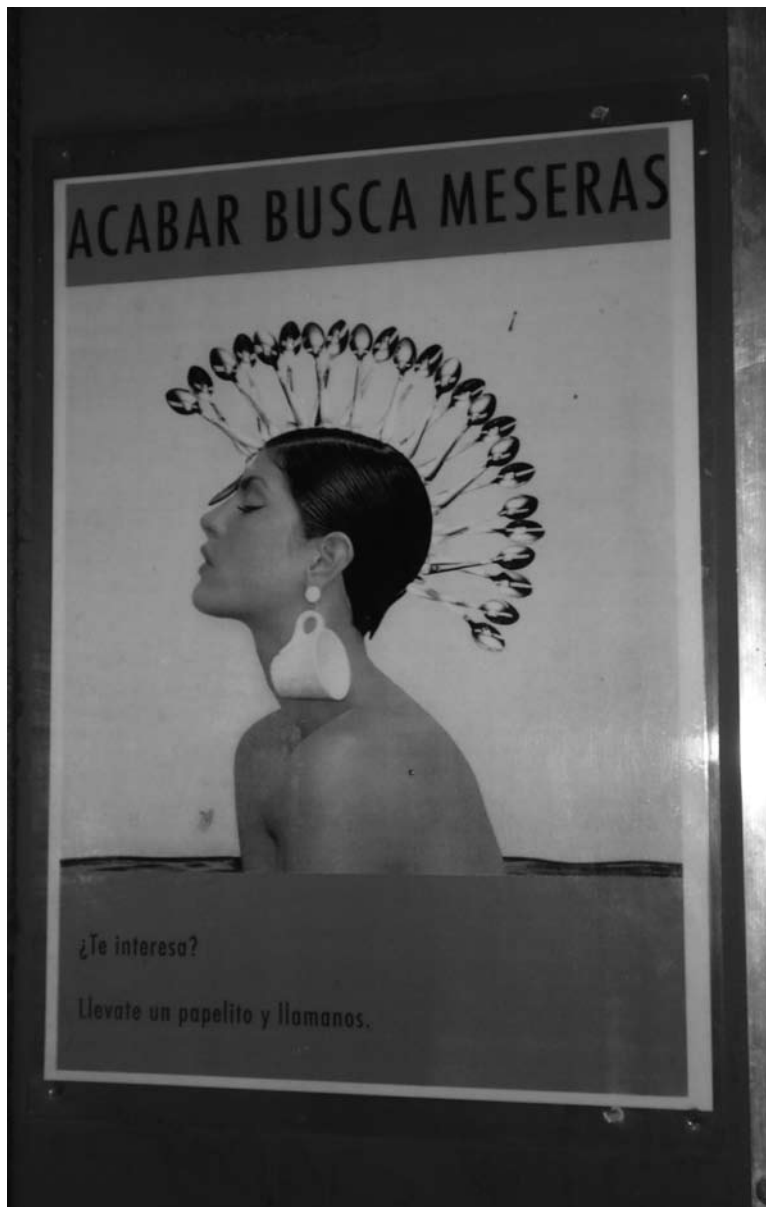


Recuperar la comunicación

Una visión de la comunicación desde su triple dimensión de necesidad humana, fenómeno social y derecho fundamental, útil para no perder el rumbo



CONTENIDO

Introducción

¿QUÉ ES LA COMUNICACIÓN?

Tres dimensiones de la comunicación

Caracteres esencial e instrumental de la comunicación

LA PREGUNTA POR EL OBJETO

¿La comunicación es una ciencia?

La comunicación: ¿objeto de estudio?

¿Qué es "lo social" de la comunicación?

C.S.

Jorge Alberto Velásquez Betancur

Resumen

Es posible hablar de la comunicación como una puesta en escena. Pero afirmar que la comunicación es una puesta en escena no significa encasillar la comunicación como un simple espectáculo. Hay que recuperar el significado de la comunicación, como lo propone este artículo a partir de su análisis desde una triple dimensión: la comunicación como necesidad humana, como fenómeno social y como derecho fundamental.

La pregunta por el objeto es una constante en el amplio universo de la comunicación. Las definiciones, la pregunta por la ciencia, el debate entre ciencia y disciplina, su dimensión epistemológica; lo "social" de la comunicación; los campos de conocimiento, de formación y de estudio; las metodologías de investigación, los paradigmas teóricos y los métodos pedagógicos, son temas cotidianos en el debate conducente a reforzar la idea de que la comunicación debe ser entendida en su universo complejo y no quedarse en una de sus manifestaciones más prosaicas.

Se aborda esa temática no para dar respuestas sino para no perder de vista las coordenadas del significado y sentido de la comunicación, al que se aportan elementos desde la triple dimensión ya señalada.

Este escrito tiene como documento base el elaborado por José Miguel Pereira y Nina Cabra: "La Comunicación Social como campo de conocimiento". ICFES – AFACOM. Bogotá, marzo de 2004. 31 p., realizado con el aporte de las Facultades de Comunicación Social afiliadas a AFACOM en Colombia como insumo para la elaboración del marco de fundamentación conceptual de las pruebas ECAES en los programas de Comunicación Social y Periodismo.

Glosario:

Campo académico: "Por campo académico entendemos bastante más —de hecho otra cosa— que el conjunto de instituciones en las que se estudia la comunicación en el contexto de la educación superior. Incluimos en él la teoría, la investigación, la formación universitaria y la profesión, y centramos el concepto en las prácticas que realizan actores o agentes sociales concretos —sujetos individuales y colectivos como nosotros— con el fin de impulsar proyectos sociales específicos: en este caso, estructuras de conocimiento y pautas de intervención sobre la Comunicación social"¹.

Disciplina: "Una disciplina tiene como función circunscribir un campo de competencias" (Morín). Las disciplinas existen para estructurar, separar, construir.

