

En torno a la comunicación: una aproximación

Por Lic. Pablo Carro *

Antes que el acto de informar, de transmitir, de emitir, el verbo comunicar significa, etimológicamente, diálogo, intercambio, puesta en común, reciprocidad, comunión. Cualquier diccionario etimológico coloca el acento en este último aspecto de la comunicación antes que en el acto de transmitir o transferir algo a alguien, generalmente información. Comunicación deriva de la raíz latina communis; es decir, poner en común algo con otro. La misma raíz de comunidad y de comunión. De este modo, comunicación expresa algo que se comparte, se tiene o se vive en común.

Sin embargo, hay hoy diferentes hechos, situaciones, fenómenos, prácticas y procesos que reclaman para sí el nombre de comunicación, por lo que será necesario un recorte, seguramente arbitrario.

Para comenzar, entendemos la comunicación como un principio constitutivo de la actividad humana. El hombre es un animal social por naturaleza; no puede ser concebido sino socialmente, en relación con otros hombres, en vida comunitaria. Pero si es un animal social, también es un animal simbólico; no es posible vivir en sociedad y no comunicarse. Los hombres no pueden no comunicarse entre sí ni dejar de referirse al mundo, y esto sólo es posible a través de símbolos. Es por ello que orden social y orden simbólico no pueden, ni deben, ser analizados por separado, como veremos más adelante.

Gregory Bateson dice que la comunicación "no se refiere solamente a la transmisión de un mensaje, sino que incluye todos los procesos a través de los cuales la gente entra en relación y se influye mutuamente".¹

Para el autor, la comunicación presenta dos aspectos: el contenido y la relación. Esta última encierra al primero y es, por consiguiente, una metacomunicación. De este modo, descifrar un mensaje o comprender un comportamiento supone saber en qué relación se establece; es decir, en qué marco se da esa relación. Una mujer que se desviste delante de un grupo de niños no significa lo mismo en una plaza pública que en una playa para nudistas. Comunicarse implica siempre una metacomunicación que indica a los otros el modo en que debe ordenarse el mensaje. Por ejemplo, la práctica clínica, ¿debe centrarse más en la cura que en el cuidado o a la inversa? Seguramente no hay una medida o regla a seguir. Del mismo modo que no todas las enfermedades son curables ni todos los síntomas remiten a enfermedades biológicas, no siempre los contenidos son lo fundamental en una situación de comunicación.

El entorno de la comunicación o el mundo de las relaciones sociales son habitualmente poco visibles para los participantes de la comunicación. Sobre todo porque el entorno comunicativo remite todo el tiempo a la cultura, a la economía, a la política, a la historia, etc. Los mensajes no se producen en el vacío; siempre se producen en un determinado tiempo y lugar, atravesados por una serie de condicionantes socio-históricos. Los mensajes se producen, y se reciben, en relación a un orden social y simbólico, que sirve de marco a la relación de comunicación establecida. Un orden no siempre consciente. Así resulta inseparable la comunicación de la cultura. La cultura como el modo en que viven las personas, con sus valores, sus tradiciones, sus rituales, sus creencias, sus objetos y sus modos de usarlos, sus prácticas, sus cosmovisiones, sus rutinas, sus trabajos, sus modos de hablar, de vestir y de comer, sus fiestas, sus dioses, sus territorios, sus modos de comunicarse... En definitiva, todas esas pequeñas cosas que constituyen nuestra vida cotidiana. Es en ese sentido que James Lull dice que "la cultura es un contexto".²

Desde el punto de vista social, la comunicación cumple un papel fundamental en el desarrollo de las sociedades. Si lo social es una construcción humana, la comunicación juega un rol clave en

esa construcción. Pero no sólo en la construcción social, también en su funcionamiento, en su mantenimiento o reproducción y, por qué no, en su transformación.

