

¿Qué es la comunicación?

La comunicación es la transmisión de información entre dos o más individuos. Todos los seres vivos presentan alguna forma de comunicación, ya sean señales químicas, sonidos o gestos. Sin embargo, la capacidad para transmitir significados complejos a través del lenguaje distingue a la comunicación humana de otras formas de comunicación animal.

Como fenómeno común a todos los seres vivos, la comunicación también es abordada desde las ciencias biológicas. En este caso, se trata de una función fundamental en el desarrollo de la vida en sus diferentes niveles, desde el nivel celular a los niveles de los individuos, las poblaciones y las comunidades biológicas.

El ser humano aprendió a replicar el proceso natural de la comunicación mediante la tecnología: los sistemas informáticos, por ejemplo, se pueden comunicar entre sí de manera automática.

El uso de la tecnología ha llevado a ampliar el concepto de comunicación, incluyendo en él aspectos técnicos. De este modo, por ejemplo, se entiende que por comunicación, además del intercambio de información, la transmisión de datos, la conexión de dispositivos y el control recíproco entre los componentes de un dispositivo.

La comunicación es materia de estudio de numerosas disciplinas, como la lingüística, la antropología, la sociología y la psicología, entre otras.

Características de la comunicación

A grandes rasgos, la comunicación se caracteriza por:

Presencia de un emisor y un receptor. Para que se produzca la comunicación, debe haber alguien que dirija un mensaje a otro. A su vez, si nadie recibe el mensaje, la comunicación no se realiza.

Intercambio de información. En toda comunicación, las partes involucradas dan y reciben conocimientos, experiencias, sentimientos y, en general, algún tipo de significado.

Mediatez. La comunicación puede establecerse de manera directa e inmediata, es decir, cara a cara, o de manera indirecta y diferida, o sea, a través de medios como la carta, el correo electrónico o el mensaje de voz, entre otros.

Retroalimentación. A lo largo del proceso de comunicación, los roles del receptor y del emisor se suelen intercambiar.

Búsqueda de respuesta. Si bien puede tener muy variados propósitos, la comunicación casi siempre tiene el objetivo de provocar una respuesta deseada en el interlocutor o los interlocutores.

Irreversibilidad. Una vez que se ha comunicado algo, no es posible eliminarlo: no hay “vuelta atrás” en la comunicación.

Irrepetibilidad. Un acto comunicativo es único e irrepetible. A pesar de que un mensaje pueda ser dicho más de una vez, las circunstancias en las que se transmite nunca son las mismas.

Importancia de la comunicación

No existe forma de vida que no se comunique de un modo u otro. Se trata, por lo tanto, de un proceso fundamental de la existencia.

Sin comunicación no existirían la sociedad, el conocimiento ni la cultura. En la medida en que permite el intercambio de ideas y el acceso a diversos puntos de vista, la comunicación:

Evita los malentendidos y ayuda a resolver conflictos.

Fomenta la creatividad.

Permite establecer normas de convivencia para organizar la vida social.

Proporciona información que guía a las personas para tomar decisiones.

Transmite las tradiciones y los valores culturales.

La comunicación desempeña un papel central en cualquier organización, ya se trate de una empresa, una institución académica o una agencia gubernamental. Entre otras razones, esto se debe a que la comunicación:

Impulsa el intercambio de conocimientos y la innovación.

Promueve la formación de equipos.

Mejora el rendimiento y el clima de trabajo.

Contribuye a gestionar las crisis a través del diálogo y la aceptación de diferentes opiniones.

Además, gracias a la tecnología se han diseñado mecanismos para amplificar o modular la comunicación, superando grandes distancias espaciales e incluso temporales.

Tipos de comunicación

La comunicación puede clasificarse de acuerdo a los mecanismos que emplea para transmitir el mensaje, en:

Comunicación verbal. Es aquella que se da mediante la palabra, o sea, mediante signos lingüísticos. Puede ser oral o escrita.

Comunicación oral. Es la que se realiza a través de la palabra hablada, ya sea cara a cara o a través de algún medio auditivo, como el teléfono, los mensajes de voz o la radio.

Comunicación escrita. Es la que tiene lugar a través de la palabra escrita y cualquier otro código escrito (por ejemplo, un pictograma). A diferencia de la comunicación oral, que puede ser inmediata (por ejemplo, en una conversación telefónica o cara a cara), la comunicación escrita es siempre diferida en el tiempo y el espacio. Además, es duradera, al contrario de gran parte de la comunicación oral, que es efímera.