Epistemología: "estudio de las formas como se estructuran los distintos saberes, a partir de la ciencia, y la manera como éstos se validan y legitiman dentro de una comunidad científica"².

Introducción

La comunicación es una acción cotidiana, quizás la más repetida y habitual de todas las acciones humanas. El día a día de los seres humanos está formado por procesos de comunicación en los que, unas veces, se hace de emisor y otras de receptor.

La condición básica de las acciones comunicativas, del juego comunicativo —si cabe la expresión— o del intercambio de mensajes y percepciones, es que impulsen o logren la transformación propia o la del otro. Como actores de una puesta en escena, emisores y receptores establecen un juego en el que la interpretación es fundamental. Para que sea completa, es decir, para que haya retroalimentación, se requiere que el medio sea adecuado y los códigos sean correctos. Esa puesta en escena precisa, pues, de competencias y habilidades comunicativas para que sea exitosa.

La comunicación ha de entenderse como un proceso de construcción de significados y también de producción de sentido. En un nivel más específico puede hablarse de la comunicación como proceso de producción de efectos de verdad (información), de conocimiento (relación, intercambio) y de sensibilidad (interacción, convivencia). Cada uno de estos procesos debe tener un discurso (oral o escrito), una estructura, un canal, una intencionalidad y una presentación.

Toda comunicación, en el fondo, es política, porque implica una relación con un objetivo común, en un espacio también común.

Hablamos de comunicación como una puesta en escena, no necesariamente premeditada. La comunicación

1 FUENTES NAVARRO, Raúl. "Campo académico de la comunicación..." En: Revista Signo y Pensamiento. No. 31 (1977), p. 47-48.

2 LADRIERE, J. El reto de la racionalidad. La ciencia y la tecnología frente a la cultura. Sígueme. Salamanca, 1978. Citado por: PEREIRA G., José Miguel y CABRA, Nina. La comunicación social como campo de conocimiento. Bogotá. ECAES – ICFES – AFACOM. Marzo de 2004. p. 2.

política, como sucede en el teatro, está influenciada por la dramática y la retórica. Dramática son los actos, las actitudes, los gestos, los movimientos, los impulsos, destinados a producir un efecto en los otros. La retórica es el acto de influir en el pensamiento y la conducta de los otros, son los medios de persuasión para mover a los otros. La persuasión no depende únicamente del lenguaje verbal, del discurso, sino también de los movimientos del cuerpo, de las imágenes y los sonidos. Para la comunicación política siempre es muy importante lo cinético y lo icónico.

Pero afirmar que la comunicación es una puesta en escena no significa encasillar la comunicación como espectáculo. La dramática y la retórica exigen conocimientos, experiencia y habilidades que poco tienen que ver con la "espectacularización" de la comunicación, que da más importancia al parecer que al ser.

Existe, pues, el peligro de que desde la cultura popular se vea la comunicación como un simple espectáculo y que se construya una visión de la comunicación como algo superfluo, banal e insulso, porque, como sostiene Ferrés, "(...) las culturas se van configurando a partir del tipo de instrumentos que convierten en prioritario la típicamente denominada cultura de la imagen", que ha priorizado el desarrollo de "unas maneras específicas de pensar, de hacer y de ser, a partir de las formas de expresión que ha convertido en hegemónicas"³.

Ya es un riesgo que la gente confunda la comunicación, universo amplio y complejo como el que más, con los medios de comunicación. Porque, además, los medios han reducido su papel al de constructores de realidades parciales e interesadas, mezclando a su arbitrio realidad y ficción. A este riesgo se suma un peligro: reducir la comunicación a espectáculo, donde lo que prima es lo banal, superficial y rimbombante.

¿Qué es la comunicación?

"Comunicar no significa intercambiar información entre personas que no comparten los mismos valores e intereses, sino que, sobre todo, implica la aceptación del otro para establecer relaciones sociales que contribuyan al mejor desarrollo de la vida de los seres

humanos. Sin embargo, durante los últimos años, el avance técnico y el incremento de las nuevas tecnologías, si bien redujeron las fronteras y acortaron las distancias físicas, también pusieron en peligro la comunicación, entendida como un componente esencial de las relaciones sociales y políticas". WOLTON, Dominique. Salvemos la comunicación. Barcelona: Gedisa. 2006.

"La comunicación solo puede ser estratégica. De otro modo, comunicar sería una actividad autónoma de la gestión empresarial. Un efecto puramente ornamental en el mejor de los casos, y en el peor, un ruido". COSTA, Joan.

Para abordar el estudio de la comunicación hay que partir de una serie de preguntas obligadas:

¿Qué es la comunicación?

¿Por qué se comunica la gente?

¿Cuáles son los fines de la comunicación?

¿Quiénes son los actores de la comunicación?

Sin embargo, como punto de partida de su ubicación conceptual, la mayoría de las respuestas se quedan cortas porque sólo hacen énfasis en su sentido etimológico y en el origen latino de la palabra:

Communicare. Compartir, intercambiar, poner en común.

Communicatio: participación, participado, hacer partícipe.

La Comunicación en sentido estricto, obedece a un esquema lineal, con dos vertientes:

La tradicional: emisor – mensaje – canal – receptor.
La actual: emisor – canal – mensaje –receptor – contexto – decodificación – respuesta.

La pregunta por el por qué de la comunicación presenta múltiples respuestas, muchas de ellas referidas a su función o funcionalidad. En este sentido, la afirmación más común es que la comunicación responde a una necesidad básica del ser humano como ser social por excelencia. Desde el punto de vista político, se afirma que la comunicación es un derecho fundamental reconocido por los instrumentos jurídicos internacionales y por las constituciones políticas de los estados. Y desde el plano instrumental se reconoce que no necesariamente la comunicación se concreta en la necesidad de persuadir o convencer al otro.

