

De las quimeras a la comprensión de la realidad. *Un acercamiento a los modelos de comunicación*

Uriel Hernando Sánchez Zuluaga
Universidad de Medellín

RESUMEN

Este trabajo es un acercamiento. Acercarse no es más que dar pasos hacia el objeto de atención. Es mirar la distancia que nos separa del mismo y tratar de reducirla. Ésa es la propuesta de este artículo: un acercamiento a la idea de modelos de comunicación.

El texto se encuentra dividido en cuatro partes; cuatro acercamientos. La primera parte aborda nociones sobre lo que es un modelo. Se trabaja desde la mirada de la modelación como proceso que se inicia en la idealización para llegar a la explicación de la realidad. Se toman allí los postulados de Mario Bunge cuando plantea que aunque parezca paradójico explicar la realidad es un acto que empieza en lo ideal. El texto plantea que un modelo es, en principio, una obra de ficción, una visión de lo real para comprender la realidad. La segunda parte del trabajo hace un acercamiento a la comunicación. El autor empieza por aclarar cómo el auge de la comunicación en nuestra época no implica necesariamente que ahora tengamos más o mejor comunicación. El texto aborda una somera mirada a las primeras comprensiones sobre lo que es la comunicación y sus implicaciones esenciales. Explica las dimensiones de la comunicación como intrapersonal, interpersonal, de organizaciones y masiva. Además, el texto esboza brevemente una comprensión de las áreas de aplicación de la comunicación.

La tercera parte del trabajo es el acercamiento, propiamente, a los modelos de comunicación. Una vez que se ha planteado lo que es un modelo, y se ha indagado por lo que es la comunicación, el texto pasa a integrar esas ideas para hacer un breve recorrido por los modelos esenciales de la comunicación no sin antes determinar cuáles son las funciones de los dichos modelos.

La cuarta parte del texto es una ventana abierta... es un anuncio para continuar el estudio de los modelos de comunicación. En este acercamiento se dejan algunas inquietudes para motivar a la búsqueda de tendencias sistémicas y contingenciales de los modelos de comunicación.

PALABRAS CLAVE

Modelo, Comunicación, Teoría, Función modeladora, Interpersonal, Intrapersonal, Comunicación de masas, Comunicación en las organizaciones, Quimeras, Realidad, Explicación, Comprensión, Estudio, Visión, Mirada, Investigación, Acercamientos, Simulación, Descripción

ABSTRACT

This paper is an approach. Approaching is no more than taking steps towards the object of attention. It is looking at the distance that separates us from it and trying to reduce it. This is the proposal of this article: an approach to the idea of communication models.

The text is divided into four parts; it is about four approaches. The first part discusses notions over what a model is. It is elaborated from within the view of modeling as a process that is initiated in the idealization to reach the explanation of reality. There the postulates of Mario Bunge are taken in which he proposes that although it would seem paradoxical to explain reality, it is an act that begins with the ideal. The text sets forth that a model is, on principle, a work of fiction, a vision of what is real in order to understand reality.

The second part of the paper makes an approach to communication. The author starts by clarifying how the rise of communication in our epoch does not necessarily imply that we now have more of or a better communication. The text approaches a shallow view at the first comprehensions over what communication is and what it implies. It explains the dimensions of Communications as intra-personal, interpersonal, organization wise and massive. Furthermore, the text briefly sketches a comprehension to the areas of applications to communication.

The third part of the paper is the approach, properly, to the models of communication. Once what a model is has been set forth and it has been investigated over what communication is, the text unites the concepts to make a brief run through the essential models of communication not before determining first what the functions of these models are.

The fourth part of the text is an open window...it is an announcement to continue the study of the models of Communications.

1. Acercamiento al modelo

Acercarse a la idea de modelo es ya, de alguna forma, un esfuerzo por modelar.

Este trabajo es un acercamiento. Acercarse es dar pasos hacia el objeto de atención. Es mirar la distancia que nos separa del mismo y tratar de reducirla. Este texto es apenas un intento por conocer, una mirada, un acercarse a los modelos de comunicación.

Un modelo es, en principio, una obra de ficción. Es una visión de lo real para comprender la realidad. Un modelo de comunicación puede ser una explicación de la interacción comunicativa en un fragmento del mundo real, o entre sujetos que pertenecen a él. A través de un modelo se puede estudiar un fragmento del mundo, asirlo, entenderlo. El modelo permite moldear, manipular, simular.

En la modelación se pueden ejecutar acciones para predecir reacciones porque puede ser también una simulación. Así mismo, se proponen escenarios y posibles comportamientos de los sujetos. Se plantean situaciones hipotéticas en la búsqueda de las explicaciones o respuestas que se obtendrían si el caso se diera en una sociedad, en una organización o en un espacio de la realidad. Los modelos buscan facilitar la comprensión de la realidad, o incluso, proponerla.

