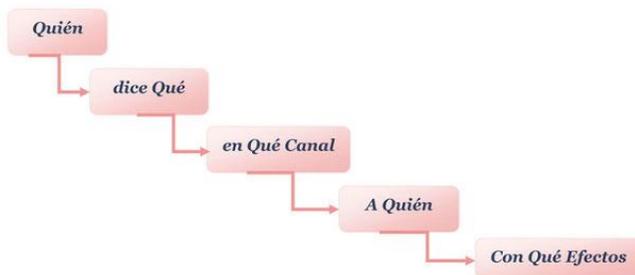


## Modelos de Comunicación

### Modelo de Lasswell



El **modelo de Lasswell** es un modelo básicamente descriptivo cuya finalidad es establecer los ámbitos de análisis de los actos comunicativos los cuáles podían ser descriptos a partir de responder 5 interrogantes: **¿(1) Quién dice (2) Qué, en (3) ¿Qué Canal, (4) a Quién y con (5) Qué Efecto?**

Es necesario recordar que **Lasswell** habla de la descripción de un **acto de comunicación** frente a los posteriores modelos que hablan del **proceso de la comunicación**.

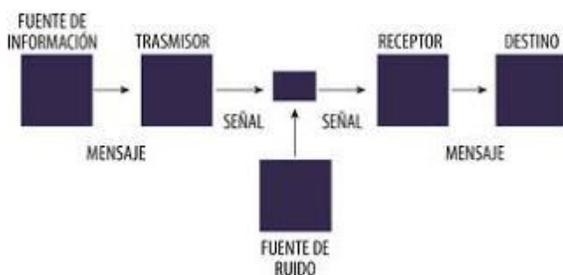
Se publicó, en **1948**, en su artículo **Estructura y Función de la Comunicación de Masas**.

Se aprecia la presencia de las **concepciones conductistas o behavioristas** dominantes en el panorama científico de la época las cuáles pretenden explicar el comportamiento de las masas como la respuesta ante distintos estímulos.

Contexto político: entreguerras con el desarrollo del aparato propagandístico de la Unión Soviética y de la Alemania nazi creó una situación propicia para presuponer, a partir de principios conductistas, ciertos efectos de los medios masivos sin realizar ninguna indagación empírica.

Durante este período se consolidaron dos grandes medios de comunicación: el cine y la radio. Ambos se convirtieron rápidamente en instrumentos de la propaganda política, máxima preocupación de la época y de la **Mass Communication Research** a lo largo de toda su historia.

### Shannon y Weaver



En 1948, Shannon y Weaver lanzaron una teoría matemática de la comunicación.

Su primera versión apareció en el Bell System Technical Journal de octubre de 1948, perteneciente a la Bell Telephone Laboratories, organización a la que Shannon se encontraba profesionalmente ligado.

Poco después el sociólogo Warren Weaver redactó un ensayo destinado a enfatizar las bondades de esta propuesta, que fue publicado junto al texto anterior en julio de 1949. El trabajo de Shannon se titula **The Mathematical Theory of communication**.

Se trata de una teoría de la información pensada en función de la cibernética, la cual es el estudio del funcionamiento de las máquinas, especialmente, las máquinas electrónicas.

Cuando Shannon habla de información, se trata de un término con un sentido completamente diferente del que nosotros le atribuimos en general (noticias que nos traen a diario la prensa, la radio y la TV). Se trata para él de una unidad cuantificable que no tiene en cuenta el contenido del mensaje.

El modelo de Shannon se aplica entonces a cualquier mensaje independiente de su significación. Esta teoría permite, sobre todo, estudiar la cantidad de información de un mensaje en función de la capacidad del medio.

