

El periodismo puede ser entendido como un fenómeno informativo, en tanto codifica con el lenguaje la representación de la realidad, usando un canal difusor que llega a múltiples receptores. Igualmente es un fenómeno de comunicación en cuanto sus acciones recogidas por los sujetos generan significados y cambios cognitivos y emocionales.

Limitaremos la información a sus aspectos estructurales y tangibles, propio de la representación formal de la realidad, sintetizada en el lenguaje, no atribuyéndole una naturaleza de vivencia y de sentido, estas condiciones la reservamos para la comunicación.

La información se presta para el análisis sistemático porque se define mejor desde las formas o estructuras, que del significado. La información, es una estructura que se diferencia de otra estructura por su cantidad y ordenamiento y se la entiende desde la teoría de sistemas, que opera desde la observación de los mecanismos y funciones, sin necesidad de identificar los sujetos. La comunicación, en cambio, sólo puede ser explicada desde la acción entre sujetos que intercambian sentidos. Es decir sólo puedo entender los procesos de comunicación de manera compleja relacionando estructuras (información) con situaciones y sujetos. La comunicación se ocupa del armado y del desarmado de los significados que hacen las personas, las instituciones, las sociedades, dentro de determinadas estructuras sociales, las que se reconocen desde una atribución del sentido histórico o social.

La confusión proviene de autores norteamericanos, que extrapolan las teorías informativas a los procesos comunicacionales. Entre los más conocidos están: Wiener, Lasswell, Berlo, Lazarsfeld, Wright, Shannon y Weaver,¹ fundadores de la "teoría de la información" o del "modelo matemático de la comunicación". Ellos utilizan indistintamente los conceptos de información como si fueran equivalentes al de comunicación. Este uso indiferenciado es por desconocimiento de la complejidad de ambos procesos, por confusión o por simple facilidad que ahorra explicar fenómenos interrelacionados pero diferentes.

Marcaremos las diferencias para comprender las articulaciones del plano conceptual con la praxis. Se trata de diferenciar primero y luego comprender sus complementariedades. No se obtiene el mismo resultado si evaluamos la práctica empresarial, desde la teoría de las formas, que desde la teoría de los fenómenos y significados.

Comunicación e información tienden a resolver cuestiones diferentes

Enfrentar un diagnóstico informativo en una organización, involucra comprender qué tipos o cantidad de mensajes circulan en el sistema-organización o en parte de ella. Debo identificar los dispositivos que manejan información, usar los indicadores de

¹ Weaver, Warren, 1984 "La matemática de la comunicación". En Smith, A (Compilación) *Comunicación y Cultura*. Vol 1. Nueva Visión. Buenos Aires.

frecuencia, detectar la cantidad de información, establecer la simetría o asimetría de los procesos entre emisores y receptores y distinguir los códigos y los lenguajes usados por diferentes componentes de la organización. Por ejemplo, si se quiere hacer un diagnóstico con la teoría de la información en una empresa, debo preguntar cual tipo de información manejan los gerentes y los empleados. Esto implica hacer observaciones o encuestas a ambas categorías de funcionarios, sobre la base de asuntos concretos, que pueden ir de la frecuencia y uso de fuentes como del número de mensajes, de reuniones o llamadas telefónicas dadas y recibidas. Si no se identifican los aspectos concretos-tangibles, no es posible describir la realidad que se averigua.

Un diagnóstico comunicacional, en cambio, implica comprender las percepciones y la construcción de significados y de sentidos de las personas. Estos sujetos, con roles de gerentes y subalternos, se enfrentan a relaciones amistosas u hostiles, a imágenes aceptadas y rechazadas, a procedimientos de gestión y control, a reglas organizacionales y culturales, a logros y fracasos, conforme a un cierto entendimiento de lo que es y debe ser la empresa, la producción, sus objetivos, su misión. En la temática comunicacional se trata de saber, por ejemplo, si los empleados tienen confianza en la conducción de la empresa. Esto exige recurrir a entrevistas o encuestas a los empleados sobre asuntos intangibles, relacionadas con las expectativas, los temores, las opiniones de las personas. Estas percepciones pueden o no tener relación con los balances de la empresa o con la cantidad de información circulando o disponible.

El estudio comunicacional implica detectar las rationalidades de los sujetos, las compartidas y las propias, de allí que no siempre se encuentre una correlación entre rendimientos y opiniones de las personas o entre cantidad de información y calidad organizativa. Las razones de los sujetos a menudo "escapan" a las razones "objetivas". Esto hace de los estudios comunicacionales una disciplina compleja y, a veces, de baja precisión científica, pero necesaria. Para detectar estos aspectos intangibles de la organización, se impone la interpretación fenomenológica, es decir, el identificar y establecer las intenciones de los sujetos, sus prácticas y sus discursos para comprender sus relaciones con las estructuras organizacionales.

1. Especificidad de la Información

La etimología de la palabra información es indicativa de su esencia. Al descomponerla nos encontramos con "in-formación". Es decir, con poner en forma algo. Se trata de una estructura con forma específica, que se puede almacenar y transmitir. Esta estructura puede expresarse en datos, noticias, es decir, estructuras o formas ordenadas, secuenciadas en discursos que serán interpretados, fuera de su propia estructura. De esta manera, los datos se constituyen en maneras de "medir" o de poner en forma la realidad, utilizando para ello un conjunto de códigos.

La información se expresa como la energía disponible en el universo, cuando hay un canal y una forma específica, se manifiesta en señales (vibraciones, calor, olor,

movimientos...) y si hay un observador humano éste la percibe como una variación de una continuidad, logrando la información. (Escarpit)².

Para que esta alteración de energía (señales de un sistema) cobre tangibilidad y sea detectada, es necesario el uso de las formas propias de los flujos de energía y de los códigos. De esta manera, la información se expresa en señales-signos, lo que, a su vez, perpetua la simbolización en los sujetos y desde aquí se puede almacenar, ordenar y transmitir al conjunto de otras personas que comparten esa realidad simbolizada o formateada, confrontándola con sus propias experiencias y representaciones. Es decir, existe la información en términos de una estructura formal, que, dada su abstracta identidad, requiere de sistemas y de códigos reconocibles por un conjunto social humano. El lenguaje, en tanto facultad humana susceptible de interpretación inferencial, se expresa mediante dos códigos básicos: el analógico, que imita lo representado, y el digital, que inventa con signos, letras y números, lo representado, susceptible de procesamiento cognitivo en un modulo específico.

"La Teoría de la Información se interesa por el funcionamiento de las señales, es decir de las transformaciones energéticas mediante las que se ha codificado un mensaje y que han de ser ulteriormente descodificadas, y no por los signos, que son relaciones culturales entre expresiones convencionalizadas (significantes) y representaciones conceptuales (significados)" (ABRIL)³. En resumen, la información es tangible aunque provenga o se refiera a una abstracción, es observable y se puede medir según parámetros matemáticos o evaluativos precisos. La aplicación de la información la vemos en la informática, en la cibernética y en la inteligencia artificial, que simula acciones humanas por medios artificiales.

2. La Especificidad de la Comunicación

No ocurre lo mismo con la teoría de la comunicación, que no puede pretender tener la velocidad de tratamiento informático. Se resiste a expresarse en unidades de medida porque se sitúa en el campo del sentido y de los significados de los sujetos y esto es extralingüístico. Y esta complejidad no pueden expresarla los más sofisticados lenguajes informáticos y cibernéticos. Puedo buscar en Google noticias en internet, con mucha rapidez, información (600 sitios) usando un sistema cibernético que funciona por algoritmos y se autoalimenta con la consulta de los usuarios. Es fantástico y útil...pero sólo puedo pretender un entendimiento ideológico de esa información analizado los contenidos y las personas e intereses que están detrás de ellos, pero no puedo lograrlo interrogando el sistema de información.

² Escarpit, Robert. "Teoría de la información y práctica política". Editorial Siglo XXI. México, 1992.

³ Abril, Gonzalo "Teoría general de la información, Datos, relatos y Ritos". Cátedra, Madrid, 1997.

Cuando estamos en los temas de comunicación, buscamos saber cómo ocurre la acción de compartir significados y sentidos entre sujetos humanos y en consecuencia está implícita la necesidad de distinguir el para qué de esa relación. Sin saber la intencionalidad de los sujetos, no se puede hablar de comunicación. Esta relación intencionada está detrás del enunciado o de los actos comunicativos, los que necesitan de una interpretación distinta a lo formal. Por cierto que el lenguaje tiene la doble realidad de ser una estructura y como tal transportable, combinable y al mismo tiempo ser un provocador de significados que desencadenan significados.