Los fines de la comunicación son, también, variados y tienen que ver desde el desarrollo personal

3 FERRÉS y PRATS, Joan. Educar en una cultura del espectáculo. Barcelona. Paidós, 2000. P. 24.

hasta la participación de las personas en asuntos de interés colectivo o general. De igual manera, se atribuye a la comunicación la función de fortalecer la democracia.

Si se pregunta por los actores de la comunicación, la respuesta al parecer es simple: requiere la intervención o participación de dos personas o más, porque la comunicación es un proceso de interacción social.

Hasta aquí se han puesto sobre la mesa algunos de los elementos más comunes cuando se hace referencia a la comunicación, pero no se ha dicho todavía qué es la comunicación.

La comunicación es la actividad humana más común. Por esta razón, casi siempre se suele dar por sobreentendida. Hay quienes, inclusive, la califican como trivial, sin rasgos de exigencia. Eso es normal. Igual sucede con otros fenómenos inherentes a la condición humana, en cuyo caso se repara más su ausencia que su presencia.

El sello de cotidianidad de la comunicación lo resalta Wolton (2006) con estas palabras: "La comunicación es como la vida. Es levantarse, mirar, hablar, encender la radio, el televisor, el ordenador, leer, hablar por teléfono... La comunicación parece tan natural que, *a priori*, no hay nada que decir sobre ella".⁴

La comunicación humana es natural, abierta y multifacética, pero exigente. Para que haya comunicación es necesario reconocer al otro como igual. Y esto significa un ejercicio mayúsculo de convivencia. Hay verdadera comunicación cuando los interlocutores están en capacidad de renunciar a ser "yo", para convertirse en "nosotros". Esto obliga a releer el sentido de la comunicación con una visión humanista y a rescatar sus valores democráticos.

De las anteriores afirmaciones se desprende una primera característica esencial: la comunicación dota de sentido la existencia humana porque permite al individuo su realización como ser social.

Como comunicación se entiende la construcción y mantenimiento de relaciones sociales autónomas, basadas en el conocimiento, el reconocimiento y la aceptación del otro, encaminadas al bienestar de las personas y a la convivencia, mediante el intercambio de sentidos, valores e intereses. La comunicación es un factor de desarrollo en la medida en la que promueve la autonomía y la libertad, ya que una de sus funciones primarias es el fortalecimiento de la democracia. Los conceptos aludidos: comunicación, desarrollo, autonomía, libertad y democracia no se pueden entender aisladamente.

Hay que tener en cuenta que cuando se habla de comunicación se piensa en información, relación, intercambio, interacción y convivencia; además, se le atribuyen conceptos como persuasión y manipulación, en lo que se podría denominar el "cara y cruz" de la comunicación.

También es importante anotar que hacen parte del universo comunicacional las palabras escritas, los sonidos, los gestos, los datos y las imágenes así como sus ausencias, los que configuran mensajes. De igual manera, los medios utilizados para difundir-transmitir los mensajes son los satélites, las redes, los teléfonos, la televisión, la radio, la prensa, el cine y los computadores, que ponen de presente que la comunicación es una realidad tecnológica y económica, inmersa en una dimensión social, cultural y política.

La comunicación hace referencia a verbos activos como: conocer, reconocer, relacionar, intercambiar, aceptar y establecer. Y encierra

valores sociales como libertad, confianza, pluralismo, respeto a la diversidad, amistad y capacidad de reconciliación.

La comunicación es interacción, entendida ésta como una acción recíproca entre dos agentes o actores, caracterizada por el intercambio. En Física se conocen cuatro interacciones fundamentales (la gravitatoria, la electromagnética, la débil y la fuerte), a las que se deben todos los fenómenos que ocurren en la naturaleza. Si en Física el alcance de las interacciones es infinito, qué no puede decirse de las interacciones sociales, siempre dinámicas, siempre cambiantes,



⁴ WOLTON, Dominique. Salvemos la comunicación. Barcelona: Gedisa. 2006. p. 13

siempre creativas. Esta variedad y diversidad constituye la gran riqueza de la comunicación. A manera de ejemplo pueden citarse como interacciones comunicativas: dialogar, convivir, compartir, intercambiar, participar y la comprensión mutua.

La comunicación tiene dos momentos: el momento del emisor, cuando alguien toma la iniciativa de expresarse, de ponerse en contacto con el otro, en uso legítimo de su autonomía y de su libertad. Pero en esta tarea el individuo no está solo. Necesita de alguien al frente, dispuesto a escucharlo. En consecuencia, hay un segundo momento trascendental que es el de la "construcción de la relación"⁵, el de la respuesta que da comienzo al intercambio, a la interacción. Es lo que los autores convencionales llaman *feedback* y que abre la "perspectiva antropológica y ontológica de la comunicación", en palabras de Wolton.

Tres dimensiones de la comunicación

Dimensión: f. longitud, extensión o volumen. Cada una de las magnitudes de un conjunto que sirve para definir un fenómeno.

Hay múltiples definiciones de comunicación. La transversalidad de lo comunicativo plantea problemas conceptuales debido a su triple dimensión de necesidad humana, fenómeno social y derecho humano fundamental y a su índole o condición multidisciplinaria e interdisciplinaria, lo que hace imposible establecer linderos específicos. Por lo tanto, es un riesgo asumir una definición única.

Para entender la comunicación, hay que empezar por estudiarla en sus dimensiones básicas.

En primer lugar, la comunicación es una necesidad humana. Hombres y mujeres se realizan como personas a través de la interacción con los demás. Gracias a la comunicación, las personas desarrollan empresas (proyectos) comunes y comparten ideas, opiniones, sentimientos, valores e intereses. La comunicación es intrínseca a las actividades humanas (estudiar, trabajar, amar, movilizarse, divertirse), independientemente del género, la edad, la condición social, la ideología o la nacionalidad de las personas.

