

# Introducción

La comunicación y la sociedad están estrechamente relacionadas, ya que la comunicación es un medio fundamental a través del cual las personas interactúan y construyen relaciones sociales. La comunicación es esencial para el desarrollo y mantenimiento de la sociedad, ya que permite la transmisión de información, ideas y valores de una generación a otra.

Además, la comunicación también influye en la formación y cambio de las normas y valores sociales. Los medios de comunicación, como la televisión, la radio, los periódicos y las redes sociales, pueden tener un impacto significativo en la forma en que las personas perciben y entienden el mundo que les rodea.

La comunicación también juega un papel importante en la construcción de la identidad social y en la formación de grupos y comunidades. Las personas a menudo se unen a grupos basados en intereses comunes y comparten información y opiniones a través de la comunicación.

En resumen, la comunicación es esencial para el funcionamiento de la sociedad y está intrínsecamente ligada a la formación y cambio de las normas, valores y relaciones sociales.

Open AI (2023). *ChatGPT 3.0*.

<https://dx.doi.org/10.5209/ling.001.01>

Estos primeros párrafos no son producto de una redacción humana, sino del funcionamiento de una máquina. En ellos se evidencian dos hechos: por su contenido, se observa que la comunicación mantiene una estrecha relación con la vida social, cuando no encuentra en ella su pleno sentido; por la forma en que el texto se ha generado, se constata que la comunicación no consiste simplemente en la conexión de un emisor y un receptor mediante un mensaje, sino que entre ellos puede existir la mediación de algoritmos y (ro)bots. Y esto significa que la inteligencia artificial –en general, el desarrollo tecnológico– está propiciando prácticas comunicativas novedosas y, consecuentemente, poco exploradas.

Efectivamente, la comunicación como proceso es inalienable de la sociedad como estructura y del individuo como agente. Siendo así, todo estudio comunicativo habría de ser psicosocial. Pero lo cierto es que la comunicación puede ser abordada desde perspectivas diferentes, que ponen énfasis en cada uno de los ámbitos en ella implicados. Así, la comunicación puede ser interpretada

como pura distribución de información, sujeta a un modelo matemático, como un proceso lingüístico, como una forma de percepción y expresión de la realidad o como una dimensión de la cultura, junto a otras posibilidades. Y entre ellas, estaría la perspectiva social, desde la que se entiende que la comunicación es el mecanismo de interacción por antonomasia, con todas sus implicaciones cognitivas, lingüísticas y culturales, que contribuye a dar cohesión a las sociedades y posibilita el intercambio de informaciones y experiencias entre sus miembros. Esta es la perspectiva desde la que este libro se aborda.

La comunicación ha sido un dinamizador esencial de las sociedades de todas las latitudes y todos los tiempos. Sin embargo, el desarrollo tecnológico, los movimientos poblacionales y los contactos transcontinentales le están dando un alcance y una relevancia social jamás antes alcanzados. La posibilidad de comunicarse a distancia potencialmente con cualquier persona del planeta, de salvar la barrera de los idiomas mediante artefactos tecnológicos o de difundir informaciones a escala local, regional o internacional, ha venido a confluir con el desarrollo de la inteligencia artificial, que introduce nuevos actores y modos comunicativos, llamados a intervenir profundamente en las formas de trabajar y de vivir en sociedad.

Por otro lado, los patrones políticos y socioeconómicos de las sociedades contemporáneas están generando nuevas perspectivas y necesidades que involucran directamente al fenómeno de la comunicación. Son tantos los mensajes y datos que nos llegan por los medios de comunicación, por las redes sociales o en nuestras relaciones personales —que a su vez replican lo comunicado en otros medios y redes—, que los mensajes se ven inmersos en una pugna feroz por llegar a su destino, por destacar, por tener un mayor alcance, por ser más influyentes, por ser mejor aceptados y más efectivos. Y todo ello a costa incluso de la honradez, la limpieza de intenciones o la verdad. Por eso los valores más en alza en nuestras sociedades son la claridad y la confianza. El movimiento internacional «por un lenguaje claro» en la política o la administración es fruto de ello y la búsqueda de confianza en lo que se compra, en lo que se vota o en lo que se cree se hace ya indispensable. Y todo ello encuentra su epicentro en la comunicación.

