

ASPECTOS GENERALES DE LA COMUNICACIÓN

Definición

El término *comunicación* procede de la raíz latina “comunis” que significa “poner en común algo con otro” y la raíz expresa comunión, comunidad, algo que se comparte, se tiene o se vive en común.

Proceso de interacción y de intercambio de mensajes, de naturaleza consciente, inconsciente y variable, ya que en su devenir aparecen diferentes y nuevos motivos con respecto a la acción original.

La comunicación **humana** es un proceso social, es una forma de interacción entre las personas que interactúan de forma comunitaria, grupal, organizacional y social. El concepto de **grupo** es fundamental al abordar dicho proceso.

Surge como una ciencia a principio de los años 30 del pasado siglo. Desde entonces, surgen varios **modelos** conceptuales y de investigación.

La comunicación es una ciencia que posee carácter *sistémico* que comprende distintas etapas: la primera, la idea del mensaje; la segunda, la codificación o cifrado; la tercera, la transmisión del mensaje y los diferentes tipos de canales; la cuarta etapa, la recepción del mensaje; la quinta etapa, la decodificación o descifrado; la sexta etapa, la utilización y la séptima etapa, la retroalimentación.

Modelos

1. Informacional

a. Diferencias entre la comunicación, la información y los datos. Los datos aumentan su utilidad cuando forman parte de la información.

b. Teoría de Lasswell (1948) – análisis informacional del proceso comunicativo **lineal**: Quién, qué, en qué canal, a quién.

a. Modelo de Shanon – Weaver (1949) – introducen elementos que no son proporcionados **intencionalmente** por la fuente de información. Weaver introduce el concepto de **retroalimentación**.

b. W. Schramm (1954 -1964) – el proceso comunicativo no es lineal; es un proceso encadenado. Diseñó varios modelos donde se trabaja la comunicación interpersonal. Éstos se alejan de comunicación general y se dirigen a la colectiva o de masas. Además, incluyó el concepto de

Aspectos generales de la comunicación

"**campo de experiencia**" y aseguraba que mientras mayor sea esta experiencia compartida, más sencilla será la comunicación.

Para él, el proceso es **bidireccional**, el emisor y el receptor van intercaldando sus posiciones en el proceso, no existe un solo mensaje sino, grupos de mensajes emitidos por códigos verbales o no verbales. El más importante de sus modelos es el conocido como "**Tuba de Schramm**": Esta teoría se basa en el proceso en el cual, de una multiplicidad de mensajes el receptor selecciona los que menor esfuerzo le ocasiona percibir su significado, los que más llaman su atención, los que responden a sus necesidades de personalidad y/o los que respetan las normas y valores de su grupo social.

2. Dialéctico

a. Visión de la comunicación como un intercambio dinámico, como un proceso recursivo.

b. Verderber (1975) Communicate! Incluye la noción de **contexto**. Los contextos son los escenarios físicos, sociales, históricos, psicológicos y culturales en los que ocurre la comunicación. La comunicación está en todas partes y se da en muchas las formas, aunque no queramos siempre estamos comunicándonos con todo y con todos.

Funciones

1. Función **informativa** – consiste en la construcción, transmisión y recepción del mensaje. Esta función permite dar y recibir información y actualizar cognitivamente para la construcción del capital intelectual.

2. Función **afectiva** – Es la función que posibilita expresar y percibir vivencias afectivas (emociones, sentimientos, deseos) de carácter consciente e inconsciente, mediante la comunicación verbal y la no verbal. Comprende *lo que se dice* y también *cómo se dice*: las actitudes, las emociones, la motivación, las necesidades.

3. Función **regulativa** – asociada a las normas que ajustan, ponen en orden y regulan la comunicación mediante instrucciones, ordenes, sugerencias que dirigen la conducta hacia determinados propósitos, como por ejemplo: las normas lingüísticas, las leyes de tránsito, el Reglamento de la Universidad de Puerto Rico.

a. reguladora **formal** – responde a una jerarquía u orden organizacional para que la conducta pueda dirigirse y orientarse hacia unos objetivos comunes.

b. reguladora **informal** – controla el comportamiento de las personas y grupos de trabajo en la comunicación informal: envían comunicados para criticar o divulgar un rumor (*chisme*), hacen chistes, usan bromas pesadas.

Aspectos generales de la comunicación

4. Función ética –

La ética está relacionada con el estudio fundamentado de los valores morales que guían el comportamiento humano en la sociedad, mientras que la moral son las costumbres, normas, y convenios establecidos por cada sociedad. La **ética** es un conjunto de conocimientos derivados de la investigación de la conducta humana al tratar de explicar las reglas morales de manera racional, fundamentada, científica y teórica. Es una reflexión sobre la moral.

La **moral** es el conjunto de reglas que se aplican en la vida cotidiana y todos los ciudadanos las utilizan continuamente.