En tal razonamiento, Habermas distingue el uso cognitivo del lenguaje y el uso comunicacional, aclarando que éste último sólo es propio de lo que pasa con las personas.

"Llamo cognitivo al uso de los actos de habla constatativos, en los que siempre han de aparecer enunciados, aquí la relación interpersonal realizativamente establecida entre hablante y oyente sirve al entendimiento sobre objetos (o estados de cosas). Llamo, en cambio, comunicativo al uso del lenguaje en el que, a la inversa, el entendimiento acerca de objetos (o estados de cosas) sirve al establecimiento de una relación interpersonal. El plano de la comunicación, que en el segundo caso representa la meta, sirve en el primero como medio. En el uso cognitivo del lenguaje los contenidos proposicionales constituyen el tema, en el uso comunicativo del lenguaje los contenidos proposicionales sólo se mencionan, para producir en términos realizativos, una determinada relación intersubjetiva entre hablantes-oyentes. La reflexibilidad de los lenguajes naturales se producen porque ambos modos de empleo del lenguaje remiten implícitamente el uno al otro". (HABERMAS)⁴.

En el fenómeno comunicacional conviven tanto los aspectos visibles (códigos) e invisibles, (significados), los tangibles (proposiciones) e intangibles (intenciones), los sucesos y las opiniones, las funciones patentes y las metafunciones latentes.

El llamado que hace un caimán recién salido del huevo a su madre es una señal (vibración de cierto rango e intensidad) que pide protección a su madre (sentido de la señal dentro de la misma especie) y al mismo tiempo, es la señal para un chacal, que asume (la vibración) como una oportunidad de alimentarse. (sentido de la señal para el depredador). La teoría de la información se ocupa de las señales, con lo que describo las conductas, mientras que la comunicación se ocupa de interpretar las acciones que ocurren ligadas directa o indirectamente a la información, con lo que comprendo lo que pasa, asumiendo las intersubjetividades de los sujetos.

Usamos aquí el concepto de comunicación como interacción entre las personas, que asumen significados representados (información) o no formulados (metacomunicación), desde las cuales se da el compromiso, la emoción, la predisposición, la premonición y el conjunto de elementos que definen la sustancia de la relación social de las personas, grupos y sociedades. El entendimiento comunicacional no puede operar si no es desde la

⁴ Habermas, Jurgen "Teoría de la acción comunicativa: complementos y estudios previos". Ediciones Cátedra S.A. 1989. Madrid.

vinculación entre señal-significado-sentido y este descansa, a su vez, en una práctica y una expectativa humanamente construida. Esto hace que la teoría de la información, aunque genere inteligencia artificial, no puede explicar la acción social de la que se ocupa la comunicación.

3. Complementariedad de ambos fenómenos

El proceso propio de la información, puede entenderse como lo dado, lo definido, lo que es. En cambio, la construcción de significados, propio de la comunicación, se presenta como inacabado y como subjetivo. Ambos procesos, evidentemente, se entremezclan en las relaciones humanas y son complementarios. Ambos son reconocibles en el lenguaje que sostiene sus contenidos y ambos son referidos al plano de las relaciones humanas. Ambos actúan en el plano de lo simbólico empleando la abstracción y ambos pueden ser utilizados como instrumentos de conocimiento y de transformación de la realidad.

Sin embargo, puede haber información sin comunicación. Por ejemplo la radio prendida varias horas, emitiendo programas noticiosos y musicales sin que nadie la escuche efectivamente. Hay información o señales codificadas que se difunden, pero no hay interacción con los sujetos. Igualmente en el caso de un computador que contiene programas que nunca son utilizados por el usuario. La información objetivamente está, pero no ha generado contenidos o relaciones comunicacionales.

A la inversa, puede haber comunicación con insuficiente información. Por ejemplo, compartir un espacio con personas que tienen diferentes lenguas. Nadie de los sujetos implicados puede dejar de construir significados y de interactuar con el otro a pesar que sus códigos-lenguajes, no son compatibles. Ello porque para significar un acto ajeno o propio basta una señal y esta se transforma para el sujeto en conjectura, sospecha, certidumbre, es decir en un significado que remonta la cadena de la relación entre señal-sentido, atribuyéndose una intencionalidad reconocible. En cambio para que exista una información, debe haber una puesta en forma reconocible por dos o varios interlocutores que tengan códigos compatibles. Si veo un texto en chino, sé que es una información, pero no puedo significarla plenamente porque no poseo los códigos necesarios. Supongo, por el ordenamiento de signos, que hay información en el texto chino sin que logre tener una comunicación.

Por otra parte, puedo pensar que una persona va apurada en la calle para hacer un trámite bancario o que ha peleado con la suegra... Todo ello sin tener una información explícita, porque la construcción del significado es más bien autopoyética, se realiza en el propio sujeto aunque el mundo externo no ofrezca la batería de señales-significados plenamente estructurada. No podemos dejar de especular sobre el sentido de la acción, aunque no exista una información sobre la acción y ello modifica la acción comunicativa posterior que puede acompañar el proceso inicial. Por eso existen los sujetos esquizofrénicos que fabrican imágenes propias de la realidad, (no compartida por otros) como lo hace el personaje del Quijote que para sostener su rol de caballero andante "inventa" y justifica (cons-

trucción de significado) que los molinos de viento son monstruos y son monstruos porque tienen fuerza.

Como sostiene la teoría del interaccionismo simbólico, (Watzlavitch)⁵ no nos podemos impedir atribuir significado a las conductas humanas, aunque no tengamos una señal clara de lo que ocurre. Llenamos de sentido los eventuales "vacíos" de datos, porque es imposible no comunicar o dejar de significar lo que nos ocurre. Lo propio podemos sostener de las relaciones entre animales de la misma especie. Sin duda se comunican, utilizan códigos analógicos simples, coordinan acciones, pero carecen de lenguaje en el sentido que no formulan "datos", es decir, no pueden mediar la representación de la realidad, que es la característica básica de la información, en tanto vehículo que transciende la experiencia inmediata.

4. Ventajas de distinguir los fenómenos

Sostengo que no es ventajoso confundir información y comunicación. Tal acción, desfiltra los procesos sociales, dificultando el entendimiento de sus complejidades, e impide ver sus efectivas complementariedades.

Por ejemplo, el modelo de BERLO,⁶ ampliamente reconocido como explicativo de la comunicación: fuente-codificador-mensaje-medio-decodificador-receptor-reacción retroalimentación, surge del modelo matemático de transmisión de señales telegráficas. Es un modelo informacional, que ha sido forzado a representar relaciones humanas, y en consecuencia, no puede expresar la complejidad de los procesos de construcción y reconstrucción de significados humanos. Este modelo no puede explicar, porqué muchos electores pobres, desfavorecidos por las posturas neoliberales, votan a favor de candidatos que prolongarán su condición de pobre. Esta problemática debe resolver la relación entre mensaje-oferta y reappropriación-significado del receptor y esto lleva a comprender cómo se arma el sentido político en personas con condiciones y contextos sociales determinados. Y la teoría de Berlo no está implementada para resolver estas cuestiones.

Norbert Wiener⁷ sostiene que "toda comunicación es una transferencia de información". Es decir, el proceso comunicacional es visto desde la ecuación del traspaso de energía en forma de códigos (señales) o mensajes. Esta concepción proveniente de la escuela norteamericana que simplifica el proceso comunicacional a una relación entre señal, medio, receptor, se ha propagado por todo el mundo al punto que hoy resulta difícil comprender

⁵ Watzlawick, Paul ;Es real la realidad? confusión, desinformación, comunicación. Cuarta Edición. Villanueva. Barcelona. Herder, 1989.

⁶ Berlo, David "El proceso de la comunicación. introducción a la teoría y la práctica" Librería El Ateneo. Editorial S.A. Buenos Aires. 1970.

⁷ Berlyne, D.E. " Información y Motivación". Del libro Comunicación Humana. Exploraciones Teóricas. De Albert Silverstein. Editorial Trillas. México 1988

el verdadero significado de lo comunicacional. Incluso especialistas del área cometen el error de buscar comprender la comunicación con esquemas propios de la transmisión de señales o de sistemas informacionales. Pero esta concepción es incapaz de explicar la construcción, la deconstrucción o la deformación de los significados compartidos por las personas, en determinadas situaciones y culturas, porque se quedan en la superficie del fenómeno o en el plano de las formas sin llegar a lo esencial que es el sentido que ponen los sujetos.

