

LA COMUNICACION: del Proceso al Mensaje

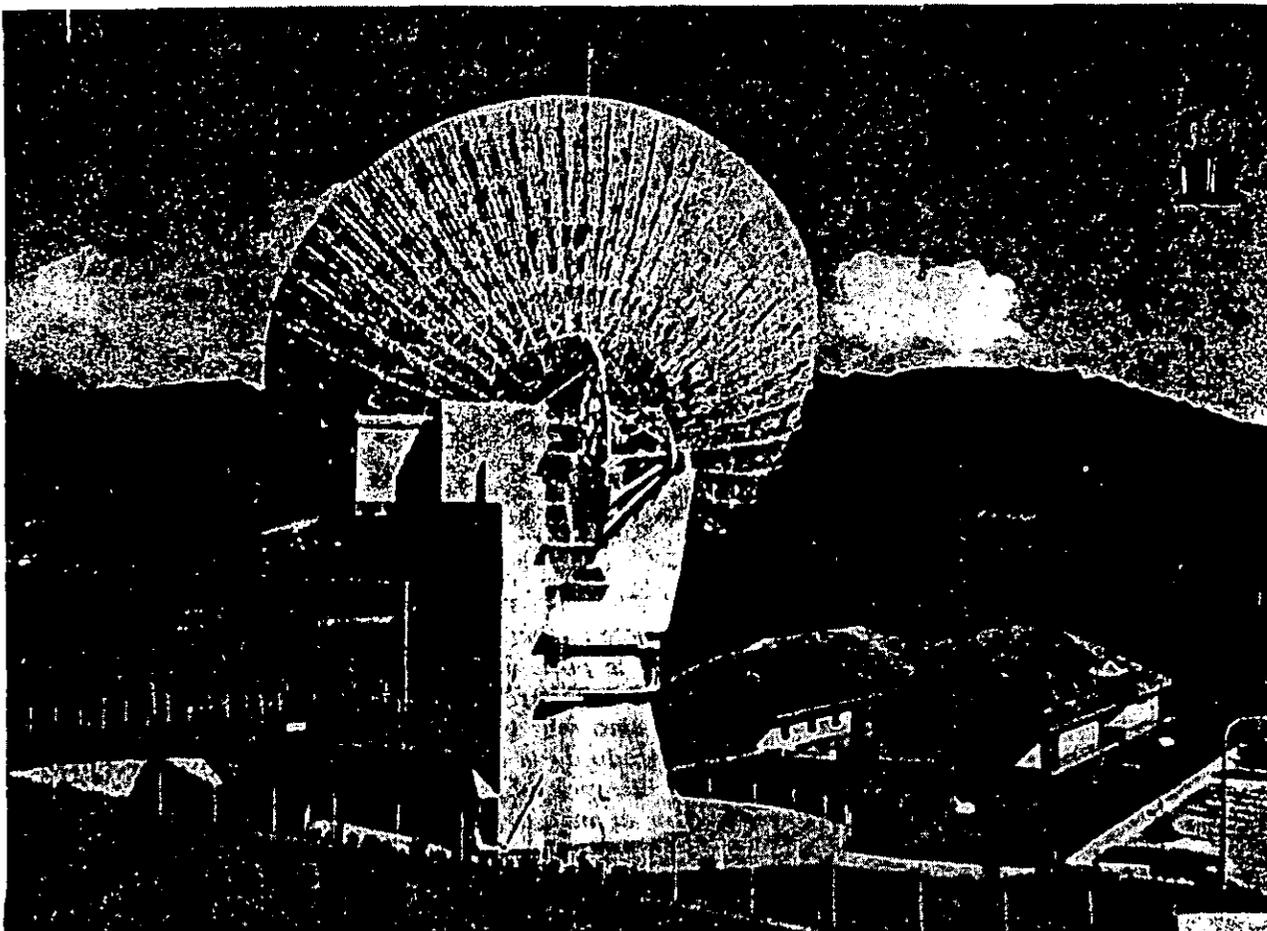
MARILUZ RESTREPO DE GUZMAN*

El presente ensayo es parte de un trabajo en proceso sobre el desarrollo de la Ciencia de la Comunicación para comprender mejor la posición latinoamericana frente a ella y, más concretamente, frente a su enseñanza universitaria. En este caso no se pretende hacer un análisis exhaustivo de dicho proceso, sino más bien presentar inquietudes para abordar una propuesta sobre el objeto y el método de la comunicación como ciencia. Es por ello un esbozo de una posición personal —siempre subjetiva— en donde únicamente se presentan las ideas principales sin entrar en su análisis particular. Será éste el primero de una serie de artículos que se publicarán en ésta revista en donde se revisarán los presupuestos funcionalistas de la comunicación, la influencia y aportes del estructuralismo y de la dialéctica, y los problemas y principales planteamientos latinoamericanos.

La preocupación de las Ciencias Sociales por definir su objeto y su método es hoy común a todas ellas y se presenta con mayor intensidad en los países del tercer mundo en donde una nueva perspectiva —la crítica— de los estudios sobre el hombre refleja y traduce una inquietud liberadora que busca una sociedad más justa e igualitaria¹. En este contexto la Comunicación ha ido encontrando un camino más claro como ciencia, trascendiendo su visión inicial y superando el concepto de “arte” y de “techne”. Es así como los trabajos iniciales sobre comunicación, centrados principalmente en la descripción del PROCESO, han desembocado hoy en una búsqueda por precisar su objeto de estudio.

Comunicadora Social de la Universidad Javeriana. Especializada en comunicación y educación en Inglaterra y Brasil. Profesora de Teoría de la Comunicación. Directora del Departamento de Expresión y Comunicación de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Javeriana.