Tener presente que la comunicación es una necesidad humana plantea una reevaluación de los conceptos en

boga sobre la comunicación y obliga a ver y entender la sociedad y sus procesos de otra manera. Por ejemplo: a no pensar la comunicación en abstracto ni a reducirla a los límites de una organización o un componente tecnológico. Tener presente que la comunicación es una necesidad humana invita a pensar nuevamente en la importancia de las relaciones intersubjetivas como puntos de partida de la convivencia entre personas, grupos y colectividades, espacios en los que se juega su esencia la comunicación. La vida en sociedad es el ámbito natural para el libre desarrollo de la existencia humana y para la realización de las personas. Estas ideas, a su vez, remiten a los aportes que hace la comunicación al desarrollo de los individuos y de los pueblos, en términos de crecimiento, bienestar y progreso.

En este tema de las necesidades humanas es preciso detenerse un momento. La persona es un ser de necesidades múltiples e interdependientes, que sin embargo, como lo afirma Manfred Max-Neef, no son infinitas ni cambiantes según las culturas o los períodos históricos. Lo que cambia es la forma de satisfacer esas necesidades en cada cultura y en cada momento.

Las Ciencias Humanas tienen abundantes criterios para clasificar y desagregar las necesidades humanas. Las clasificaciones más conocidas al respecto son la Pirámide de Maslow y la propuesta por Manfred Max-Neef en su obra "Desarrollo a escala humana".

El psicólogo Abraham Maslow, en su libro "Motivación y personalidad", propuso en los años veinte, a partir del concepto de "jerarquía de necesidades", una clasificación de las necesidades humanas conocida como "la Pirámide de Maslow", según la cual hay una serie de necesidades que corresponden a todos los individuos y que se encuentran dispuestas en forma estructural, de abajo hacia arriba, como en una pirámide, en cuya base se sitúan las más prioritarias y en la cúspide las de menor prioridad.

Estas necesidades son, en orden de prioridad:

Necesidades fisiológicas: son la primera prioridad y se relacionan con la supervivencia del individuo.

Necesidades de seguridad: con cuya satisfacción el individuo busca la creación y mantenimiento de un estado de orden y seguridad.

Necesidades sociales: se relacionan con los afectos y la participación social. Parten de la necesidad de com-

5 Ibid. p. 14

pañía del ser humano y su satisfacción es posterior a las fisiológicas y de seguridad. De éstas hacen parte las de comunicarse con otras personas, la de establecer amistades, la de manifestar y recibir afecto, la de vivir en comunidad, la de pertenecer a grupos sociales y sentirse aceptado dentro de ellos.

Necesidades de reconocimiento: llamadas también necesidades del ego o de la autoestima.

Necesidades de autosuperación: conocidas como las necesidades de autorrealización o autoactualización que son ideales para cada individuo.

"El Desarrollo a escala humana", de Max-Neef, por su parte, ofrece "dos criterios posibles de desagregación de las necesidades: según categorías existenciales y según categorías axiológicas". Las necesidades según categorías existenciales son: ser, tener, hacer y estar. Y las necesidades según categorías axiológicas son: subsistencia, protección, afecto, entendimiento, participación, ocio, creación, identidad y libertad⁶.

Maslow sitúa la comunicación como una necesidad social específica, aunque del análisis de la Pirámide de Maslow resulta subyacente en las otras necesidades sociales y también en las de seguridad, reconocimiento y autosuperación, las que no pueden satisfacerse al margen de la comunicación. Desde el punto de vista de Wolton, "comunicarse es ser, es decir, buscar la propia identidad y la autonomía. También es hacer, es decir, reconocer la importancia del otro, ir hacia él"⁷.

En el caso de Max-Neef, quizás por entender que la comunicación es algo cotidiano, normal y que ya está dada en el contexto de las relaciones sociales, no la señala específicamente como necesidad humana, aunque se establece su papel en los diferentes satisfactores. Como es imposible desconocer que la comunicación es una condición esencial a cada una de las necesidades señaladas, que es un elemento implícito en ellas, estamos en presencia de una "supra necesidad", de una necesidad que las envuelve a las de índole social, independientemente de la categoría a la que correspondan, al tiempo que determina la forma de satisfacerlas.

A esta dimensión de comunicación como necesidad humana corresponde la definición más usual de comunicación como "común-acción" y "hacer común".

6 MAX-NEEF, Manfred. Desarrollo a escala humana. Medellín: Cepaur - Fundación Dag Hammarskjöld. 1996. p.26.

7 WOLTON, Dominique. Op. Cit. p. 14

Ese es el sentido de la palabra comunicar según sus orígenes latinos. Comunicar viene de la voz latina *communicare*, que significa "poner en común".

La puesta en común remite a compartir, que es una interacción por la que los actores construyen una relación de comunidad, una relación que los hace seres convivientes. "Y compartir es hacer partícipe a los otros de lo que se tiene: las ideas, los valores, los saberes, las opiniones, los sentimientos, los hábitos, las expectativas, los propósitos"⁸.

Según Wolton, el sentido de compartir (comulgar en la tradición judeo-cristina) es el más antiguo del término comunicación; corresponde al siglo XIV y está vinculado a la dimensión normativa. El otro sentido del término comunicación, que remite a la idea de transmitir y difundir, le fue dado en el siglo XVI, vinculado al progreso técnico⁹ y a la dimensión funcional.

Como "hacer común", comunicación es hacer en común, construir colectivamente, con la comunidad y para la comunidad, así como reflexionar sobre lo que esto significa en materia de vínculos y compromisos. Ese "hacer común" es tejer lazos con los semejantes.

La comunicación es el alimento de la vida social. Comunicar es construir puntos de encuentro y establecer signos de reconocimiento. "Este conjunto de relaciones comunicativas que se establece entre los individuos es lo que permite la construcción de una comunidad"¹⁰.

