



COMUNICACIÓN, POLÍTICA Y PROYECTO SINDICAL

Material de formación político sindical para cuerpos orgánicos



**Secretaría de
Formación
Político Sindical**





Secretaría de Formación Sindical:

Carlos Ludueña

Coordinador:

Juan Garrido

Secretaría de Prensa y Comunicación:

Oscar Frontroth

Coordinador:

Santiago Martinez Luque

Producción de materiales:

Lic. Alberto Baldo

Mgter. Santiago Martinez Luque

Diseño:

zetas.com.ar

COMUNICACIÓN, POLÍTICA Y PROYECTO SINDICAL

PRIMERA PARTE

ÍNDICE DE TEMAS

- 1- Para empezar
- 2- Preguntarnos sobre la comunicación
- 3- Algunos modelos de comunicación
- 4- El modelo informacional
- 5- El modelo lingüístico
- 6- La comunicación como proceso social
- 7- Para seguir pensando

Material de formación político sindical para cuerpos orgánicos



Para empezar

Todos los días nos levantamos y prendemos la radio, la tv, abrimos las redes sociales, consultamos los mensajes por wasap. Mientras desayunamos suena la radio, leemos el diario, nos cuentan algo que dicen que pasó.

Todos los días almorzamos o cenamos con el televisor encendido y el celular a nuestro lado. Nos da curiosidad saber si pasó algo importante. Tenemos la sensación de que podemos estar perdiéndonos de algo que tenemos que saber.

Todos los días nos preocupamos por *saber* lo que dicen que es importante *saber* para no quedarnos afuera de los temas de conversación.

Incluso en esos días extraordinarios que pasan cosas fuera de lo común salimos a la calle a ver qué pasa pero también prendemos la radio y la tv para que nos cuenten qué sucedió... a veces las calles son muy largas y las ciudades son muy extensas.

Los medios, internet y las redes sociales son parte de nuestras vidas. Y están ahí como parte natural de la cotidianidad. Nos cuesta mucho entender toda la complejidad de la comunicación en nuestras vidas, y comprender su lugar: no solemos preguntarnos demasiado sobre estas cuestiones. Preguntarnos es introducir preocupación o ambigüedad donde buscamos certezas.

Nos cuesta mucho entender toda la complejidad de la comunicación en nuestras vidas, y comprender su lugar: no solemos preguntarnos demasiado sobre estas cuestiones. Preguntarnos es introducir preocupación o ambigüedad donde buscamos certezas.





Proyecto de Educación

Escuela Itinerante en Córdoba

"Defendiendo la educación pública con alegría y esperanza"

Asociación de Padres de Familia

Una vida de personas

Publicación

UEPC

TERA

5

Preguntarnos sobre la comunicación. Salir de la comodidad

Toda inquietud, todo interés, toda posibilidad de conocer y saber cosas nuevas, de aprender algo que no sabemos siempre parte de una duda hecha pregunta. A veces esas preguntas no se explicitan tan claramente o

nos dan vuelta por la cabeza pero no las pronunciamos.

Por eso, las y los invitamos a que nos tomemos un tiempo para reflexionar en torno algunas simples preguntas.

- ▶ **¿De qué hablamos cuando hablamos de comunicación?**
- ▶ **¿Qué nos preocupa de la comunicación como ciudadanos, docentes, delegados y delegadas?**
- ▶ **¿Comunicar es informar?**
- ▶ **¿Es convencer?**
- ▶ **Si no convencemos ¿Comunicamos?**
- ▶ **¿Se puede no comunicar?**



Cómo entender los procesos de comunicación y no perderse en el mientras tanto



El concepto “comunicación” admite una serie amplia de significados posibles: puede referirse al proceso cotidiano que se produce naturalmente en la interrelación humana; puede también aludir a una serie de prácticas y técnicas asociadas a la producción de mensajes para ser transmitidos en los medios de comunicación; o puede nombrar, a mecanismos que posibilitan un flujo de información, entre otras cuestiones. Como vemos el término puede dar cuenta de una serie de cuestiones muy variadas.