### **Los elementos de Shannon y Weaver**

El modelo de Shannon se representa por un esquema compuesto por cinco elementos: una fuente, un transmisor, un canal, un receptor, un destino. Dentro de este modelo incluimos el ruido, que aporta una cierta perturbación.

a) Fuentes: El elemento emisor inicial del proceso de comunicación; produce un cierto número de palabras o signos que forman el mensaje a transmitir. Por ejemplo, puede ser la persona que, habiendo descolgado el teléfono y marcado el número comienza a hablar. Puede ser, del mismo modo, la persona que habla a través del radio o televisión.

b) El transmisor: Es el emisor técnico, esto es el que transforma el mensaje emitido en un conjunto de señales o códigos que serán adecuados al canal encargado de transmitirlos. Así en nuestro ejemplo, el transmisor transformará la voz en impulsos eléctricos que podrán ser transmitidos por el canal.

c) El canal (Señal en el Gráfico): Es el medio técnico que debe transportar las señales codificadas por el transmisor. Este medio será, en el caso del teléfono, los cables, o la red de microondas por la empresa telefónica en comunicaciones internacionales.

d) El receptor: También aquí se trata del receptor técnico, cuya actividad es la inversa de la del transmisor. Su función consiste entonces en decodificar el mensaje transmitido y conducirlo por el canal, para transcribirlo en un lenguaje comprensible por el verdadero receptor que es llamado destinatario. En este caso, es entonces el aparato telefónico, el receptor de radio o el televisor.

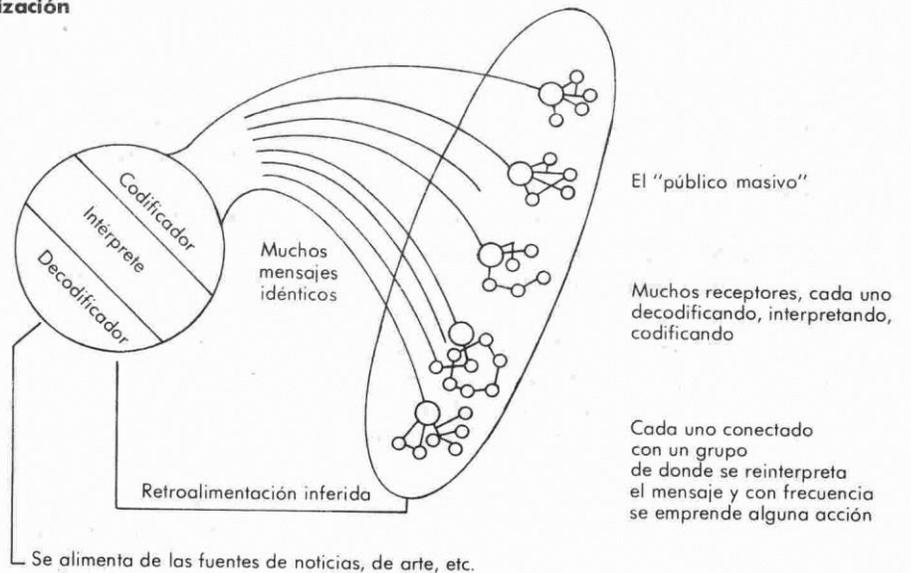
e) El destinatario: Constituye el verdadero receptor a quien está destinado el mensaje. Será entonces la persona a quien se dirige el llamado telefónico o el conjunto de persona-audiencia de radio o de TV.

f) **El ruido:** Es un perturbador, que altera en diverso grado la señal durante su transmisión: "nieve" en la pantalla de TV, "fritura" o "loro" en un disco, ruidos de interferencia en la radio, también la voz demasiado baja o cubierta por la música; en el plano visual puede ser una mancha sobre la pantalla, un cabello en el objetivo del proyector, una falla de registro gráfico, etc. También se debe considerar, muy especialmente, el ruido no técnico. Esto es, aquel que proviene del contexto psicosocial. Todos los elementos precedentes son considerados como ruidos que pueden, entonces, provenir del canal, del emisor, del receptor, del mensaje, etcétera.

