

# ¿Qué es exactamente la comunicación?

*Dr. Rutger De Graaf, Universidad de Ámsterdam*

## ¿Qué es comunicación?

**Acto de transmitir información.** La información está conformada por datos que representan **ideas**, **emociones** y **pensamientos**.



La definición más simple: La comunicación es cada acto de transmisión de información.

La información en el sentido más amplio de la palabra: incluyendo pensamientos, ideas y emociones.

Darle a alguien un ramo de flores es comunicar un mensaje determinado. Agregando a ese regalo un elogio verbal, "Eres bonita" es otro acto separado de la comunicación.

Ruborizarse porque usted acaba de recibir flores y un cumplido es también otra forma de comunicación.

Como animales sociales que somos nos comunicamos día a día... con palabras habladas, gestos no verbales, signos y símbolos.

Los medios son herramientas que utilizamos para comunicarnos. Los investigadores sobre comunicación no están de acuerdo sobre lo que significa medio. Pero en general, un medio se considera a la tecnología que se utiliza para para amplificar nuestra comunicación.

Traducido y adaptado por Marco Carlos Avalos

Ejemplos de medios son la televisión, el Internet, la radio, los teléfonos móviles, etcétera. En la definición más amplia, podemos incluir nuestras manos, la voz y los ojos, que todos utilizamos para comunicarnos de alguna manera.

A través de los años los científicos de diferentes disciplinas han estudiado estos medios de comunicación y todas estas diferentes formas que la comunicación puede tomar.

Los resultados de sus estudios han formado la base de la relativamente nueva "ciencia de la comunicación".

Los científicos de la comunicación (y de otras disciplinas) han propuesto teorías. Para tener una idea de los diferentes niveles de comunicación y cómo están conectados a otras disciplinas científicas, podemos mirar a la llamada pirámide de la comunicación.

En el nivel más alto de esta pirámide encontramos a la comunicación social, que es por su propia naturaleza es dirigida a un gran audiencia masiva. Por lo tanto, principalmente historiadores, politólogos y sociólogos estudian esta perspectiva.

Debajo está el nivel de comunicación institucional, que se lleva a cabo por los partidos políticos, organizaciones religiosas, grandes corporaciones y tal.

Luego viene el nivel de comunicación grupal. Los grupos son los públicos que sienten un alto nivel de identificación grupal, por ejemplo, una familia o un club de fans. Tanto la comunicación institucional como la comunicación grupal son parte del campo de estudio de la sociología y la antropología cultural.

Ahora hemos llegado al nivel de comunicación interpersonal, que es básicamente la comunicación entre dos o más personas. Ambos sociólogos y psicólogos estudian este campo.

Finalmente, está el nivel de la comunicación intrapersonal. Esta es la comunicación que tienes contigo misma(o). Con esto queremos decir que dicha comunicación intrapersonal es aquella en la que procesamos información y la internalizamos para dar sentido al mundo alrededor de nosotros.

Y por supuesto, este enfoque se apoya fuertemente en la disciplina de la psicología.

### **Conceptos básicos de la comunicación**

Las diferentes disciplinas científicas que estudian la comunicación se enfocan en diferentes aspectos de ésta. Algunos investigadores quieren comprender cómo funciona la infraestructura de los medios de comunicación, otros se enfocan en la importancia social de los medios o en los efectos políticos de la comunicación y muchas otras perspectivas.

No es de extrañar que la comunicación sea estudiada por tantas personas desde tantos ángulos. Pasamos mucho tiempo de nuestra vida comunicándonos con otros, compartiendo pensamientos, absorbiendo nueva información, dialogando o persuadiendo, porque la comunicación, en pocas palabras, nos permite funcionar como animales sociales, culturales y políticos.

## Concepto de teoría

Tiene sentido que estas diferentes perspectivas hayan dado lugar a un amplio espectro del pensamiento científico sobre el tema de la comunicación. Por ello es que tampoco es de extrañarse que existan diferentes teorías, modelos y conceptos relativos a la comunicación.

Tal vez, por lo tanto un buen punto de partida es comenzar con una breve definición de "teoría", "modelo", y "concepto".

