

QUÉ ENTENDEMOS POR COMUNICACIÓN

Natalia Zapata

Sin comunicación no podríamos sobrevivir. Todo el tiempo necesitamos expresar lo que deseamos, lo que hicimos, lo que vimos en la televisión, lo que nos contaron... Expresar lo que esperamos de los demás y saber qué esperan los demás de nosotros; reconocer las distintas interpretaciones del mundo. Necesitamos obtener información del ámbito que nos rodea y compartirla para intercambiar experiencias y re-crear nuevas prácticas y otros sentidos.

En esta primera clase les queremos presentar algunas cuestiones que parten de la pregunta ¿qué entendemos por comunicación? Es una pregunta casi existencial para quienes elegimos la comunicación como desarrollo profesional, pero vamos a ir desentramándola y tratando de responderla, a lo largo del curso y a lo largo de toda la carrera. Para ello, resulta interesante revisar el sentido del concepto de comunicación que se ha ido construyendo en el discurso científico y en el sentido común. Y, al mismo tiempo, mirar su materialidad en las prácticas cotidianas (Vargas y Zapata, 2010).

Comunicación = poner en común. Los seres humanos podemos comunicarnos con las palabras, con el cuerpo, con los sonidos, con las imágenes... Todo el tiempo nos comunicamos de alguna manera. Así, desde el sentido común, comunicarse es expresar, poner en común, dialogar, interactuar, decir, escuchar, pronunciar (aunque, como veremos, también es una idea que está fuertemente asociada a los medios de comunicación). Esta forma de entender la comunicación habilita a pensarnos como actores sociales en relación, diálogo, interacción, expresión, negociación y pronunciamiento ante los demás. Invita a abrir nuevas visiones para iniciar diálogos, a imaginar formas de construir encuentros, maneras de relacionarse, reconociendo en los otros la posibilidad de participar, de decir lo que se siente y lo que se piensa desde el lugar que se ocupa en el contexto social, político, histórico y cultural.

El investigador chileno Humberto Maturana sostiene que lo peculiar humano está en el lenguaje y su entrelazamiento con el emocionar; es por eso que cuando nos comunicamos no sólo intercambiamos códigos o símbolos, sino que también compartimos y demostramos nuestras emociones, lo que sentimos, aquello que nos alegra, que nos moviliza.

El lenguaje nos posibilita la pertenencia a una comunidad de sentido, entendida como lugar donde se ponen en común las ideas, opiniones, pensamientos y sentimientos. En los intercambios de la vida cotidiana en comunidad, el lenguaje es la herramienta del diálogo y el

diálogo no es otra cosa que acción e inter-acción social, posibilidad de relación y entendimiento con los demás.

A través del lenguaje las personas somos capaces de poner en común opiniones, valoraciones y percepciones; de discutir ideas con los demás, de imponer y negociar sentidos (modos de significar y comprender el mundo) y también de generar algunos acuerdos (poner en común nuestras significaciones). Aparecen las palabras, imágenes fijas o en movimiento, así como gestos provistos de diversos sentidos; los sentidos consensuados socialmente adquieren distintas significaciones de acuerdo con quien las pronuncie y el contexto histórico y social donde esa palabra sea pronunciada.

A lo largo de las clases vamos a ampliar esta idea de lenguajes y también los soportes de la comunicación.

Asimismo, veremos que con el desarrollo de las ciencias y los medios de comunicación (impresión, transporte, servicios de correo postal, telégrafo, cine, televisión, y nuevas tecnologías) la noción fue variando hasta centrarse, exclusivamente, en la explicación sobre los modos de transmisión de información entre máquinas y no sólo de relacionamiento entre personas.

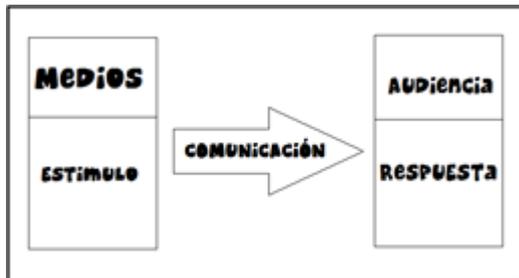
¿La comunicación es una ciencia? Partimos, en primer lugar, de este interrogante que aparece siempre en el espacio de Ingreso a la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, que implica un cuestionamiento alrededor del lugar científico de la comunicación, si podemos entender a la comunicación como una ciencia o no.

Lo que vamos a decir al respecto son dos cosas: en primer lugar, que ubicamos a los estudios de la comunicación en el ámbito de las ciencias sociales; y en segundo término, que a este lugar de la comunicación lo vamos a comprender como un *campo de saber* específico (por lo tanto científico y de prácticas bien concretas).

Tenemos al menos una certeza hasta el momento: la comunicación social es un campo de saber y de prácticas profesionales, donde el periodismo es una de ellas pero no es la única, como vamos a ver en el trayecto por los distintos espacios curriculares y de producción que tiene la Facultad, y como seguramente van a compartir en el espacio de tutorías y de intercambios que tengan.

