

EL PROCESO DE COMUNICACIÓN

M. En C. Eduardo Bustos
Farías

CONCEPTO

La comunicación es un proceso o flujo de información. Incluye:

- ◆ contexto,
- ◆ participantes,
- ◆ mensajes,
- ◆ canales,
- ◆ presencia o ausencia de ruido y
- ◆ retroalimentación.

ELEMENTOS

- ◆ CONTEXTO. Es el medio en el que ocurre la comunicación, que incluye lo que antecede y lo que va después de lo que se dijo. Los contextos de la comunicación son: físicos, sociales, históricos, psicológicos y culturales.

Contexto físico

- ◆ Incluye donde se lleva a cabo, las condiciones ambientales (temperatura, iluminación, nivel de ruido), la distancia entre los que se comunican, la distribución de los asientos y la hora del día.



- ◆ Contexto social. Incluye la naturaleza de las relaciones que existen entre los participantes. Si la comunicación se lleva a cabo entre miembros de la familia, amigos, conocidos, socios de trabajo o extraños, influye en los mensajes y en cómo se forman, se comparten y entienden.
- ◆ Contexto histórico. Incluye los antecedentes que proporcionan los episodios de comunicación previos entre los participantes que influye en el entendimiento del encuentro actual.

- ◆ Contexto psicológico. Incluye el humor y sentimiento que cada persona brinda a la comunicación.
- ◆ Contexto cultural. Incluye las creencias, valores y normas que se comparten entre un gran grupo de personas.

PARTICIPANTES

- ◆ Es gente que se comunica, son tanto transmisores como receptores durante la comunicación.
- ◆ En general, es más fácil para los participantes comunicarse efectivamente cuando comparten características físicas, sociales, psicológicas, intelectuales y culturales.



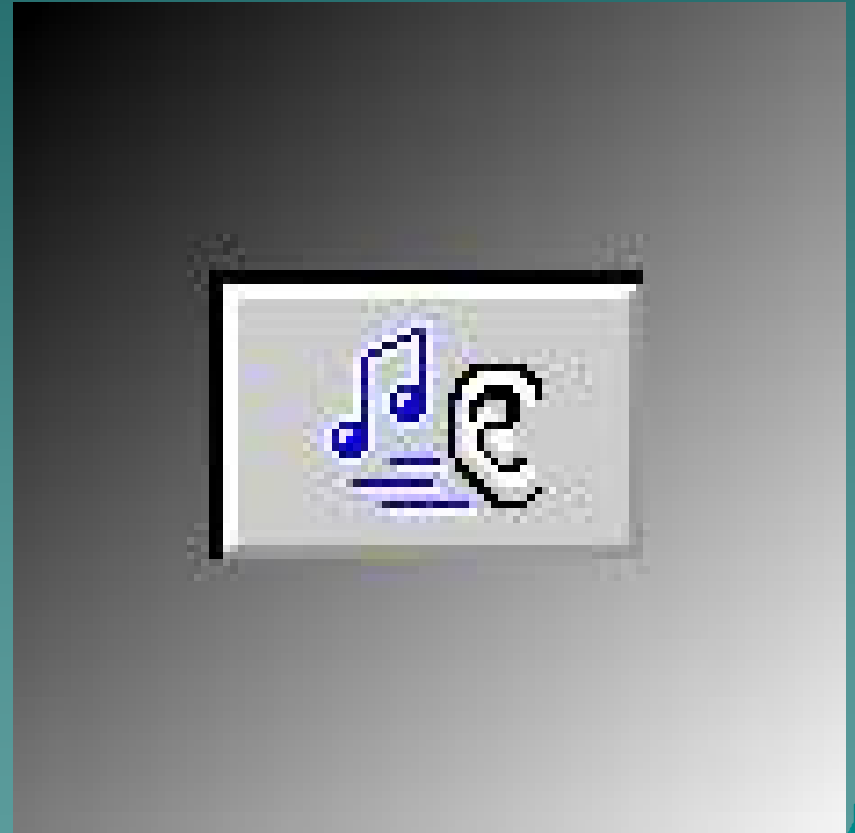
MENSAJES

- ◆ Incluyen significados y símbolos, codificar y descifrar, y forma u organización.



