

01 de octubre de 2003

MODELOS DE LA COMUNICACIÓN

La comunicación es una condición inherente al hombre (y de ello debemos hablar antes de comenzar con los modelos de la comunicación) desde que conocemos acerca de la aparición de nuestra especie en la Tierra. El proceso de comunicación antropológicamente hablando se da en 3 etapas:

- La primera fue tal vez la *era de los signos y señales* con antepasados que ni siquiera caminaban erguidos (los prehomínidos o vida protohumana).
- La segunda fue la *era del habla y el lenguaje* con el hombre de Cro Magnon, que ya tenía una comunicación muy cercana a la actual.
- Por último la era de *los medios de comunicación de masas* donde no sólo se transmite lenguaje a grandes cantidades de individuos, sino que se personaliza el lenguaje y se provoca un proceso de individualización de masas.

Los efectos de la última era aún no se muestran claramente pero son un proceso que se va dando y que en unos años se podrá analizar con más claridad. Sin embargo, pareciera que se vislumbra una desmembración de la condición social del ser humano, lo cual traería condiciones de caos.

Sin embargo dada la imposibilidad para analizar el efecto analicemos los modelos existentes para dar una explicación a la comunicación humana.

Para poder hacer una comparación entre los diversos modelos de comunicación es importante hacer una explicación previa de lo que significa hacer un modelo.

Un modelo es una representación o idealización previa a la realización de una teoría o construcción a grandes escalas. Los elementos principales de un modelo según Alsina son:

- Los modelos son construcciones realizadas por el investigador. Es decir, son una construcción teórica – hipotética de la realidad. Por lo tanto los modelos son postulados de interpretación del mundo.
- Un modelo pretende representar la realidad descrita. Pero describe esta realidad simplificándola y dando una imagen sintética sin tomar en cuenta todas las variables, sólo toman en cuenta las variables más importantes.
- Los modelos son un conjunto de enunciados teóricos que sirven para interpretar los fenómenos estudiados.

A su vez la estructura de los modelos debe contener ciertos elementos para que los modelos sean funcionales en la investigación de problemáticas previamente planteadas, tales como:

- Un grupo de conceptos, definidos nominalmente, que corresponden a partes de un tipo específico de fenómenos empíricos, originados en la experiencia, pero reducidos hasta que sean relativamente inequívocos y precisos. Con respecto a las Teorías de la Comunicación los conceptos básicos que tienen como mínimo en común todos los modelos son: emisor, mensaje y receptor. O como diría Aristóteles en la *Retórica*, los tres componentes de la comunicación son: el orador, el discurso y el auditorio.
- Un principio racional que explique los fenómenos incluidos en el modelo y conduzca las definiciones nominales de sus conceptos. Los elementos significativos y relevantes del fenómeno comunicativo varían de una teoría a otra.
- Una estructura de relaciones entre los conceptos del modelo, es decir su mecanismo que parte de una

concepción dinámica del hecho comunicativo.

Los modelos tienen una función descriptiva del fenómeno, pero es éste su objetivo fundamental. La función principal de un modelo científico es explicativa, siempre tomando en cuenta que es una explicación parcial del objeto de estudio, porque como se ha dicho antes, se centra en una parcialidad del universo.

A su vez los modelos sirven como punto de partida de los programas de investigación, porque dan los conceptos fundamentales que servirán como punto de partida para explicar un objeto de estudio.

Y sin más preámbulo veamos de una manera esquemática los diferentes modelos de la comunicación.

- ◆ Se preocupa por la precisión en la transmisión de símbolos de comunicación.
- ◆ La precisión con que los símbolos son recibidos con el significado deseado.
- ◆ El grado de afectación que ejerce el mensaje a la conducta del receptor
- ◆ Es decir, es similar al modelo básico de Lasswell pero se agrega el factor RUIDO.

Un ejemplo de aplicación del modelo es la efectividad de los mensajes de televisión, en el caso de que no se ponga atención a la programación y que el artefacto sólo funciones como creador de ruido. El cuestionamiento sería ¿existe el mensaje en el receptor?

Teorías de la comunicación de masas. Ed. Paidós. Segunda edición, revisada y ampliada. México, 1995.

McQuail, Denis y Sven Windahl. **Modelos para el estudio de la comunicación.** Ed. EUNSA. Tercera edición. España, 1997. 248 Págs.

Gallardo Cano, Alejandro. **Curso de teorías de la comunicación.** 169 Págs.

Alsina, Miquel Rodrigo. **Los modelos de la comunicación.** Pp. 18