Un concepto es una palabra o conjunto de palabras que representan una idea. Es por supuesto importante definir claramente los conceptos que utilizamos.

Tomemos el concepto de "identidad", por ejemplo. Es fácil imaginar a dos o más diferentes interpretaciones acerca de lo que constituye una identidad. ¿Es cómo uno se percibe a sí mismo? ¿Es como la identidad de uno es percibida por los demás?

A menudo, los científicos se pelean por las definiciones y con razón, porque debe quedar claro de lo que hablamos. Estas discusiones a veces nunca se detienen, y ¿por qué lo harían?

Diferentes personas dan diferentes significados para una palabra y ¿quién puede decir cuál es el significado "bueno" y cuál es el "malo"? ¿Quién cuál es la definición "buena" o "mala"?

A lo sumo podemos hablar de definición preferente o definiciones dominantes de conceptos, pero incluso éstas suelen cambiar con el tiempo y de un contexto a otro.

Para hacer las cosas más difíciles, los científicos, al igual que muchos profesionales, a veces dan cada día un sentido diferente a un concepto.

Por ejemplo, si yo pidiera a una persona al azar, en la calle, la definición de la palabra "texto", la mayoría estará de acuerdo en que un "texto" es un mensaje hecho con algún tipo de letras.

No obstante, para los científicos de la comunicación, un texto es todo aquello que porta la comunicación. Así que una película, una canción, una pintura son todos "textos" dispuestos a ser "leído" por una audiencia.

¿Qué es un concepto? Todos los conceptos son una abstracción, una representación de la realidad en nuestra mente, no la realidad misma. Los conceptos son regularidades percibidas en eventos u objetos, o registros de eventos u objetos designados por una etiqueta (por lo general una palabra).

Ejemplo de eventos u objetos. Concepto de tecnología. Una regularidad del concepto de tecnología es que permite desarrollar el trabajo físico de humanos y animales (Por ejemplo un tren de vapor que transporta mercancía o pasajeros) y el trabajo intelectual de los seres humanos (por ejemplo una calculadora). Es decir, la tecnología tiene como regularidad sustituir o ayudar a realizar trabajo físico e intelectual.

Ejemplo de registro de eventos u objetos. Concepto de debate. En un debate las personas dialogan a través del diálogo para justificar una opinión o postura relacionada con un fenómeno. En el debate, la

regularidad está en que requiere discusión de todas las partes acerca de un fenómeno, utilizando argumentos. Si una sola persona es la que habla, entonces ya no es un debate: es otro evento.

### **Teorías**

Los conceptos juegan un papel importante en todas las teorías. Loas teorías en su definición simple, son aquellas afirmaciones sobre la realidad que tratan de explicar o predecir la relación entre los fenómenos.

Por ejemplo, la teoría de la gravedad predice que si yo deajo caer un bolígrafo, éste caerá al suelo. Llamamos hipótesis a un resultado específico que se predijo, derivado de la teoría,

Cuando visualizamos esta teoría, lo llamamos un modelo. Normalmente las flechas y líneas en estos modelos representan hipótesis. El cuadro de la izquierda en este modelo representa la presunta causa (dejar caer el lápiz). Llamamos a esto variable independiente. El cuadro del extremo derecho es el efecto presumible o variable dependiente.

Si cambiamos nuestro ejemplo y vemos la siguiente teoría: dar un regalo a alguien causa que a ese alguien le gustes más, entonces la variable independiente sería dar el regalo y la variable dependiente es cuanto le gustas o le caes bien a alguien. Es decir que podemos probar o negar nuestras hipótesis y la teoría a la con la cual está relacionada.

En los ejemplos, podemos demostrar que la teoría de la gravedad es cierta dejando caer un bolígrafo o que dar regalos provoca que a alguien le gustes o le caigas bien, verificando si los resultados corresponden con los resultados esperados.

En otras palabras, probamos y mejoramos nuestras teorías hacienda pruebas a través de la investigación.

