones complejas o espacios geográficamente contiguos, cuyo alcance presupone el uso de soportes tecnológicos en un radio de acción reducido y los actos de comunicación pública, mediados por tecnologías de largo alcance y disponibles a todos los miembros de la colectividad abarcados por el radio de audiencia del canal.

Para Marqués de Melo el campo académico de la Comunicación Social se corresponde con el segundo segmento, por tanto incluye los actos de comunicación comunitaria (comunicación organizacional, comunicación corporativa) y los actos de comunicación pública (comunicación masiva, comunicación mercadológica, cibercomunicación), esta idea ya había sido esbozada por Manuel Martín Serrano de manera general, quien aseveraría la necesidad de una teoría de la comunicación que diera cuenta al campo que pertenece la comunicación pública.

Según el profesor e investigador español José Luis Piñuel, la sociedad ha hecho de la comunicación una práctica de la que depende no sólo la organización y rentabilidad de sus niveles de producción, sino también la identidad de su misma reproducción, que hoy día se sostienen ya sea mediante la producción social de la comunicación y los medios o a través de las estrategias sociales de comunicación (1997: 92).

De ahí que en las últimas décadas se ha ido delineando posiciones que plantean la necesidad de enfocar la comunicación desde prácticas sociales, otra mediación que no es precisamente la de los medios. Como elementos esenciales de la práctica social

tenemos la institucionalidad, la sociabilidad, la ritualidad, la participatividad y la tecnicidad que median el proceso comunicativo, lo hacen más diverso, rico y complejo. Ello le permite afirmar que el fortalecimiento de prácticas sociales autónomas y democráticas y especialmente de la comunicación, producto y componente de ellas, es uno de los mayores desafíos que actualmente se enfrenta y a su vez la condición para ir haciendo realidad una utopía sustentada en una libertad comprometida con la justicia y la equidad y en una solidaridad crítica (Barbero citado por Alonso y Saladrigas, 2006: 10).

Teniendo en cuenta las definiciones anteriormente planteadas por estos autores, podríamos decir que la comunicación es el proceso social más importante y consustancial a cualquier forma de relación humana, por lo que no es posible imaginar una sociedad sin comunicación, por tanto, la comunicación debe ser entendida como un proceso a través del cual se gestan y desenvuelven elementos esenciales de la construcción social de la realidad.

Por eso no es extraño observar actualmente como tendencia el hacer un tipo de aproximación global, o al menos, establecer las interrelaciones entre las distintas formas de comunicación. Al respecto, cualquier forma de comunicación se encuentra interrelacionada con otras formas del proceso comunicativo de mayor o menor complejidad. Pensar en cada elemento comunicativo de forma segmentada del resto de las comunicaciones es ignorar la compleja realidad actual, es por ello que si se apuesta por una aproximación global al objeto de estudio, hay que tener en cuenta todas las formas de comunicación de la vida cotidiana.

Así, actualmente se habla de un conjunto de áreas de investigación que se desarrollan de forma autónoma, pero al mismo tiempo con notables interrelaciones mutuas, ellas son entre otras, el proceso simbólico de comunicación; la estructura del sistema comunicativo; los procesos de influencia social por impacto de los medios sobre la audiencia; la producción y el consumo de cultura a través de la comunicación de masas; los usos sociales de la comunicación; las aportaciones del sistema comunicativo al sistema social, la mediación social, y la comunicación en las organizaciones.

El problema de la comunicación y su determinación concreta no resulta fácil, pues es tan complejo como la actividad humana en que se expresa y las relaciones sociales, cumpliendo la función de concretar el trato humano social en la diversidad particular e individual de los sujetos interactuantes. Su importancia y valor social es tal que la relación del hombre consigo mismo sólo se hace objetiva y real para él a través de su relación con otro hombre.

La comunicación es social por su contenido y esencia, e individual por la forma en que se despliega por sujetos individuales. Su carácter social es el carácter general del movimiento total: así como la sociedad misma produce al hombre, así la sociedad es producida por él.

En el proceso de la comunicación se evidencia la universalización del hombre, en la medida que asume y personifica las relaciones sociales y encarna las potencialidades creadoras de su individualidad, por tanto, la comunicación deviene sobre la base de la práctica social, un proceso de conversión recíproca de lo ideal y lo material en lo social, proceso necesario que se determina en el sistema de necesidades, intereses, fines, condiciones y medios de realización de la actividad humana. La solución de muchos de los problemas que se enfrentan hoy requieren de que las personas comprendan y estén motivadas para adoptar o cambiar ciertos comportamientos, para ello, la información y la comunicación son fundamentales para el desarrollo y el cambio social dado que el comportamiento humano es un factor primordial en los resultados sobre los que se pretende el cambio.

## ***Referencias bibliográficas.***

1. Martín Serrano, Manuel: (1991). La epistemología de la comunicación a los cuarenta años de su nacimiento, Revista TELOS No. 22, Madrid.
2. Enciclopedia libre: (2010). Comunicación. Factores de la comunicación humana. Disponible en el URL: <http://www.wikipedia.org>. consultado el 24-06-2010.
3. López Viera, Luis: (2003). Comunicación Social. Editorial Félix Varela, La Habana.
4. Viacava Bizet, Inés: (2001). Comunicación y Extensión, Editorial Félix Varela, Ciudad de la Habana.
5. Orozco Gómez, G.: (1997) La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa. Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario, México.
6. López Viera, Luis: (2003). Comunicación Social. Editorial Félix Varela, La Habana.
7. Martínez Nocado, Yarmila: (2007). Estrategia de comunicación institucional, La Habana. Documento en formato digital.
8. Alonso, M. y Saladrigas, H.: (2006). Teoría de la Comunicación. Una introducción a su estudio. Editorial Pablo de la Torriente, La Habana.
9. Piñuel Raigada, José Luis: (1997). Teoría de la comunicación y gestión de las organizaciones. Editorial Síntesis, Madrid.
10. Alonso, M. y Saladrigas, H.: (2006). Teoría de la Comunicación. Una introducción a su estudio. Editorial Pablo de la Torriente, La Habana.