Por su creciente naturaleza pública, la comunicación “ha sido pensada y estudiada desde distintas ciencias y ha suscitado el interés y preocupación de diversos sectores de la sociedad que han invertido tiempo y dinero con el objeto de extraer de ella beneficios materiales, ideológicos y políticos.” (Mata, 1994)

Tres modelos diferentes han sido muy difundidos para intentar explicar los procesos de comunicación desde diferentes perspectivas. Les compartimos una pequeña reseña de sus características y principales limitaciones para pensar la comunicación.

El Modelo Informacional

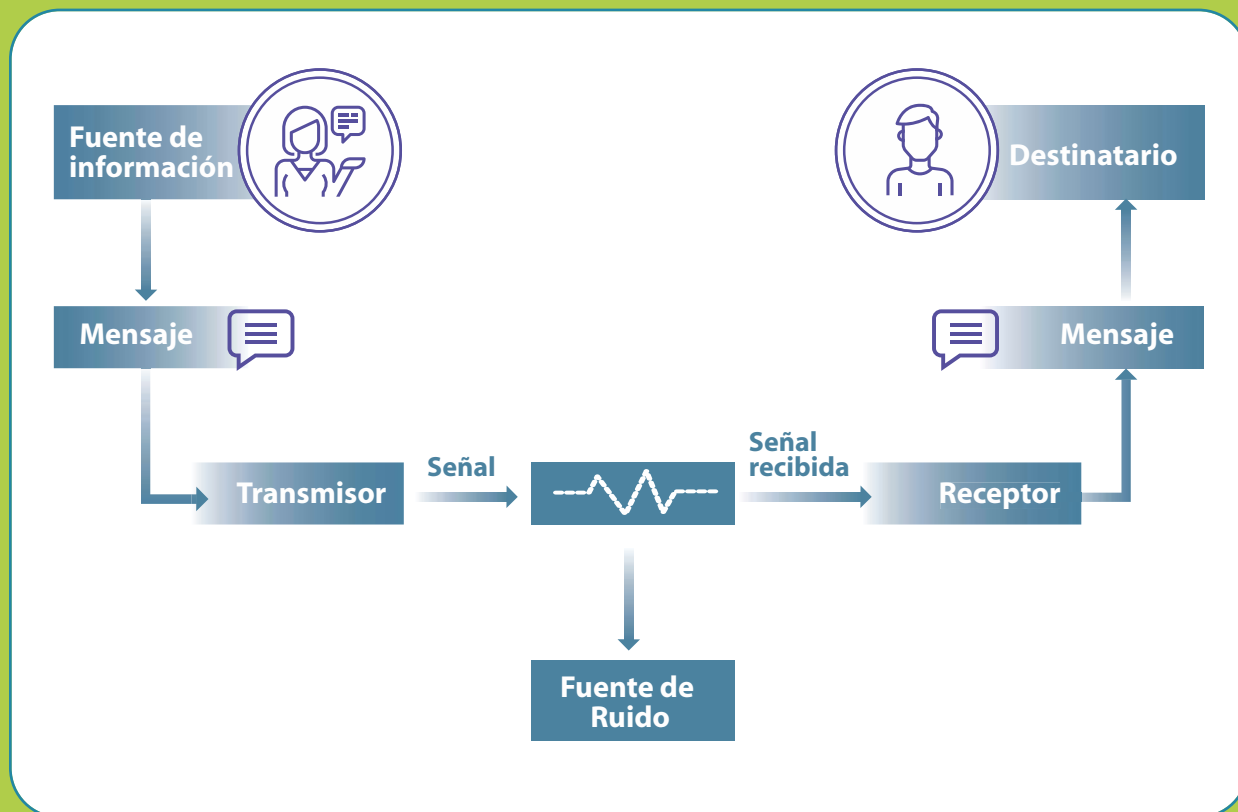
Este esquema ha sido muy difundido. Plantea que existe un emisor que envía mensajes a un receptor utilizando algún tipo de canal. Si el mensaje recibido por el receptor no es exactamente igual al enviado por el emisor se entiende que en el proceso de transmisión ha ocurrido algún tipo de interferencia denominada “ruido”.