Nos referimos particularmente a América Latina por cuanto la barrera del idioma y del conocimiento de otras realidades nos impiden hacer mención de trabajos africanos y asiáticos. Sin embargo, hoy es conocido el interés de esos continentes por un acercamiento al fenómeno comunicativo desde su interior, enmarcado dentro de su propia perspectiva.



Aún cuando son varias las propuestas —información, producción de sentido, mensaje, entre otros² —lo que sí es cierto es que del interés por averiguar cómo influir, cómo ser más efectivo, se ha pasado a entender la comunicación desde su esencia misma para que a partir de ella se realice una reflexión sobre el hombre y la cultura.

Esta ruptura ha sido influida por aportes desde otros ámbitos. No es el momento para revisarlos y analizarlos, pero sí es necesario mencionar algunos de los que consideramos más importantes:

— La posición actual de las Ciencias Sociales que ha terminado con las dicotomías sujeto-objeto, teoría-práctica; ciencia-ideología;

2. Manuel Martín Serrano y otros, en su libro *TEORIA DE LA COMUNICACION*, Madrid, 1982, proponen la *INFORMACION* como base de estudio; Jesús Martín Barbero y su grupo de trabajo en el Departamento de Comunicación Social de la Universidad del Valle mencionan la *PRODUCCION DE SENTIDO*; La Facultad de Comunicación Social de la Universidad Javeriana ha optado por el *MENSAJE* como objeto de estudio.

- Los aportes del estructuralismo al comprender la estructura como significante, más concretamente desde la Lingüística en la aplicación de su método y su concepto de gramática, y desde la Antropología en su visión sobre la cultura;
- La especificación de la Semiología en Semiótica al desarrollar un método propio y apropiar elementos de la dialéctica y del psicoanálisis, entre otros;
- La concepción dialéctico-marxista del mundo con su visión sobre la historia, la ideología, la producción, la praxis...;
- La Escuela de Frankfurt a través de la Teoría Crítica de la sociedad como una aproximación a la sociedad y base de un método propio de las Ciencias Sociales;
- Y, claro está, la realidad misma de los países latinoamericanos que en forma conciente o no han promovido propuestas sobre la comunicación.

