

## **COMUNICACIÓN HUMANA**

La comunicación es un aspecto esencial del ser humano en su interacción con la sociedad. Es mediante ella que podemos expresar nuestros pensamientos, emociones, sentimientos y establecer relaciones con otros. Sin embargo, este proceso de interacción no está exento de dificultades, generándose muchas veces distorsiones e interpretaciones diversas de lo que deseamos comunicar.

En este sentido consideramos importante detenerse y revisar algunos modelos que explican este proceso con sus respectivos énfasis y definiciones.

Como tal , el proceso de comunicación puede ser estudiado en diferentes niveles. En un **nivel técnico** se analizan aquellos problemas que surgen en torno a la fidelidad con que la información puede ser transmitida desde el emisor hacia el receptor.

El **nivel de análisis semántico** se preocupa por el contenido de los mensajes, vale decir estudia todo aquello que se refiere al significado del mensaje y su interpretación. Por último, en un **nivel pragmático** se analizan los efectos conductuales de la comunicación, la influencia o efectividad de un mensaje, en tanto da lugar a una conducta.

Los diferentes enfoques de la comunicación humana enfatizarán uno de estos niveles de análisis y definirán desde su propia perspectiva el proceso de comunicación.

En términos generales se pueden distinguir dos tipos de enfoques de la comunicación: los “**enfoques direccionales**” y el “**enfoque Interaccional**”.

### **Enfoques Direccionales:**

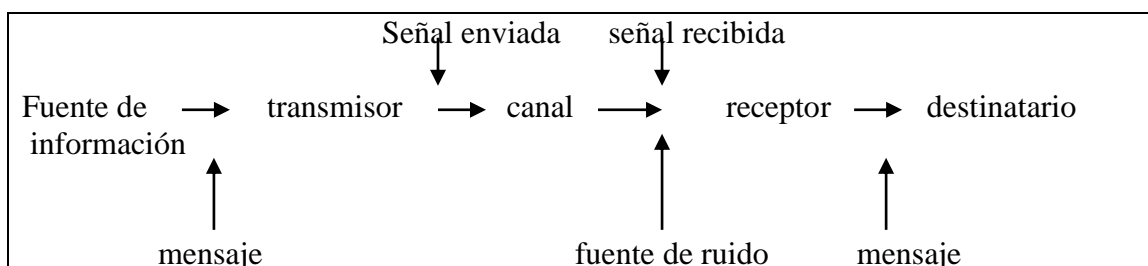
Derivan del modelo clásico de las ciencias exactas y de la física Newtoniana. Se denominan direccionales en tanto consideran la comunicación como una cadena de eventos temporalmente ordenados que comienza en el emisor y termina en el receptor. Existe en ellos la idea subyacente de causalidad lineal y unidireccional ( “A” causa a “B”, “B” causa a “C” y así sucesivamente). Las reacciones del receptor actúan como una variable dependiente del comportamiento inicial e intencional del emisor. El énfasis de estos enfoques está puesto en el objeto de la comunicación por sobre sus interrelaciones o el contexto en que ésta ocurre. La teoría matemática de la información de Shannon y Weiner y el modelo de David Berlo son ejemplos de este tipo de enfoque.

**TEORÍA MATEMÁTICA DE LA INFORMACIÓN: C Shannon y N. Weiner (1949).**

Este modelo tiene su origen en la acelerada difusión y especialización de los medios de comunicación, es el primer modelo de comunicación que se desarrolla y pone su énfasis en el **nivel técnico**. Le interesa aquello relacionado con la capacidad y fidelidad para transmitir información.

El concepto de comunicación en esta teoría es amplio. Se consideran todas las formas que el hombre utiliza para transmitir sus ideas (la palabra hablada o transmitida, (teléfono, radio, telégrafo etc.) gestos, imágenes, movimientos etc.)