En este Taller participan ingresantes de las distintas carreras de la Facultad, por lo tanto se inscribieron con intereses comunes pero con ciertas especificidades. Los comunicadores trabajamos en diversos espacios institucionales, abordamos distintos temas y realizamos múltiples prácticas. Lo hacemos con las palabras, con las imágenes, con los lenguajes (gráfico, sonoro, audiovisual, multimedial) y con las narrativas... Éstos son los temas que vamos a ir trabajando y ampliando en cada clase de este Taller.

¿La Comunicación es todo? Si trabajamos con las palabras, con las imágenes, con las narrativas, con los lenguajes... entonces ¿la comunicación es todo? Este es otro interrogante que deviene muchas veces cuando comenzamos a explicar los alcances de nuestro campo de saber y acá vamos a decir que podemos reconocer, al menos, dos tradiciones:



a) una tradición de los estudios de comunicación que mira *los medios* (tanto los medios tradicionales como los medios digitales), que estudian la relación de las personas con los medios y que analizan las relaciones de las personas entre sí.... Y muchas veces lo hacen en términos de estímulo respuesta, del típico esquema Emisor-Mensaje-Receptor que seguramente lo han visto este esquema sí sí trabajaron la definición de comunicación en la escuela.

Es posible que esta perspectiva la hayan visto, pero sepan que esta no es la única mirada desde la que podemos reconocer a la comunicación (esto lo tienen también en la lectura propuesta), sino que también es posible identificar :



b) una tradición que se define como *la comunicación desde la cultura* o de *comunicación/cultura*. Desde este lugar cualquier fenómeno social puede ser analizado desde una mirada comunicacional y también cualquier fenómeno social puede ser un ámbito de intervención para las, les y los comunicadores. Esto quiere decir que miramos *actores* (personas que ocupan un lugar en el escenario de lo social y se encuentran históricamente situadas), que establecen *relaciones*, que son siempre relaciones de *poder* (por lo tanto no son relaciones simétricas, son relaciones complejas) y en estas interacciones reales o simbólicas entre actores se construyen *discursos* y se producen *sentidos*.

En consecuencia, cuando hablamos de comunicación, vamos a mirar siempre en *contexto*. El contexto socio histórico es clave para comprender los fenómenos sociales desde una perspectiva comunicacional situada en la que *actores sociales* diversos/as/es construyen relaciones (donde la dimensión del poder es transversal e intercambian discursos y de esa manera construyen sentidos (posiciones, formas de ver el mundo)).

¿Qué fenómenos sociales se pueden analizar desde la comunicación?



- *Los medios y las mediaciones:* Vamos a mirar a los medios tradicionales o digitales, vamos a analizar sus discursos, sus prácticas; las representaciones que se construyen en torno a los discursos mediáticos y las interacciones que realizamos las personas con los diferentes medios y sus discursos.
- *El derecho a la comunicación:* resulta trascendente en nuestras sociedades democráticas los abordajes de cuestiones vinculadas al derecho a la comunicación, a la circulación de la información, a la toma de la palabra. El rol de quienes nos dedicamos a gestionar la comunicación es clave para promover procesos ciudadanos participativos en las comunidades.



- *Las políticas y los territorios:* las prácticas políticas y territoriales vinculadas a cuestiones ligadas a las identidades, a la perspectiva de género, a las diversidades, a las prácticas de salud -tan necesarias en este momento-, las prácticas relacionadas con el medio

ambiente y los diversos territorios

- *Las prácticas deportivas:* aquellas que se han instalado y han desarrollado y generando todo un campo en términos de comunicación y deporte. Pueden consultar las producciones y los eventos académicos realizados por la Facultad en ese sentido.



- *Los procesos de comunicación/educación:* la Facultad tiene desarrollado un campo específico que relaciona prácticas de comunicación y de educación, entendiendo que no hay comunicación posible sin una perspectiva pedagógica (o sea si no intento que el otro, que la otra, que le otre me comprenda), y también al revés: no hay educación posible sin una mirada de la comunicación (porque si no pienso al otro, a la otra, a le otre desde un lugar desde el cual me comprenda, no hay comunicación ni educación posible).

Todo esto que estamos exponiendo aquí son líneas de investigación que trabaja la Facultad. Cuando hablamos de medios y de derecho a la comunicación también hablamos de *soberanía comunicacional* y de mirar cómo los medios producen las noticias en este momento también tan significativo. Y mirar también cómo se construyen las noticias, qué *noticias* circulan por qué espacios, lo que implica prestar especial atención a las *noticias falsas*, al impacto que genera la infodemia.

Son todos temas que vamos a ir abordando. No es que lo vamos a abordar todo en este Taller sino que lo estamos definiendo como *temas posibles* de trabajar, como problemas de los cuales se ocupa la comunicación y que van a ir problematizando a lo largo del Ingreso y de toda la carrera y aún de manera continua en su práctica profesional ante los desafíos y posibilidades que abre el campo laboral.