Los significados

- ◆ Son las ideas y sentimientos que existen en su mente. Para compartir estas ideas y sentimientos uno forma los mensajes que contienen mensajes que contienen símbolos tanto verbales como no verbales.



Los símbolos

- ◆ Son palabras, sonidos y acciones que representan un significado específico del contenido. Al hablar, escoge las palabras, sonidos y acciones que representan un significado específico del contenido. Al hablar se escogen las palabras que transmiten lo que quiere.
- ◆ Al mismo tiempo las expresiones faciales, el contacto visual, los gestos, el tono de voz y todas aquellas expresiones no verbales, acompañan las palabras y, también, afectan el significado que su escucha recibe de los símbolos que se usaron.



¡Estoy cerrada a lo que
me estas
comunicando!



¡La
cuenta
por
favor!

¡Así de
alto!

Codificar y descifrar

- ◆ El proceso de pensamiento cognoscitivo de transformar las ideas y los símbolos y organizarlos, dentro de un mensaje se llama codificar;
- ◆ el proceso de transformar de nuevo los mensajes de otro dentro de las ideas y sentimientos propios de uno se llama descifrar.

Forma u organización

- ◆ Cuando el significado es complejo, podemos necesitar organizarlo en secciones o con un cierto orden.
- ◆ La forma del mensaje es importante especialmente cuando se habla en público, cuando una persona habla sin interrupción por un tiempo relativamente largo.

CANALES

- ◆ Un canal es tanto la ruta recorrida por el mensaje como los medios de transporte. Los mensajes se transmiten a través de canales sensoriales. La comunicación cara a cara tiene dos canales básicos: el sonido (símbolos verbales) y la luz (apuntes no verbales). No obstante, la gente puede y se comunica por medio del resto de los sentidos.
- ◆ **En general, mientras más canales se utilicen para transportar un mensaje, es más probable que la comunicación sea exitosa.**

RUIDO

- ◆ Es cualquier estímulo externo, interno o semántico que interfiera con la participación de sentido. Hay ruidos externo, interno y semántico.

MODELOS DE COMUNICACIÓN

Modelo

- ◆ Es una representación de la realidad con la que se trata de reducir la variedad y complejidad del mundo real mediante el uso del lenguaje simbólico.
- ◆ En ello reside su ventaja (facilitar la manipulación de datos) y su desventaja (la complejidad y variedad de la realidad se escapa a las excesivas simplificaciones).

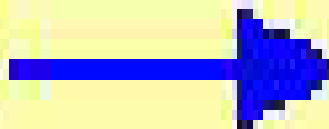
ARISTOTÉLICO

- ◆ Este proceso de comunicación se debe Aristóteles hacia el año 300 A.C.
- ◆ quien dice que a quien
- ◆ ya tenemos al emisor y el receptor.

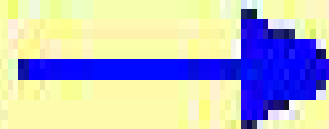


ARISTOTELES!

QUIEN



QUE



QUIEN

Los elementos del discurso aristotélico son:

- ◆ Invención. Se refiere a las líneas de argumentación.
- ◆ Disposición. Organización o disposición de ideas.
- ◆ Elocución. Hace referencia a la elección de palabras.
- ◆ Memoria.
- ◆ Pronunciación.

DAVID K. BERLÓ

- ◆ La primera aproximación teórica al proceso de la comunicación humana, propiamente tal, la constituye el modelo desarrollado por David Berlo en la década del sesenta.
- ◆ El propósito fundamental de su obra es identificar y analizar en detalle los diversos factores implicados en dicho proceso, bajo el supuesto de que ello permitirá aumentar la capacidad natural del hombre para enfrentar sus problemas vitales.
- ◆ De esta forma, Berlo desarrolla un enfoque conductista de la comunicación humana buscando establecer las bases del proceso ideal de comunicación.
- ◆ Este proceso ideal se refiere a cómo debería realizarse la comunicación para que esta sea realmente efectiva. Aún hoy, el modelo de Berlo representa lo que en el más amplio círculo de académicos y legos se entiende por comunicación.