El contenido ético de la comunicación en las relaciones interpersonales se manifiesta en las *percepciones* de los individuos como **objeto** o como **sujeto**

Cuando se percibe al otro como objeto

- Se emplean actitudes y comportamientos **negativos**, tanto verbales como no verbales
- Se menoscaba la dignidad humana
- Se manipule con el propósito de alcanzar un fin (*el fin justifica los medios*)

Cuando se percibe al otro como sujeto

- Se emplean actitudes y comportamientos **positivos**, tanto verbales como no verbales
- Se respetan las ideas, las creencias, los valores¹ y los intereses
- Se respeta la individualidad y las diferencias

Tipos y niveles de comunicación

a. Según el código o signos empleados

- Verbal
 - oral
 - escrita
- No verbal
 - cinética: ademanes, gestos, postura
 - cromática: colores
 - icónica: iconos, símbolos, indicadores
 - proxémica: distancia y movimiento (íntima, personal, social, pública)

¹ Alcance de la significación o importancia de una cosa, acción, palabra o frase.

<http://www.significados.com/etica-y-moral>

Aspectos generales de la comunicación

b. Según el contexto: Conjunto de circunstancias en que se produce el mensaje

- corporativa
- electrónica
- empresarial
- intercultural, multicultural
- interpersonal
- pública

c. Según la dirección en que se comunica:

- Vertical
 - ascendente
 - descendente
- Horizontal

d. Según el flujo de la información

- Interna – fluye en el interior
- Externa – fluye en el exterior

e. Según la extensión y complejidad:

- interpersonal: interacción entre dos participantes
- grupal: dentro de un grupo específico
- masiva: dentro de una gran audiencia

f. Según el tamaño

- microcomunicación
- macrocomunicación
- mesocomunicación

2. Según los niveles de comunicación (Maleztko, 1963)

a. Directa e indirecta

- Directa – se realiza de forma inmediata, sin intermediarios
- Indirecta – los interlocutores están separados por el tiempo o por el espacio

b. Recíproca o unilateral

- Recíproca – ambas partes intercambian los papeles
- Unilateral – No se intercambian los papeles
- Directa y recíproca: se intercambian los papeles

Aspectos generales de la comunicación

- Directa y unilateral: (unidireccional) una conferencia, seminario
- Indirecta y recíproca: comunicación telefónica
- Indirecta y unilateral: comunicación masiva

c. Privada y pública

- Privada: Se dirige exclusivamente a una persona determinada o a un grupo de personas limitado y definido. Hay un grupo de interés (stakeholder)
- Pública: El círculo de receptores no está estrechamente delimitado, el mensaje llega a quien le interese

Otras clasificaciones

Tipos:

Intrapersonal – consigo mismo

Interpersonal: entre dos o más personas

- Grupal: interacción entre dos o más personas
 - Intragrupal: grupo
 - Intergrupal: asociación
 - Institucional: organización
 - Sociedad: global
- Organizacional
 - Simétrica: igualdad, comunicación horizontal
 - Complementaria: diferencias:
 - comunicación ascendente: jerarquía mayor a una inferior
 - comunicación descendente: jerarquía inferior a una mayor
 - diagonal: mismo nivel
 -

La retroalimentación o *feedback*

Es la respuesta, reacción o información de retorno. La función de la retroalimentación es la de asegurar la efectividad del ciclo de comunicación. La habilidad de dar y de recibir retroalimentación debe ser aprendida y desarrollada.

Aborda tanto cualidades como defectos	Se orienta en los defectos
Describe elementos observables	Evalúa y valora a la persona
Es solicitada por el receptor	Es impuesta por el emisor
Intenta motivar y ayudar	Se utiliza para castigar o herir
Ofrece alternativas, deja opciones	Se refuerza el cambio, con pocas opciones
Parte de elementos objetivos	Parte de impresiones subjetivas
Se basa en la escucha y el diálogo	Se basa en un monólogo unidireccional
Se centra en aspectos específicos	Menciona aspectos generales o imprecisos

Aspectos generales de la comunicación

Se orienta en lo positivo	Se orienta en lo negativo
Se transmite de forma directa	Llega indirectamente por otros canales
Solicita opiniones, ideas sugerencias	Se imponen opiniones o ideas
Verifica la comprensión y los acuerdos	Da por hecho que se ha aceptado

Ejemplos negativos de retroalimentación:

Autoritaria: Vete de aquí, no te detengas a mirar

Amenazante: Ya te lo advertí

Categorica: Tienes que cambiar totalmente

Culpabilizadora: Tú eres el causante de las penas más

Desvalorizante: Teatro, lo tuyo es puro teatro

Unidireccional: No me interrumpas

Referencias

Ballenato Prieto, G. (2013). *Comunicación eficaz. Teoría y práctica de la comunicación humana*. Madrid, España: Ediciones Pirámide.

Fiske, J. (1982). *Introduction to Communication Studies*. New York, USA: Metbuen & Co.

Real Academia Española. (2006). *Diccionario esencial de la lengua española*. Madrid, España: Espasa Calpe.