A partir de esta idea “que funciona como una explicación rápida para toda situación de comunicación” nos concentramos en cómo llega nuestro mensaje, en si llega correctamente; mirados desde esta perspectiva, los *famosos problemas de la comunicación* se limitan a que nuestro mensaje *no llega*, que existen interferencias, *que no nos escuchan*, y un largo etcétera.

Este esquema de la comunicación ha sido muy utilizado y difundido. Incluso lo enseñamos en materias como Lengua o Comunicación en el Secundario. “Su enorme difusión, en parte,” puede ser entendida por su sencillez y su similitud con procesos fácilmente reconocibles por todos como los propios de la informática o la ingeniería.

En efecto, este modelo fue pensado, a fines de la década del 40', desde la teoría matemática de la información para el desarrollo de la industria de las telecomunicaciones. Su objetivo era ilustrar y garantizar un eficaz envío de mensajes sin perder información y disminuir los ruidos.

El pensar desde este esquema nos limita a contemplar los procesos de comunicación en una sola dirección por lo que a partir del mismo no podemos ex-



plicar situaciones múltiples o diversas, en las que la linealidad no puede ser fácilmente aplicable.

A su vez, no permite advertir que el receptor puede comprender o atribuir otros significados al mensaje enviado por el emisor. Además, no se tiene en cuenta las distintas situaciones en las que se producen los intercambios comunicativos, puesto que los mensajes suelen tener sentidos diferentes dependiendo del ámbito y contextos donde son producidos. Por ejemplo, un mensaje enunciado en un aula puede tener un significado diferente si es producido en una cancha de fútbol.

Por otro lado, las situaciones de comunicación social están asentadas en las relaciones humanas: aunque así lo quisiéramos en este terreno nada es tan simple, claro y transparente como lo propone este esquema. En nuestras relaciones, que siempre son de comunicación, se producen fenómenos que no solo están vinculadas con la información o con decisiones que podamos justificar únicamente desde lo racional. Un aporte sustancial para pensar esta dimensión de la vida en sociedad la realizó el psicoanálisis al plantear la noción de inconsciente, por ejemplo.

El Modelo de Jakobson

Este esquema incorpora al modelo informacional una serie de elementos que apuntan a añadir la dimensión comunicativa a los procesos de transmisión de información del modelo anterior. Para ello, suma nociones como la del “contexto” en el que se produce la comunicación y la posibilidad de “retransmisión” del mensaje por parte del receptor.

Sin embargo, este modelo no permite analizar muchos aspectos de la comunicación humana cuyo propósito fundamental no es la transmisión de información

sino otros aspectos de nuestra vida en sociedad como por ejemplo, las ceremonias religiosas y rituales académicos, deportivos, políticos, entre otros, con los cuales nos relacionamos, comunicamos y reconocemos.

Por otra parte, es importante advertir como debilidad de los dos modelos que hemos revisado el hecho de que sitúan al intercambio entre emisor y receptor en un plano de simetría. Es decir que no reconocen que en los procesos de comunicación se encuentran presentes las desigualdades de todo tipo y entre ellas, especialmente, aquellas relacionadas con el saber y el poder.





Otro modo de pensar la comunicación:

el modelo relacional o la comunicación como proceso social

En primer lugar, es necesario dejar en claro que esta propuesta entiende a la comunicación como una relación. Es decir un vínculo en el que las y los participantes se ponen en común con otros y otras.

En ese sentido, si prestamos atención al origen etimológico de la palabra **comunicación** podremos observar que es el mismo que el de **comunidad**: poner en común está vinculado con encontrarnos, con

ser colectivamente; con construir comunidad.

Ahora bien, en tanto nuestras comunidades son amplias, a través de las relaciones humanas vamos constituyendo una red compleja de intercambios que son siempre, al mismo tiempo, comunicativos. Ello implica que nadie es exclusivamente emisor o receptor en un proceso comunicativo. Por el contrario siempre desarrollamos ambas prácticas conjuntamente.

De esta manera, los mensajes o discursos que circulan en esta red de interacciones nunca son pensados de manera unidireccional. Todo circula en unas direcciones y en otras. Circulan. No son mensajes enviados. Son intercambios.

Por eso los sentidos y significados que circulan en esta red de intercambios, se van modificando con la producción de los actores que intervienen.