Comunicación no verbal. Es aquella que no depende de la palabra para transmitir su mensaje, sino de gestos, movimientos o sonidos. La comunicación de los animales está en esta categoría, así como el llamado "lenguaje corporal" de los seres humanos.

Comunicación bioquímica. Son las formas de comunicación que dependen de la transmisión y recepción de señales químicas, tal y como ocurre dentro de nuestro propio organismo. Obviamente, este tipo de comunicación es también una forma no verbal.

La comunicación también se puede clasificar teniendo en cuenta los participantes o actores involucrados. En este caso, se distingue entre la comunicación interpersonal, grupal o masiva.

Comunicación interpersonal. Es la que se establece entre dos o más personas. Tradicionalmente, las personas se encuentran físicamente próximas, de manera tal que cada participante puede utilizar sus sentidos en el intercambio comunicacional. Implica el uso de formas de comunicación verbales y no verbales.

Comunicación grupal. Es la que se establece dentro de un grupo particular; típicamente, ese grupo es la familia.

Comunicación masiva. Es la que se establece entre un único emisor y un gran número de receptores (una audiencia), empleando para ello una tecnología como canal de comunicación (prensa, radio, internet, etc.).

Elementos de la comunicación

En la comunicación se puede distinguir una serie de elementos o factores. Estos elementos son inherentes al proceso comunicativo, y si falta uno de ellos, la comunicación no se produce.

Los elementos de la comunicación son:

Emisor. Es el que inicia el acto comunicativo, a través de la producción y transmisión de un mensaje. Por ejemplo: un hablante, un locutor de radio o un animal que gruñe.

Receptor o destinatario. Es el que capta el mensaje y es capaz de decodificarlo, comprenderlo, y recomponer así el mensaje. Por ejemplo: alguien que escucha hablar a otra persona de modo directo o a través de la radio, o un animal que percibe el gruñido de otro.

Mensaje. Es la información misma que se transmite, sea del tipo que sea. Por ejemplo: una petición de ayuda, una publicidad radial o una advertencia de un animal a otro de que está traspasando territorio ajeno.

Código. Es el sistema de signos y reglas utilizado para elaborar el mensaje. El lenguaje, oral u escrito, es el principal código utilizado por los seres humanos, pero no es el único. Ejemplos de otros tipos de código son las señales de tránsito, los gestos que expresan significados compartidos o los sonidos musicales.

Canal. El canal de comunicación es el medio físico empleado para transmitir el mensaje. Remite tanto al fenómeno natural (aire, luz, sonido) como al dispositivo tecnológico empleado (papel, radio, televisión).

Contexto. Es la situación o el conjunto de circunstancias en el que se produce la comunicación y que influyen en la producción del mensaje y en su recepción e interpretación. Por ejemplo, según el contexto, un mensaje como “Iré a buscarte” puede ser una promesa o una amenaza.

Funciones de la comunicación

La comunicación tiene diversas funciones. Estas funciones no se excluyen entre sí: por el contrario, frecuentemente se solapan o superponen.

Algunas de ellas son:

Función informativa. Cuando tiene como propósito principal compartir una información más o menos objetiva, esto es, describir un aspecto de la realidad o señalar un elemento del mundo real.

Función formativa. Cuando se propone incidir sobre el receptor con fines pedagógicos o de enseñanza, para transmitir hábitos, ideas o convicciones.

Función persuasiva. Cuando busca convencer al interlocutor de que adopte un punto de vista o que lleve a cabo algún tipo de acciones determinadas.

Función expresiva. Cuando la comunicación está centrada en la transmisión de impresiones subjetivas, sentimientos o emociones.

Función estética. Cuando se busca comunicar un mensaje que provoque un placer estético, como ocurre con la poesía y, en general, el arte.

Función de integración social. Cuando el objetivo primordial de la comunicación es establecer un vínculo con otro u otros individuos.

Barreras de la comunicación

Se denomina barreras de la comunicación a aquellos eventos, condiciones o determinantes que, en lugar de favorecer la realización de la comunicación, la entorpecen o la impiden, saboteando la eficacia de la transmisión del mensaje. Pueden ser de distinto tipo y depender de distintos elementos comunicativos. Por ejemplo:

Barreras del emisor. Le impiden al emisor codificar o transmitir el mensaje de la manera más apropiada, o que dificultan el inicio mismo del acto comunicativo. Por ejemplo: los defectos de habla.

Barreras del receptor. Le impiden al receptor captar correctamente el mensaje emitido. Por ejemplo: desconocimiento o desinterés en el tema del mensaje.