"Comunidad es la calidad de común que atañe a los elementos de la colectividad: las ideas, los valores, los sentimientos, las normas, los usos sociales que vinculan-comprometen a sus miembros"¹¹. En el propósito de permitir esta integración, la comunicación es la respuesta a una necesidad humana elemental. En un proceso permanente de mutuo enriquecimiento, la intensificación de las relaciones sociales facilita el desarrollo de la comunicación y viceversa.

El "hacer común" es, también, la consolidación de procesos sociales. La sociedad es el resultado de las relaciones que construyen las personas en virtud de la comunicación, que a su vez promueve la interrelación entre los miembros del grupo social. Mediante

8 VELÁSQUEZ B., Jorge Alberto. Derecho de la Comunicación. General y Especial. Medellín. UPB. 1999. p. 57

9 WOLTON, Dominique. Op. Cit. p. 15

10 VELÁSQUEZ B., Jorge Alberto. Op. Cit. p. 58

11 Idem.

la comunicación los individuos se proyectan a sus semejantes, cumpliendo así con la posibilidad de la autorrealización, y en relación con los demás, la posibilidad de construir comunidad.

El artículo 29 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948 reafirma este concepto cuando expresa que: "Toda persona tiene deberes respecto a la comunidad, puesto que sólo en ella puede desarrollarse libre y plenamente su personalidad".

La comunicación es, así mismo, un fenómeno social que, además, estudia y explica otros fenómenos sociales.

El "hacer común" desde lo social es la creación de productos sociales y culturales, de productos simbólicos y productos útiles socialmente. Aquí se inscriben los procesos de información, con su componente reflexivo (investigación aplicada) y el componente técnico y tecnológico (las Tecnologías de la Información y la Comunicación).

Como fenómeno social, la comunicación incluye la gestión en las comunidades, las organizaciones, las instituciones, las empresas (en términos de emprender, de crear proyectos comunes para un fin social), más la actividad de los medios de comunicación y la masificación lograda por el uso intensivo de las tecnologías de la información y la comunicación. También con dos componentes: la reflexión (investigación con fines de desarrollo) y la aplicación (generación de proyectos sociales, creación de cambio y de proyectos colectivos transformadores de la realidad).

En tercer lugar, la comunicación es un derecho fundamental, universal. La comunicación es un derecho de todos los seres humanos. La comunicación "constituye una expresión clásica de la libertad del ser humano. Este es el punto de encuentro de dos fenómenos sociales y culturales, que se entrelazan y se bifurcan, porque tienen como su mismo origen a la persona en relación con los demás. Esos fenómenos son: la Comunicación y el Derecho.

La evolución social permite, así, que surja en los estados modernos la consagración constitucional del Derecho a la libre expresión de las ideas y a la información, como derecho básico e inalienable, formando con el derecho a la vida y el derecho a la libertad un trípode sobre el que descansa la sociedad

civilizada, lo que da razón y posibilidad de realización a la existencia humana.

La realización y eficacia de los tres derechos señalados: vida, libertad y comunicación, son esenciales a la existencia humana, porque el individuo es un ser en proyección y en continua relación con los demás, dentro de la observancia de claras normas de convivencia y respeto mutuo. La promoción y garantía de estos tres derechos básicos constituye la frontera entre la civilización y la barbarie"¹².

Pese a la importancia y significado social de la comunicación, el origen de los estudios comunicacionales proviene de la urgencia por explicar el crecimiento y la expansión del fenómeno social de la comunicación masiva, es decir, del aporte dado por la tecnología a la comunicación a través de los medios masivos.

Lo que atrajo en un principio el interés de los estudiosos no fue la intersubjetividad sino las nuevas formas de comunicación, su alcance masificador, su mediación. Pero el "hacer común", el "poner en común" y el "actuar en común", van más allá del hecho de transferir información por un medio tecnológico.

El hecho tecnológico de la comunicación debe ser analizado desde su impacto social y su perspectiva ética. Así, se supera la visión técnica e instrumental de la comunicación, para darle la prioridad que merece a la visión humanista y política. Dominique Wolton lo explica a su manera: "Nunca se repetirá suficientemente: detrás de las redes y los satélites, hay personas y sociedades, culturas y civilizaciones. Eso lo cambia todo y explica la importancia y la complejidad de la comunicación, que es bastante más que mercadotecnia o manipulación"¹³.

El "hacer común" está articulado a la construcción de la democracia. No hay democracia al margen de la comunicación, entendida —la democracia— como acción comunicativa con un alto sentido deliberativo. La comunicación propicia espacios que garanticen la construcción de ciudadanía en términos comunicativos. Es propio de las sociedades democráticas la deliberación, el debate, la libertad de expresión, a



12 Ibid. pp. 59 - 60

13 WOLTON, Dominique. Op. Cit. p. 11

lo que se añade que en las sociedades contemporáneas, los asuntos vitales de la comunidad pasan por los medios de comunicación, masivos y alternativos, entendidos como escenarios de encuentro y de debate sobre lo público, aunque no excluye otras posibilidades comunicativas.

Dominique Wolton, por su parte, habla de dos dimensiones de la comunicación, cuando indica que la comunicación es "la mezcla inextricable de dos dimensiones: una normativa y otra funcional"¹⁴. La *normativa* remite al ideal de la comunicación: informar, dialogar, compartir, comprenderse. La *funcional* hace relación al hecho de que en las sociedades modernas las informaciones son vitales para el funcionamiento de las relaciones humanas y sociales, las que son distintas del ideal de la comprensión mutua.

Caracteres esencial e instrumental de la comunicación

Carácter: *rasgo propio de una persona o cosa. Cualidad diferencial de una persona o elemento, que condiciona su conducta o su manera de ser.*

Con base en lo explicado en los párrafos anteriores, se puede afirmar que la comunicación tiene un **carácter esencial** en la sociedad: poner en común. En tal virtud, la comunicación es un "elemento constitutivo y no superestructural de lo social", como dice Pasquali.