El modelo de Shannon y Weaver es muy atractivo debido a su relativa sencillez y flexibilidad. No obstante, análisis más detenidos muestran que en realidad no es mucho más que un modelo E-R ampliado. **Dicho modelo explica poco sobre la comunicación humana.**

## LA TUBA DE SCHRAMM

### Organización



**Wilbur Lang Schramm** Ohio. A través de sus investigaciones cumplió una importante labor divulgadora de la línea de investigación desarrollada por la **Mass Communication Research** que surge en los Estados Unidos en **1940**, momento de la tercera reelección de Roosevelt, a un año de la Segunda Guerra Mundial. Es impulsada por Universidades e Instituciones Públicas o Privadas.

Esta corriente irrumpe con el objetivo primordial de analizar los efectos de los mensajes que se transmiten por los medios masivos.

Pensador de la comunicación que escribió únicamente sobre esta disciplina, los medios y el periodismo.

Universidad de Stanford dirige el Institute for Communication Research hasta 1973. Junto con Everett Rogers y Daniel Lerner, **Schramm es uno de los teóricos norteamericanos que estudiaron el problema de la comunicación al servicio del desarrollo.**

A **Schramm** se le atribuyen una serie de modelos en los cuales se trabaja la comunicación interpersonal y la interacción con lo que el autor denomina "campo de experiencia" según lo cual **cuanto mayor sea esta experiencia compartida, más sencilla será la comunicación.**

Da a conocer una serie de modelos que tratan de explicar los efectos de los medios de comunicación en los destinatarios de manera distinta a la de Laswell **reconociendo a la sociedad como posible emisor que afecta a los productores y controladores de la información** el más importante de estos modelos elaborados por Schramm es el conocido como “**Tuba de Schramm**” el cuál se centra en los **procesos de comunicación colectiva**.

Este modelo aborda el proceso en el cual de esa multiplicidad de mensajes el receptor selecciona los que menor esfuerzo le ocasionan para percibir su significado y los que mejor representan el conjunto de normas del grupo social del que el receptor es parte.

En el estudio del proceso de comunicación que hace **Schramm** está implícita, la preocupación por el estudio de los **efectos** y parte del supuesto de que cuando se emite una comunicación se produce al unísono un intento por predecir sus efectos: el emisor hace una proyección de los posibles efectos de sus mensajes.

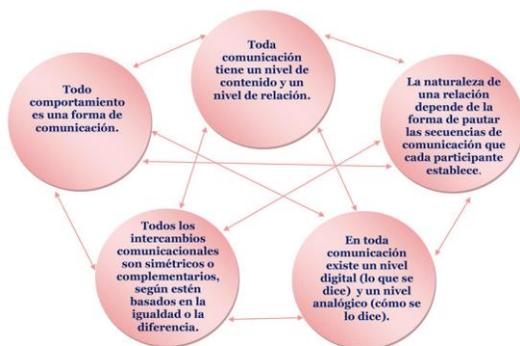
**Schramm** reconoce que los efectos de la comunicación son el resultado de varias fuerzas de las cuales el comunicador sólo puede controlar una: dar forma a su mensaje y decidir cuándo y dónde transmitirlo.

Los restantes **elementos no controlados** son: la situación en que se recibe la comunicación y en la que va a tener lugar la respuesta; la personalidad del receptor y; las normas y relaciones grupales del receptor.

Los modelos de **Schramm** siguen al de **Lasswell** y al de **Shannon** realiza nuevos aportes. Por ejemplo, el feedback y la noción del campo de experiencia como aquella memoria común que hace posible una comunicación efectiva (la ausencia de esta memoria era una de las principales críticas al modelo de **Shannon**).

**Schramm** reconoce que el emisor no sólo tiene la capacidad de transmitir mensajes tampoco va más allá con lo cual el proceso de producción de la información sigue siendo una caja negra.

## Modelo de Palo Alto



En tiempos en los que el **Modelo de Shannon y Weaver** ocupa el centro de la escena un grupo de Psiquiatras, Lingüistas, Antropólogos, Sociólogos, Matemáticos, entre otros plantean la necesidad de la elaboración de un Modelo de Comunicación propio para las Ciencias Humanas que constituya una alternativa al modelo lineal de la teoría matemática y enfoque a la comunicación como un proceso social de puesta en común y **participación**.