Barreras del canal. Son propias del medio físico a través del cual se transmite el mensaje. Por ejemplo: el ruido ambiental, los cortes o las fallas en una comunicación telefónica.

Comunicación organizacional

La comunicación organizacional, también conocida como comunicación corporativa, es el conjunto de formas de comunicación en los distintos tipos de organizaciones: empresas, instituciones educativas, organizaciones no gubernamentales, etc.

En el marco de una organización, la comunicación es entendida de un modo amplio, no solo como la transmisión de mensajes entre un emisor y un receptor, sino como un proceso complejo de construcción de sentidos, intercambios de experiencias y acuerdos de reglas de trabajo y convivencia.

Se reconocen distintos tipos de comunicación organizacional. Según el ámbito en que se desarrolla, la comunicación organizacional se clasifica en:

Comunicación interna. Es la que se establece entre los miembros de la organización, ya sea de igual o de diferente jerarquía. De acuerdo con el flujo o la dirección de la comunicación, la comunicación interna se clasifica, a su vez, en descendente, ascendente u horizontal.

Comunicación descendente. Es la emitida por los niveles altos hacia el resto de la organización. Forman parte de este tipo de comunicación las instrucciones y órdenes para la ejecución de las tareas. Incluye también la comunicación de la cultura organizacional.

Comunicación ascendente. Es la que fluye desde los niveles bajos de la organización hacia los más altos. Ejemplos de este tipo de comunicación son los proyectos o informes que los empleados envían a sus superiores.

Comunicación horizontal. Es la que se establece entre miembros de igual nivel jerárquico, ya sean de una misma área o de diferentes áreas. Se emplea en las reuniones de trabajo, notas, debates.

Comunicación externa. Es la destinada a las personas que no pertenecen a la organización (clientes, proveedores, competidores, agencias del gobierno, etc.). Atendiendo a su destinatario, se clasifica en:

Comunicación comercial. Incluye la comunicación dirigida a clientes y proveedores, que se articula en campañas publicitarias y estrategias de presentación de productos o servicios.

Comunicación pública. Está orientada a la relación de las organizaciones con los gobiernos y los organismos públicos no estatales. Comprende las presentaciones realizadas para dar cumplimiento a leyes y normativas.

Finalmente, la **comunicación organizacional** también se clasifica, según su registro o grado de formalidad, en:

Comunicación formal. Es la que emite la organización mediante manuales, protocolos, comunicados y también mediante publicidades. Suele elaborarse cuidadosamente.

Comunicación informal. Corresponde a la que se establece en las interacciones cotidianas de los miembros de la organización. Se trata, por lo tanto, de una modalidad de comunicación interna.

Medios de comunicación

En términos generales, los medios de comunicación son los instrumentos o dispositivos tecnológicos utilizados para la comunicación. Dentro de los elementos que intervienen en el proceso comunicativo (emisor, receptor, canal, código, mensaje) constituyen un tipo de canal.

Existen medios de comunicación interpersonal y masiva.

Medios de comunicación interpersonal. Son aquellos que permiten la interacción entre un receptor y uno o más receptores. En la práctica, funcionan como extensiones de la comunicación directa, cara a cara. El teléfono, el correo postal, el correo electrónico y el chat son ejemplos de medios de comunicación interpersonal.

Medios de comunicación masiva. Son aquellos en los que un emisor envía un mensaje a un gran número de receptores. A diferencia de los medios de comunicación interpersonales, la comunicación se realiza típicamente de manera unidireccional,

desde el emisor a los receptores (aunque el surgimiento de internet ha modificado este circuito, haciendo del receptor un sujeto activo). Son ejemplos de medios de comunicación masiva el periódico, el cine, la televisión, etc.

Ciencias de la Comunicación

Se conoce con el nombre de Ciencias de la Comunicación al estudio de los diferentes aspectos de la comunicación humana. Es un área interdisciplinaria en el que confluyen conceptos y teorías provenientes de la sociología, la semiótica, la psicología, la antropología y la lingüística, entre otras disciplinas.

A partir de los aportes recibidos, las Ciencias de la Comunicación construyen sus propias herramientas de análisis del fenómeno comunicativo.

El campo de aplicación de las Ciencias de la Comunicación incluye, entre otras áreas, el periodismo, la comunicación empresarial, la publicidad y el *marketing*, la comunicación institucional y la comunicación política.

Dado que la comunicación está presente en todas las esferas de la actividad humana, en los últimos años los estudios y las prácticas relacionadas con las Ciencias de la Comunicación se han ampliado a numerosos ámbitos, como la medicina, la economía, las fuerzas armadas, internet y la comunicación del conocimiento científico.