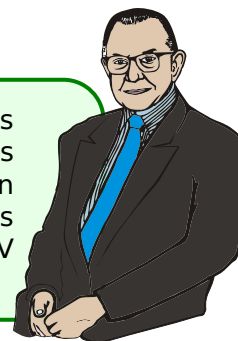


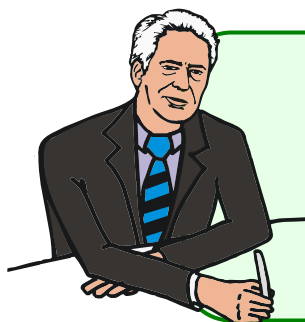
LA COMUNICACIÓN COMO PROCESO SOCIAL



Pienso que la comunicación es un proceso social y humano muy importante y es la herramienta que hace posible las sociedades. No es accidental que las palabras "comunicación" y "comunidad" tengan la misma raíz.



Claro, y recordemos como la humanidad necesitó desde sus orígenes de la comunicación, para acrecentar sus posibilidades en un medio hostil y procurar recursos que le permitieran subsistir en compañía de sus congéneres. Ya Aristóteles nombraba al ser humano como "un animal que habla" (siglo V AC.).



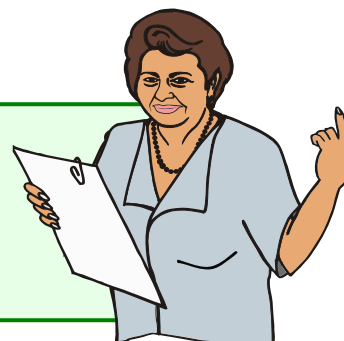
Comunicarse es por lo tanto, la forma principal de la interacción social entre los seres humanos. Pero comunicarse es algo más que relacionarse, es también "informar y significar", transmitir mensajes y a la vez, compartir ideas con un receptor que conserva su derecho de aceptar, rechazar, mantenerse indiferente o pasivo frente a los mensajes que recibe. La comunicación anima y sostiene la vida.

Somos emisores y receptores al mismo tiempo. Somos origen, proceso y resultado de la comunicación, es decir, influimos y somos influidos en y por los demás, por el simple hecho de ser actores de este proceso de transmisión de información y de creación de significados.

Todo es comunicación y no es posible la "no comunicación", ya que hasta el silencio dice mucho. Efectivamente y tomado en sentido amplio, es imposible no

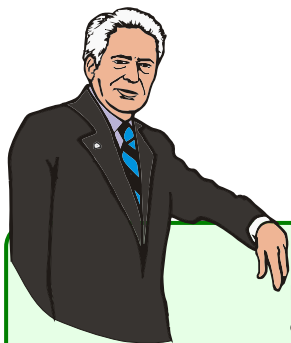
comunicarse, no relacionarse, no interaccionar. Por mucho que lo intentemos, ya sea consciente o inconscientemente, no podemos dejar de comunicar.

La palabra "comunicación" proviene del latín communis (común). Al comunicarnos pretendemos establecer algo en común con alguien o lo que es lo mismo, tratamos de compartir alguna información, idea o actitud.



AXIOMAS DE LA COMUNICACIÓN

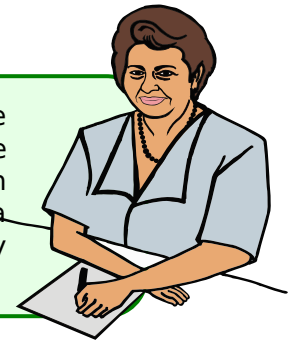
- **Primer axioma:** Lo verdadero no es lo que dice el emisor, sino lo que entiende el receptor. Cada persona oye y ve selectivamente.



Sólo se puede hablar de comunicación, cuando el receptor tiene la oportunidad de expresarse con respecto al mensaje del emisor (feed-back).

- **Segundo axioma:** Cuando el receptor interpreta mal el mensaje del emisor, el responsable es el emisor. La responsabilidad de la comunicación eficaz corresponde al que comunica algo, por lo que éste ha de indagar si el receptor lo ha comprendido correctamente. El emisor no debe entonces, omitir este feed-back.

Todos hemos pasado por la experiencia frustrante de comprobar de pronto que no nos dimos a entender o que nuestro mensaje sufrió una distorsión. Las ideas sólo tienen valor cuando se las sabe expresar con eficacia, por lo que la comunicación es un instrumento de progreso, de mejora y acercamiento entre las personas.