La comunicación tiene, en esencia, un contenido humanista por el decisivo papel que juega en las relaciones humanas, familiares, sociales y mundiales (globalización). A decir de Wolton, son los ideales humanistas y los valores democráticos los que han guiado su desarrollo.

La comunicación es un atributo esencial de la sociedad porque se "interactúa socialmente por medio de mensajes". (Luhmann).

"Lo esencial de la comunicación no son las técnicas, los usos o los mercados, sino la capacidad de vincular herramientas cada vez más eficaces a valores democráticos"¹⁵.

14 Ibid. p. 15

15 Ibid. p. 10

La comunicación también tiene un **carácter instrumental**. El carácter instrumental de la comunicación hace referencia a las operaciones técnicas de transmisión y circulación de información. Bajo esta óptica, comunicación es la suma de acciones encaminadas a influir en las opiniones y las conductas de los otros, lo que incluye mensajes, medios y relaciones con los receptores.

Así, fragmentariamente, la ve Vincent Price: "La comunicación es, simplemente, una herramienta tanto para la persuasión como para la recogida de información, potencialmente útil tanto para controlar las opiniones, como para solicitarlas..."¹⁶.

Pereira y Cabra (Op. cit) señalan que hay un nuevo enfoque de la comunicación debido a la influencia de la revolución tecnológica en los objetos de estudio y a los cambios culturales, políticos e históricos que ponen a la comunicación en un juego no siempre simétrico de las comprensiones disciplinares con los acontecimientos sociales, y de los caminos de la investigación con las nuevas exigencias de los mercados o de la política.

"El nuevo enfoque va por el sentido que plantea Martín Barbero: "si las ciencias humanas y sociales han configurado su ideal cognoscitivo en el permanente modificarse de la vida colectiva e individual, es porque ese modo de existencia social es el que se plasma en las modernas formas de comunicación (...) La comunicación se convierte así en el foco de renovación de los modelos de análisis de la acción social y en clave de reformulación de la teoría crítica de la sociedad"¹⁷.

Ahora bien: no se pueden confundir comunicación y medios de comunicación. No es la comunicación la que está en entredicho. La tiranía, de la que tantos se quejan, no es de la comunicación sino de los medios, que abusan de su posición dominante y que saturan. La comunicación necesita ser reivindicada para que cada día gane más espacio en el marco de las relaciones intersubjetivas y colectivas.

La comunicación necesita ser reivindicada para que cada día gane más espacio en el marco de las relaciones intersubjetivas y colectivas.

16 PRICE, Vincent. "Opinión pública, esfera pública y comunicación". Barcelona: Paidós. 1994. p. 120.

17 MARTÍN BARBERO, J. "Mediaciones comunicativas de la cultura". En: La reestructuración de las ciencias sociales en América Latina. Bogotá: Instituto Pensar. Universidad Javeriana. Agosto 2000. p.31.



Teniendo en cuenta que la comunicación humana es diversa y multifacética, se puede concluir que siendo tan antigua como el ser humano, la comunicación ha sido revalorizada como “uno de los hechos culturales más sobresalientes (a partir) de la última mitad del siglo veinte, impulsada por factores tan diversos como la creciente urbanización de las ciudades, los notables avances tecnológicos —especialmente en materia de telecomunicaciones e informática— y por el reconocimiento general de que la comunicación es el hábito que permite la formación de comunidades como organismos vivos y dinámicos. Porque ni los adelantos tecnológicos producen progreso por sí mismos ni basta con poblar los centros urbanos hasta el desborde para hablar de crecimiento. Sólo la comunicación permite dotar de sentido la existencia humana, asimilar el progreso y darles vida a las comunidades en la medida en la que construye tejido social y nutre las relaciones interpersonales y sociales de contenidos éticos y morales”¹⁸.

La pregunta por el objeto

¿La comunicación es una ciencia?

El vocablo ciencia significa conocimiento. El concepto de ciencia se usa, a la vez, para denominar el proceso de obtención de conocimientos científicos y para nombrar todo el sistema de conocimientos comprobados que constituyen una verdad objetiva.

La ciencia, dicen autores como Kédrov y Spirkin, es la forma superior de los conocimientos humanos, que se obtienen mediante métodos cognoscitivos y se reflejan en conceptos exactos, cuya veracidad se demuestra a través de la práctica social. “La ciencia es un sistema de conceptos acerca de los fenómenos y leyes del mundo externo o de la actividad espiritual de los individuos, que permite prever y transformar la realidad en beneficio de la sociedad”¹⁹.

Más allá de la simple definición y como forma superior de los conocimientos humanos, entendemos la ciencia como un conjunto de hechos orientados en un determinado sentido, de hipótesis y teorías elaboradas y de las leyes que constituyen su fundamento, así como de los procedimientos y métodos de investigación.

Siguiendo a estos dos autores, podemos señalar que mientras los conocimientos empíricos se limitan

a “la constancia de los hechos y a su descripción”, “los conocimientos científicos presuponen no solo la constancia y descripción de los hechos sino su explicación e interpretación dentro del conjunto del sistema general de conceptos de determinada ciencia”²⁰. El conocimiento científico pregunta por el cómo y el por qué de los acontecimientos.

Si se tiene en cuenta que el fundamento de los conocimientos científicos radica en una serie de premisas y en unas leyes determinadas que permiten agrupar los conocimientos en un sistema único, hay que reconocer que la comunicación social no es una ciencia, porque no dispone de un sistema propio de leyes y principios teóricos que expliquen los fenómenos pertinentes, ni está en capacidad para prever los acontecimientos futuros relacionados con su objeto de estudio. La comunicación es un conjunto de conocimientos dispersos, muchos de ellos empíricos, que no llega a constituir un sistema único, por cuanto recurre a teorías, procedimientos y métodos de investigación ajenos, propios de algunas ciencias sociales y de otras disciplinas relacionadas. Varios de los tópicos que estudia la comunicación son problemas por los que ya se habían interrogado antes la sociología, la ciencia política y la filosofía política.