Observación y acción comunicativa

No obtenemos los mismos resultados si nuestra actitud ante la realidad se realiza desde la observación o desde la acción. Sostengo que el conocimiento es posible cuando estamos implicados en los hechos, cuando participamos de un hacernos en la sociedad, cuando conocemos las reglas del juego social.

Por ejemplo, la periodista Lucía Sepúlveda,⁸ no podía ver de la misma manera que los tele espectadores comunes, la nota que cubría el Canal 13 de TV cuando el periodista Honorato "informa", en terreno, (7/12/1977) de la muerte de un "subversivo", resultado de un "enfrentamiento" con la policía, durante el golpe militar en Chile. Se trataba del asesinato del periodista Augusto Carmona Acevedo, detenido y torturado y que fuera editor jefe del canal de televisión de la Universidad de Chile, esposo de Lucía Sepúlveda y padre de su hija. El relato del periodista de Canal 13, al borrar u omitir la identidad profesional de Carmona y al mostrar la sola versión de la CNI, convertía un asesinato político en un hecho policial. Esta nota periodística indudablemente que se refiere a un solo hecho: el asesinato de una persona, pero, al menos, tiene dos valores comunicacionales o significaciones muy diferentes que dependen simultáneamente de la experiencia del perceptor (perseguidos o amigos del régimen de Pinochet) y de la intencionalidad del informador.

El saber que se expresa por la vía de la observación, es decir, por medio de una reflexión desligada de la participación directa, puede aportar descripciones, pero solo puede ver la superficie de la realidad y no podemos saber solo con la información si alguien está diciendo la verdad o está mintiendo. Solo lo podemos saber de dos maneras, cuando reflexionamos con otras informaciones o cuando tenemos una experiencia directa.

Las relaciones sociales se nos presentan simultáneamente como actos externos observables y como acciones donde los sujetos tienen intenciones. Esta intencionalidad sólo puede ser entendida desde la participación y el compromiso social, porque es desde las lógicas internas que se entiende el juego social. Por ejemplo, un chileno "moderno" ve como un avance social que el Estado chileno "reconozca" que un mapuche es un chileno. El mapuche, que se siente oprimido en la sociedad chilena, ve en este "derecho", a la nacionalidad chilena, una brutal negación de su propia identidad, porque esta naciona-

lidad es la certificación que le niega su identidad de mapuche, pueblo diferente al chileno. El indígena necesita, entonces, negar la potestad del Estado chileno y construir su propia soberanía para reafirmar su identidad. Esto no lo puedo comprender desde una teoría de la información, lo entiendo cuando recurro a la manera en que se construye significados. Como persona dotada de razonamiento puedo comprender el conflicto mapuche-chileno, y para ello debo imaginar las distintas formas de construir sentido.

El periodismo chileno tiende a presentar a los mapuches desde una exterioridad, trata a los mapuches como sujetos que tienen conductas, opuestas al orden público. Describe las tomas de terrenos, las manifestaciones callejeras, los enfrentamientos con la policía, sin explicitar la racionalidad de estas acciones. Se limita a las señales externas, a dar datos, a entregar información. Le cuesta ver el tema mapuche desde la racionalidad del pueblo mapuche o aún desde la intersubjetividad de chilenos y mapuches: Con mucha frecuencia el periodismo chileno, según lo vería Habermas, se ocupa de los comportamientos y no de las acciones porque estas últimas implica evaluar intenciones, juzgar intereses y reglas del juego social, significa tener una interpretación histórica de lo que ocurre, darle un sentido a las conductas.

No ocurre lo mismo con la comunicación, que no puede pretender tener la velocidad de tratamiento ordenado a los que llega la aplicación de la información, se resiste a expresarse en unidades de medida porque se sitúa en el campo del sentido y de los significados de los sujetos. Y esto es de una complejidad al cual los lenguajes informáticos y ciberneticos no pueden alcanzar. Lo externo observable lo podemos encontrar en los flujos de información, en los datos almacenados. Se trata de describir la forma, es decir lo que envuelve al conjunto social, para dar cuenta de dichas situaciones que han sido plasmadas en el vehículo de la información.

Lo subjetivo, en cambio, está en los tipos de relación intencionada que establecemos con las personas. La manera de recoger esta subjetividad es conociendo la lógica interna de las personas, sus experiencias percibidas por los significados construidos y en las prácticas propias de las interacciones. No puedo comprender la lucha mapuche sólo desde la observación de sus conductas. Enfrentamientos con carabineros, cartas de protesta, marchas públicas... sino entro a conocer la lógica de sus acciones, a su propio modo de racionalidad.

En la vida cotidiana combinamos realidades observables con realidades que nos comprometen y emocionan, con procesos donde no podemos impedir anticipar informaciones que aún no se confirman. Trabajamos con lo tangible e intangible, con lo demostrable y con la intuición de manera combinada y simultánea. Lo que pensamos de los mapuches no sólo deriva de lo que dicen los diarios, los noticieros televisivos o los libros, sino que del compromiso que tenemos de conocer sus intenciones y lógicas culturales. Y esos diferentes compromisos forman el cuadro ideológico de su lectura. Por ello los mismos acontecimientos se leen con simpatía o con desagrado, porque es el receptor el que se reapropia de la información, con su sistema de ideas y su correlativa emocionalidad.

⁸ <http://www.lashistoriasquepodemoscontar.cl/carmona.htm>

No obstante lo obvio que resulta saber si hay o no información y en qué cantidad en un sistema u organización, es difícil evaluar cualitativamente una información. La mayor complicación reside en el hecho que la cantidad de información de un mensaje no se puede estimar sin tener en cuenta al receptor y lo que sucede dentro de él. El mismo mensaje puede muy bien provocar diferentes orientaciones sociales en dos personas diferentes (diferentes capacidad de absorción) o la misma persona en épocas diferentes (cambios de percepción).

Es más complicado evaluar la comunicación porque es un proceso que no tiene un término absoluto en el tiempo y lo que estamos considerando malo ahora, puede, con el tiempo, transformarse en bueno y también a la inversa. Los agentes de Pinochet (1973-1989) pensaban que asesinar o torturar a los "subversivos" era bueno para el país, creían hacer una labor necesaria de "limpieza". Hoy, por los cambios políticos y éticos que ha experimentado la sociedad chilena, estos agentes deben esconder sus acciones, ocultarse de la justicia, aunque no necesariamente se arrepientan de sus conductas. Las conductas sociales cambian de significado en las sociedades, aunque la información sea sustancialmente la misma.

Para resolver problemas sociales debemos saber distinguir la naturaleza de estos dos procesos. La terminología que usamos cotidianamente no siempre es rigurosa para expresar si el acento se pone en lo relacional (comunicacional) o en lo estructural (informacional). Esta confusión podría ser de menores consecuencias en el comentario que se hace con un vecino, pero induce a graves errores de intervención en la realidad cuando se debe planificar una acción social, hacer propaganda o periodismo.

Para comprender el periodismo, resulta necesario saber si a este lo miramos desde una función informativa o desde una función comunicacional. La Teoría de la Objetividad y las Teorías Estratégicas, están basadas en conceptualizaciones donde predomina el rol informativo. (VERA)⁹. En estas visiones, el periodismo es entendido como una actividad de orden técnico que obtiene, clasifica, evalúa y difunde información de "interés general", con cierta intencionalidad. Para evaluar la calidad del periodismo, desde la teoría informativa, la mirada se centra en saber si la información conocida sobre el tema está dada por el medio analizado, si la entrega es completa o parcial, si es adecuada o deformada, si es abundante o escasa, si es útil o no para la toma de decisiones de los destinatarios.

En cambio, en las Teorías de la Alienación Cultural, de la Interacción Comunicativa y de la Acción Comunicativa predomina el rol comunicativo. Es decir, la actividad periodística es vista como un fenómeno cultural en una cadena de significaciones múltiples. La evaluación del periodismo, desde la teoría comunicacional pasa por entender qué sentido público construye cada medio analizado y someter esta descripción a un referente específico que permita "medir" las orientaciones que están en juego en la sociedad.

⁹ Vera, Héctor, La Comunicación Seductora. Autoedición. Santiago de Chile, 1999.

Esta distinción ayuda a comprender, por ejemplo, que la formación del periodista, requiere tanto de las técnicas propias de la información, tales como el reportaje (búsqueda de información), la redacción de la noticia, (ordenamiento de la información); lenguaje televisivo, (combinación de lo digital y analógico), como de habilidades comunicacionales: empatía con los problemas y las personas (cercanía de procesos humanos, sentido de la actualidad); diálogo sincero, conocimiento de las audiencias, (opiniones, conductas e ideologías).

