

TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

La información es fuente de poder
Anónimo

INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

Definiciones

La información es el conjunto de acciones empleadas para dar a conocer, individual o públicamente, hechos, sucesos, actividades y proyectos; mediante un lenguaje adecuado, utilizando palabras o signos, señales o símbolos, expresados directamente a través de los medios de comunicación social o cualquier otro procedimiento.

La comunicación es más amplia que la información, ya que la comunicación, además de acontecimientos, hechos, sucesos y actividades, puede transmitir al receptor una serie de sensaciones, ideas, creaciones y efectos síquicos.

Es posible comunicar fantasías distintas de la realidad, o símbolos incomprensibles para el destinatario pero que afectan sus sentidos y actúan emotivamente. Así por ejemplo, una obra de arte, que no es informativa, comunica al receptor sensaciones que más son captados por el gusto y la sensibilidad, antes que por el intelecto. Se trata entonces de dos términos diferentes, pero que poseen aspectos comunes (Brajnovich: 1979, págs. 36-37).

Comunicación es el proceso por el cual se transmiten significados de una persona a otra (Wright).

Cuando nos comunicamos estamos tratando de establecer una "comunidad" con alguien. O sea que estamos tratando de compartir una información, una idea o una actitud (Schramm).

Comunicación es la acción de una fuente, más la reacción de un receptor (Ortiz Gil).

La verdadera comunicación, es interacción. O sea comunicación retomada, de doble vía (Bultau).

Comunicación es un proceso que consiste en participar y ser partícipe, con una o más personas, de ideas, sentimientos, propósitos o creencias (Lieberman).

Por su parte. Arroyo sostiene que toda comunicación es un proceso de intercambio de experiencias, porque cada individuo tiene un mundo interno, psíquico, que podrá ser semejante a los demás, pero nunca igual.

Para que exista comunicación es preciso que haya respuesta, por tanto, que se haya producido una interpretación por parte del receptor, ya que la comunicación no se limita a la simple transmisión de mensajes para que sean almacenados como puro conocimiento, sino que además requiere despertar en otras conciencias, ideas, imágenes, conceptos, sentimientos, actitudes, o cualquier otra forma de efectos síquicos, por lo que se puede afirmar que en un entorno condicionado, puede provocar respuestas prefabricadas, siempre que se hayan utilizado técnicas persuasivas adecuadas.

Berlo sostiene que el objetivo de la comunicación es la interacción, la interdependencia entre el emisor y el receptor, pues cada uno depende del otro para su existencia. El resultado de esta comunicación, cuando logra su máxima expresión, es la empatía, o sea, la proyección del emisor dentro de los estados internos y en la personalidad del receptor, luego de haber previsto cómo influir en el receptor. Al irse produciendo la interacción y empatía, los

mensajes van teniendo cada vez una significación más plena para el receptor y para el emisor, hasta que ambos van homogenizando sus formas de percepción de las cosas y sus propias reacciones.

Aristóteles remarcó que la finalidad de la comunicación es persuadir, No se limitó a describir que se trata de un proceso en el cual toman contacto un emisor y un receptor a través de mensajes, sino que señaló que la comunicación se inicia porque el emisor desea convencer, persuadir o inducir al receptor en algún sentido, y viceversa, el receptor al responder también trata de lograr los mismos objetivos.

Como se conoce, la actividad sociopolítica es el conjunto de acciones, luchas y conflictos que llevan a cabo los grupos organizados con la finalidad de consolidar o adquirir poder. La comunicación es una de esas actividades, sirve a los fines perseguidos por los grupos sociales, es un medio utilizado para ganar poder. No es la simple interacción entre personas o grupos, ni la emisión de mensajes en un proceso de retroalimentación, sino que siempre es un esfuerzo para convencer, influir e inducir a determinadas respuestas. Por tal razón, en política no hay comunicación neutra.

Definición operativa de Comunicación

La comunicación es la actividad mediante la cual los grupos sociales y políticos, tratan de atraer a determinados auditorios utilizando mensajes persuasivos, a fin de inducirles a la adopción de actitudes y conductas favorables a sus intereses. Es por tanto, un arma y una expresión particular de las luchas y conflictos.

Modalidades de la Comunicación

Existen diversas modalidades de comunicación. Las más utilizadas son:

- la propaganda,
- la publicidad y,
- las relaciones públicas.

Hay evidentemente afinidades entre ellas. La primera es que coinciden en su finalidad general. La segunda, que emplean los medios de comunicación social, aunque las relaciones públicas en menor escala. Y la tercera, que sus mensajes tratan de ser sugestivos y convincentes, para lo cual emplean diversas técnicas motivadoras, a veces engañosas.

Propaganda y publicidad son susceptibles de una confusión terminológica. Pero se ha ido generalizando el uso de una diferenciación basada en el campo donde actúa cada una de ellas.

Se considera propaganda a las actividades dirigidas a obtener adhesión de públicos o blancos a sistemas ideológicos que pueden tener naturaleza religiosa, política, económica, etc. En cambio la publicidad tiene su campo de acción en la actividad comercial, trata de crear y vender "imagen" de productos, servicios, bienes y otros, a fin de promover la adquisición y empleo de los mismos.

Propaganda y publicidad son similares en cuanto tienden a crear, transformar o conformar opiniones, empleando técnicas apropiadas. Pero se diferencian en que la propaganda, al buscar la adhesión a ideologías, trata de influir en las actitudes fundamentales del ser humano, transformando en muchos casos convicciones, comportamientos y conductas. En cambio, la publicidad, al pretender crear gustos y preferencias o cambiar los existentes, no busca cambiar las ideas básicas del ser humano.