El concepto de comunicación

- ◆ Según Berlo, el objetivo fundamental de la comunicación es convertir al hombre en un agente efectivo que le permita alterar la relación original que existe entre su organismo y su medio circundante. El hombre se comunicaría, entonces, para influir y afectar intencionalmente en los demás.
- ◆ Como el propósito de toda comunicación es producir una respuesta específica en los demás, es necesario que la persona que se comunica utilice el mensaje apropiado para expresar dicho propósito. Si conoce bien su propósito será capaz de lograr una comunicación, a la vez, eficiente y efectiva. A pesar de que este propósito no es siempre consciente o es olvidado, difícilmente se podrá dejar de comunicar.

Sin embargo, aun cuando el propósito siempre exista, hay veces en que la comunicación fracasa en su intento de afectar e influir en el otro.

Básicamente, estos fracasos pueden deberse a dos motivos:

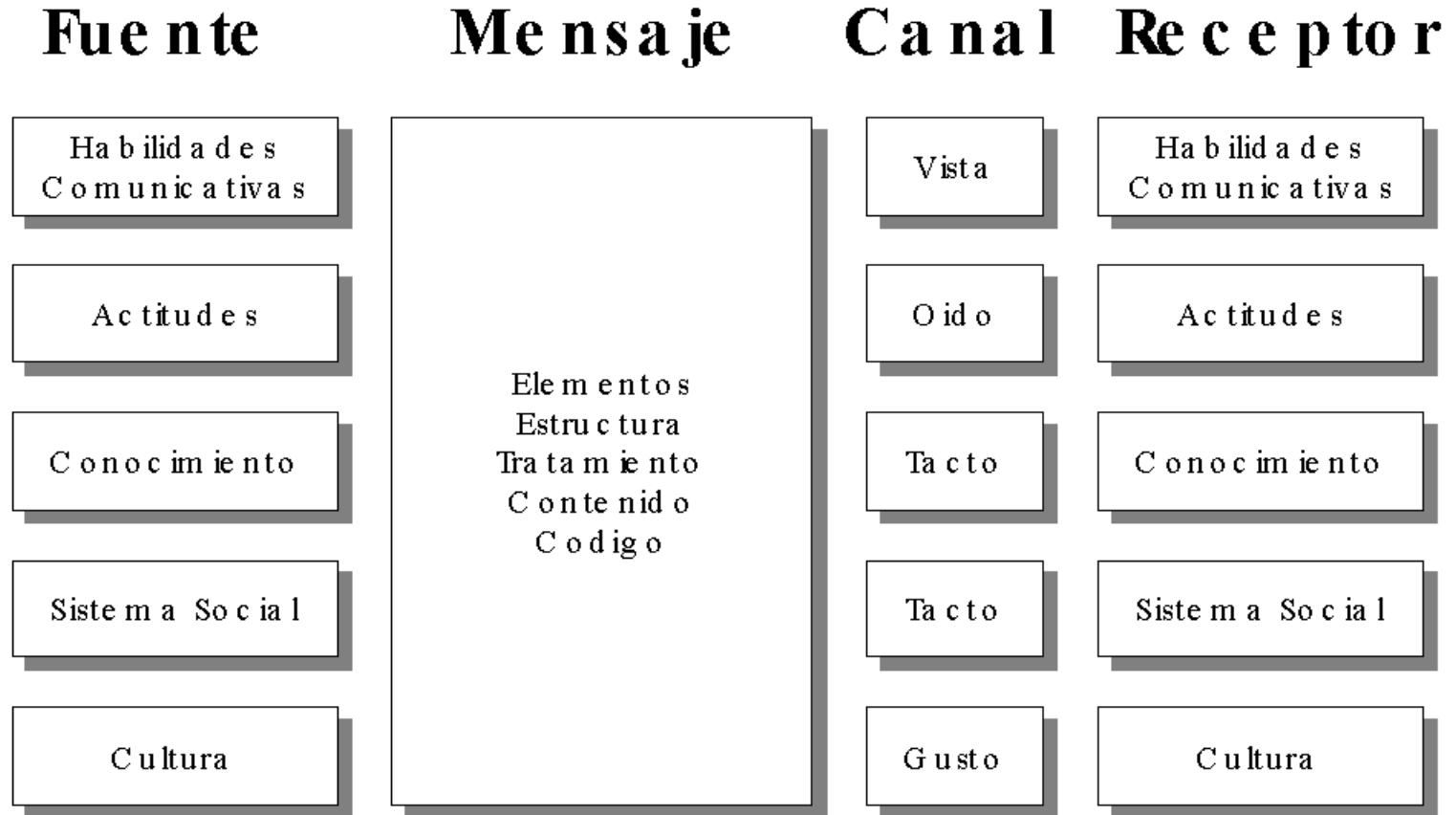
- ◆ 1) al desconocimiento de los propósitos, o al hábito rutinario de comunicarse,
- ◆ 2) a la interpretación errónea de la respuesta que la persona quiere provocar.