No se trata de procesos antagónicos, pero sí diferentes. La comprensión de esto puede mejorar sensiblemente el enfoque de cómo enseñar el periodismo en las universidades o de qué procedimientos emplear para resolver un problema de clímas laborales en una empresa.

Comprender ambos fenómenos

Para comprender cuando estamos frente a fenómenos comunicacionales o informativos es preciso tener en cuenta si el problema se encuentra en el entendimiento de las formas o en las relaciones y significaciones de las personas. El primero es de naturaleza informativa, el segundo es de naturaleza comunicacional. El lenguaje puede ser entendido como una estructura observada e independiente de los sujetos que lo utilizan o como un vehículo donde se expresa la subjetividad de los interlocutores. Habermas distingue entre el uso cognitivo del lenguaje y el uso comunicacional¹⁰. El que describe el estado de la realidad (cognitivo), el que sirve para obtener fines (pensamiento estratégico) y el que sirve para relacionar a las personas en el entendimiento. (pensamiento de la acción comunicativa)

Podemos estar conscientes de las reglas gramaticales del lenguaje o no estarlo, sin dejar de comunicarnos y aún podemos sentirnos transformados por el lenguaje del otro o el propio. Se puede entender el lenguaje como un conjunto de reglas, es decir en su función y estructura o como la concreción de las relaciones sociales, es decir, como un traductor de aspectos de la realidad externa e interna a los sujetos que usan el lenguaje. Esto nos permite afirmar que todo acto informativo necesita de un lenguaje claramente estructurado para manifestarse como tal, en cambio, un acto comunicativo puede darse sin un lenguaje claramente formulado.

Basta que el receptor se imagine sus propias señales y significaciones para que se genere significación en el sujeto. Pensemos en el caso de una persona que observa, sin escuchar, a otra persona que habla en una caseta telefónica. Aquí hay ausencia de una información directa, no se perciben las palabras, nada se sabe de quién es el interlocutor, o quién le responde. Sin embargo no nos podemos impedir imaginar, sospechar, suponer y no dejar de atribuirle un sentido a los gestos del otro, llenando nuestra mente de significaciones. Este es un acto pre-comunicativo. Este acto personal pasa a

¹⁰ Habermas, Jürgen, "Textos y Contexto" Editorial Ariel S.A. Barcelona 2001.

tener valor social cuando traspaso mi subjetividad a otro sujeto mediante un relato de lo vivido.

Es decir, el acto pre-comunicativo vivido es socializado basándose en una información verdadera o falsa. En nuestro caso, nos referimos a la comunicación con valor de implicación social (o comunicación social) intentando abarcar la comunicación consigo mismo como parte de un sistema de interacción o interlocución.

Definiciones de los dos procesos

De lo expuesto anteriormente se desprenden algunas conclusiones conceptuales esenciales sobre los dos procesos.

Información es el resultado de la "puesta en forma" de una experiencia, observación o idea o la emisión de una señal. In-formar, es poner dentro de una estructura reconocible un contenido, mediante códigos lingüísticos o extralingüísticos, como los códigos de barra o la expresión de movimientos de ballet. Llamamos proceso informativo a las acciones que moldean lo que decimos. Si este moldeamiento no se produce, no hay información. Tener una sensación de belleza, aunque esta sea muy intensa, no es información. Si esta se transforma en poesía o en un tratado de estética, o en una expresión, reconocible, de admiración... pasa a ser información. Se exterioriza lo que el sujeto interpreta, convirtiendo su formulación en un producto definitivo y susceptible de ser identificado como tal por otro sujeto.

En cambio, la comunicación apunta a los sujetos y sus interpretaciones, más que a la producción de formas, desde donde se sostienen los mensajes. Es lo que nos dice la definición siguiente: *"Comunicación es una experiencia comunitarizada intersubjetivamente; en sentido estricto, no puede pensarse sin el concepto de un sentido comunicado, compartido por diversos sujetos. Los significados idénticos no se forman en la estructura intencional de un sujeto solitario situado frente a su mundo. ...Las teorías de la comunicación gozan de la ventaja de partir de inmediato de la relación intersubjetiva que las teorías de la constitución (como lo es la teoría informativa) tratan en vano de deducir de las operaciones de la conciencia monódica".* (HABERMAS)¹¹.

"Del análisis de los matices del concepto información, se puede establecer que en primera instancia está relacionado con un acontecimiento noticioso. A diferencia de la comunicación no se vincula con un elemento interno del sujeto (lo que uno tiene) sino con algo externo" (HABERMAS)¹².

Comunicación, es el proceso de compartir significados y sentido entre personas, mediante las interacciones del lenguaje y mediante las interacciones simbólicas del metalenguaje, actos del habla y de los sistemas de relaciones sociales, que les acompañan.

¹¹ Habermas, Jürgen, La Logica de las Ciencias Sociales. Editorial Tecnos S. Madrid 1990.

¹² Habermas, Jürgen, Teoría de la Acción Comunicativa: Complementos y Estudios Previos. Ediciones Cátedra S.A. Madrid, 1989.

"Una serie de mensajes intercambiados entre personas reciben el nombre de interacción. Para quienes anhelan una cuantificación más precisa, sólo podemos decir que la secuencia a que nos referimos con el término interacciones es mayor que un único mensaje, pero no infinitas" (HABERMAS)¹³.

La comunicación se hace más visible cuando tratamos de entender las condiciones desde las cuales las personas asumen los mensajes que cuando tratamos de comprender el contenido interno de esos mensajes. Es decir, resulta útil pensar el proceso comunicacional como una red secuenciada de significaciones que se construyen y deconstruyen, considerando o no los soportes informacionales. "Una segunda forma de diferenciación entre información y comunicación es la que se refiere a su uso. Al respecto, la Enciclopedia Internacional de Ciencias Sociales señala que la palabra comunicación está involucrada en las áreas del arte, comunicación animal, kinesia, lenguaje, parasociología, percepción, actitudes, comunicación de masas, política, lingüística, propaganda y teoría cognitiva. En lo que respecta al uso de la palabra información, la citada Enciclopedia, le asigna un campo mucho más restringido en tres áreas: informática, teoría militar y teoría de sistemas"¹⁴.

Cuatro variables para el análisis comparativo

En el intento de precisar y distinguir las especificidades de cada proceso de información y de comunicación, , hemos elegido cuatro variables de observación .

1. Entendimiento de la realidad

Aquí deseamos responder a la pregunta: ¿Cómo se presenta y se representa la realidad para el informador y para el comunicador? Queremos visualizar el entendimiento de la realidad, según el predominio de la mirada epistemológica positivista (información) y fenomenológica (comunicación)

a. **El informador:** El universo al cual hace referencia el informador es externo al sujeto que observa. La realidad es lo que está allí o se constituye en sí como la referencia misma del mundo externo al sujeto. Lo que interesa saber es cómo se presenta esa realidad para luego poder transmitirla a otros observadores.

El periodista- positivista, trata de detectar hechos, es decir, fenómenos que están en la dinámica de lo social. Es la propia independencia del hecho lo que constituye el objeto mismo de la mirada. En consecuencia, la actitud del buen informador es la de

¹³ Habermas, Jürgen, Teoría de la Acción Comunicativa: Complementos y Estudios Previos. Ediciones Cátedra S.A. Madrid, 1989

¹⁴ <http://www.cdc.fonacit.gov.ve/cgi-win/be>

quién elimina o pone entre paréntesis su propia subjetividad, para dar paso a la transmisión de lo que ocurre, de la manera la más fiel posible. Es hacerse permeable a los fenómenos. Y ojalá que los "hechos pudieran hablar por sí mismos", ello evitaría las distorsiones que produce la transmisión.

En el periodismo informativo se busca este ideal. El informante hace una lectura sincrónica de la realidad, es decir, detecta el fenómeno o el hecho en tanto tal y lo expresa inmediatamente sin conectarlo con una secuencia dialógica o histórica con otros hechos. Aquí predomina el presente y tanto el pasado como el futuro tienen un bajo perfil.

En el periodismo explicativo el informante apunta a describir un proceso, es decir un conjunto de hechos de semejante naturaleza, en un marco necesariamente diacrónico. Es decir actúa relacionando los hechos y ubicándolos en un espacio de significación específica. En el periodismo de opinión, el informante se basa en hechos, procesos y otras opiniones, procurando involucrarse en un sentido determinado, en llevar hacia los destinatarios una visión de los acontecimientos que también a ellos los lleve a conductas previamente deseadas. Se tiene un horizonte claro de lo que la realidad debería ser.