Este grupo de investigadores, entre los que se destacan **Gregory Bateson, Ray Birdwhistell, Edward T. Hall, Erving Goffman, Paul Watzlawick**, etc., serán denominados como miembros del “Colegio Invisible” dado que no contaban con una sede universitaria única y formalizada.

También son conocidos como “**Escuela de Palo Alto**”, por el nombre de la localidad ubicada en las afueras de la ciudad de San Francisco (E.E.U.U.), en la que se instaló el **Mental Research Institute**, institución en la que comenzaron a trabajar en común algunos de sus miembros fundadores.

A diferencia del modelo lineal (donde comunicar es transmitir y descifrar una información desde un determinado código) en el modelo construido por los miembros de **Palo Alto**, comunicar implica construir un sentido en la interacción.

La concepción de la comunicación subyacente a esta **corriente incorpora la noción de proceso social permanente** que integra múltiples modos de comportamiento (la palabra, el gesto, la mirada, el espacio interindividual) y múltiples niveles integrados entre sí.

Cada individuo, en su calidad de miembro de una cierta cultura, forma parte de la comunicación así como el músico forma parte de la orquesta.

La metáfora de la orquesta implica - además de la simultaneidad de múltiples canales - la existencia de una partitura y parte de la premisa de que la comunicación humana se guía por una serie de normas o reglas de interacción que regulan todos los aspectos involucrados.

No sólo debe considerarse una gramática del lenguaje, sino también gramáticas paralingüísticas, gestuales, espaciales, etc. (muchas veces inconscientes para los propios actores).

**Paul Watzlawick** – uno de los representantes más importantes del Colegio Invisible – considera la existencia de una serie de cuestiones que siempre están presentes en los actos comunicativos y reflejan condiciones de hecho de la comunicación humana.

Watzlawick los llama **Axiomas** – por su condición de cumplimiento indefectible y - dentro de su elaboración teórica sobre la comunicación humana- enumera **cinco (Ver Gráfico)**:

**1) Todo comportamiento es una forma de comunicación.** Es imposible no comunicar.

**2) Toda comunicación tiene un nivel de contenido y un nivel de relación.** Es decir, además del significado de las palabras, cualquier acto comunicativo provee información sobre cómo el que habla quiere ser entendido y que le entiendan y también sobre cómo la persona receptora va a entender el mensaje. Por ejemplo, cuando alguien dice: *Cuídate mucho*. El **nivel de contenido** en este caso podría ser evitar que pase algo malo y el **nivel de relación** sería de amistad-paternalista.

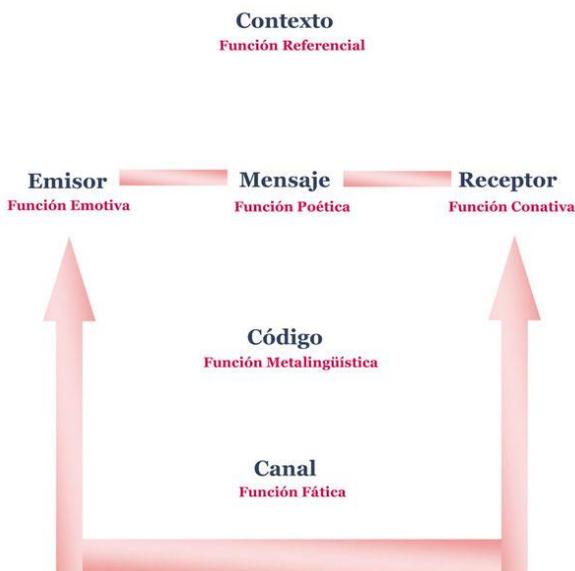
**3) La naturaleza de una relación depende de la forma de pautar las secuencias de comunicación que cada participante establece.** La comunicación puede ser entendida como una serie ininterrumpida de intercambio de mensajes sin embargo los participantes en este proceso siempre introducen lo que se denomina por los teóricos de la comunicación humana “puntuación de secuencia de hechos” que implica la estructuración del flujo comunicacional dentro del cual tanto el emisor como el receptor interpretaran su propio comportamiento como reacción ante el del otro. Por ejemplo, en un intercambio o interacción alguien tendrá la iniciativa o el predominio o la dependencia, etc. Una persona con determinado comportamiento será considerada un líder, otra persona será considerada adepto y el surgimiento de ambos estará dado por el marco relacional.