Dice Marita Mata: "Si se piensa la comunicación como un conjunto de intercambios a partir de los cuales se van procesando identidades, normas, valores, se van articulando intereses, se van acumulando y legalizando saberes y poderes, es inevitable reconocerla como un terreno privilegiado para la construcción de sentidos del orden social. Es decir, como un terreno a partir del cual diferentes actores propondrán sus propios sentidos de ese orden, que competirán entre sí para convertirse en hegemónicos".³

Terreno privilegiado para la construcción de sentidos del orden social, la comunicación se emparenta y se confunde con la cultura. Pero, ¿qué se entiende por sentidos del orden social? En primer lugar, sentido tiene que ver con una forma particular de comprender una cosa, con un juicio que se forma sobre esa cosa. Además, tiene que ver con el significado que adquiere determinado objeto, hecho o práctica, pero también con sus diferentes interpretaciones posibles. Por sentidos del orden social entendemos los diferentes modos de leer la realidad, las distintas visiones del mundo que compiten, se enfrentan, se complementan y se excluyen en el todo cultural, y que implican siempre una opinión sobre el modo en que se organiza la sociedad.

El soporte material del sentido es el discurso. Cuando hablamos de discurso, lo hacemos en un sentido amplio que incluye no sólo al discurso de un político, sino a todo soporte material de sentido. Por ejemplo, un libro o una película, pero también una movilización sindical o una fiesta popular.

Evidentemente, adquieren diferente sentido un acto de repudio a torturadores responsables de asesinatos, desaparición de personas, torturas y robo de niños durante la última dictadura, que un acto en el cual se reivindique a la misma persona por su destacada actuación en la lucha contra la subversión durante el Proceso de Reorganización Nacional.

Ahora bien, pensar la comunicación como un conjunto de intercambios, no significa plantear que estos intercambios se dan entre iguales. No toda situación de intercambio implica igualdad entre los protagonistas del hecho comunicativo. Más aún, como indican Piccini y Nethol "...en determinadas situaciones regidas también por ciertos contratos de intercambio, un sacerdote dice un sermón, un juez sanciona una penalidad, un maestro imparte una clase, un grupo de niños tomados de la mano corea una canción, dos o tres personas comentan acerca de su trabajo en el momento de descanso de la jornada, dos amantes se dicen con miradas, gestos y caricias lo que sienten, un político pronuncia un discurso en un asamblea, etc.

Lo que ocurre en estos y otros actos de estructura cambiante y discontinua es que, si bien por una parte se producen hechos comunicativos, por otra, no siempre los actores se encuentran en una situación de intercambio igual, es decir, estableciendo un circuito de reciprocidad donde puedan darse contratos comunicativos de tipo horizontal. Es más, lo dominante es la ausencia de simetría."⁴

Y tal como dicen más adelante: "En toda relación comunicativa existiría lo prohibido y lo posible, lo hablable, lo callable; restricciones que están ligadas a la confrontación con el poder ejercido por el interlocutor más fuerte".⁵

La comunicación como el lugar en el que se van acumulando y legalizando saberes y poderes implica reconocer, como dice Michel Foucault, que "relaciones de poder múltiples atraviesan, caracterizan, constituyen el cuerpo social; y estas relaciones de poder no pueden disociarse, ni establecerse, ni funcionar sin una producción, una acumulación, un funcionamiento del discurso. (...) Estamos sometidos a la producción de la verdad desde el poder y no podemos ejercitar el poder más que a través de la producción de la verdad."⁶ Derecho, poder y verdad forman un triángulo inseparable para Foucault: son las reglas de derecho las que delimitan formalmente el poder y son los efectos de verdad de ese poder lo que produce y

permite reproducir ese mismo poder. Si se analiza el desarrollo histórico de cualquier disciplina, podemos ver como algunos saberes son legalizados y otros son sometidos, soterrados o calificados como incompetentes o no científicos.

La comunicación es el lugar por excelencia en el que se produce la lucha por la legalización de estos saberes y poderes. Así, la comunicación no es el resultado de un poder sino su condición de posibilidad.