Este modelo puede representarse de la siguiente manera:



La fuente de información selecciona el mensaje deseado de un conjunto de mensajes posibles. El transmisor transforma o codifica esta información en una apropiada para el canal, esto es, el medio por el cual las señales son transmitidas al punto de recepción. La señal es el mensaje codificado por el transmisor, la fuente de ruido es el conjunto de distorsiones o adiciones no deseadas por la fuente de información que afectan a la señal. Por último, el receptor decodifica la señal transmitida en el mensaje original haciéndolo llegar a su destino.

En este modelo el concepto de información se define como el grado de libertad de una fuente para seleccionar un mensaje determinado, de un conjunto de posibles mensajes.

La fidelidad del sistema de comunicación tiene relación con que la señal llegue desde un punto de la red a otro sin modificación.

El ruido distorsiona el mensaje, produciendo mayor incertidumbre y menor información, disminuyendo la fidelidad del sistema.

Una forma de contrarrestar el ruido es la comunicación redundante, vale decir la repetición de una señal, para ello el emisor debe expresar de diferentes maneras su mensaje.

En términos generales, esta teoría trata de la cantidad de información que es transmitida por la fuente al receptor, al enviar un mensaje, sin considerar el significado o propósito de dicho mensaje.

### **MODELO DE COMUNICACIÓN HUMANA DE DAVID BERLO:**

Este modelo se desarrolla en la década de los sesenta y es la primera aproximación al proceso de comunicación humana. Su objetivo apunta a convertir al hombre en un agente efectivo, capaz de influir en otros y de alterar el medio.

Según Berlo, toda comunicación tiene por objeto producir una determinada respuesta en una persona. Para que exista comunicación es necesario:

- Tener un propósito (sea consumatorio o instrumental) y emitir un mensaje que sea recibido por un receptor (sea intencional o no intencional).

Entonces de acuerdo con este modelo, la Comunicación constituye un proceso en el cual sus elementos se interrelacionan en forma dinámica y por ello son mutuamente influyentes.

En este proceso se pueden distinguir los siguientes componentes:

1. Fuente de comunicación: persona o grupos de personas con un objetivo para comunicar.
2. Encodificador: encargado de tomar las ideas de la fuente y disponerlas en un código.
3. Mensaje: propósito de la fuente, expresado de alguna manera.
4. Canal: conducto por donde se trasmite el mensaje.
5. Decodificador: quién traduce el mensaje y le da una forma usable por el receptor.
6. Receptor: persona o grupo de personas en el otro extremo del canal. Corresponden al objetivo de la comunicación.

La fidelidad de la comunicación, como el grado en que el comunicador logra afectar o influir al receptor según su propósito, dependerá del éxito en aislar el ruido. Entre los factores que influyen en la efectividad de la comunicación, se encuentran las habilidades comunicacionales, las actitudes hacia sí mismo, hacia el tema y hacia al otro, el nivel de conocimiento que posee la fuente respecto del tema, del proceso de comunicación y del sistema socio cultural.

Con respecto al mensaje es importante considerar: el tipo de códigos o conjunto de símbolos que serán empleados, el contenido y el tratamiento que se le da al mensaje. Por último, en el canal influye: su disponibilidad, adaptabilidad y adecuación al mensaje que se quiere enviar.

Berlo analiza el proceso de la comunicación desde una perspectiva conductista y como se aprecia en el siguiente cuadro, lo considera análogo al proceso de aprendizaje.

<i>organismo</i>	<i>estímulo</i>	<i>percepción</i>	<i>interpretación</i>	<i>respuesta</i>	<i>consecuencia</i>
<i>canal</i>	<i>mensaje</i>	<i>decodificador</i>	<i>Receptor/fuente</i>	<i>encodificador</i>	<i>retroalimentación</i>

En consecuencia, pueden desprenderse ciertas leyes, también análogas a las del aprendizaje, que aumentan la eficacia de la comunicación:

- Frecuencia del mensaje: mientras mayor sea la frecuencia, más se fortalecerá la relación mensaje – respuesta.
- Aislamiento del mensaje: la fuente debe aislar su mensaje y receptor, de otras relaciones mensaje – receptor, que compitan.
- Nivel de recompensa: la relación mensaje – respuesta se fortalecerá mientras mayor sea la recompensa recibida por el receptor, como consecuencia de su respuesta.
- Demora de la recompensa: la respuesta al mensaje se fortalecerá, mientras más inmediata sea la recompensa.
- Esfuerzo de la respuesta: la respuesta se fortalecerá, mientras menor sea la cantidad de esfuerzo requerida.