**4) En toda comunicación existe un nivel digital (lo que se dice) y un nivel analógico (cómo se lo dice).** La comunicación implica la transmisión de un contenido (nivel digital) pero también es importante el modo en que ese contenido es transmitido (nivel analógico).

**5) Todos los intercambios comunicacionales son simétricos o complementarios, según estén basados en la igualdad o la diferencia.** Si la relación de las personas comunicantes tienden a igualar su conducta recíproca será una **relación simétrica** y es la que presenta, por ejemplo, personas en igualdad de condiciones: hermanos, amigos, etc. En cambio, si la relación está basada en la complementariedad de uno y otro produciendo un acoplamiento recíproco será una **relación complementaria** y es, por ejemplo, la que presenta un tipo de autoridad: padres e hijos, profesores – alumnos, etc.

Según esta corriente teórica, los aciertos en la comunicación entre individuos estarán dados porque ellos se comunican en un mismo código, el cual no se ve alterado dentro del canal; porque se toma en cuenta la situación del receptor; se analiza el cuadro en el que se encuentra la comunicación; la comunicación digital concuerda con la comunicación analógica, la puntuación está bien definida y el comunicador tiene su receptor. De suceder lo contrario, la comunicación entre individuos fracasará.

## Modelo de Jakobson



Para la **Lingüística Funcional** (de la cuál **Jakobson** es uno de sus exponentes) la lengua es un sistema funcional producto de la actividad humana y la finalidad de la lengua consiste en la realización de la intención del sujeto de expresar y comunicar.

El aporte que realiza **Roman Jakobson** desde la **lingüística** y las funciones del lenguaje que desarrolla pone de manifiesto la riqueza comunicativa del lenguaje en sí mismo. Cualquier discurso dice muchas más cosas de las que parece enunciar en primera instancia. Con el lenguaje persuadimos, establecemos lazos sociales, construimos nuestras propias realidades, etc. Su enfoque da cuenta de las coincidencias y convergencias entre las más recientes etapas de la metodología del análisis lingüístico y la forma en que se considera el lenguaje en la **Teoría Matemática de la Información** a partir del análisis de una serie de conceptos compartidos: Redundancia, Información, Código, Ruido Semántico.

Sin embargo, a pesar de esta mutua colaboración, el estudio de la comunicación desde la lingüística tiene además otros objetivos entre los cuales está el considerar a la lengua como fundamento de la cultura y como instrumento de comunicación.

La contribución de **Jakobson** a los modelos de la comunicación se concreta en su conocido artículo **“Lingüística y Poética”** publicado en 1960 en la obra **Style in Language**, dirigida por **T. A. Sebeok** y editada por la **MIT Press**.

Allí **Jakobson** se plantea investigar las funciones del lenguaje y el primer paso antes de establecerlas es concretar un modelo de la comunicación y por eso lo llama **“Sobre los Factores de Comunicación y las Funciones del Lenguaje” (Ver Gráfico)**: el destinador transmite un mensaje al destinatario. Este mensaje tiene un contexto de referencia, un referente que el destinatario puede captar.

También es necesario que destinador y destinatario posean un código común, mediante el cual el primero codifica y el segundo decodifica el mensaje. El último elemento es el contacto, que para Jakobson es un canal físico y una conexión psicológica entre el destinador y el destinatario, que permite tanto al uno como al otro establecer y mantener una comunicación.

La importancia del **modelo de Jakobson** está, a pesar de la influencia de la teoría matemática de la comunicación, en que el mensaje ya no se considera como una mera transmisión de información.

**FUENTE** © 2003-2016 Comunicologos.com