Espacios de prácticas y saberes

Hay múltiples espacios de construcción de saber y de prácticas de comunicación. Por ejemplo, reconocemos que la comunicación, en relación con el deporte, se ha ido constituyendo como un campo específico (no sólo por el trabajo de periodistas dedicados al deporte sino por los Congresos, revistas y producciones particulares que amplían la mirada sobre estas prácticas).

Podemos pensar lo mismo respecto de la comunicación pública y política, que se enfoca particularmente en las cuestiones vinculadas a las audiencias y a la opinión pública, que le preocupa los aspectos relacionados con la construcción de ciudadanía.

Y también temas y abordajes que resultan transversales a cualquier análisis o intervención desde lo comunicacional, por ejemplo, la perspectiva de género que tiene mucho que aportar desde una mirada comunicacional: los discursos, las prácticas cotidianas en diversos espacios sociales e institucionales.

Como mencionamos, también la comunicación en relación a los territorios y al medio ambiente y a la educación como un ámbito de prácticas también y de análisis se ha ido conformando en espacios de intervención, de análisis y de investigación.

También reconocemos algunos ejes que atraviesan a estos temas, a estos ámbitos y a estos problemas, que es el análisis de medios y *las mediaciones*, que incluye las prácticas y el abordaje de la *comunicación popular*, esa que se construye más allá de los medios y espacios sociales hegemónicos o urbanos, donde también miramos actores en sus diversidades y contextos: las infancias y las juventudes pero también colectivos migrantes, adultos mayores, personas privadas de libertad, colectivos LGTBQ+, pueblos originarios...

La *planificación y la gestión* de la comunicación en las organizaciones sociales (con o sin fines de lucro), cooperativas, territoriales, empresariales, del Estado, multiactorales,

multisectoriales... también son un espacio de intervención posible, un lugar de prácticas y un ámbito de saberes (la Facultad tiene desde hace al menos veinte años la primera Maestría de Planificación Comunicacional de América Latina).

Las *políticas de memoria* también se constituyen como un eje transversal para mirar muchos de estos temas y ámbitos; así como también la salud, el arte y el medio ambiente son otros de los lugares de los cuales mirar desde la comunicación e intervenir desde la comunicación como comunicadores.

Todo esto es para ampliar, claro está, no es que lo vamos a estudiar todo, sino que es una especie de *mapa* para que se representen algunos lugares posibles para analizar y para intervenir desde la comunicación. Si quieren ampliar tienen en la página de la Facultad las líneas de investigación para mirar y profundizar, aquí las sintetizamos:

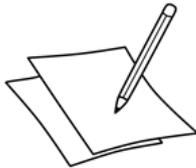
Líneas de investigación de la FPYCS-UNLP	Ejes transversales
<ul style="list-style-type: none"> ● soberanía comunicacional ● lógicas de producción mediáticas y periodísticas ● comunicación y deporte ● comunicación pública y política ● audiencias, opinión pública, ciudadanía ● género ● comunicación y medios en relación al territorio, producción y medio ambiente ● comunicación/ educación 	<ul style="list-style-type: none"> ● análisis de medios ● comunicación popular ● actores: <ul style="list-style-type: none"> ○ infancias, juventudes / migrantes / adultos mayores / personas privadas de la libertad / colectivo LGBTTTIQ / pueblos originarios / derechos, prácticas, consumos, representaciones ● planificación y gestión de comunicación en las organizaciones ● DDHH y memoria ● perspectiva de género ● salud /ambiente /deporte / estéticas

¿Con qué herramientas trabajamos? Decíamos entonces en términos de los interrogantes, miramos estos ámbitos espacios y temas y ¿cómo lo hacemos? lo hacemos haciendo producciones en diversos lenguajes formatos soportes ya sean



¿Dónde intervenimos y cómo?

- **prácticas mediáticas** (distintos espacios: Estado, sociedad civil, empresa, Universidad, sindicato, comunidad, etc.) y espacios (radial, audiovisual, digital, gráfico, etc.)
- **prácticas en las organizaciones y en los territorios:** organizaciones sociales, Estado, barrio/comunidad; clubes; empresas, cooperativas; fundaciones, redes, y otros espacios comunitarios.
- **investigación académica:** artículos, ponencias, producciones diversas.
- **eventos:** los eventos en el espacio público y privado comunican, son un producto de comunicación.



Lo hacemos a través de **distintos lenguajes**: digital, multimedia, gráfico, sonoro; y **diferentes recursos**: imágenes estáticas y en movimiento, palabras, símbolos

Bueno, es muy amplio también el espacio de prácticas. Si recorren y miran en detalle la página web de la Facultad van a poder reconocer algunos espacios específicos de producción periodística y comunicacional. No son los únicos, también a lo largo del recorrido por el Ingreso vamos a hacer algunas prácticas y a lo largo de la carrera también, donde van a reconocer muchas otras.

Esta presentación es una introducción general de los temas posibles que se pueden abordar desde una perspectiva comunicacional. Por supuesto -reiteramos- no son los únicos y es más que nada para que tengan un mapa, un panorama que vamos a seguir ampliando, seguramente, en todo el tránsito por el Ingreso y por la Facultad.

¡Éxitos en el Ingreso y en la carrera!