Modelo del proceso de comunicación

- ◆ El modelo de Berlo supone que la comunicación constituye un proceso. Es decir, una estructura cuyos elementos se interrelacionan en forma dinámica y mutuamente influyente.
- ◆ En el proceso de comunicación no podemos identificar un principio o fin estable y constante a través del tiempo, por lo cual el modelo desarrollado corresponde al proceso de comunicación detenido arbitrariamente en un momento dado del tiempo.
- ◆ En el proceso de comunicación podemos distinguir los siguientes componentes:

- ◆ FUENTE DE COMUNICACION: corresponde a una persona o grupo de personas con un objetivo y una razón para comunicar.
- ◆ ENCODIFICADOR: corresponde al encargado de tomar las ideas de la fuente y disponerlas en un código.
- ◆ MENSAJE: corresponde al propósito de la fuente expresado de alguna forma.
- ◆ CANAL: corresponde al medio o portador del mensaje, al conducto por donde se trasmite el mensaje.
- ◆ DECODIFICADOR: corresponde a lo que traduce el mensaje y le da una forma que sea utilizable por el receptor.
- ◆ RECEPTOR: corresponde a la persona o grupo de personas ubicadas en el otro extremo del canal y que constituyen el objetivo de la comunicación. Si no existe un receptor que responda al estímulo producido por la fuente, la comunicación no ha ocurrido.

Modelo de la comunicación de Berlo



FUENTE

En la fuente y codificador se distinguen factores que influyen en la fidelidad.

- ◆ 1. *Habilidades comunicativas*: se refieren a la capacidad analítica de la fuente para conocer sus propósitos y a su capacidad para codificar los mensajes que expresen su intención. Se destaca particularmente el dominio del lenguaje, la habilidad verbal de la fuente para hablar y escribir bien. Esto supone a la vez una adecuada capacidad para pensar y reflexionar. La fidelidad de la comunicación aumentará en la medida que la fuente posea las habilidades comunicativas necesarias para codificar con exactitud sus mensajes y expresar así sus propósitos.
- ◆ 2. *Actitudes*: la fidelidad de la comunicación se ve afectada por tres tipos de actitudes que presenta la fuente: la actitud hacia sí mismo o autopercepción; la actitud hacia el tema que se trata o mensaje, y la actitud hacia el receptor. Mientras más positivas y congruentes sean estas actitudes mayor será la fidelidad, puesto que la fuente mostrará confianza en sí misma y valorará su mensaje mientras que el receptor, al percibir una actitud positiva por parte de la fuente hacia él, tenderá a aceptar el mensaje enviado.
- ◆ 3. *Conocimiento*: se refiere al nivel de conocimiento que posee la fuente tanto con respecto al tema de su mensaje como al proceso de comunicación en sí mismo. El conocimiento acerca del proceso de comunicación afectaría la conducta de comunicación, de manera tal, que a mayor nivel de conocimiento, mayor será la fidelidad.
- ◆ 4. *Sistema sociocultural*: se refiere a la ubicación de la fuente en un contexto social y cultural determinado. Esta posición condicionará los roles que desempeña, sus expectativas, su prestigio, etc. Todo ello incide en la forma en que la fuente se comunica. En términos generales, la fidelidad de la comunicación será mayor si los contextos socioculturales de la fuente y el receptor son similares.