Los eventuales grados de objetividad-subjetividad, varían en la información pública, según el grado de involucramiento histórico del informador. A mayor acercamiento hacia lo que debe ser la realidad hay menor objetividad. La subjetividad crece en la medida que nos implicamos más con esa realidad. En la información pública hay una referencia a la estructura social, claramente definida, conteniendo el relato de esa realidad, el que se expresa en un discurso escrito, oral o audiovisual. El valor informativo va a depender del propio soporte de codificación del discurso el lenguaje preciso, identificable el fenómeno, con pocas ambigüedades y ajustado a lo descrito.

Sin embargo, la información sólo cobra un valor social cuando deja de ser unívoca, como lo señala ESCARPIT¹⁵. "Cuando varios acontecimientos son percibidos por uno o varios observadores como teniendo valores informativos contradictorios, se establece un proceso de comunicación, ya sea en el espíritu del observador único, ya sea entre los diversos observadores, que tiene por efecto producir una información nueva, tendiente a resolver la contradicción".

Una información que no motiva contradicción, nos conforma y en tal sentido, no logra significar algo nuevo en el receptor. Pero la información que conforma es la que permite tomar decisiones. Es el caso de la informática para jugar en las bolsas de valores, entrega datos precisos que llevan a tomar decisiones relativamente acertadas. En cambio, la información que genera reflexión, debe tener elementos contradictorios que susciten nuevas interrogantes.

¹⁵ Escarpit, Robert. Teoría General de la Información. Obra referida en el n° 3.

Y también hay una gran paradoja con la información. Si creo que tengo toda la información acerca del hambre en Somalía, no necesito nuevas informaciones y puedo desinteresarme del tema. Esto nos plantea el serio problema de tener que sospechar del valor de nuestro conformismo y de nuestra sensación de saber.

b. El comunicador: La realidad que interesa al comunicador es la de saber cómo las personas perciben tal realidad. Es decir, su mirada va a los constituyentes (génesis) de esa manera de construir la representación de la realidad. Son los sujetos que significan de la realidad lo importante. Podemos decir que desde la fenomenología son los sujetos los que sujetan la realidad y aunque estén equivocados lo que interesa a la comunicación es trabajar con las ideas, emociones e intereses de esas personas comprometidas en un proceso social.

Lo dado aquí no es el hecho o el proceso externo a las personas, sino lo que cada persona o grupo ha internalizado de la exterioridad, lo que cada sujeto afirma que es la realidad. Es la realidad personificada o viva la que interesa al comunicador y no la realidad en sí (realidad metafísica) El estudiioso de un proceso comunicacional se tiene en la subjetividad, las recoge, analiza un conjunto de subjetividades y establece los espacios comunes y diferenciados.

Esto permite comprender las intersubjetividades, es decir comprender las maneras en que las personas en sus acciones relacionales se modifican entre sí y modifican o reafirman la exterioridad. Cuando, con cierto aire de desafío, se pregunta cuál es el objeto de estudio de la teoría de la comunicación, que no está ya contenido en otras disciplinas, la respuesta es doble.

1. No hay ningún objeto de estudio específico a la teoría de la comunicación, entendido este objeto tal como lo entienden los métodos de las ciencias naturales, con fronteras bien definidas, porque la comunicación no se interesa por una variable particular de conducta o por un nivel específico de lo social. Se interesa por las múltiples relaciones simbólicas y concretas que establecen las personas y ese objeto de estudio tiene planos dinámicos y no se comporta como una realidad en sí reducible a lo estructural.

2. La teoría de la comunicación se interesa en cómo se hacen y deshacen las relaciones personales y sociales en términos de cómo los sujetos construyen los significados y sentidos para comprender esos procesos y poder intervenir en ellos para modificar actitudes o situaciones. Y este es un punto de vista que no puede ser solo filosófico, sociológico o psicológico o lingüístico. Es justamente una mirada holística, psico-relacional-estructural. Es una mirada comunicacional. Lo que hace comúnmente un sociólogo al cual se le pide resolver un problema organizacional en una empresa es hacer un diagnóstico de la situación, según la entiende basado en datos o en la observación del funcionamiento de ésta y propone enseñada un

programa de medidas. Un psicólogo ve la situación personal de sus componentes, establece una visión del conjunto y hace propuestas de mejoramiento. Hace teorización sobre los sujetos.

Un comunicador establece un diagnóstico de la empresa a partir de lo que perciben las personas en sus diferentes niveles de responsabilidad, detecta los problemas intersubjetivos y construye con los integrantes de la empresa, una serie de acciones comunicacionales destinadas a corregir los problemas y a mejorar los rendimientos internos y externos. Hace teorización sobre las interacciones. La línea de explicación de los procesos comunicacionales está centrada en las subjetividades, experiencias, expectativas, contexto personal, deseos y recursos, más que en los factores objetivos como la estructura, los roles, las necesidades o la estructura psicológica. La coherencia de la intersubjetividad está dada en los propios dominios de la construcción y deconstrucción de la realidad común e individual, en los atributos que se le dan a los signos o formas, en la dimensión consciente o inconsciente de los significados, en la forma en que la red de contactos modifica, refuerza o deforma el universo personal que alimenta las relaciones estructurales.

En resumen, la realidad que estudia la comunicación es la construcción y deconstrucción de la intersubjetividad, es decir, la realidad internalizada por los sujetos y compartida socialmente. En cambio, la realidad que estudia la información es la que aparece estructurada en sí misma.

2. *Las percepciones y los códigos*

Llamamos percepción a las maneras en que las personas procesan las señales y los signos atribuidos a una realidad estructural o subjetiva. En la mirada informativa lo que guía al perceptor es la naturaleza misma de la realidad descrita o por describir. La teoría informativa se refiere a la manera en que se crean las formas y de cómo esta influye en las conductas y en las decisiones.

De este modo la teoría de la información debería estar en condiciones de saber cómo se pasa de la percepción de un hecho o de un proceso a la representación de éstos. Sin embargo, su punto de interés no está aquí. Su punto de interés es la fiabilidad del dato entregado y por ello recurrirá al análisis de mucha información para extraer lo esencial de la percepción. Desconfía de lo que las personas recogen de la realidad y establece un método, el científico, para salir de la subjetividad. En el campo de la información periodística se trata de saber qué elementos llaman la atención del observador y luego cómo se realiza el paso desde el hecho a la noticia, es decir de cómo se transforma un dato de la realidad en un acontecimiento, o de cómo se obtienen los hechos significativos. De este proceso complejo, pocos periodistas están conscientes.

Cuando se interroga a los jefes de informaciones sobre qué criterios tienen en consideración para seleccionar los hechos que publican, muchos se extrañan de esta

pregunta. Consideran como obvio o sin contradicciones que se hayan seleccionado lo que se hizo. Creen que es la realidad misma la que les impone esos temas y esos hechos. La mayoría no percibe que no hay nada de inmanente en escoger los hechos. El acto de inteligencia (saber escoger) por excelencia es el saber distinguir lo importante de lo secundario, lo cercano de lo lejano, lo útil de lo inútil... Y estos jefes de información parecen no darse cuenta de ello.

Entre millones de hechos cotidianos, locales, nacionales e internacionales, se elige un puñado de temas, un número relativamente reducido de noticias. ¿Cómo se hace este proceso de selección-reducción? ¿Por qué resulta importante que un delfín de un circo haya muerto y no es importante que un matrimonio de 40 años de casado se hayan separado o que uno de ellos haya muerto de una larga enfermedad?

Una teoría informativa adecuada debería estar en condiciones de responder sobre cuáles son los valores de la información periodística y entender los mecanismos de cómo se seleccionan los hechos y las noticias.

En la mirada comunicativa el perceptor siente a las personas y la realidad desde su propia subjetividad, suponiendo la subjetividad de los otros. Cada sujeto interrogado nos puede llevar a nuevos universos de referencia común y a nuevas diferenciaciones. Las explicaciones de los modos persuasivos en la comunicación son variadas y difusas. Para que haya percepción de lo informativo el mensaje debe estar claramente formulado. En cambio, puede haber percepción de valor comunicacional sin lenguaje verbalizado. Las señales se convierten en el metalenguaje que conduce a la metacomunicación.

La información funciona mediante la visualización de una cosa: el mensaje. En cambio, la comunicación puede sólo visualizar el simple placer de convivir o de estar juntos o existir donde no hay estructuraciones lingüísticas formuladas. Y, al contrario, el silencio, por ejemplo, es un componente comunicacional. Es decir, la ausencia de información puede estar generando en los interlocutores variadas significaciones.