Este libro se interesa por realidades como las que acaban de comentarse, junto a otras muchas: los malentendidos, las manipulaciones, los nuevos códigos, la interculturalidad... En conjunto, se presenta una visión social de la comunicación, a la vez que una visión comunicativa de la vida social. Para cumplir este objetivo se propone una metodología analítica, complementada con aproximaciones de síntesis, en una dialéctica que intenta ser a la vez atractiva y clarificadora.

*Así nos comunicamos en sociedad* se vertebra sobre la esencia misma de la comunicación: los factores que la constituyen y las funciones que cada uno de ellos cumple. Por eso, estas páginas proponen un itinerario para recorrer cada uno de los factores esenciales de la comunicación y así descubrir las muchas aristas que ofrece esta extraordinaria tecnología humana. Como sustento metodológico, se utilizará el modelo de comunicación de Roman Jakobson, según el cual son seis los factores esenciales del proceso: emisor, receptor, mensaje, contexto, canal y código. A cada uno de estos factores y sus funciones se les dedicará un capítulo y cada uno de ellos se utilizará como referencia para presentar los muchos aspectos sociales que les afectan, desde la advertencia de que, en la práctica, tales factores siempre actúan mancomunadamente y no de forma autónoma.

Todo ello irá precedido de un capítulo introductorio sobre la comunicación, entendida de un modo integral, y sobre las teorías y modelos que intentan dar cuenta de ella. En un apartado final, se analizarán fenómenos comunicativos cuya explicación requiere la consideración conjunta y poliédrica de todos los factores implicados. El modo en que se estructura cada capítulo intenta responder a tres preguntas fundamentales: cuáles son los conceptos esenciales relacionados con cada factor; qué sabemos de cada factor desde un enfoque lingüístico, sociopragmático y puramente comunicativo; y cuáles son los nombres propios más destacados a propósito de los conceptos y enfoques tratados. Como la comunicación no excluye el humor, recurriremos a algunas entradas de *El diccionario de Coll* (1979), con el único fin de dibujar una sonrisa entre concepto y concepto. Junto a las obligadas referencias bibliográficas, se proponen unos temas para el debate que no son los únicos posibles ni ofrecen salidas únicas o consensuadas, pero que aspiran a servir de aliciente para la discusión.

Esta obra va destinada a un público interesado por la comunicación desde cualquier punto de vista, aunque la dimensión social queda claramente destacada desde el mismo título. Con todo, no puede ocultarse que estas páginas se han redactado buscando la complementariedad entre campos y especialidades diferentes, a veces alejados en apariencia, pero haciendo confluír distintas formas de entender la realidad comunicativa. Probablemente, los lectores lingüistas conozcan mucho de lo aquí presentado, aunque quizá no estén familiarizados con ciertas interpretaciones procedentes de la sociología o la psicología social. Probablemente, los lectores periodistas tengan bien sabidas algunas consideraciones que aquí se ofrecen sobre los medios, pero tal vez no estén familiarizados con lo que ocurre en la dimensión psicocognitiva de la comunicación. Probablemente, los lectores procedentes de la sociología o, en gene-

ral, las Ciencias Sociales vean como archiconocidos algunos de nuestros argumentos sobre comunicación política, si bien es posible que no conozcan ciertos argumentos que manejan la sociolingüística o la semiótica. Si la comunicación es poliédrica, su tratamiento no lo puede ser menos.

Cuando el saber se especializa, crece el volumen total de la cultura. Esta es la ilusión y el consuelo de los especialistas. ¡Lo que sabemos entre todos!  
¡Oh, eso es lo que no sabe nadie!

(A. Machado, 1936)

## Referencias bibliográficas

- Coll, José Luis. 1979. *El diccionario de Coll*. Barcelona: Planeta.
- Jakobson, Roman. 1960. «Linguistics and Poetics». En *Style in Language*, ed. por Th. Sebeok, 350-377. Cambridge: MIT Press.
- Machado, Antonio. 1936. *Juan de Mairena: sentencias, donaires, apuntes y recuerdos de un profesor apócrifo*. Madrid: Espasa-Calpe
- Open AI. 2023. *ChatGPT (Mar 14 version)* [Large language model] «Comunicación y sociedad». <https://chat.openai.com/chat>