La recompensa es el elemento esencial de la efectividad de la comunicación y debe ser definida en el contexto del receptor que está dando la respuesta, ya que lo que recompensante para uno, puede no serlo para otro. Según Berlo, un deseo básico del ser humano es “reducir la incertidumbre”, imponer una estructura al mundo y procurar que ésta sea consistente. Por lo tanto, la reducción de la incertidumbre posee un importante efecto recompensante.

El objetivo de la comunicación es la influencia mutua entre las personas, de ahí que “interacción empática” sea fundamental, pues la interdependencia mutua de fuente y receptor, es crucial para producir el efecto deseado. Por el contrario, cuando existen ambigüedades o conflictos entre las expectativas de la fuente y receptor, el proceso de comunicación se ve interrumpido.

Berlo propone cierta circularidad entre fuente y receptor a través del uso del concepto de retroalimentación. Por retroalimentación se entiende la “re – entrada del mensaje al sistema”. A través de la retroalimentación, la fuente puede corregir errores, establecer una relación mutua con el receptor y ejercer cierto control sobre los futuros mensajes que emitirá, aumentando la probabilidad de establecer una comunicación eficaz. El uso del concepto de retroalimentación representa un avance hacia lo que se desarrollará como modelo interaccional de la comunicación.

## ENFOQUE INTERACCIONAL DE LA COMUNICACIÓN

La comunicación es un proceso interactivo, social, permanente, que integra múltiples modos de comportamiento: la palabra, el gesto, el espacio interpersonal y que ocurre en un contexto determinado: **enfoque interaccional de la comunicación.**

Desde este enfoque se entiende por comunicación “a todo proceso por medio del cual las personas se influyen recíprocamente”. (Bateson) Por lo tanto a este modelo le interesa:

- La interrelación entre los comunicantes
- Los efectos inevitables del comportamiento de un agente sobre los demás
- Las reacciones de éstos frente a aquel comportamiento
- El contexto en que el intercambio tiene lugar.

El enfoque interaccional se ocupa de la pragmática de la comunicación, esto es, de los efectos de la comunicación sobre el comportamiento.

En este sentido

1. Todas las acciones y sucesos adquieren un valor de mensaje cuando se dan en un contexto interaccional.
2. Toda conducta es comunicación. Esto quiere decir que incluso podemos desear e intentar no comunicarnos, pero inevitablemente lo hacemos. Por lo tanto, es importante tener presente que la comunicación tiene lugar siempre, aún cuando no sea intencional, consciente y eficaz.

El enfoque interaccional fue desarrollado por Gregory Bateson (1904 – 1980) y por el grupo de investigadores del Mental Research Institute, fundado por Don Jackson (1958) junto a otros colaboradores como Paul Watzlawick.

Este enfoque definió **cinco axiomas de la comunicación**, que exponemos a continuación:

**Primer axioma:** “Es imposible no comunicar”.

Toda conducta es comunicación. Palabras o silencios tienen siempre valor de mensaje que influye sobre los demás, quienes a su vez no pueden dejar de responder y por ello también comunican. Dentro del contexto en que ocurre la conducta, se le atribuye significación a los mensajes.

**Segundo axioma:** “Toda comunicación tiene un aspecto de contenido y un aspecto relacional, tales que el segundo califica al primero y es por ende una metacomunicación.”

La comunicación no sólo transmite información, sino que al mismo tiempo impone conductas.

Un aspecto de la comunicación es el contenido que transmite información, otro aspecto es el relacional que se refiere a que tipo de mensaje debe entenderse que es, o dicho de otro modo, como debe entenderse dicha comunicación. A este nivel se le denomina metacomunicación o comunicación acerca de la comunicación. Se le llama nivel de relación porque define la relación entre los participantes: ”Esta es una orden” o “solo estoy bromeando” constituyen ejemplos verbales de esa comunicación acerca de una comunicación. La relación también puede expresarse en forma no verbal y puede entenderse claramente a partir del contexto en el que la comunicación tiene lugar.