Los modelos son flexibles, dinámicos. Un modelo facilita la comprensión del todo desde la parte en estudio; pero entendida integralmente. Los modelos de comunicación permiten, pues, el estudio de la comunicación y su desarrollo entre los seres humanos y su construcción cultural. En este texto nos proponemos acercarnos a algunas nociones para la comprensión de lo que en esencia puede ser un modelo de comunicación. No se trata aquí de sentar nuevos postulados teóricos; por el contrario, buscamos referentes para determinar cuáles son los aspectos de las teorías de modelación que nos resultan pertinentes a quienes estudiamos la comunicación humana en sus diferentes vertientes y campos de aplicación profesional.

De lo ideal a lo real

Mario Bunge, en su libro *Teoría y Realidad* afirma que “la conquista conceptual de la realidad comienza, lo que parece paradójico, por idealizaciones”¹ de este modo podemos pensar que se pueden trazar ideales del mundo como primer paso para entenderlo.

Se idealiza, además, con el deseo de que el mundo se parezca a nuestro ideal.

Ese proceso de idealización es también un proceso de modelación.

Eso es lo que llamamos un modelo; pero, además es una mirada, una explicación que puede someterse a tantos cambios y variables como el proceso de comprensión de la realidad exija o como el modelador decida experimentar.

¹ BUNGE, Mario. *Teoría y Realidad*. Ed. Ariel. Primera edición en Ariel. Primera edición en 1972. Barcelona. 1985, pág. 12.

John Fiske, nos dice que «un modelo es como un mapa que representa algunas características de un territorio: ningún mapa, como ningún modelo, puede ser completo»². Es posible que determinemos un mapa de carretera, y ése será su énfasis; pero quizás busquemos un mapa climático o uno geológico como ejemplifica Fiske, y cada uno de ellos tendrá unas características particulares, incluso si fueran mapas de una misma zona.

Para Fiske «la dificultad de los modelos es que sus propósitos no están claramente señalados. En efecto, muchos de ellos pretenden lograr una amplitud que nunca será posible»³. A pesar de esta afirmación, el mismo autor intenta determinar las causas por las cuales un modelo tiene valor y determina, entonces, dos aspectos esenciales, En primera instancia «el modelo destaca algunos elementos de su territorio que han sido seleccionados sistemáticamente»; y de otra parte, «señala algunas relaciones específicas entre dichos elementos»⁴. Fiske ve la utilidad y la necesidad de construir modelos como base para estructurar estudios e investigaciones, lo que a nuestro modo de ver le permite al hombre, en última instancia, acercarse a la comprensión de su mundo y su realidad.

El modelo puede entenderse como encuentro entre lo que es y lo que puede ser; es la alternativa de lo que un objeto es, frente a lo que sería si... se cumpliera alguna condición específica que afectara dicho objeto de estudio. En el modelo se pueden cambiar las condiciones, los sujetos, las alternativas, los procesos. En el modelo se cambia la realidad para tratar de construirla.

Modelar

López Veneroni afirma que “la realidad, lo real es en principio todo. Pero entender la realidad no presupone entenderlo todo, sino el todo, la totalidad.”⁵Y se refiere a esa totalidad como “cognoscible” y como producto del pensamiento a través de la dialéctica. De este modo, comprender un objeto implica entenderlo como un todo en relación con otros objetos y procesos; pero implica también una delimitación del objeto de estudio.

El pensamiento organiza el mundo para comprenderlo y lo organiza, además, como queremos que sea; ése es el primer paso para comprender la realidad y explicarla. Por eso, el pensamiento debe ocuparse de ese objeto de estudio como un todo delimitado que dialoga con el medio en el cual se inscribe y es así como trata de ejercer algún dominio sobre lo real. Al respecto, Costa y Moles son categóricos al expresar que “un modelo sólo tiene valor cuando por su claridad relativa procura un grado de dominio sobre la realidad”⁶.

² FISKE, John. Introducción al estudio de la Comunicación. Versión en español. Patricia Anzola. Ed. Norma. 1984. Colombia, pág. 31.

³ Ibid, pág 31.

⁴ Ibid.

⁵ LÓPEZ VENERONI, Felipe. La Gentia de la Comunicación: método y objeto de estudio. Ed. Trillas. Felafacs. Primera edición. México D.F. 1989. pág. 78.

⁶ COSTA, Joan. MOLES. Abraham. Imagen didáctica. Enciclopedia del Diseño. Ediciones CEAC. Barcelona.1991, pág. 9.