“Las particularidades del método dependen de los rasgos específicos de la materia que ha de investigarse, cuyo contenido se refleja, a su vez, en el método”²¹. Tampoco la comunicación tiene un método particular, sino que recurre a métodos de la antropología (la etnografía), la lingüística (análisis del discurso), la sociología (análisis de caso), la filosofía (inducción–deducción), la ciencia política, la estadística y otras ciencias.

La comunicación es un campo del saber complejo y diverso, así como un campo de formación que recurre a modelos y conceptos de las Ciencias Sociales en algunos momentos del proceso formativo y como base para la investigación científica.

Raúl Fuentes Navarro indica que el primero de los retos de la comunicación es reconocer y asumir “que no tenemos, ni hemos tenido, un campo disciplinar propio, sino un dominio de estudio, más o menos común, alrededor del cual se ha conformado nuestro campo sociocultural”. El segundo, “que este dominio ha sido, es y quizás tendrá que seguir siendo, una encrucijada inter y transdisciplinaria, dentro de las

18 VELÁSQUEZ B., Jorge Alberto. Op. Cit. p. 13

19 KÉDROV, M.B. y SPIRKIN, A. La ciencia. México, D.F.: Editorial Grijalbo S.A. 1968. p.7.

20 KÉDROV, M. B y SPIRKIN A. Op. Cit. p. 9

21 Ibid. p.15

ciencias sociales y humanas, lo que hace el reto aún mayor, en la medida en la que exige de cada uno —dependiendo de los objetos más específicos de investigación— el desarrollo de un amplio espectro de capacidades técnicas y metodológicas”²².

La comunicación: ¿objeto de estudio?

La comunicación es un campo académico abierto, dinámico, interdisciplinario y transversal, en el que concurren diversas disciplinas y saberes. El saber tecnológico le compete, pero no lo define.

La práctica social, que es el ámbito que le interesa a la comunicación, es la esfera de aplicación de los conocimientos y constituye, por eso, el objetivo del conocimiento. Se presenta aquí una dualidad: la práctica social es objetivo del conocimiento y objeto de conocimiento de las ciencias sociales. En el caso concreto de la comunicación, más que un objeto en sí misma, la comunicación tiene como objeto de estudio el proceso de comunicación.



Pereira y Cabra dan por aceptada la idea de que “la comunicación no es un objeto, en el sentido académico normal de la palabra, sino un área de estudio multidisciplinaria, de lo que llama Luhmann “el constitutivo esencial de la sociedad”, donde se interactúa socialmente por medio de mensajes”²³.

Fiske se pregunta: ¿se puede aplicar con propiedad el término “objeto de estudio” a algo tan diverso y multifacético como la comunicación humana?”.

Martín Barbero sostiene que “incorporada cada vez más activamente a los procesos sociales, la comunicación es desbordada desde diferentes instancias de la sociedad sin que la investigación académica logre sobreponerse a semejantes presiones”²⁴.

22 FUENTES NAVARRO, Raúl. “Retos disciplinarios y postdisciplinarios para la investigación de la comunicación”. En: Revista Comunicación y Sociedad. No. 31, septiembre-diciembre 1997. CECS, Universidad de Guadalajara, México. Pp. 215-241. Citado por: PEREIRA G., José Miguel y CABRA, Nina. Op. Cit. p.2.

23 PEREIRA G, Miguel Ángel y CABRA, Nina. 2004. p. 2.

24 MARTÍN BARBERO, Jesús. La formación del campo de estudios de Comunicación en Colombia. En: Discurso y Razón. Una historia de las ciencias sociales en Colombia. Bogotá. Tercer Mundo, Uniandes, Fundación Social. Julio de 2000. p. 239. Citado por: PEREIRA G., José Miguel y CABRA, Nina. Op. Cit. p. 4.

Bruno Ollivier aporta claridad al debate cuando señala que “si bien la comunicación se despliega en el universo de lo social, se realiza fundamentalmente en la *relación intersubjetiva*. De ahí que si las ciencias de la comunicación tienen algo que decir, lo hacen dando cuenta de las actividades que permiten, a distintos niveles, tanto en una relación intersubjetiva como en los procesos mediatizados o mediáticos, estar en relación con el otro. (Subrayado fuera del texto).

Por eso, lo propio de la comunicación, según Ollivier, es *constituir procesos* (de comunicación, mediación, industrialización de la cultura, expresión, transmisión de información...) *en objetos de investigación*. Y puesto que se trata de fenómenos sociales, allí se ven implicadas lógicas diversas que intervienen sobre diferentes planos y distintos enfoques, para dar cuenta de la complejidad de situaciones y procesos en juego”²⁵.

¿Qué es lo social de la comunicación?

La comunicación siempre es social. Para la comunicación lo social es su ámbito por naturaleza. La comunicación se realiza, se pone en práctica, en el campo de lo social. Es social por cuanto los estudios de lo comunicacional permiten dar cuenta de los cambios de las sociedades contemporáneas y, en tal sentido, es también cultural y política.

La comunicación tiene un papel fundamental en toda experiencia humana y social. Como campo del saber social la comunicación utiliza los criterios de varias ciencias sociales para la construcción de conocimiento sobre su objeto de estudio (que es, en términos generales, el proceso de comunicación). La comunicación se incorpora cada vez más en los procesos sociales. Existe una relación de lo comunicacional con las acciones sociales, por cuanto la comunicación sirve para articular campos separados y para integrar y relacionar problemáticas con orígenes y enfoques teóricos diferentes.