II

El que la reflexión sobre la comunicación se haya centrado en el PROCESO se nos presenta en forma más que lógica, no casual, cuando hoy —con una perspectiva histórica— se revisan las condiciones y circunstancias que influyeron en su aparición—. Es muy dicente el que siendo la comunicación un fenómeno esencial a la persona humana —concepto intuitivo y obvio, presente en pensadores de todas las épocas— solo hasta los principios del siglo XX, a partir de la difusión amplia de mensajes, se genera la preocupación por su estudio serio y riguroso. Como bien lo explica Lazarsfel³ son tres las condiciones que favorecieron el inicio del trabajo científico:

1. La rápida aparición y expansión de los medios eléctricos de comunicación - cine, radio, T.V. en menos de veinticinco años - que contribuyó, junto con otros inventos y descubrimientos, a modificar la concepción espacio - temporal del hombre contemporáneo e influyó decisivamente en su forma de vida⁴.
2. La propaganda utilizada durante la Primera Guerra Mundial que suscitó el interés por el uso de los medios con fines políticos.
3. Los intereses comerciales de un mundo, basado en la producción y el consumo, que vio en los medios un inmenso potencial para apoyar su actividad.

Es importante anotar, además, que fue en Estados Unidos en donde se consolidó tal inquietud científica y que fue allí precisamente donde se cimentó y se acogió con mayor fuerza la filosofía positivista que respaldó toda actividad intelectual⁵.

3. Ver Lazarsfeld, P.F. "Pronóstico para una Investigación de las Comunicaciones Internacionales" en *Sociología de la Comunicación de Masas* de M. de Moragas (comp.), Barcelona: Ed. Gili, 1982.
4. Ver Gil Tovar, F. *El Hombre Contemporáneo*. Bogotá: Ed. Paulinas, 1970.
5. Los estudios se inician en la Escuela de Chicago, se crean entidades como el Institute For Propaganda Analysis y, fundaciones como la Payne y la Rockefeller, financian trabajos.

Surge, entonces, la pregunta ¿Cómo utilizar los medios con mayores ventajas? y de ahí se desprenden las siguientes:

- ¿Cómo funciona el proceso básico de comunicación?
- ¿Cómo ser comprendido, claro, efectivo?

Es así como el trabajo científico aparece y se desarrolla dentro del ámbito de la INFORMACION y de la PERSUASION, buscando entender el funcionamiento, alcances y efectos de los llamados medios masivos —Mass Media—. Y cuando más tarde, la investigación se dirige hacia la comunicación humana —Human Communication Research— ésta se vió sometida al marco de trabajo sobre los medios.

Las investigaciones fueron estimuladas, guiadas y subvencionadas por grupos que buscaban respuestas inmediatas a problemas inmediatos. Los estudios se dedicaron al análisis de la comunicación como proceso, los cuales parten y se resumen en el modelo de Lasswell (quién, dice qué, a quién, a través de qué; con qué efectos), hoy considerado el paradigma de la comunicación operativa. La investigación, entonces, deja de lado el QUIEN por ser “ellos” quienes solicitan los estudios y se centra en el QUE (análisis de contenido), en los A TRAVES DE QUE (medios) y los A QUIEN, sólomente en función de los EFECTOS, y se buscan modelos para explicitar más exhaustivamente el ya esbozado por Lasswell. Dependiendo de la disciplina y de los intereses del investigador, al modelo básico se le van agregando más ingredientes: técnicos, psicológicos, sociales y culturales —son elementos circunstanciales que influyen el proceso pero que no hacen parte de su misma esencia—, y se van revelando dimensiones y aplicaciones del proceso: en la vida personal, en el trabajo de grupo, en las organizaciones, en la difusión de innovaciones, en las relaciones internacionales.