Si, de alguna manera, tuviéramos

¿Qué pasa en los procesos de comunicación?

INFORMACIÓN. Por una parte, nos expresamos, ponemos en común y accedemos a información sobre hechos, sucesos de los más diversos tipos; es decir, sobre las cosas que pasan a nuestro alrededor. Accedemos a información sobre nuestra sociedad y contribuimos a que otros y otras la tengan.

VISIONES DE MUNDO. A través de la comunicación, también construimos una idea de cómo es y funciona el mundo en el que vivimos. Y es que a través de los intercambios comunicativos circulan, legitimamos o deslegitimamos ideas y valores sobre el mundo social. Es decir, construimos el modo en que puede ser entendido el mundo en que vivimos e intentamos generar y sostener consensos sobre ello. En ese sentido, buscamos que las demás personas adhieran al modo en que entendemos el

mundo y su lógica de funcionamiento. Naturalmente, esto parte del supuesto de que la sociedad no tiene un sentido último y definitivo sino que el mismo es una construcción histórica y social. ¿Sino cómo podría explicarse que no nos podamos poner fácilmente de acuerdo sobre tantas cosas en las que tenemos diferencias?

IDENTIDADES. Finalmente, en esta red de relaciones de intercambios comunicativos, nos reconocemos. A través de la comunicación nos hacemos una idea de quiénes somos y quiénes son aquellos que son diferentes a nosotros. En otras palabras, construimos nuestras identidades. Y, al mismo tiempo, siempre que producimos comunicación generamos imágenes en las cuales otras y otros pueden reconocerse, identificarse.

que ilustrar este modelo quizás valdría pensarla como una red, una suerte de telaraña dentro de la cual todos participamos sin poder evitarlo.

“Naturalmente en distintos puntos de esta red” se encuentran situados distintos tipos de participantes: los individuos, las instituciones y, obviamente, los medios de comunicación.

Desde este modelo también en-

tendemos que la trama cultural y social está presente tanto en la producción como en la recepción de los mensajes. Y por esta razón, la comunicación es un terreno donde se evidencian intereses y visiones diversas sobre la realidad. En este sentido Mata afirma que la comunicación constituye “un terreno privilegiado para la construcción de sentidos del orden social (...) Es decir un terreno a partir del cual diferentes actores

propondrán sus propios sentidos de ese orden social, que competirán entre sí para convertirse en hegemónicos” (Mata, 1988:3).

Ahora bien tanto cuando producimos como cuando tenemos una actitud más pasiva de recepción de discursos, lo hacemos en el marco de bastos conjuntos discursivos. Es decir, de múltiples y diferentes propuestas de comunicación que circulan y con las cuales nos vinculamos. Todas ellas

compiten por obtener visibilidad y aceptación.

Si tomamos todo esto en cuenta podemos ver que la comunicación es un terreno de lo social, imposible de evitar, en donde diferentes actores y sectores sociales proponen -aun sin hacerlo conscientemente- sus propias visiones de mundo, sus propias ideas sobre cómo es y funciona ese orden social, que competirán entre sí para convertirse en hegemónicas.

Este modo distinto de entender a los procesos de comunicación, nos introduce en la complejidad de lo social ya que involucra a las diversas condiciones que inciden en estos procesos (historias concretas, estructuras culturales, intereses de los diversos sectores en momentos determinados etc.) y las modalidades en las que puede presentarse en los distintos ámbitos (familiar, grupal, institucional, social etc.).

La comunicación y el poder

Cuando hablamos de poder lo hacemos pensándolo como verbo: **poder hacer o poder hacer que otros hagan.** Desde esta perspectiva, en todas las relaciones sociales siempre hay poder, hay desigualdad y diferencia. Ello sin importar si están involucrados individuos, colectivos, instituciones y medios masivos de comunicación. **En la comunicación siempre hay relaciones de poder.** Y ello incide en cómo podemos desarrollar nuestros roles de emisores/receptores. La desigualdad y jerarquías en la comunicación, en parte, implica que hay algunos que pueden **hablar más, que son más escuchados, que tienen más legitimidad para pronunciarse y lograr adhesión de los demás, entre otras cosas.**



Comunicación y consensos sociales

A través de nuestro hacer comunicativo cotidiano construimos, trabajosamente, los consensos sociales que organizan a nuestras comunidades. Es decir, aquellas cuestiones sobre las cuales, al parecer, estamos de acuerdo sobre la vida en sociedad. Ello sucede sin importar que los procesos de comunicación –siempre dialógicos, siempre desiguales- se desarrollen a través de los encuentros interpersonales, las redes sociales o los medios de comunicación.