Para Bunge, en la modelación “se desgajan los rasgos comunes a individuos ostensiblemente diferentes agrupándolos en especies (clases de equivalencia).”⁷ Este modo de estudiar la realidad da nacimiento al “objeto modelo” o “modelo conceptual” de una cosa o un hecho.

Sin embargo, un objeto modelo no es lo mismo que una teoría; dice el mismo autor que el objeto modelo puede ser insertado en una teoría si se le asignan propiedades “susceptibles de ser tratadas por teorías”.⁸

Modelar comprende entonces, estudiar objetos o sujetos y compararlos o relacionarlos con otros. Al modelar es preciso identificar las características particulares y sustanciales de un objeto de estudio para compararlas con las de otros objetos. Se puede hacer el modelo de un objeto de acuerdo con las características que posee y desde él se podrán estudiar otros objetos que tienen los mismos rasgos. Así, el paso siguiente es determinar los rasgos del objeto que se tomará como modelo para sus semejantes o para comprender la realidad, es decir, se propone un objeto ideal; luego, este objeto se puede incluir en una teoría.

En general, modelar es un proceso de selección y de confrontación entre realidad y posibilidad para llegar a una teoría de aplicación en la realidad. “En resumen, para apresar la realidad se empieza por apartar información. Se agregan, luego, elementos imaginarios (o más bien hipotéticos) pero con una intención realista. Se construye así un objeto modelo esquemático y que, para dar frutos, deberá injertarse en una teoría susceptible de ser confrontada con los hechos”⁹.

El mismo Bunge previene sobre el peligro de esta idealización y de este tipo de modelación acotando que se corre el riesgo de inventar quimeras; pero afirma que se actúa de este modo porque: “la mayor parte de las cosas y las propiedades están ocultas a nuestros sentidos.”¹⁰ De este modo, aquello que nos está oculto debemos idealizarlo, imaginarlo para comprenderlo.

La quimera es un animal mítico, fabuloso, parecido a un dragón, pero también es una ilusión. Si entendemos la quimera como el animal mítico, incluso peligroso, debemos seguir la advertencia de Bunge, ya que puede ser que construyamos quimeras en lugar de modelos. Eso es peligroso. Pero es indudable que la idealización, además de quimera, es también una ilusión. Y una ilusión es un error de los sentidos o del entendimiento que nos hace tomar las apariencias por realidades, es una imaginación, una quimera. A su vez, la imaginación es la capacidad de representarse lo que no está en el aquí y en el ahora. Para cerrar el círculo digamos que no nos interesa la quimera en su acepción negativa para el conocimiento, por lo cual, nos interesa la idea de ilusión como posibilidad de representarnos lo que no está aquí y ahora; y eso es, además, parte del proceso de modelación.

⁷ BUNGE, Mario. Teoría y Realidad. Ed. Ariel. Primera edición en Ariel. Primera edición en 1972. Barcelona. 1985. pág. 12.

⁸ Los entrecomillados del párrafo pertenecen todos a la obra de Mario Bunge. Se toman sus postulados en primer apartado “Se empieza por esquematizar” de su libro Teoría y Realidad. En dicho texto Bunge trabaja una aproximación esclarecedora del proceso de modelación.

⁹ Ibid, pág. 15.

¹⁰ Ibid. pág. 12.

Seguimos al profesor Rubio Angulo cuando retoma la definición de modelo planteada por J. Von Neuman y según el cual “unos modelos son construcciones teóricas que suponen una definición precisa, exhaustiva y no demasiado complicada, también deben ser parecidos a la realidad en todos los aspectos relevantes para la investigación en curso (...) Se exige la semejanza con la realidad para que el funcionamiento del modelo sea significativo. Pero esta semejanza habitualmente se puede restringir a algunos aspectos que se juzguen esenciales *protempore*, de lo contrario las condiciones enumeradas se volverían incompatibles”¹¹.

Desde esta definición de modelo nos es posible recalcar cómo en la modelación se hacen sensibles las condiciones de la realidad y las del modelo.

Es por eso que se modela con la intención de determinar semejanzas entre ambos, modelo y realidad.

Y nuevamente encontramos la idea de delimitación, la posibilidad, y al mismo tiempo necesidad, de restringir un universo del cual se ocupa el modelo.

El ejercicio del modelador es un esfuerzo explicativo, es un proceso de selección a través del cual encuentra puntos de encuentro.

El modelador restringe el mundo que ve para detenerse en la observación cuidadosa de una parte del mismo a fin de poder explicarla.

El suyo es un ejercicio de simplificación que le permite comprender a fin de poder explicar. La lógica del que modela es, como lo dice el profesor Rubio, la del descubrimiento y no la de la prueba y “es necesario comprender que esta lógica del descubrimiento no se reduce a una psicología de la invención sin interés propiamente epistemológico, sino que comporta un proceso cognoscitivo, un método racional que tiene sus propios cánones y sus propios principios”¹².