Los códigos son el conjunto de formas-señales y signos, propios del lenguaje, que permiten hacer inteligibles la representación de las experiencias o de las ideas entre las personas. Estos pueden ser digitales (palabra) o analógicos (foto), verbales (expresamente representado) o no explícitos (metacomunicación).

La información necesita de una estructura bien delimitada para ser registrada y procesada. Los mensajes periodísticos de los diarios contienen fundamentalmente información digital, mientras que en la televisión hay mucha información procedente de la metacomunicación y del metalenguaje. Por ejemplo, en el diario puede ser muy importante que la declaración de un personaje aparezca integralmente. En cambio, en televisión puede ser más importante el lugar o escenario de la entrevista, el enfoque de cámara... que las propias declaraciones del personaje.

Cada medio de difusión tiene su propio estilo y orientación que deben ser conocido a fondo por el periodista para sacar las ventajas comparativas en la elaboración de sus mensajes. Los mensajes periodísticos tienen un alto grado de estructuración. Los estudiantes de periodismo saben cuánto hay que sufrir para pasar de la tentación literaria al

lenguaje periodístico. Esto se hace en nombre de la diversidad de los receptores. Tal realidad exige un lenguaje aséptico, poco dubitativo, directo, claramente jerarquizado.

Los lenguajes generados en una conversación, propios de la comunicación interpersonal, se adaptan a los interlocutores, se emplean gestos, distancias, tonalidad de la voz, palabras, rituales, se cambian sucesivamente las estrategias de representación de las ideas, se flexibiliza la propia estructura de sustentación de los mensajes emitidos.

La calidad de una relación entre personas no puede medirse por la cantidad o frecuencia de los mensajes estructurados. En cambio, el traspaso de información, resulta ineludible para evaluar el mismo proceso. Mientras en los lenguajes informacionales la efectividad puede medirse por la calidad del mensaje claro, preciso, en la comunicación habrá que interrogar a cada interlocutor sobre cómo asimiló lo intercambiado, para verificar la calidad del proceso.

La ausencia de ruidos o de interferencias en el mensaje o en la transmisión del mismo, hacen del análisis informacional un eje evaluativo deseable. Lo que deforma la intencionalidad del discurso puede ser considerado entrópico. En cambio, un mensaje artístico, por las "deformaciones" del receptor, permiten que el proceso creativo se enriqueza con las interpretaciones "erróneas" del mensaje inicial.

El lenguaje, en la mirada comunicacional, es necesariamente un sistema complejo, de diversos niveles discursivo-persuasivo-argumentativo, los aspectos proxémicos y fonéticos, los aspectos emotivos e incluye los aspectos de la meta comunicación.

Los destinatarios o públicos

Los públicos o los destinatarios responden a la cuestión de saber a quién va dirigido el mensaje o la interlocución. Los destinatarios de la información periodística son el conjunto de personas que se conectan con un canal difusor: prensa, radio, televisión o multimedia. Este conglomerado se define como el "público masivo" de los medios periodísticos. Los destinatarios de la información reunida en banco de datos tienen, al contrario una alta, segmentación. La expansión de los multimedia, sin embargo, tiende a disminuir esta diferencia.

Las características que se le atribuyen al público masivo pueden ser variables y aún opuestas¹⁶

Características A	Características B
Pasiva	Activa
Homogénea	Heterogénea
Receptiva-Emocional	Racional-Crítica
Indiferente	Selectiva
Predecible	Contradicatoria
Influenciable	Buscadora de Gratificaciones

¹⁶ Gonzales Molina, Gabriel "Reflexiones sobre la Naturaleza Heterogénea de la Recepción" De la revista Dialogos n° 2. <http://www.felafacs.org>

Siguiendo el curso de los tipos de medios masivos, se llega a las audiencias específicas.

En general el medio televisivo tiende a tener públicos de las características A. En cambio, una revista especializada, tiende a tener públicos de las características B. Las características de los interlocutores de la comunicación pueden ser las mismas que los de la información pública. Sin embargo, los procesos comunicacionales más interesantes están centrados en audiencias bien definidas y donde la interacción está facilitada por el contacto directo, superando los obstáculos de la relación mediada que tiende a generar pasividad. El proceso comunicacional se puede evaluar mejor en la familia, en el grupo o en una comunidad local y más difícilmente en medio de públicos masivos-dispersos.

La valoración y los objetivos

El informador y el comunicador se plantean objetivos para su acción. Sin embargo, esta intencionalidad puede ser muy diferente en uno y en otro caso o aún el impacto social puede estar fuera de control para el uno como para el otro. Esto nos lleva a plantearnos el cómo se puede valorar la información y la comunicación. Se supone que el objetivo de la información es traspasar una realidad conocida por un círculo restringido a un público vasto que desconocía esa realidad. Es para enseñarle algo? Es para influir en su conducta? Es para influir en su opinión? Es para recibir un reconocimiento? Es para ganar dinero? La información se presenta como algo claramente tangible. La información puede expresarse en flujos de energía que llega de una persona o otra o de un sistema a otro o en memoria almacenada en números de bites.

Los modelos informativos pueden ser perfectamente reducidos a fórmulas de transmisión de energía. Pousset¹⁷ propone la siguiente fórmula matemática para los modelos informativos de Lasswell y Shannon. La eficacia de la información sería: $E = H'd - Hd$

Donde E es la energía inicial al momento de establecer la información y es de un valor de 100% H'd es la entropía del decidor-receptor después de la recepción del mensaje. Hd es la entropía del decidor antes de la recepción del mensaje.

En esta fórmula se visualiza el deterioro que sufre la información por la sola intervención negentrópica inherente al que recibe la información. Se podría parodiar la fórmula para el caso de la información pública así:

$$E = -Ra -Rd$$

El 100% de la energía contenida en el mensaje periodístico es igual a la entropía del receptor antes de la recepción del mensaje y menos la entropía del receptor después de la recepción del mensaje.

¹⁷ Pousset, André, "Essay de Quantification du Model de Lasswell" del libro *information et media* Université Libre de Bruxelles. Bruxelles, 1969

Para Escarpit¹⁸ el rol de la información es existencial y práctica al mismo tiempo: "Incertidumbre por desaparecer, influencia por ejercer, apuesta por ganar, tales son los tres parámetros según los cuales puede medirse el valor de una información. Ellos corresponden a los tres modos de relación con su contorno próximo lejano, que permiten al individuo "informarse", es decir, construir su forma individual, afirmar su identidad única e irremplazable, marchando en contra de la entropía universal: conocer, controlar, poseer".

Es decir, habrá que entender la información no sólo en su rol de reducir la incertidumbre y de conocer mejor la realidad, sino que como parte de una acción política y personal de control y de posesión. Esto hace del acceso a la información un asunto material y estratégico.

Tanto en los sistemas de información como de comunicación sus rendimientos dependen más de la solidez de las transmisiones o de las relaciones que del número de mensajes emitidos. El nivel de rendimiento de un sistema de comunicación depende menos del número y de la capacidad de sus componentes, que del número, variedad y redundancia de las interconexiones que los vinculan "(Escarpit)¹⁹".

¿Y cómo podríamos, ahora, graficar, un flujo de relaciones comunicacionales? Si la unidad informativa se puede expresar en bites, en qué se puede expresar la comunicación? En contactos? En unidades de amor? En grados de placer o placer? Habermas prefiere hablar de consensos y disensos, de entendimiento humano. Es lo que denomina las acciones comunicativas, diferentes de las acciones estratégicas. Esto tiene una gran significación para entender las relaciones sociales.

Sabemos que en la red comunicacional, en los actos del habla y del actuar, los flujos comunicacionales aparecen bajo "quiebres de significación supuesta. (FLORES)²⁰. Cuando algo se nos aparece como una interrupción de una monotonía, surge el significado. Lo que interesa, entonces, es el grado de quiebre-significación que se genera entre dos o más interlocutores y la manera en que se construyen los sentidos personales y sociales.

La interrupción de la continuidad rutinaria, permite visualizar un espacio significativo que estaba sumergido. Por ejemplo cuando tomo el teléfono y este tiene un ruido extraño y no funciona, me percate que no he pagado la cuenta y o me imagino el sistema de red electrónica que sustenta el contacto que puedo hacer a partir del aparato telefónico que dispongo. Más profundo aún es el resultado cuando produzco quiebres en un interlocutor, entregándole elementos inesperados o que entran en contradicción con la experiencia del otro.

¹⁸ Escarpit, Robert. Obra citada en N° 2

¹⁹ Ibid.

²⁰ Flores, Fernando, "Inventando la Empresa del siglo XXI". Colección Hachette Comunicaciones. Ediciones Pedagógicas Chilenas. Santiago 1989.