Esto se hace a través de dos tipos de investigación:

- Investigación primaria: donde recogemos nuestros propios datos.
- Investigación secundaria: Mediante el estudio de los resultados de los demás

En el campo de la comunicación existen varias formas de recopilar datos:

Observación: Se refiere a la simple observación del fenómeno.

Experimentación: Experimentos, donde tratamos de limitar la cantidad de variables que interfieren para que podamos poner a prueba una relación causal entre la variable dependiente e independiente de un fenómeno.

Encuestas: Cuestionarios una muestra de encuestados. Normalmente, los resultados de éstas encuestas se cuantifican.

Entrevistas: Para un análisis más en profundidad de la exploración de las actitudes de una muestra se deben realizar entrevistas cualitativas (en las que el encuestado hable sobre lo que piensa, ve, siente, observa sobre un fenómeno en el cual está inmerso).

Análisis de contenido: Finalmente se estudia el mensaje mismo. Esto se llama análisis de contenido. Puede hacerse sistemáticamente, donde los resultados sean cuantificados después. O puede hacerse de una forma cualitativa.

En la realidad, muchas teorías no pueden ser probadas. Por ejemplo, debido a que no podemos observar la presunta relación entre una variable independiente y una variable dependiente.

La teoría “todo pasa por una razón” puede ser cierta, pero no tenemos métodos para probar esta teoría. A veces, una teoría combina una serie de teorías. Por ejemplo, la Teoría de los Usos y la Gratificación, contiene diversas teorías sobre la realidad:

1. Las personas toman decisiones conscientes con respecto a su uso de los medios de comunicación.
2. Las personas son conscientes de sus necesidades mediáticas.
3. La gente selecciona los medios de comunicación más adecuados para satisfacer sus necesidades.

Estos son sólo algunos elementos de esta teoría, pero el punto es que a pesar de que estas diferentes hipótesis pueden ser probadas y comprobadas de forma independiente, no dejan de ser parte un mismo marco teórico y, por tanto, etiquetadas como la Teoría de los Usos y Gratificación.

Algunas teorías ni siquiera predicen algo, pero sirven como puntos de vista sobre la realidad o para resumir un enfoque. Nos dicen que es importante estudiar más a fondo algunos aspectos de un fenómeno o de la realidad.

Por ejemplo la 'Teoría de los stakeholders' (Teoría de los interesados) nos dice que en cualquier situación, deben estudiarse los interesados en cualquier situación, y ser conscientes de sus diversos intereses y agendas. Por ejemplo, si queremos saber sobre el fenómeno de la educación, debemos estudiar quiénes son los interesados y sus agendas o temas de interés. En el caso de la educación, los interesados pueden ser los sindicatos de maestros, los padres de familia, los políticos, los empresarios, que tienen intereses específicos.

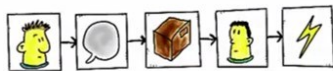
Estas perspectivas son a veces llamadas teoría, pero también usamos la palabra enfoque, ya que no se ajustan realmente a la definición dominante de teoría científica.

Esta definición hace hincapié en que las teorías tienen valor predictivo. Y estos enfoques o enfoques sirven más cristales a través de los cuales ver el fenómeno. Amplifican algunos aspectos de la realidad y guían la investigación.

## Teorías de la comunicación

# Marco de las teorías de la comunicación

### Teorías de los efectos lineales



#### MINIMAL EFFECTS



\*Some kinds of communication, on some kinds of issues, brought to the attention of some kinds of people, under some kinds of conditions, have some kinds of effects - Berelson

Esquema elaborado por el **Dr. Rutger de Graff**  
**Universidad de Amsterdam**

### Teorías de la recepción y significación

model  
FERDINAND DE SAUSSURE, 1857-1913

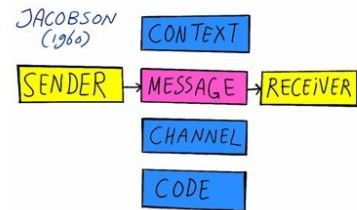


Semiotics tells us that there are two levels of signification: **DENOTATION** and **CONNOTATION**



### Teorías relacionadas con perspectiva social-cultural

La comunicación como un conducto y constructor de nuestro mundo social y cultural.