Al hacer memoria sobre la modelación recordamos el caso que relata Italo Calvino en su libro ***Palomar***, cuando en un instante de su vida el señor Palomar decide hacer un modelo de los modelos. “En la vida del señor Palomar hubo una época en la que su regla era ésta: primero, construir en su mente un modelo, el más perfecto, lógico, geométrico posible; segundo, verificar si el modelo se adapta a los casos prácticos observables en la experiencia, tercero, aportar las correcciones necesarias para que modelo y realidad coincidan. Este procedimiento, elaborado por los físicos y los astrónomos que indagan la estructura de la materia y del universo, parecía a Palomar el único con el que se podía hacer frente a los más intrincados problemas humanos, y en primer lugar de la sociedad y del mejor modo de gobernar”¹³.

¹¹ J Von Neuman y O. Morgenstein. *Theory of games and Economic Behavior*. 2ª ed., Princeton University Press, 1947. Pg. 32. Citado por Rubio Angulo Jaime. *Modelo y Mensajes*. Ed. Significantes de Papel. Bogotá 1993, pág. 66.

¹² RUBIO ANGULO, Jaime. *Modelo y Mensajes*. Ed. Significantes de Papel. Bogotá. 1993. pág. 70.

¹³ CALVINO. Italo. *Palomar*. Ediciones Siruela. Madrid. 1994, págs. 94. 95.

2. Acercamiento a la comunicación

Hemos tratado de plantear un acercamiento a lo que es un modelo. Seguramente existen muchas otras miradas y conceptualizaciones. Es más, no hemos abordado la génesis del concepto ni la de su construcción epistemológica. En este caso, nuestra inquietud debe ser la comprensión de la idea de modelo para el estudio de la comunicación. El paso siguiente será entonces referirnos a la comunicación. Éste será simplemente otro acercamiento. Según Sfez «jamás en la historia del mundo se ha hablado tanto de comunicación.»¹⁴, y aun así, abordar el tema es correr el riesgo de desplazarse por un sendero, que no por transitado, es mejor conocido. Entonces, sólo nos es posible valemos de unas ideas básicas para delimitar de algún modo lo que es la comunicación humana, y algunos de sus campos de aplicación.

Decir que hoy se habla de comunicación no implica necesariamente que tengamos más o mejor comunicación humana. Tampoco implica la inexistencia de la comunicación en algún momento de la historia de la humanidad. A todas luces puede resultar claro que la tecnología ha propiciado el desarrollo de las posibilidades de comunicación y circulación de información, y también que los estudios e investigaciones sobre la misma se han fortalecido, particularmente después de la Segunda Guerra Mundial. Sin embargo, ni buena ni mala, ni más ni menos, la comunicación de hoy es simplemente comunicación.— posibilidad amplia de los seres humanos; esencia consustancial de los mismos; interacción y encuentro; desencuentro y confrontación; intercambio, intersección de signos y significados; pero siempre común; un continuum de puestas en común.

Entre la definición y la esencia

Aventurar una definición de comunicación y determinar sus delimitaciones como objeto de estudio es, aunque parezca fácil, una tarea realmente comprometedor. El primer riesgo está en no decir nada nuevo; el segundo, en que aquello que se diga quede sobrando; y el tercero, en que aquello que se diga no sea verdad.

Nos proponemos entonces buscar algunas propuestas que por lo menos no queden sobrando y de paso revisar otras que nos permitan hacer una idea de comunicación.

La comunicación es víctima diaria de trampas e irreverentes descalificaciones; de calumnias y de agasajos inmerecidos. Se le asignan a la comunicación responsabilidades que no tiene y se le reconocen logros no alcanzados por ella. Llegan a nuestros oídos, postulados que van desde afirmaciones como: comunicación es todo, hasta las desventuradas ideas de que la comunicación real no existe. Pero estas son palabras de corredor, que ni en uno ni otro caso, reflejan la idea que deben comunicarnos el término y su acción. El problema se profundiza cuando se hace necesario que determinemos campos de aplicación de la comunicación humana convertida en profesión como: Comunicación y Relaciones Corporativas, Comunicación Gráfica Publicitaria, Comunicación y Lenguajes Audiovisuales, Periodismo, y otras más.