RECEPTOR

- ◆ Respecto del decodificador-receptor, es necesario considerar que para lograr una comunicación efectiva se debe reconocer al receptor como el eslabón más importante del proceso de comunicación.
- ◆ No es posible hablar de comunicación si el mensaje enviado por la fuente no llega al receptor.
- ◆ Las funciones de fuente y receptor son complementarias e intercambiables.
- ◆ Aquel Individuo que en un momento dado hace de receptor, se transforma en fuente, en el momento siguiente. Por lo tanto, todas aquellas características de la fuente mencionadas anteriormente se aplican también al receptor.

MENSAJE

Al analizar los factores del mensaje que influyen en la fidelidad de la comunicación es necesario analizar el código y el tratamiento que recibe el mensaje.

- ◆ 1. *Código*: se refiere a cualquier conjunto de símbolos que pueden ser estructurados de manera que posean significado. Cada vez que se intenta comunicar se debe decidir qué código emplear para enviar el mensaje, seleccionar elementos particulares de este código y estructurarlos de manera específica. El código al cual Berlo presta mayor atención es el lenguaje hablado.
- ◆ 2. *Contenido*: se refiere al material del mensaje que es seleccionado por la fuente para expresar su propósito. En este artículo, el contenido del mensaje son todas las afirmaciones hechas, las conclusiones derivadas, los comentarios, etc. La forma que elige la fuente para disponer las afirmaciones de un mensaje constituye la estructura del contenido.
- ◆ 3. *Tratamiento*: se refiere al orden y estilo del mensaje. Corresponde a las decisiones que toma la fuente al seleccionar y estructurar el código y el contenido de una manera determinada. El tipo de receptor es uno de los factores fundamentales que debe considerar la fuente en el tratamiento que da a su mensaje. Al conocer la forma en que la fuente trata el mensaje es posible hacer inferencias acerca de los propósitos y personalidad de la fuente.

CANAL

- ◆ Finalmente, es necesario considerar las características del canal durante el proceso de comunicación.
- ◆ El canal es definido como los sentidos a través de los cuales un decodificador receptor puede percibir el mensaje transmitido por la fuente codificadora.
- ◆ La función del canal es permitir la comunicación al unir la fuente con el receptor.
- ◆ Todo mensaje debe ser transmitido a través de un canal. La fidelidad de la comunicación será mayor si se eligen los canales apropiados para el mensaje o si éstos se combinan, como en el caso de los mensajes audiovisuales.
- ◆ Los sistemas sensoriales forman parte tanto del receptor como del canal, por lo cual podrían ser considerados canales o decodificadores.

Comunicación y aprendizaje

- ◆ Berlo analiza el proceso de la comunicación desde una perspectiva conductista analogándolo al modelo del aprendizaje.
- ◆ Describe los diferentes componentes del proceso de aprendizaje y sus respectivos componentes en la comunicación:

Componentes del Aprendizaje	Componentes de la Comunicación
Organismo	Canal
Estímulo	Mensaje
Percepción	Decodificador
Interpretación del estímulo	Receptor/Fuente
Respuesta manifiesta al estímulo	Encodificador
Consecuencia de la respuesta	Retroalimentación

Comunicación y recompensa

- ◆ Según Berlo, la recompensa es el elemento esencial de la efectividad de la comunicación. Las personas no responden a menos que esperen que sus respuestas sean recompensadas. De esta forma, para que la comunicación ocurra, es fundamental que el receptor este interesado en la situación de comunicación. Como fuentes o receptores el interés se reduce a satisfacer las necesidades y cumplir los propósitos.
- ◆ La recompensa tiene que ser definida en el contexto del receptor que está dando una respuesta. Algunas recompensas son inmediatas y otras no, y lo que es recompensante para la fuente puede no serlo para el receptor.
- ◆ En toda situación de comunicación se elige, codifica y trata el mensaje y se seleccionan los canales sobre la base de la posible recompensa para el receptor. Su respuesta será compensatoria si percibe que sus consecuencias son de su interés y aumentan su poder para Influir.