Dichos trabajos se ven enmarcados por la visión existente de ciencia como “ciencia positiva”, como única solución de las ciencias sociales para aproximarse a la “objetividad” reclamada por las Ciencias Naturales. Influyen decisivamente la Sociología con su aplicación del método científico y la perspectiva conductista de la Psicología. Podríamos resumir que dichos estudios se caracterizan por ser de naturaleza descriptiva, cuantitativa, basados en la verificación a partir del criterio estímulo-respuesta (causa-efecto) y que fueron nutridos por consideraciones prácticas y abordados en forma multidisciplinaria, en donde varias ciencias, en forma sumativa, no integral, contribuyen a dilucidar los problemas.

Si bien es cierto que dentro de estos parámetros aparecen varias modificaciones: la comunicación en dos flujos, las consideraciones personales, sociales y culturales que se interponen en el esquema lineal directo ESTIMULO-RESPUESTA, la posición controvertida de McLuhan que vuelca todo el interés sobre el medio mismo, entre otras, ninguna marca una ruptura del esquema descriptivo, operativo y funcional del análisis del proceso y sus elementos. No se alcanza el análisis reflexivo y crítico sobre el fenómeno mismo de la comunicación; pero no por ello dejan de ser importantes, aún, esenciales, en el desarrollo de la ciencia y por lo tanto en las actividades comunicacionales.

III

Revisemos el concepto del proceso como objeto de estudio ¿Qué es lo que en sí se estaría observando? El diccionario lo define como “cualquier fenómeno que presenta una continua modificación a través del tiempo”. ¿Existe, acaso, “algo” que no sea un proceso? Especificar la comunicación como proceso es eludir el problema, es definirla por lo que en sí es universal en toda realidad. El estudio del proceso es un estudio de lo general, por lo tanto ambiguo, indefinible e ilimitable. Ya Berlo anotaba que se requería detener el proceso para conocerlo, o sea, que ya no se analizaría el proceso en sí, sino otra cosa. Esta es una primera dificultad.

Veamos ahora lo que “significa” comunicación. Somos concientes que la palabra comunicación cubre un campo semántico tan amplio que no se ha logrado establecer una definición unánime. Sin embargo, con todas las variaciones que se pueden implicar o explicitar, es obvio que existe el concepto de su posibilidad. Las definiciones propuestas por la investigación funcionalista reiteran el esquema estímulo-respuesta, tienden a describir el proceso y reflejan la falta de aproximación a la comunicación en cuanto tal.

Por ejemplo:⁶

“El arte de transmitir información, ideas y sentimientos de una persona a otra”. (Emery, Ault y Agee)

“Transmisión de significados con el fin de influir y afectar intencionalmente”. (Berlo)

“Proceso mediante el cual un individuo (comunicador) transmite estímulos para modificar la conducta de otro (receptor)”. (Hovland)

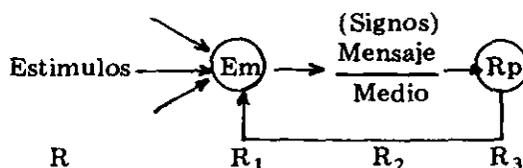
Algunos superan el esquema lineal, vertical, dirigido del emisor al receptor y parten de la raíz etimológica de la palabra: comunicación, del latín “communis”, común. Con este criterio Maletzke agrega: “Cuando nos comunicamos buscamos establecer una comunidad con alguien, ésto es, tratamos de compartir una información, una idea o una actitud”.

Aún Pasquali, desde una perspectiva latinoamericana, saliéndose de todo esquema dominante y aportando conceptos valiosos, sigue dejando de lado el problema real de la comunicación y continúa describiendo el proceso:

“Es la relación comunitaria humana consistente en la emisión-recepción de mensajes entre interlocutores en estado de total reciprocidad, siendo por ello un factor esencial de convivencia y un elemento determinante de las formas que asume la sociabilidad del hombre”⁷.

¿Será posible tal comunicación ya sea como efecto o como comunión?