Según autores como Carlos Fernández Collado, los principios del estudio de la comunicación

¹⁴ SFEZ. Lucien. La comunicación ¿qué sé? Publicaciones Cruz 0. Primera edición. México. 1994, pág. 5.

se hallan en los sofistas mismos y su interés por el *logos* o “poder de la palabra en el mundo humano”¹⁵. Para este autor, los sofistas –al afirmar que el lenguaje es una fuerza que construye «las posibilidades del mundo humano»– tuvieron un detractor en Platón, para quien el lenguaje era un «mal necesario»¹⁶, un medio de expresión imperfecto que distorsiona la realidad. Fue Aristóteles quien medió entre aquellas ideas con el postulado de que «la combinación de un cuidadoso análisis del mundo, con un razonamiento meticuloso apegado a las normas de la lógica daría como resultado el verdadero conocimiento del mundo natural y un buen juicio en aquellos asuntos humanos en los cuales la certeza no fuera posible».¹⁷

Otros autores sustentan que, sólo después de la Segunda Guerra Mundial, la comunicación fue abordada con intensidad como objeto de estudio científico. En esta perspectiva, tradicionalmente se reconocen, como trabajos de partida, los de Shannon y Weaver. Estos investigadores esbozaron un modelo según el cual, el proceso de comunicación parte de una fuente de información que cuenta con un transmisor que envía una señal para que sea recibida por un receptor que la entrega a su destino. En este modelo se hace presente la interferencia o ruido, que era, por demás, lo que pretendían medir con precisión matemática estos autores. El punto de partida de Shannon y Weaver, aunque fue muy importante para el inicio de esta disciplina, ha sufrido críticas, aportes y transformaciones que han generado su natural evolución.

De los presocráticos a los estudiosos de la actualidad, pasando por Shannon, Weaver y los teóricos que les siguieron en su modelo hasta hoy, se han construido múltiples definiciones de comunicación y se han planteado los más variados enfoques para su comprensión. No es nuestra intención hacer aquí una exhaustiva reconstrucción histórica del estudio de la comunicación, pero sí es, adoptar una definición que nos aporte meridiana claridad para nuestro cometido pedagógico.

En ese sentido, podemos afirmar con Fiske que, ante la falta de acuerdo sobre la naturaleza de los estudios de comunicación es preciso partir de algunos presupuestos: primero que «la comunicación es susceptible de ser estudiada, pero necesitamos varios enfoques disciplinarios para poder hacerlo en toda su plenitud»; segundo, que «toda comunicación involucra signos y códigos»; tercero, estos signos o códigos son transmitidos o puestos a disposición de otros; y transmitir o recibir signos, códigos o comunicación es la práctica de las relaciones sociales»; cuarto, que «la comunicación es central en la vida de nuestra cultura: sin ella, la cultura muere.

En consecuencia, el estudio de la comunicación implica el estudio de la cultura en la cual está integrada.»¹⁸ El mismo Fiske hace referencia a una definición de comunicación planteada por Gerbner Como «interacción social por medio de mensajes»¹⁹. Igualmente plantea que se puede comprender esa comunicación de dos maneras: de una parte, desde la escuela centrada en el proceso que considera la comunicación como «transmisión de mensajes»; de otra parte, propone

¹⁵ FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos. La Comunicación Humana en el mundo contemporáneo. Segunda edición. Ed. McGraw Hill. 2001, pág. 3.

¹⁶ Ibid.

¹⁷ Ibid.

¹⁸ FISKE, John. Introducción al estudio de la comunicación. Ed. Norma. 1984, pág. XIX.

¹⁹ Ibid, pág. XX.

entenderla como «producción e intercambio de sentido»²⁰; postulado éste con el cual nos encontramos más comprometidos.

Comunicación y sociedad

Lucas Antonio Marín²¹ ha adelantado con un grupo de teóricos españoles, trabajos desde la sociología de la comunicación que buscan explicar la comunicación y su papel en la sociedad –o deberíamos decir la interdependencia de ambas–.

Marín y sus compañeros describen la que denominan evolución de la sociedad, buscando llegar a la presente época informacional. Esta evolución se encuentra –por diferentes autores– planteada desde tres grandes fases o estadios: sociedad tradicional, sociedad industrial y sociedad informacional. Desde la comprensión de estos estadios es posible entonces entender la evolución de la comunicación y su relevancia en la sociedad actual.

Marín y su equipo pasan luego a plantear cómo la comunicación ha sido abordada desde tres niveles diferentes: el físico, propio de físicos e ingenieros físicos y que ha dado desarrollo fundamental a las telecomunicaciones; el segundo nivel, manifiesto en la lingüística y la sociolingüística; el tercero, que describen como propio de las ciencias sociales.

Este tercer campo de la comunicación –el de las ciencias sociales– tiene a su vez, según estos teóricos, cuatro formas: la comunicación intrapersonal, la interpersonal, la de las organizaciones y la de masas.