Considerar la comunicación como el terreno a partir del cual diferentes actores propondrán sus propios sentidos, supone aceptar que los sentidos del orden social se construyen en una tarea que tiene como protagonistas a emisores y receptores. Sin perder de vista la relación asimétrica que se establece en la mayoría de las situaciones de comunicación, es importante considerar lo sostenido por Eliseo Verón: "...un discurso, producido por un emisor determinado en una situación determinada, no produce jamás un efecto y uno solo. Un discurso genera, al ser producido en un contexto social dado, lo que podemos llamar un 'campo de efectos posibles'. (...) Lo que ocurrirá probablemente, es que entre los posibles que forman parte de ese campo, un efecto se producirá en unos receptores y otros efectos en otros".⁷

Por lo anterior, y a pesar del papel preponderante que juega el emisor, reconocer que la producción de sentidos se da tanto en la emisión como en la recepción, permite visualizar la comunicación como un lugar de disputas y negociaciones, de conflictos y acuerdos.

La comunicación es el terreno en el que se van procesando identidades, normas, valores, se van articulando intereses. La construcción de las identidades es fundamental en la construcción de lo social, y es en este proceso que la dimensión comunicacional cumple un papel importantísimo. La identidad en tanto sentimiento de pertenencia, de reconocimiento y de seguridad que se experimenta al formar parte de un grupo al que nos unen unos valores, intereses y estilos de vida comunes.

Los diferentes sectores sociales, con sus diferentes intereses, participan de manera desigual en la construcción de la opinión pública. Como sostiene Marita Mata: "Mientras unos sectores pueden desplegar su discurso ante el conjunto de la sociedad en distintos espacios y oportunidades, hecho que los cohesiona, los legitima y consecuentemente contribuye a conferirles poder, otros sectores carecen de esa posibilidad. Y, lo que es más grave aún, impedidos históricamente de participar en la producción del discurso público, no llegan siquiera a reivindicar su legítimo derecho a hacerlo, no alcanzan a reconocer su capacidad de hacerlo, internalizando de tal suerte su exclusión y naturalizándola, dificultando su intelección como parte de la exclusión económica, social y cultural que padecen."⁸

Y es justamente en este proceso que realizan una actividad incomparable los medios de comunicación social.

Si la hegemonía cultural, y comunicacional, de las clases dominantes se logra a través de un proceso de dirección moral y política que le permite el acceso diferenciado a instancias de poder, el consenso social logrado con la ayuda invaluable de los medios masivos implica la aceptación de que los grupos subalternos participen de algún modo, aunque subordinadamente, de la apropiación de espacios culturales y de beneficios económicos. Es en este marco que los sentidos propuestos competirán entre sí para convertirse en hegemónicos.

"La centralidad que tienen hoy los medios masivos en la producción de los discursos públicos y en la esfera del consumo cultural, hace de ello una vía privilegiada para la constitución de identidades individuales y colectivas. (...) ...espacios donde también se libra la lucha por el consenso, es decir, donde están presentes, aunque de manera desigual, las ofertas de sentido realizadas desde el poder y las demandas provenientes de los sectores subalternos...".⁹

A partir de estas consideraciones, seguramente parciales, hemos intentado una aproximación crítica en torno a la comunicación. Una aproximación que, en definitiva, no es más que una aproximación crítica a las relaciones del hombre con el hombre.

NOTAS

- 1 Bateson, G. Y Ruesch, J., Comunicación, matriz social de la psiquiatría, Paidós, Bs. As., 1965.
 - 2 Lull, James, Medios, comunicación, cultura. Una aproximación global, Amorrortu, Bs. As., 1997.
 - 3 Mata, María Cristina, Comunicación popular: de la exclusión a la presencia, Mimeo., Córdoba, 1988.
 - 4 Piccini, Mabel y Nethol, Ana María, Introducción a la pedagogía de la comunicación, Trillas, México, 1997.
 - 5 *Ibidem*.
 - 6 Foucault, Michel, Microfísica del poder, Ed. de la Piqueta, Madrid, 1980.
 - 7 Verón, Eliseo y Sigal, Patricia, Perón o muerte, los fundamentos discursivos del fenómeno peronista, Legasa, Bs. As., 1986.
 - 8 *Ibidem*.
 - 9 Mata, María Cristina, en revista Diálogos Nro. 30, FELAFACS, Radio: Memorias de la Recepción. Aproximación a la Identidad de los Sectores Populares, Lima, 1991.
- * Pablo Carro: Licenciado en Comunicación Social. Docente en la Universidad Nacional de Córdoba