La comunicación es un proyecto interdisciplinar en construcción, que toma elementos prestados de las ciencias sociales para tratar de explicar fenómenos

25 OLLIVIER, Bruno. Observer la Communication – Naissance d’une interdiscipline. Texto inédito. Próxima publicación CNRS. París, 2000. Citado por: PEREIRA G., José Miguel y CABRA, Nina. La Comunicación Social como campo de conocimiento. Bogotá. ECAES – ICFES – AFACOM. Marzo de 2004. p. 5.

inherentes a los procesos sociales, para lo que se apoya en discursos de ciencias como la lingüística, la semiótica, la sociología, el psicoanálisis. "Sin embargo, ella no consiste simplemente en un agregado de discursos ni en la hegemonía de un solo paradigma sobre los demás"²⁶.

"Las llamadas ciencias de la comunicación son todavía un campo del saber en construcción, a pesar de los años y esfuerzos para constituirse como campo de estudio, afinar sus metodologías de investigación, establecer sus paradigmas teóricos y sus métodos pedagógicos para procesos educativos de nivel superior"²⁷.

"Según el investigador y analista mexicano Raúl Fuentes Navarro, la comunicación debe su impulso históricamente a la necesidad de explicar los fenómenos sociales provocados por el desarrollo de los llamados medios masivos, en cuya evolución la tecnología representa un factor determinante. Dicho proceso ha sido mucho más rápido y extenso que otros avances socioculturales de nuestro siglo"²⁸.

Para Pereira y Cabra, "el estudio de la Comunicación presenta una dificultad que Piaget llamaba "dualidad epistemológica": el sujeto humano interviene como investigador de fenómenos en los que es también actor. De ahí la necesidad de distinguir entre dos planos: uno, el carácter "esencial" de la comunicación, que remite a la acción de "poner en común", la acción de compartir: la interacción por la cual los actores participan en la construcción de un "consaber" que establece entre ellos una relación de comunidad y los identifica como entes convivientes. La comunicación es, entonces, como dice Pasquali "elemento constitutivo y no superestructural de lo social". Y dos, el carácter "instrumental" de la comunicación, determinado por el "poner en común" mediante las operaciones técnicas y tecnológicas de transmisión y circulación de la información y donde comunicar es la acción destinada a influir, a determinar la conducta de los otros, la habilidad para operar sobre mensajes transmitidos, los medios para hacerlo y la situación del receptor, donde se coloca a los sujetos en relación de causalidad"²⁹.

Afirman Pereira y Cabra que desde 1972 en Francia, se ha ido consolidando el proyecto de constitución de las Ciencias de la Información y la Comunicación (SIC: Sciences de l'Information et la Communication). Un proyecto que intenta caracterizarlas como una interdisciplina que tiene por vocación articular fenómenos muy diferentes, reuniendo métodos y herramientas provenientes de diversas disciplinas. (...) Aquí se trata, sobre todo, de abrir las fronteras para articular fenómenos procedentes del encuentro entre disciplinas y de resolver la tensión fundamental existente entre unas disciplinas constituidas y un proyecto interdisciplinar en formación que trata de reorganizar maneras de pensar y analizar³⁰.

"La comunicación se perfila como el espacio desde el cual se puede comprender e interpretar la cultura con una mirada a múltiples niveles (producción, circulación, recepción, usos) y en multiplicidad de perspectivas (social, cultural, política, estética, ideológica, entre otras)"³¹.

Bibliografía

- Facultad de Comunicación Social. Proyecto Educativo de Programa. Medellín. Universidad Pontificia Bolivariana. 2006.
- FUENTES NAVARRO, Raúl. Diseño curricular para las escuelas de Comunicación. México: Trillas. 1991.
- FUENTES NAVARRO, Raúl. "Retos disciplinarios y postdisciplinarios para la investigación de la comunicación". En: Revista Comunicación y Sociedad. No. 31, septiembre-diciembre 1997. México: DECS, Universidad de Guadalajara. pp. 215 -241.
- KEDROV, M.B. y SPIRKIN, A. La Ciencia. México: Editorial Grijalbo S.A. 1968. Versión al español de José M. Bravo. 157 p.
- MARTÍN BARBERO, Jesús. Mediaciones comunicativas de la cultura. En: la reestructuración de las ciencias sociales en América Latina. Bogotá: Instituto Pensar. Universidad Javeriana. Agosto 2000.
- MAX-NEEF, Manfred. Desarrollo a escala humana: una opción para el futuro. Medellín: Cepaur – Fundación Dag Hammarskjöld. 1996. 100 p.
- PEREIRA G., José Miguel y CABRA, Nina. La Comunicación Social como campo de conocimiento. Bogotá: ICFES – AFACOM. Marzo de 2004. 31 p.
- PRICE, Vincent. Opinión pública, esfera pública y comunicación. Barcelona: Paidós. 1994.

26 PEREIRA G., José Miguel y CABRA, Nina. Op. Cit. p.5.

27 PEREIRA G., José Miguel y CABRA, Nina. La comunicación social como campo de conocimiento. ECAES – ICFES – AFACOM. Bogotá, marzo de 2004. P. 2.

28 FUENTES NAVARRO, Raúl. Diseño curricular para las escuelas de Comunicación. Trillas. México, 1991. p. 9. Citado por: PEREIRA G., José Miguel y CABRA, Nina. Op. Cit. P. 3.

29 MARTÍN BARBERO, Jesús. Op. Cit. P. 14

30 PEREIRA G., José Miguel y CABRA, Nina. La Comunicación Social como campo de conocimiento. ECAES – ICFES – AFACOM. Bogotá, marzo de 2004. p. 4.

31 Ibid. p. 7.

VELÁSQUEZ B., Jorge Alberto. Derecho de la Comunicación. General y Especial. Medellín: UPB. 1999. 311 p.

WOLTON, Dominique. Salvemos la comunicación. Barcelona: Gedisa. 2006. 203 p.