Así entonces, como es imposible no comunicar, tampoco es posible no meta comunicar puesto que la metacomunicación constituye en sí una comunicación.

La capacidad de meta comunicarse en forma adecuada, ya sea en forma explícita “lo que te dije era una orden; “no te enojas era una broma” o implícita es indispensable para una comunicación eficaz. La ambigüedad entre lo que se comunica y lo que se meta comunica genera serios problemas.

**Tercer axioma:** “Toda comunicación se establece según una secuencia de puntuación. En cualquier comunicación existe la puntuación, es decir quién comienza la comunicación.”

Entre los comunicantes se establecen arbitrariamente patrones de intercambio, ej. quien toma la iniciativa, quien es la víctima o el que responde exclusivamente.

La naturaleza de una relación depende de la puntuación de la secuencia de comunicación entre los comunicantes. Cada uno da significado a la información y por tanto la analiza, interpreta y comprende de una forma determinada.

La puntuación organiza los hechos de la conducta y, por ende, resulta vital para las interacciones en marcha.

Por ej: a una persona que se comporta de determinada manera dentro de un grupo, la llamamos “líder” y a otra “adepto”; aunque resultaría difícil decir cuál surge primero o qué sería de uno sin el otro.

La falta de acuerdo con respecto a la manera de puntuar la secuencia de hechos es la causa de incontables conflictos en las relaciones.

A veces el conflicto radica en su incapacidad para meta comunicarse a cerca de su respectiva manera de puntuar su interacción.

**Cuarto axioma:** “Los seres humanos se comunican tanto digital cómo analógicamente”.

Es decir, toda comunicación tiene un aspecto de contenido y uno relacional, el aspecto relativo al contenido se trasmite en forma digital, mientras que el aspecto relativo a la relación se trasmite de forma analógica.

El lenguaje digital (todo lo verbal) cuenta con una sintaxis (codificación, transmisión de información) lógica, sumamente compleja y poderosa, pero carece de una semántica (de un significado) adecuada en el campo de la relación.

El lenguaje analógico (lo no verbal, incluye posturas, miradas, estados de ánimo...) posee la semántica, pero no una sintaxis adecuada para la definición inequívoca de la naturaleza de las relaciones.

Ambos modos de comunicación se complementan entre sí en cada mensaje.

En su necesidad de combinar estos dos lenguajes, el hombre sea como receptor o emisor, debe traducir constantemente de uno al otro, y al hacerlo debe enfrentar algunas dificultades. A modo de ejemplo: los mensajes analógicos son muchas veces ambiguos, se puede llorar de pena, pero también de alegría. El lenguaje analógico carece de los calificadores explícitos del lenguaje digital para indicar cual significado está implícito, por ejemplo, cuando comunico “es solo una broma”. Por su parte el lenguaje digital carece de un vocabulario adecuado para definir las relaciones, por ejemplo “las expresiones analógicas que configuran un galanteo”.

**Quinto axioma:** “Todos los intercambios comunicacionales son simétricos o complementarios, según estén basados en la igualdad o en la diferencia”.

En la simetría, los participantes tienden a igualar su conducta recíproca y así su interacción puede considerarse simétrica. Es el tipo de relación que se establece entre colegas, amigos, hermanos, etc. Intercambian el mismo tipo de comportamiento.

En la complementaria, la conducta de uno de los participantes complementa la del otro, por ejemplo, padre – hijo, médico - paciente. Intercambian diferentes tipos de comportamiento.

En síntesis, el valor de la comunicación reside más en la relación entre sus elementos, que en la información transmitida.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Watzlawicz Paul, Janet Beavin Bavelas, Don D. Jackson. “Teoría de la Comunicación Humana” *Interacciones, Patologías y Paradojas*. Barcelona Editorial Herder, 1989.