La comunicación intrapersonal está asociada a los procesos cognitivos, se entiende como forma de pensar y se explica como comunicación al interior de nosotros. Esta comunicación implica una forma de comprenderse a sí mismo, de hablarse a sí mismo. Ricoeur con su texto *Sí mismo como otro* aporta desde la fenomenología elementos vigorosos para entender esa comunicación del sujeto consigo mismo. Como él mismo lo anota, la primera de sus intenciones filosóficas en dicho texto se halla en “señalar la primacía de la mediación reflexiva sobre la posición inmediata del sujeto, tal como se expresa en la primera persona del singular “yo pienso”, “yo soy’.”²² Desde allí el autor estructura su explicación de un sujeto en relación consigo mismo. Comunicación consigo mismo como otro desde una acción reflexiva hacia sí mismo.

Marín cita los trabajos de Hutchins y Cole para quienes la conducta humana puede ser descrita desde tres de sus componentes: pensamiento, sentimiento y acción. Estos elementos son interdependientes y dinámicos por lo cual «la alteración de uno de ellos representa la alteración de los otros». De este modo, más que los acontecimientos, es la «codificación, idea o valoración que se haga de los acontecimientos» lo que nos impacta emocionalmente, por lo cual el sujeto tiene la

²⁰ Ibid.

²¹ LUCAS MARÍN. Antonio. GARCÍA GALERA. Carmen. RUIZ SAN ROMAN, José Antonio. Sociología de la Comunicación. Editorial Trotta. Madrid. 1999.

²² RICOEUR, Paul. *SI mismo como otro*. Siglo XXI editores. Primera edición en Español. Madrid. 1996, prólogo, pág. XI.

capacidad de impactarse a sí mismo. Los procesos de pensamiento son dialéctica, «ir y venir», están constantemente fluyendo y de este modo se desarrolla el diálogo interno o intracomunicación.

La segunda forma de comunicación es la interpersonal. Marín dice que para el ser humano «ser es... comunicarse» y además sigue a Scott y Powers cuando explica que esa comunicación es totalmente necesaria para su bienestar psicológico, no sólo como una necesidad humana sino además como medio de satisfacer muchas otras. La comunicación interpersonal posibilita a un sujeto satisfacer sus necesidades; pero además le lleva a facilitar a otros la satisfacción de las suyas. La comunicación genera y posibilita relaciones. La comunicación interpersonal es la actuación mutua y simultánea de dos y así mismo, puede ser interacción de varios. Permite tejer redes de acción, procesos de simbolización entre dos o más sujetos, búsqueda de sentidos comunes y elaboración de ideas, encuentro de diversas miradas de la realidad.

La tercera forma de comunicación se encuentra en la llamada comunicación en las organizaciones. Esta comunicación está caracterizada por los procesos comunicacionales que se generan al interior de la organización y desde los sujetos que la conforman. En ésta son relevantes los flujos de comunicación ascendente, descendente y horizontal. La primera fluye de la base a los estamentos de la alta jerarquía. La segunda avanza en sentido contrario desde la dirigencia hacia la base. La tercera se evidencia entre los individuos con niveles jerárquicos iguales.

Nos parece pertinente destacar otros aspectos de la comunicación de las organizaciones que se denominan comunicación formal e informal. La formal se estructura a través de los medios y canales de la organización, sigue las políticas y filosofía de la entidad, está en concordancia con su identidad y es proyección de la misma en la construcción de la imagen corporativa. La comunicación informal, en cambio, se encuentra por fuera los canales instituidos, es más dinámica, incontrolable, indeterminada y generadora de rumores.

La cultura corporativa con el clima organizacional, la identidad y la acción de la organización son los elementos centrales de este tipo de comunicación. Son diversas las corrientes que se han instalado en esta forma de comunicación, encontramos desde las relaciones públicas y la comunicación organizacional hasta la comunicación corporativa de relevancia actual. Cada una de estas escuelas representa una tendencia y una forma de mirar la comunicación en las organizaciones.

La cuarta forma de comunicación es quizás la más estudiada en nuestra sociedad: la comunicación de masas. Para Marín la comunicación de masas es «cualquier medio de comunicación audiovisual o escrito que implique una audiencia cuantitativamente significativa» y afirma este autor que «los medios de comunicación de masas, especialmente la televisión, se han convertido en un agente de socialización que ha llegado incluso a sustituir o, al menos, a ocupar la misma posición en rango de importancia que la familia o la escuela».²³ McQuail y Windhal prefieren hablar de comunicación colectiva y se refieren a un «fenómeno social caracterizado por la presencia institucionalizada de organizaciones que se dedican a producir, recoger, tratar y difundir los mismos mensajes de un modo ilimitado y tendencialmente simultáneo, a través de los medios de difusión, a un público

²³ Ibid.

heterogéneo y disperso». ²⁴ La comunicación de masas es además el vehículo más utilizado por la publicidad y la propaganda para la difusión de sus mensajes y el establecimiento de los procesos comunicacionales que les permitan cumplir sus objetivos respectivos. De este modo nos permitimos recoger ideas y concluir que podemos comprender la comunicación como una continua puesta en común. Un intercambio de sentidos. Así mismo podemos comprender que toda comunicación involucra signos y códigos que son transmitidos o puestos a disposición de las prácticas sociales. El estudio de la comunicación implica además el estudio de la cultura porque sin comunicación no se estructura la cultura.