- **Tercer axioma:** Cada comunicación tiene un aspecto de **contenido** y otro de relación, de tal manera que el último condiciona al primero. El aspecto de relación, es decir el nivel emocional del mensaje, es muy importante, por lo que sino se establece un **ambiente armónico** entre los dos interlocutores, se complica la interpretación del contenido objetivo. A los dos niveles de cada comunicación, el **nivel de contenido** y el **nivel de relación**, corresponde un lenguaje particular.

- **Cuarto axioma:** Los factores que nos permiten conectar mejor en ese ir y venir de emisión y recepción se asientan en nuestras propias actitudes positivas, ayudadas por un esfuerzo real de mejorar nuestro modo de comunicar.

- **Quinto axioma:** Al transmitir la información añadimos otros muchos datos relativos a nosotros mismos y esas connotaciones inconscientes, no suelen pasar inadvertidas.

BREVE HISTORIA DE LAS COMUNICACIONES

Tan antigua como el ser humano es la necesidad que éste siente por hacer partícipes a sus semejantes de sus ideas y sentimientos: desde la utilización de signos y monosílabos para expresar sus ideas, ruidos de tambores de los pueblos

etíopes para transmitir mensajes, cantos para avisar de la presencia de búfalos, como lo hacían algunas tribus norteamericanas, hasta los jeroglíficos que decoraban los templos y tumbas del antiguo Egipto.

Las maneras de comunicarse van haciéndose cada vez más complejas. Ese acervo de palabras dejará al ser humano de aquella época un instrumento que afectará profundamente su vivir cotidiano, no sólo en el aspecto de las relaciones, sino en el trato con sus semejantes.



En la **palabra** encontró el ser humano un auxiliar indispensable para su pensamiento y un medio para transmitir sus conocimientos de generación en generación.

Las narraciones transmitidas por tradición oral alcanzaban con el tiempo perfección de forma. Poemas épicos como La Ilíada y La Odisea se mantuvieron vivos en la tradición oral probablemente durante cientos de años, formando un cuerpo de leyendas y tradiciones que logró permanecer, antes de recibir constancia escrita.

Los bardos y juglares sobrevivieron en Europa hasta las postrimerías de la Edad Media y todavía perduran los narradores de historias, en algunos escritores de la sociedad contemporánea.

Con el crecimiento de las naciones y ciudades, el arte de hablar en público encontró aplicación en las reuniones de grupo con fines comerciales, atléticos, representaciones teatrales, conferencias, consejos de Estado, coyunturas bélicas, formaciones militares, etc.

Así tenemos que personajes de gran relevancia histórica han sido frecuentemente maestros de oratoria como Cicerón, Demóstenes, Mussolini, etc.

Los heraldos de la Antigua Grecia convocaban asambleas populares, proclamaron los nombres de competidores y vencedores en los juegos públicos, comunicaban las noticias y anunciaban las mercaderías a la venta. Siglos más tarde, los pregoneros europeos y americanos harían lo mismo, sólo variarían los medios utilizados.

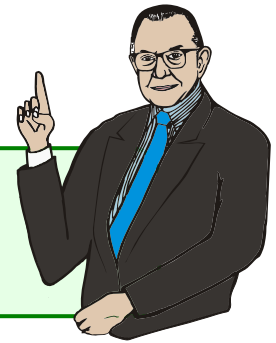
Una vez fijado el lenguaje oral, el siguiente impulso dado a la comunicación fue la invención de la escritura, siendo el dibujo el que condujo al logro de la misma. El ser humano primitivo aprendió a dibujar y con el tiempo tendió a realizar dibujos convencionales que fueron transformándose en pictogramas o símbolos escritos. Esto, convertido en alfabeto, puede apreciarse con toda claridad en el desarrollo de las escrituras jeroglíficas y cuneiformes.



Bueno, y de allí saltamos al mundo de los libros. ¿Pueden creer que hasta antes de la invención de la imprenta los libros se escribían a mano? Pues sí, esta tarea estaba a cargo de los monjes y significó que los libros estaban al alcance sólo de unos pocos.

Pero muy pronto, la multiplicación del conocimiento y el creciente número de lectores creó una alta demanda de libros y papel, los escribanos que se encargaban de copiar los libros no se daban a basto y pronto se concluyó en la necesidad de una forma mecánica para reproducir libros y materiales escritos.

Llegamos entonces a la invención de la imprenta y fue Gutenberg el primer impresor, al menos, el primer impresor conocido.