- ◆ Berlo sugiere que un deseo básico del hombre es reducir la incertidumbre, imponer una estructura al mundo y procurar que ésta sea consistente.
- ◆ La comunicación serviría a este deseo y la reducción de incertidumbre sería uno de sus efectos recompensantes.
- ◆ La efectividad de la comunicación puede ser incrementada aumentando la recompensa y disminuyendo el esfuerzo requerido para la respuesta que se desea provocar en el receptor.

Comunicación y retroalimentación

- ◆ Las consecuencias de la respuesta no sólo actúan como recompensa para el receptor, sino también como una retroalimentación para la fuente. La retroalimentación se refiere a la re-entrada del mensaje modificado a la fuente. Es decir, cuando una fuente de comunicación decodifica el mensaje que encodifica o el mensaje vuelve a ser colocado dentro de su sistema, tenemos lo que se llama retroalimentación. Esto es lo que sucede, por ejemplo, cuando las palabras pronunciadas a través de un micrófono salen por los parlantes y vuelven a colarse en el micrófono produciéndose, generalmente, cierta distorsión del sonido. Es por esto que en ciertos sistemas de comunicación, como los amplificadores, la retroalimentación es evitada. En el proceso de comunicación humana, en cambio, la retroalimentación constituye un factor que ayuda a aumentar la fidelidad al transmitir los mensajes.
- ◆ La retroalimentación permite a la fuente verificar la comunicación al decodificar sus propios mensajes y asegurarse de que ha encodificado de acuerdo a sus propósitos. En caso contrario, puede corregirse enviando un mensaje más preciso.
- ◆ La retroalimentación supone una influencia mutua entre fuente y receptor, cada uno encodifica sus mensajes y decodifica los mensajes del otro. Tomando como punto de referencia a la fuente, la reacción del receptor permite que éste determine su propio éxito. La fuente utiliza la reacción del receptor como verificación de su mensaje y como guía de sus mensajes futuros.

- ◆ La retroalimentación permite que la fuente controle el tipo de mensaje que envía el receptor. Cuando la fuente recibe retroalimentación que le indica que ha provocado la respuesta deseada en el receptor y que ésta es recompensante para él, continúa produciendo el mismo tipo de mensaje. Si la retroalimentación le indica que el mensaje enviado no ha provocado el efecto esperado podrá, eventualmente, cambiar de mensaje.
- ◆ Es posible distinguir las diferentes situaciones de comunicación por la facilidad con que es obtenida la retroalimentación.
- ◆ En la comunicación de persona a persona la retroalimentación es máxima. Básicamente, por la cercanía física de la fuente y el receptor, y por la variedad de canales de comunicación disponibles. En los medios de comunicación de masas (T.V., diario, radio, etc.) en cambio, la probabilidad de obtener una retroalimentación inmediata es mucho menor. Esto se traduce en que la fuente demore en cambiar sus mensajes.
- ◆ La retroalimentación constituye uno de los factores fundamentales en la efectividad del proceso de comunicación, puesto que permite que la fuente, a partir de las respuestas del receptor, controle y precise sus mensajes para lograr su propósito original.

Comunicación y expectativas

- ◆ El proceso de comunicación humana no sólo se reduce a una interdependencia física o de respuestas entre la fuente y el receptor, sino que también implica un conjunto de predicciones, por ambas partes, con respecto a la forma en que el otro habrá de responder al mensaje. Todo comunicador tiene una imagen de su receptor, prevé posibles respuestas e intenta predecirlas antes que ocurran. Los receptores, por su parte, seleccionan los mensajes de acuerdo a la imagen que se han formado de la fuente y a sus expectativas en relación al tipo de mensajes que esta emitirá.
- ◆ Cuando las personas desarrollan expectativas y hacen predicciones se está suponiendo que poseen empatía o la capacidad de proyectarse en la personalidad de otros. La empatía permite al hombre anticipar o conjeturar con respecto a las relaciones entre ciertas conductas propias, conductas subsiguientes en otras personas y conductas subsiguientes propias.