El criterio de las expectativas

Una pareja de novios tiene códigos de intercambio poco estructurados, saben poco de ellos mismos, pero su grado de expectativa es muy alto. Esto puede generar un alto grado de comunicabilidad entre ellos. Y al mismo tiempo produce una gran fragilidad en la relación porque cualquier signo contradictorio puede transformarse en tragedia porque las expectativas muy altas generan mucha distancia entre lo inmediato y lo deseado.

En cambio, una vieja pareja, que tienen códigos bien establecidos, que se conocen mucho mutuamente, pueden estar en una fase de saturación o tedio, con bajo índice de expectativas y ello conlleva a un bajo grado de comunicación o de significación de la relación. A mayor información le sucede una menor comunicación. Pero la baja expectativa da también una gran estabilidad a la relación. Son numerosos los indicadores de los cuales puede valerse la teoría de la comunicación para estudiar los fenómenos que le interesa: grados de expectativas o de credibilidad de los interlocutores, grados de acercamiento o lejanía, campo de experiencias comunes y diferenciadas, correlación entre necesidades y deseos, sistemas de lectura metalenguística o de interpretación ideológica de los interlocutores...».

Y si en el informador los objetivos pueden aparecer múltiples o difusos, en el caso del comunicador, éstos lo son aún más. Es por el placer de comunicar, ¿Es para influir? ¿Es para ganar prestigio? ¿Es para superar la soledad? ¿Es para autoafirmarse?

Pero cuando nos referimos a la teoría de la comunicación, y pensamos en la comunicación persuasiva, esta afirmación puede aparecer como falsa o contradictoria, porque en este tipo de comunicación, los objetivos están claros antes de iniciar la acción, dado que se trata de una actitud estratégica de modificación de lo que existe.

En este caso, puede establecerse un procedimiento nítido de evaluación de la campaña realizada. En cambio, en la comunicación interpersonal, se entra en otra lógica, en otra dinámica de construcción del sentido y ello obliga a una nueva teorización.

Una cosa es la comunicación transaccional, donde hay intercambios de asuntos tangibles, con objetivos que pueden planificarse como los negocios o las campañas publicitarias que promueven servicios o productos. Y otra cosa es la comunicación seductora, que modifica a los participantes humanos en tanto los compromete existencialmente. Hay participación e involucramiento mutuo donde la aventura puede ser más importante que la planificación (VERA)²¹.

No se pueden aplicar los mismos criterios para una relación cosificada, donde la materia tratada genera y da término a la relación como ocurre con una campaña de propaganda comercial o política, que lo que ocurre en una relación de dos personas en el campo intelectual o sentimental donde la "cosa intercambiada" puede variar en el tiempo sin necesariamente poner término a la relación-acción.

²¹ Vera, Héctor, Desafíos Democráticos del Periodismo Chileno, Editorial Universitaria. Universidad de Santiago de Chile. Santiago, 2000.

No es lo mismo tratar una relación donde funciona el criterio del costo-beneficio, donde los objetivos del emisor son claros, que una relación sentimental donde no es aplicable esta categoría de costo-beneficio. No podemos saber si obtenemos ventaja o no de amar a alguien. La acción de amar tiene un valor en sí, más allá del intercambio. No podemos juzgarla desde la visión estratégica que se evalúa por el éxito o fracaso de la acción. En la relación amorosa se está, generando sentido o contrasentido en sí misma, no necesitando medir la entrega del uno y del otro.

Destinos o aplicaciones de las teorías

En la tentativa de hacer de la información un instrumento eficaz para reducir la incertidumbre y luego tomar decisiones oportunas y adecuadas, se ha llegado a la informática que estructura, procesa e interconecta datos con mayor rapidez que un ser humano. Por ejemplo, se pueden poner en un programa los valores de las acciones de todas las Bolsas del mundo y en la medida que se dan las cotizaciones actuales, el operador puede tener una relación de qué acciones conviene comprar o vender y al mismo tiempo enviar una orden de compra o venta, participando en el mercado de las transacciones de la bolsa.

En este caso la información computarizada, que ha sido almacenada de una manera específica, responde a necesidades precisas porque se trata de operaciones cuyos valores cambian o se mantienen de una manera unívoca y los coeficientes de transacción son asertivamente esos, con lo cual se pueden derivar lo que resulta conveniente comprar o vender.

El circuito computacional está limpio de "datos" distractores, porque solo circulan formas, los contenidos los pone el receptor. Para estar limpio de interferencias de verdad o de mentira, la realidad ha sido digitalizada y codificada de una manera tal que esta no tendrá otra significación que no sea la forma del dato. Excepto si entra un virus que cambia los signos existentes en el circuito. La informática trabaja con datos y no con experiencias, es decir no sólo no considera la emocionalidad entre los sujetos, sino que busca eliminarla para hacer más eficiente el sistema.

En cambio, en el periodismo, la función de hacer mensajes se relaciona con la obtención de hechos relevantes que buscan ser difundidos con todos los elementos emotivos que estos pueden revestir. Es decir, el periodista trata de describir la realidad, pero no una realidad aséptica, sino una realidad preñada de contradicciones, de complejidad social. Entonces aquí la información no juega solo en el sentido de permitir la toma de decisiones, sino en el plano de implicar a la audiencia, presentando un universo cercano y emotivo. Desde este punto de vista, la actividad periodística tiene una doble lectura de sus funciones. Provoca simultáneamente sensaciones de no aislamiento y de reflexión en el sujeto que recibe los mensajes.

El inconveniente que tienen las teorías de la comunicación es que tienden a abarcar un universo de estudio amplio, difícil de evaluar en cada una de sus fases, niveles o ámbitos y su especificidad es baja y poco precisa según los métodos positivistas.

Estas teorizaciones comunicativas pueden apuntar a analizar las redes de significación que origina una actividad como el periodismo en los receptores, el saber qué relaciones se dan en el pensamiento místico (diálogo entre el hombre y su transcendentalidad) o estudiar los tipos de relaciones sentimentales entre parejas de jóvenes en países subdesarrollados.... Esto entra en el terreno de la interacción simbólica, en la esfera de la intersubjetividad y es demasiado amplio.

En la psiquiatría, la teoría de la interacción comunicativa tiene aplicaciones exitosas e interesantes que aportar (Palo Alto)" porque permite comprender las maneras en las cuales se generan y se descomponen las relaciones simbólicas y analógicas, las barreras de las lógicas lingüísticas y de percepción. Es decir, comprender la dialéctica propia de cada persona en su representación de sí mismo y del mundo. La teoría del "doble vínculo", que muestra las dicotomías entre acciones y racionalidad de los sujetos, así como el papel de la metacomunicación y de los códigos digitales. Watzlawich²², ha aportado al conocimiento de las relaciones humanas. Si bien el campo de estudio de las Teorías de la Comunicación son diversos y difusos, no es menos cierto que existen avances suficientes para considerarlas como disciplinas coherentes y, no pocas veces efectivas, especialmente en el terreno de la comunicación persuasiva o estratégica, como es el caso de las campañas electorales, de publicidad, de salud pública, de educación masiva.

Los campos específicos de la información pueden quedar claramente definidos porque responden a una necesidad social establecida de antemano. Se puede determinar el término de una acción informativa, cuando el sujeto cree haber recibido suficientes datos sobre la realidad que se desea conocer. En cambio, el campo comunicacional puede ser mucho más inestable e indeterminable, porque el objeto de lo comunicacional funciona con los interlocutores y no con una realidad independiente de ellos.

Por ejemplo, un estudiante que pide prestado un cuaderno a una compañera puede tener inicialmente el propósito de una ventaja práctica, requiere de una información para satisfacer un objetivo concreto de "salvar" una asignatura. Pero puede "enredarse" en su contacto y derivar a otros objetivos, interesándose por una relación sentimental. Y en este tipo de relación afectiva, los objetivos son más cambiantes y no se satisfacen sólo con la información.

La teoría de la información trata con sistemas y con objetivos relativamente precisos. Se dispone o no de una información útil en un momento dado. Mientras que resulta más difícil saber si nuestra comunicación con alguien es buena o regular, útil o inútil, o se está a punto de mejorar o de empeorar, porque estos procesos se siguen realizando con nuestra propia existencia.