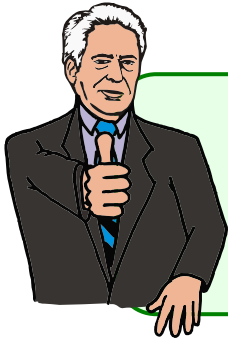


Mucho se ha discutido sobre la verdadera aportación de Gutenberg a la industria de las artes gráficas, aunque de ningún modo se le puede atribuir la invención de la imprenta, cuyos principios eran explotados con anterioridad a sus descubrimientos.

Ya a comienzos del siglo XV se imprimían naipes y estampas con motivos religiosos en el papel o pergamino. Este procedimiento de impresión, la xilografía, era originario de oriente, China o Corea, y entró en Europa a través de Italia.

Tampoco fue mérito de Gutenberg la composición de textos con caracteres móviles, es decir, la fabricación de letras o símbolos individuales. El verdadero mérito de Gutenberg fue el perfeccionar estas técnicas hasta conseguir un procedimiento tipográfico que ha permanecido, sin apenas cambios, hasta los primeros compases del siglo XX, revolucionando dramáticamente el curso de la historia.

La imprenta simplificó la producción de libros, convirtiéndolos en objetos relativamente fáciles de confeccionar y accesibles a una parte considerable de la población. Al mismo tiempo, la alfabetización creció enormemente, en parte como resultado de los esfuerzos renacentistas por extender el conocimiento.



Y ni hablar de los logros alcanzados a finales del siglo XX y lo corrido del XXI, donde la comunicación ha adquirido facetas, lenguajes y medios nunca antes imaginables. Radio, video, televisión, cine, computadores, Internet, medios virtuales, ayudan universalmente a enriquecer el conocimiento acumulado históricamente.

OBJETIVOS DE LA COMUNICACIÓN

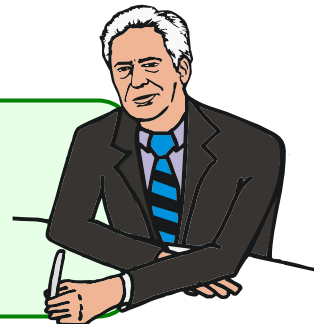


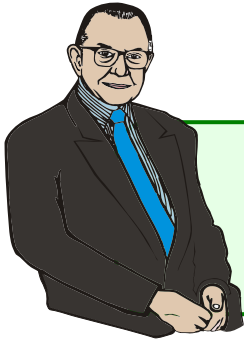
Todos nos comunicamos, de una forma u otra. Es prácticamente imposible sobrevivir en un aislamiento total, sin relación alguna; por ello la comunicación es un elemento básico de la sociedad en general.

La comunicación satisface tres necesidades básicas del ser humano:

- 1. Informar o informarse.**
- 2. Agruparse para conseguir metas comunes.**
- 3. Establecer relaciones interpersonales.**

Cuando nos disponemos a preparar un próximo discurso, intervención, charla etc. es fundamental que reflexionemos, en primer lugar, sobre cuál es nuestro objetivo, es decir, qué queremos conseguir y a quién nos queremos dirigir.





En función de esto deberemos decidir sobre los diferentes aspectos que acabarán configurando nuestra actuación. Quienes se comunican, aspiran a conseguir la satisfacción de las necesidades que les impulsaron a comunicarse.

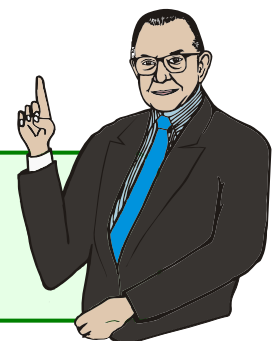
Así pues, antes de pensar lo que queremos decir, hemos de hacernos tres preguntas básicas:

- **¿Por qué me dirijo al público?**
- **¿Qué deseo conseguir?**
- **¿Qué deseo que las personas receptoras hagan o sientan después?**

Los objetivos de la comunicación pueden clasificarse en:

- | | | | | |
|--------------------|---|--------------------|---|-------------------|
| • Informar | - | enseñar | - | adiestrar. |
| • Estimular | - | animar | - | motivar. |
| • Persuadir | - | convencer. | | |
| • Averiguar | - | debatir | - | negociar. |
| • Divertir | - | entretener. | | |

Es normal que existan varios objetivos de tipo general, pero es fundamental que prevalezca uno, concreto y alcanzable, por encima de los demás.