Veamos, entonces, qué ocurre como comunicación, si tomamos el modelo básico del “proceso” a partir de un ejemplo cotidiano y sencillo:



6. Ver Restrepo de Guzmán, Mariluz y otros. *FOLLETO DE INFORMACION SOBRE COMUNICACION SOCIAL*. Bogotá, Universidad Javeriana, 1982.
7. Pasquali, A. *COMPRENDER LA COMUNICACION*. Caracas: Monte Avila Ed, 1980, Pg. 51.

Supongamos que alguien (Em) quiere contarle, informar, transmitir, compartir con otro (Rp) la existencia de un árbol y supongamos que el árbol es una realidad natural, ésto es, lo más cercano a un objeto real en sí mismo. El árbol, aceptamos, existe fuera de (Em) y llega a él como un estímulo, pero cuando (Em): lo percibe, lo apropia, lo interpreta, entonces "su" realidad, lo interpreta, lo hace suyo, entonces, esa realidad árbol ya no es la realidad, es la realidad de (Em): "su" realidad árbol (R_1). Para compartirla con (Rp) debe traducirla, representarla a través de algo —signos orales, visuales, etc.—, la codifica. Es esa representación, codificación de la realidad de Em —(R_2)— lo que (Rp) recibe y él a su vez al percibirla, la decodifica, la interpreta, la hace suya; es (R_3): su imagen, de la imagen representada, de la imagen que Em tiene del árbol, y así responde, ya sea inferior o exteriormente.

Y ... ¿Qué ocurre cuando alguien habla sobre lo que otros álguienes ya han interpretado y representado con anterioridad? La realidad será R_{10} , R_{15} o más.

¿Cómo, entonces, puede existir la comunicación como una transmisión lineal estímulo-respuesta? ¿Cómo puede existir ese compartir, ese poner en común?

De otra parte, este ejemplo nos revela otras incongruencias del modelo. El emisor también siempre es receptor; ambos confluyen en uno solo. A quien se denomina receptor, dándole una función pasiva, no lo es en efecto, porque cuando descifra, decodifica interpreta unos signos, ya está siendo activo. Como bien lo expresa Guillermo Hoyos, el Positivismo —y de él se desprenden los esquemas funcionales— se fundamenta epistemológicamente en el principio de causalidad planteado por Kant, pero olvidó "leer" la justificación kantiana sobre la subjetividad, esa capacidad de reflexión que le permite al hombre pensar más allá o más acá de lo que puede conocer⁸.

La linealidad presentada por la investigación funcional, a través del esquema vertical del emisor activo —el comunicador— quien produce la comunicación hacia otro pasivo, se superó.

La comunicación no puede reducirse a la descripción de un proceso, ni a la explicación de sus efectos. Esto no significa que si no se da "esa" comunicación no hay más estudio. Sería absurdo pensar —como ya se anotó— que el hombre fuese hombre sin comunicación. Es un hecho, entonces, que sí existe, pero no pensemos que debe ser entendida como proceso en sí, como influencia o como comunión. Pensemos que el problema trasciende estos enfoques. Si la comunicación es la base de la sociabilidad del hombre y por ende de su formación como persona humana, debemos partir del mismo ser humano para comprenderla.

IV

Nos encontramos con que el hombre es hombre no tanto porque puede conocer y lo sabe, sino por lo que puede conocer, relacionar, y crear. Es parte esencial de él poder ensimismarse, alejarse de lo que lo rodea y reflexionar sobre él mismo y su mundo. Así descubre sus limitaciones y para superarlas, de la misma manera que puede interiorizarse, replegarse dentro de su mundo interior, se expresa, puede también exteriorizarse, salirse de sí mismo. Es en esta posibilidad de interiorización —reflexión— y de exteriorización —expresión— (nunca la una sin la otra) en donde radica su libertad, libertad para ir haciéndose humano a través de su capacidad de modificar y transformar el mundo exterior de acuerdo con su pensar⁹.