Ahora bien, pensado como intercambio cotidiano y permanente, **todo nuestro hacer comunicativo resiste, transforma o reproduce los consensos existentes sobre la sociedad, así como aquellos que refieren a nuestras organizaciones.** Dicha disputa es responsabilidad de todas y todos los que nos sentimos parte. No se trata de una tarea exclusiva de la dirigencia. En cada espacio que ocupamos disputamos o permitimos que se reproduzcan los sentidos circulantes y que se pretenden establecer sobre los sindicatos.

En ese sentido, para nuestras organizaciones gremiales es de altísima importancia disputar los consensos en torno al rol social de las y los trabajadores, sobre la organización colectiva, así como sobre la solidaridad.



TODO PROCESO DE COMUNICACIÓN IMPLICA



INFORMACIÓN

+

VISIÓN DE MUNDO

+

PROPUESTA IDENTITARIA

- ▶ Las adhesiones que procuramos y los rechazos a los que nos enfrentamos se producen globalmente o en, al menos, alguno de los tres niveles.
- ▶ Identificar en qué nivel logramos adhesiones y en cuáles rechazos facilita trabajar para perfeccionar o lograr los consensos que necesitamos como Delegadas y Delegados.

►► Recursos

Video:

¿Cómo las palabras pueden transformar el mundo?

shorturl.at/kG238



Para pensar desde nuestro lugar de delegadas y delegados:

- ¿Cómo decimos lo que decimos? ¿De qué otros modos podríamos decir lo que decimos?
- ¿Qué omitimos? ¿Qué no decimos?
- ¿Qué valores, ideas y visiones de mundo proponemos y legitimamos cuando decimos lo que decimos?
- ¿Qué identidades les proponemos a nuestros compañeros y compañeras docentes? ¿Qué imágenes de identificación les proponemos? Estas imágenes, ¿suelen ser marcadas por atributos positivos o negativos?



*A través
de la
comunicación,*

*y en el marco
de las condiciones
y experiencias
de vida,*

*construimos el
sentido sobre lo
que somos y sobre
nuestra sociedad.*



Podemos concluir que la comunicación puede ser comprendida de manera diversa según la posición desde la cual se ingrese a su estudio, a su producción y a su reflexión. A cada lugar de entrada le corresponde un paisaje simbólico distinto, la adopción de uno u otro modelo para pensar los procesos de comunicación nos indica si creemos o no que la comunicación se trata de un transporte lineal de información.

Si la palabra comunicación significa poner en común recursos, conceptos, saberes, sentimientos, entonces, debemos pensarla como socialización de saberes sin im-

portar qué se comparte ni con qué sentido. Y si al socializar le añadimos el diálogo y la búsqueda de consenso, el hacer comunicativo implica el intercambio, la interacción y la negociación de sentidos con otras y otros.

Finalmente, si a esta negociación de saberes la inscribimos en los receptores y dentro del horizonte de la cultura compartida –siempre en construcción– comprenderemos que la comunicación es un lugar de encuentro cultural en el que cada comunidad o productor/receptor ingresa con una tradición, unas representaciones y unas formas específicas de hacer su significado.



Bibliografía

- ▶ Manual de Comunicación comunitaria (2002) “Barrio Galaxia” ED. Centro Nueva Tierra.
 - ▶ Mata María Cristina (1988) “Comunicación Popular de la exclusión a la presencia”, Córdoba.
 - ▶ Mata María Cristina (1994) “Nociones para pensar la comunicación y la cultura masiva” en Centro de Comunicación Educativa La Crujía, Bs. As.
 - ▶ Rodrigo, Miquel (1995) Los modelos de la comunicación. Madrid, Tecnos.
-



www.uepc.org.ar



UEPC - Pagina Oficial



@_UEPC