COMPONENTES DE LA COMUNICACIÓN

La comunicación es la ciencia que estudia la transmisión de un mensaje, directa o indirectamente, de un emisor a un receptor, a través de medios personales o masivos, humanos o mecánicos y mediante un sistema de signos convenidos.

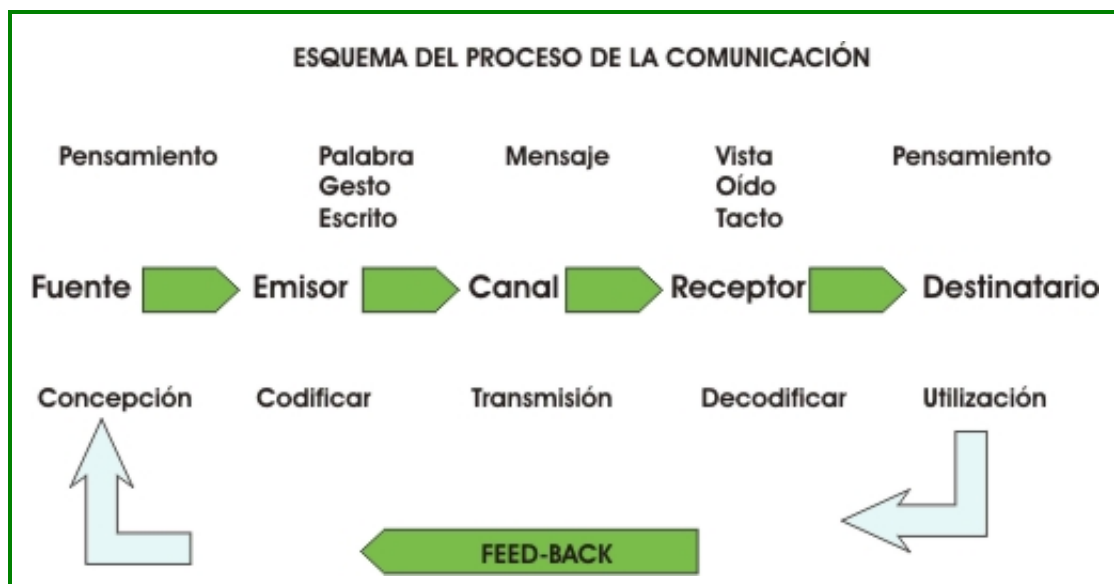
- **Mensaje:** puede definirse como el conjunto de ideas, información, sensaciones, etc., que el emisor transmite al receptor. Todo proceso de comunicación contiene un mensaje verbal y una serie de mensajes no verbales (gestos, modo de entonación, presencia y rasgos físicos) que lo acompañan. Para que tenga éxito, ambos mensajes tienen que ser coherentes, despertar el interés del receptor, ser interesantes y estar adaptados al canal y a las características psicológicas del receptor.
- **Emisor:** es la persona que transmite el mensaje. Decide qué quiere comunicar, analiza los destinatarios, determina sus características, selecciona un código y un canal en función del mensaje y el receptor y, por último, analiza los resultados obtenidos para retroalimentar el proceso.
- **Receptor:** es la persona o personas que reciben el mensaje. Descifra e interpreta el mensaje, adopta una postura respecto a él y emite sus respuestas.
- **Código:** es el conjunto organizado de signos, señales y símbolos socialmente admitido, que sirve para transmitir ideas. Pueden ser palabras, letras, números, etc.
- **Canal:** es el medio a través del cual se transporta el mensaje. Es necesario adaptar el canal a las características del receptor, al contenido del mensaje y a los objetivos del emisor.

- **Respuesta:** es la contestación verbal y no verbal que el receptor da al mensaje. Es el elemento clave para que el emisor evalúe el efecto de su mensaje.

EL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN

El proceso de comunicación incluye el desarrollo de una idea, su codificación y la transmisión de la misma, por parte del emisor. Posteriormente, su recepción, decodificación, aceptación, uso y retroinformación, por parte del receptor.

Este proceso de comunicación puede ser presentado gráficamente como sigue a continuación:



EL CONCEPTO DE CONTEXTO

Todo el proceso comunicativo se realiza dentro de un contexto, que podemos definir como el conjunto de factores y circunstancias en las que se produce el mensaje y que deben ser conocidas tanto por el emisor como por el receptor.

Podemos distinguir distintos tipos de contexto:

- **Contexto situacional:** Circunstancias espaciales y temporales en las que se produce el acto comunicativo.
- **Contexto socio-histórico:** Conocimiento e la época en la que se producen los mensajes.
- **Contexto lingüístico:** Lo dicho antes o después de un enunciado, puede condicionar su interpretación.