8. Hoyos, Guillermo. "Positivismo y Psicoanálisis" en *LA PSICOLOGIA-CIENCIA SOCIAL*. Bogotá, Universidad Javeriana, 1980.

9. Ver Restrepo, Mariluz. *LO HUMANO EN LA COMUNICACION SOCIAL*. Medellín, Ed. Colina, 1977.

La exteriorización del hombre, su expresión lleva implícita su reflexión y sólo a través de esa expresión podremos conocer al "otro" siempre desde la perspectiva de nuestra propia interiorización¹⁰. *Es ahí, en la expresión como signo visible del hombre, donde radica la comunicación.*

Sí así entendemos la comunicación, es claro que la preocupación no será por la eficiencia del proceso; más bien nos preguntaremos: ¿Eso qué se expresa, qué refleja? ¿Cómo podemos interpretarlo? ¿Qué nos deja conocer del hombre y su mundo? (Sin olvidar que también somos hombres y que hacemos parte del mundo).

Lo que podemos conocer no es la expresión, sino el *resultado* de esa expresión y si lo conocemos es porque reconocemos, interpretamos, de una u otra forma su representación. Podemos pensar, entonces, que el resultado de esa exteriorización, será *cualquier manifestación humana con la intención de expresarse, de dejar el ensimismamiento y salir de sí mismo.*

Esto implica que toda la "acción" del hombre pueda ser estudiada como comunicación: sus gestos, su idioma, sus objetos, sus actividades, su trabajo, su arte y hasta sus sueños ... Estas manifestaciones serán mensajes de su expresión y en este sentido *el mensaje* será el resultado de ella. El mensaje entendido así, y solo así, será el objeto de estudio de la comunicación, nunca tomado como esa construcción codificada enviada intencionalmente de alguien hacia otro para modificarle su conducta o para compartir con él. Aceptemos el término ya viciado por el esquema funcional en tanto cuanto represente las manifestaciones humanas.

Al circular socialmente esas manifestaciones, esos mensajes se van articulando, constituyéndose en códigos, en lenguas, en "usos" que más adelante otros toman y reutilizan —esenciales para socialización del hombre. La auténtica comunicación radica en esa expresión siempre personal —el habla, no la lengua en términos lingüísticos— fruto de la reflexión y pensamiento del hombre, que al salir de sí mismo, crea. Por eso —y eso será tema de otro escrito— la única posibilidad de una real comunicación está en el Arte, aún cuando aparezca como opuesto a ella porque rompe con los signos, los modifica, los recrea, los aparta de sus referentes¹⁰

La comunicación vista así se convierte en reflexión sobre la cultura, sobre todo lo que el hombre hace y deja de hacer. Será una forma de interpretarlo —interpretarnos— para transformar nuestro mundo. Se requiere, entonces, un método de trabajo particular, un método que parta de la reflexión para asumir posiciones críticas que permitan una praxis transformadora y no repetitiva de los esquemas existentes, en otras palabras, que sea una verdadera ciencia del hombre.

El comunicador no puede quedarse en la reflexión sobre la cultura y en la producción de discursos científicos —que en sí ya es una praxis transformadora—. A su vez, a partir de esa reflexión, de *HACER COMUNICACION* —y ésto le especifica su disciplina— debe expresarse, producir mensajes propios, únicos, personalizados que además faciliten a otros su expresión para que el hombre continúe haciéndose hombre. ¡Ahí radica la responsabilidad científica y social del comunicador!

10. SILVA, Armando. *EL ARTE COMO OBJETO DEL DESEO*. Ponencia presentada al XV Congreso de profesores de Lingüística y Literatura, Univ. Distrital F.J. de Caldas, 1982.

Diagramas de los diferentes procesos de comunicación

GRÁFICO DE WESTLEY-MAC LEAN

Se señala el papel del reportero comparado con el del intermediario o persona que transmite información dirigida