²² Watzlawick, Paul, Teoría de la Comunicación Humana: Interacciones, Patología y Paradojas. Novena Edición Barcelona Herder, 1993

Consecuencias prácticas de la distinción entre información y comunicación

Si al periodismo se le entiende como una actividad que recoge, procesa y entrega información, éste puede ser evaluado en tanto sirve o no para conocer el entorno social y para que la gente pueda tomar decisiones. Los estudios estarán dirigidos a saber qué informa y cómo un medio reduce la incertidumbre de las personas que se exponen a los mensajes periodísticos. Si al periodismo, en cambio, se le entiende como una actividad comunicativa, éste puede ser evaluado en tanto sirve o no para el intercambio de experiencias entre las personas que se exponen al proceso de interacción simbólica donde la red de producciones periodísticas es central. Los estudios están dirigidos a saber el lugar que ocupa el periodismo en la red de significados y de sentidos en los diferentes actores sociales involucrados.

En la empresa por ejemplo, no es lo mismo resolver un problema de falta de información como es la mala calidad de los datos entregados, o el uso inadecuado de los soportes de difusión, que resolver un problema de mala calidad de la relación entre personas. Una cuestión de "climas laborales" puede tener más conexión con las relaciones de esfuerzo y recompensa de las personas que con un buen sistema de distribución de la información.

Esencialmente el fenómeno de la información puede ser "congelado" en su propia estructuración, es decir, se puede aislar una información, porque es una estructura, se puede medir su frecuencia, su variedad o el número de bites ocupados en la memoria del computador. Es un fenómeno, que por expresarse por formas, puede ser medido por indicadores relativamente simples y cuantificables. La observación, la lectura de documentos, la revisión de los soportes de difusión y de sus contenidos, entrega los elementos para evaluar la información.

En cambio, el fenómeno comunicacional, resulta difícil congelarlo para medir la interacción simbólica entre sujetos, entre sujetos y grupos o entre sujetos y sociedad porque siempre debemos hacer una apelación a un futuro eventual para apreciar la naturaleza de la interacción. Solo evaluando lo que puede o va a ocurrir podemos calificar si la interacción ha sido buena, regular, mala, o calificarla de agradable o desagradable. Es decir, el valor de la acción comunicativa, puede expresarse en número, variedad o duración de los contactos, pero no puede valorarse sin especular sobre el futuro. En consecuencia, el fenómeno comunicacional no puede "formatearse" como la información.

El fenómeno comunicativo lo establece sobre experiencias y con la expectativa, en cambio, puedo hablar si hay o no hay información, y esta está plenamente identificada y terminada. Por ello no es lo mismo enfrentar un conflicto donde la gente no está enterada (informada) de lo que sucede en la realidad que enfrentar un conflicto generado por personas desmotivadas por las remuneraciones o por climas laborales negativos.

Estos diversos modos situacionales requieren de actitudes y de conductas diferenciadas que tienen que ver con naturalezas de contacto y de información que necesitan planificaciones específicas para funcionar adecuadamente.

Un educador que pretenda que los alumnos comprendan un contenido porque "la materia fue pasada o dictada en clase", no entiende que una cosa es informar y otra diferente es que las personas sepan o comprendan. Solo aprende quién descubre por sí mismo, cuando se reapropia del significado de algo, quién no ha resignificado una información, quién no ha traspasado el nivel de la repetición, no se apropia de lo dicho y es incapaz de reformularlo.

El aprendizaje debemos explicarlo bajo una teoría de la comunicación, porque la teoría de la información es insuficiente e inadecuada en este caso. Y al contrario, no podríamos explicar la inteligencia artificial, sin recurrir a la teoría de las simulaciones informáticas.

Un aprendizaje involucra una acción comunicacional en cuanto a que es el alumno (perceptor) el único que puede verificar o no la "toma de razón" de lo recibido y darle una significación y un sentido específico a lo transmitido por el profesor. Aquí se entra en el dominio de la teoría del intercambio de significaciones y sentidos.

En cambio, traspasar un dato desde una fuente a un receptor, utilizando un computador o un medio masivo de difusión, es entregar un relato u observación, bajo formas reconocibles en un lenguaje compatible entre los sujetos. Esto constituye una clara función informativa.

En este caso se está en una relación estructurada por un lenguaje verbalizado-digitalizado. Podemos decir la cantidad que hay, si es abundante o escasa. Es el dominio de la teoría de las formas. Pero cuando entramos al terreno del conocimiento y podemos someter esta actividad al criterio de la verdad, debemos agregar el conjunto de significaciones intersubjetivamente construidas.

La teoría de la comunicación no se ocupa del número de bytes de memoria que puede acumular una base de datos en un sistema determinado o de los lenguajes existentes en un sistema informatizado. Pero la teoría de la información no puede explicar cómo diversos signos pueden significar lo mismo, como es el caso de un concepto de un idioma a otro. Digo "maison" en francés y se reconoce el mismo concepto que en español es "casa" y ambos son distintos digitalmente. En consecuencia, solo una percepción "desde dentro", puede darme la relación adecuada entre signo y significado.

¿Cómo esto es posible? Por la pre-existencia del concepto abstracto de "casa", según nos explica Habermas en su pragmática universal²³. No hay traducción de signos, hay equivalencias conceptuales constituidas en el área de significación de lo humano.

La teoría de la comunicación incluye lo formalizado en su análisis pero sin quedarse en este ámbito, asumiendo el metalenguaje, como los supuestos, los subentendidos, las expectativas, la credibilidad, las intencionalidades, que hacen de la relación humana un conjunto de interacciones simbólicas, con sentidos diversos y compartidos. Desde este punto de vista la información no es reconocible sin un contexto donde puede

²³ Habermas, Jurgen, "Teoría de la Acción Comunicativa". Obra citada. Pragmática universal le denomina Habermas a la experiencia humana que funda la racionalidad y las relaciones de los sujetos y se ubica más allá del lenguaje.

predominar lo comunicacional. Se puede complementar lo que sostiene Wiener en la afirmación "toda comunicación es una transferencia de información", con: "toda información humana es tal cuando se confronta con una situación reconocible". Es decir, el dato, cobra valor cuando lo situamos dentro del conflicto humano. Y esto es ciencias de la comunicación y deja de ser teoría de la información.

Algunos empresarios se quejan del mal cumplimiento por parte de sus empleados y obreros de tareas encomendadas o de conductas esperadas, basados en que la información pertinente o las instrucciones les fueron entregadas a quienes correspondía.

"Pero si les informé oportunamente, cómo pueden reaccionar así?". Es una frase frecuente en las empresas. Estos empresarios ignoran o confunden la naturaleza de los problemas informativos y comunicativos. No basta entregar información o dar instrucciones para recibir respuestas deseadas, es necesario que el interlocutor resignifique lo recibido con su situación comunicacional específica para que la instrucción se convierta en acción consecuente. Sin este referente existencial la información es un traspaso de energía inconsecuente.

Bibliografía

- Abril, G. (1997) "Teoría general de la información, Datos, relatos y Ritos", Madrid, Catedral.
- Berlo, D. (1970) "El proceso de la comunicación: Introducción a la teoría y la práctica", Buenos Aires, Librería El Ateneo. Editorial S.A.º
- Berlyne, D.E. (1988) "Comunicación Humana: Exploraciones Teóricas", México, Editorial Trillas.
- Escarpit, R. (1992) "Teoría de la información y práctica política", México, Editorial Siglo XXI.
- Flores, Fe. (1989) "Inventando la empresa del siglo XXI", Santiago, Colección Hachette Comunicaciones, Ediciones Pedagógicas Chilenas.
- Gonzales, G. "Reflexiones sobre la naturaleza heterogénea de la recepción", *Revista DIA LOGOS*, Nº 2.
- Habermas, J. (1989) "Teoría de la acción comunicativa: complementos y estudios previos", Ediciones Cátedra S.A.
- Habermas, J. (2001) "Textos y contexto" Barcelona, Editorial Ariel S. A.
- Habermas, J. (1990) "La lógica de las ciencias sociales", Madrid, Editorial Tecnos S.
- Pousset, A. (1969) "Information et media Université", Bruxelles: Libre de Bruxelles.
- Vera, H. (1999) "La comunicación seductora", Santiago, Autoedición.
- Vera, H. (2000) "Desafíos democráticos del periodismo chileno", Santiago, Editorial Universitaria. Universidad de Santiago de Chile.
- Weaver, W. (1984) "La matemática de la comunicación", En Smith, A (Compilación) Comunicación y Cultura. Vol 1. Buenos Aires, Nueva Visión.
- Watzlawick, P. (1989) "¿Es real la realidad? confusión, desinformación, comunicación".

Barcelona, Villanueva.

Watzlawick, P. (1994) "El lenguaje del cambio: Nueva técnica de la comunicación terapéutica" Bafcelona, Herder.

Watzlawick, P. (1993) "Teoría de la comunicación humana: interacciones, patología y paradojas", Barcelona, Herder.