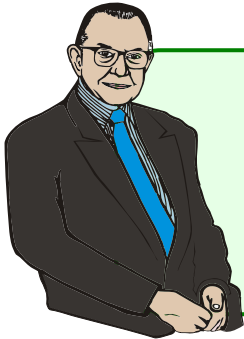
CLASES DE COMUNICACIÓN

Para efectos de este tema de estudio, clasificaremos la comunicación en oral y escrita, catalogándola de la siguiente forma:

- **Comunicación oral:** es el proceso de intercambio de ideas o de información que tiene como soporte el lenguaje oral, siendo las actividades principales hablar y escuchar.
- **Comunicación escrita:** es el proceso de intercambio de información o ideas basadas en el lenguaje escrito, cuyas actividades principales son la lectura y la escritura.

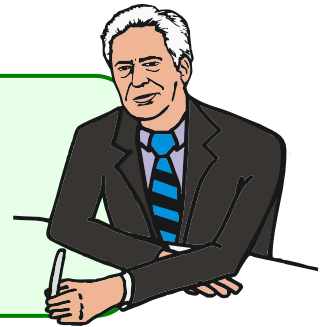
La sociedad actual exige un alto dominio de la comunicación tanto oral como escrita. Todas aquellas personas que no puedan expresarse de una forma clara y coherente y con una mínima corrección, están reduciendo sus expectativas profesionales y sus relaciones personales.

DIFERENCIAS ENTRE LA COMUNICACIÓN ORAL Y LA COMUNICACIÓN ESCRITA



Tal vez la primera de las diferencias que se nos viene a la cabeza cuando nos planteamos este tema, es que la lengua oral es indudablemente más espontánea. No significa eso que no podamos utilizarla de forma más meditada y estructurada, (pensemos en las exposiciones orales, por ejemplo), pero sí que en el uso habitual de la lengua oral la *naturalidad* y la *espontaneidad*, es *predominante*.

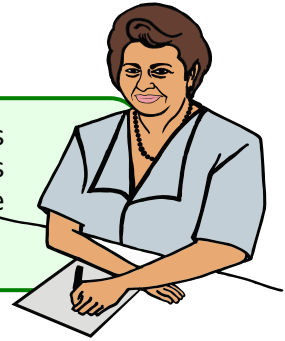
Pero además, en la comunicación oral, emisor y receptor están presentes, por lo que el emisor puede modificar o ampliar la información, e incluso retractarse, si considera o recibe señales de que no está llegando correctamente al receptor.



Además no olvidemos que en las producciones orales hay una selección menos rigurosa y se producen cambios de tema, repeticiones y reiteraciones, datos irrelevantes, etc., que no dificultan la interpretación de los mensajes precisamente por la situación e interacción de los interlocutores.

En la comunicación oral es también frecuente el uso de las palabras “comodín” (cosa, eso, algo), tics, muletillas (o sea, bueno). Tampoco debemos olvidar que en esta forma de comunicación, en la transmisión del mensaje **intervienen elementos no verbales** tales como gestos y tonos de voz, que dan cohesión al mensaje y sirven de conexión entre los participantes del acto comunicativo.

Sin embargo, cuando revisamos algunas de las notas significativas de la comunicación escrita, nos encontramos con que algunas de esas características que apoyan la transmisión del mensaje desaparecen.



Por lo anterior, la comunicación escrita nos exige:

- Puesto que no es espontánea y podemos reflexionar sobre lo que vamos a comunicar: Una mayor elaboración de los mensajes; un mayor cuidado en la selección del contenido del mismo; palabras comodín, muletillas, tics, expresiones coloquiales, por lo general quedan fuera de lo admisible en un texto escrito.
- Al no ser una comunicación inmediata, podemos revisar y corregir (errores ortográficos, de redacción, ideas mal planteadas, etc.).
- Dado que el único soporte es la palabra escrita, acentuación y puntuación se convierten en las herramientas básicas para hacer llegar con precisión lo que se quiere comunicar. Son sus elementos de conexión, además de los propiamente gramaticales.
- En las producciones escritas, la selección y organización de la información tiene que ser más rigurosa, ha de destacarse la información relevante y evitarse digresiones y redundancias.

Lecturas complementarias

[Comunicación en 360 grados](#)

[El arte de la comunicación](#)

[Rumores: comunicación a la velocidad de la luz](#)