- ◆ Según Berlo, la capacidad empática se desarrolla a partir del desempeño de roles. Durante su desarrollo el niño desempeña los roles de otro sin interpretarlo; luego los comienza a comprender para después situarse simbólicamente en el lugar del otro; finalmente, los generaliza y asume estos roles abstractos como concepto de sí mismo. Al suponer que los demás son iguales a él comienza a hacer inferencias sobre sus estados internos a partir de sus respuestas a sus mensajes.
- ◆ Para Berlo, la interacción empática es el ideal de la comunicación, es el fin hacia donde tiende la comunicación humana. Cuando dos personas interactúan para comunicarse, tratan de situarse en el lugar del otro, de percibir el mundo en la misma forma que lo hace el otro, de prever la manera en que se comportará el otro. La comunicación tiene como objeto la interacción, el asumir recíprocamente el rol del otro, el obtener una perfecta combinación de sí mismo y el otro. A medida que la interacción crece, las expectativas se tornan perfectamente interdependientes y se busca anticipar, predecir y comportarse de acuerdo a las necesidades mutuas.

Comunicación y Sistema social

- ◆ La empatía constituye un factor importante en la efectividad de la comunicación; sin embargo, cuando la situación de comunicación presenta ciertas características, como ser poca interacción previa, falta de motivación personal, aumento del tamaño grupal, etc., el conocimiento de la composición y mecanismos del sistema social serán de utilidad para hacer predicciones sobre la forma en que los miembros de dicho sistema social habrán de comunicarse entre sí.
- ◆ Los sistemas sociales se generan a partir de un proceso de comunicación en que los hombres coordinan sus comportamientos para lograr sus propósitos. La posibilidad de comunicación aumenta, entonces, la probabilidad de desarrollo social.
- ◆ Una vez formado el sistema social, éste determina el proceso de comunicación entre sus miembros. Afecta el cómo, por qué, para quien y con que efectos se produce la comunicación. Este es un proceso interdependiente, en el cual, la comunicación va afectando al sistema social y éste, a su vez, afecta la comunicación.
- ◆ El sistema social proporciona herramientas para mejorar la efectividad de la comunicación. El conocimiento del sistema social en que se inscribe una situación de comunicación determinada, permite hacer predicciones acertadas sobre el otro, basándose sólo en los roles que desempeña en dicho sistema. No es necesario un gran nivel de interacción, conocimiento o empatía con el otro. Su posición dentro del sistema social permite anticipar sus habilidades comunicativas, conocimientos y actitudes, y, por lo tanto, predecir su respuesta a un mensaje determinado.

Comunicación y problemas de predicción

- ◆ El proceso de comunicación se ve dificultado cuando existen ambigüedades o conflictos entre las expectativas de la fuente y el receptor. La predicción de una conducta, de acuerdo al rol de la persona, supone una coherencia entre las características prescriptivas ("debe"), descriptivas y de expectativas de dicho rol. Cuando éstas difieren entre sí la comunicación se ve interrumpida.
- ◆ Siempre que se inicia una comunicación es necesario tener en cuenta los propósitos propios y los de quienes se hallan en el sistema. La ambigüedad o rigidez en la autoridad que acompaña a cada rol afecta la fidelidad de la comunicación.
- ◆ Finalmente, el posible receptor en una situación de comunicación pertenece a diferentes grupos dentro del sistema social que le sirven como referencia para el desempeño de su rol. En este sentido, la fuente tendrá problemas al predecir la respuesta a su mensaje, puesto que no sabe cuál será el conjunto de normas y valores que prevalecerá en el receptor al emitir su respuesta. Asimismo, el receptor tendrá problemas para emitir una respuesta inmediata si las normas de sus diferentes grupos de referencia entran en conflicto o son ambiguas. Todo esto afecta la efectividad de la comunicación, cuando las predicciones se hacen sobre la base de los roles dentro de un sistema social mayor.

Schflen clasifica los comportamientos comunicativos en las categorías siguientes:

- ◆ El vocal (lingüístico y paralingüístico)
- ◆ El comportamiento kinésico (movimientos corporales, los del sistema neurovegetativo, la postura, los ruidos corporales)
- ◆ El comportamiento táctil.
- ◆ El comportamiento territorial.
- ◆ El comportamiento en cuanto a la apariencia de los otros, etc.