Desde los postulados básicos podemos comprender que la comunicación parte de una fuente de información que cuenta con un transmisor que envía una señal para que sea recibida por un receptor que la entrega a su destino. Este proceso, más que una línea con un principio y un fin, es circular y continuo. Esta comunicación presenta en esencia tres niveles: el físico, el de la lingüística y la sociolingüística; y el de las ciencias sociales. De igual modo tiene cuatro formas básicas. La comunicación intrapersonal, la interpersonal, la de las organizaciones y la comunicación de masas.

3. Acercamiento a los modelos de comunicación

Después de los dos acercamientos anteriores; uno a lo que son los modelos y el otro a la comunicación, podemos entonces, reunir las nociones que tenemos y tratar de acercarnos a los modelos de comunicación.

Los modelos de comunicación pretenden explicar la realidad de las interacciones comunicacionales, por supuesto, de un modo ideal. Se proponen el estudio y desarrollo de la comunicación humana en contextos delimitados y concretos. Un modelo de comunicación es una preocupación por la interacción y la construcción de sentido entre dos o más sujetos y al mismo tiempo es la propuesta acerca de cómo debe ser esa interacción. El sentido de la comunicación, sus medios, la relación entre emisor y receptor, el ambiente en el cual se desarrolla y los ruidos que la afectan; la trascendencia de dichas interacciones comunicativas para los seres humanos, las sociedades y sus organizaciones, son la razón para modelar la comunicación.

La profesora Cecilia Alegría dice que «entendemos por modelo la descripción conscientemente simplificada en forma gráfica de una realidad o parte de ella». ²⁵ Y explica que el modelo muestra los componentes de un proceso o sistema y las relaciones que se establecen entre los mismos. «Metafísicamente un modelo puede designar el modo de ser de ciertas realidades. Los arquetipos que presentan los modelos son paradigmas de todo lo que es en la medida en que es».

Según la profesora Alegría, y desde una mirada sistémica, los modelos tienen, en términos generales –y podríamos asumir que por lo menos para el estudio de la comunicación– tres funciones:

²⁴ MCQUAIL, Denis. WINDAHL, Sven. Modelos para el estudio de la comunicación colectiva. Ed. Universidad de Navarra. Pamplona. 1984, pág. 15.

²⁵ ALEGRÍA, Cecilia. Modelos de Comunicación en Relaciones Públicas. *En Revista Diálogos de Comunicación*. Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social. # 39 Junio de 1994, pág. 1.

1. Función organizadora
2. Función simplificadora
3. Función delimitadora.

La función organizadora hace referencia a la relación entre sistemas y subsistemas, busca ordenar la realidad que es objeto de estudio. El modelo de comunicación basa su existencia en interacciones y relaciones. Le es pertinente organizar los flujos de comunicación para comprenderlos. La suya es una organización artificial, se simulan flujos ordenados para poder explicarlos ya que la comunicación es dinámica, múltiple. Por eso, el modelo es equivalente, en cierta medida, a una fotografía que detiene la imagen de un instante para hacerla memoria. Siendo así, el modelo detiene una imagen o explicación de un instante y unos procesos, estudia los flujos e interacciones de comunicación, y propone un modo de hacerlos perfectos en su esencia desde una mirada organizadora.

La función simplificadora facilita la comprensión del mundo, permite llevarlo a gráficos y diagramas que hagan más sencilla y económica su comprensión, sin olvidar que se trata de una realidad compleja. La explicación del mundo y su realidad debe ser lo más simple posible para que el modelo adquiera todo su sentido. Si su búsqueda es la comprensión e idealización de la realidad, entonces se debe buscar que dicha explicación sea lo menos complicada posible para que el modelo sea claro, comprensible. Los modelos de comunicación deben hacer simple e ideal lo que es complejo e imperfecto.