### Teoría de los efectos lineales de la comunicación

La comunicación es un proceso lineal que comienza con un remitente, crea un mensaje y de alguna manera termina con una audiencia, un receptor.

Lasswell, en 1948, hizo un modelo de esta teoría para comprender el proceso de la comunicación. De acuerdo con Lasswell, se debe considerar:

Quién dijo qué, en qué canal, a quién y con qué efecto.

Desde luego, muchas cosas pueden salir mal en este proceso. Cuando hablo con alguien, puede pasar un vehículo y causar distracción, o bien puede haber un ruido muy fuerte de una máquina y causar ruido. La persona con la cual hablo puede estar pensando en otras cosas, etcétera, que pueden causar una falla para que ocurra una comunicación efectiva. .

Es importante señalar que en esta teoría lineal de la comunicación, ésta ocurre solamente cuando el efecto que se busca es alcanzado: es decir cuando el mensaje es recibido e interpretado correctamente por el receptor.

Traducido y adaptado por Marco Carlos Avalos

Debido a que muchas cosas pueden provocar que un mensaje se interrumpa, Shannon y

Weaver crearon en 1949 un modelo que incluía cinco elementos, entre ellos el modelo de Laswell:

- La persona o personas que crearon el mensaje
- El mensaje mismo
- El canal o medio que se utiliza para enviar el mensaje.
- El receptor
- El efecto
- El ruido

En este modelo podemos ver claramente que el ruido puede provocar una interrupción en la comunicación. El ruido se define como todo aquello que cause una interrupción en el flujo de la información.

Algo importante que debemos resaltar es que en este modelo, se hace énfasis en los efectos: saber si la comunicación causó el efecto deseado.

### **Recepción y significación**

En los sesentas, algunos investigadores de la comunicación objetaron la Teoría de los Efectos Lineales.

Explicaban que las personas dan diferentes significados y sentido a los mensajes que reciben. Cada persona interpreta los mensajes a partir de lo que sabe, de su perfil, sus experiencias, conocimientos, emociones y experiencias. Por tanto no hay comunicación que se interrumpa o que falle pues cada quien da un sentido a los mensajes que recibe a su propia y única manera.

Por mucho tiempo, los científicos han estudiado lo que se llama mensajes polisémicos. Polisemia significa que diferentes personas interpretan un mensaje de una forma diferente.

De acuerdo a estos científicos, la comunicación se basa en un sistema de signos y significaciones. Un signo es todo aquello que comunica algo: una palabra, un gesto, una mirada, una foto, un dibujo, una oración escrita, un jeroglífico. El proceso de dar un sentido a estos signos se llama significación.

Esto implica que, para esta perspectiva teórica, la comunicación no es un proceso lineal, sino un intercambio de sentido. El emisor dota de sentido a un mensaje y el receptor toma un sentido del mensaje. Dado que el receptor toma parte importante del proceso de comunicación, los científicos de la Teoría de los signos y la significación se interesaron más en la recepción del mensaje y reconocieron que la comunicación puede tener diversos resultados válidos.

El siguiente modelo de Roman Jakobson (realizado en 1960) representa la Teoría de los signos y la significación:

Un emisor envía un mensaje a un receptor utilizando un canal. Añade la idea de que un mensaje refiere a algo fuera del mensaje, lo cual denomina el contexto y la forma específica que toma una comunicación,

Traducido y adaptado por Marco Carlos Avalos

por ejemplo una carta hecha a base de palabras escritas, lo cual llama código. La comunicación se presenta, según Jacobson, cuando todos estos elementos se toman en cuenta y se incluyen.

Además, cada acto de Comunicación tiene una función, relativa a alguno de los elementos de este sistema. Por ejemplo, cuando el objetivo primario de un mensaje es comunicar las emociones o actitudes de un emisor, esto se denomina función emotiva. Al enfocarse en el sentido del mensaje, los signos, la significación y la función principal, Jacobson nos dio un modelo de la comunicación que es diferente al del modelo de transmisión o modelo de efectos lineales.