La función delimitadora traza fronteras, demarca un objeto de estudio, establece cuáles son los componentes que pertenecen y los que no pertenecen al fragmento de la realidad que pretende idealizar. Delimitar implica agrupar, seleccionar y descartar. El modelo de comunicación es un todo, pero no puede ocuparse de todo. El modelo es compacto, integrado; pero para serlo es preciso que excluya lo que no es relevante para su estudio. En un fragmento de la realidad tomada como objeto de estudio por un modelo pueden darse diversas relaciones o tipos de relación; pero el modelo no tiene que ocuparse de todas. El modelo planta en sí mismo aquello de lo cual se ocupa y aquello a lo cual no hace referencia.

Clasificación de los modelos de comunicación

Los modelos de comunicación nacen de la necesidad de explicar las relaciones e interacciones comunicacionales del ser humano y de éste con su entorno. Y es desde esta mirada, inicialmente que pueden agruparse para su estudio.

McQuail y Windhal hacen una clasificación de los modelos de comunicación, de acuerdo fundamentalmente a sus características básicas y a la función que cumplen.²⁶ Estos autores agrupan los modelos así:

²⁶ MCQUAIL, Denis. WINDAHL Sven. *Modelos para el estudio de la comunicación colectiva*. Ed. Universidad de Navarra. Pamplona. 1984.

1. *Modelos básicos*, como son los de Laswell, Shannon y Weber, De Fleur, Osgood, Schramm, Dance, Gerbner. Así mismo los modelos que denominan de equilibrio y co-orientación, entre los cuales se encuentran el modelo de Newcomb, y las propuestas de McLeod, y Chaffe. Pasaríamos después a los modelos para la investigación en comunicación donde aparecen McLeon, Newcomb y Westley. Igualmente se halla aquí el modelo Riley y el Malatzke.
2. *Modelos de influencia personal*, difusión y efecto de la comunicación *colectiva sobre individuos*. Aquí aparecen los modelos estímulo respuesta como el modelo La aguja hipodérmica. Así mismo se encuentran aquí el modelo de los efectos de la televisión sobre la conducta individual planteado por Comstock y los estudios de la influencia personal de Katz y Lazarsfeld, así como los de la difusión de innovaciones presentado por Rogers y Shoemaker y el modelo de la curva en J.
3. *Modelos de los efectos de la comunicación colectiva sobre la cultura y la sociedad*. Aquí se citan De Fleur y sus trabajos sobre la dependencia con Ball – Rokeach. Así como los modelos de Malcom McCombs, Donald Shaw, La espiral del silencio y el modelo de los Distanciamientos informativos como efectos.
4. *Modelos centrados sobre la audiencia*. Katz, Lazarsfeld y el propio McQuail tienen sus aportes aquí. De igual forma están aquí los modelos de Berelson, Host, Herzog con estudios en el mismo sentido y además están los estudios de Rosengren y Windhal relacionados con los estudios de los usos y los efectos. También a este grupo pertenecen los modelos de búsqueda de información como el Donohew y Tipton.
5. *Modelo de sistemas de comunicación colectiva selección y circulación*. Aquí se encuentran los modelos de los «mass media institutions». McQuail y Windhal retoman aquí propuestas de Westley, McLean, DeFleur, Riley y Riley, Gieber, Johnson, White, McNelly, Galtungy Ruge.

Los modelos básicos

Aunque en texto no es nuestro interés hacer una explicación en profundidad, de los diferentes modelos de comunicación, sí resulta pertinente exponer sintéticamente los postulados de algunos de los que son considerados por diferentes teóricos como los modelos básicos desde los cuales se ha desarrollado el proceso de modelación en comunicación.

En general los estudiosos suelen empezar, como McQuail y Windahal, por citar a Laswell cuya fórmula se fundamentó en la determinación de un modo adecuado para describir un acto de comunicación según el cual se parte de unas preguntas fundamentales que terminan por describir la comunicación: ¿quién? ¿dice qué? ¿en qué canal? ¿a quién? ¿con qué efecto?. Este es comprendido por muchos como un modelo sociológico. Luego fue Braddock quien postuló la necesidad de añadir a esos elementos los atinentes a las circunstancias del envío del mensaje.

Después de Laswell es menester remitimos al modelo presentado por Shannon y Weber desde que se concentra en la cuantificación del ruido o interferencia en la comunicación y es comprendido

como un modelo mecanicista, clasificación de la cual tampoco se aleja totalmente la fórmula de Laswell. Después fue De Fleur quien realizó análisis sobre los trabajos de Shannon y Weaver. Para él era necesario pensar en la comunicación, no como proceso lineal, sino como un proceso circular en el cual existe un feed back o retroalimentación a la fuente. En este modelo se plantea que el significado se transforma en mensaje y el transmisor transforma el mensaje en información como lo explican McQuail y Windhal.

Otra clasificación

Díaz Bordenave y Martins de Carvalho en su texto *Planificación y comunicación* explican como «en virtud de ser un proceso universal, la comunicación ha sido estudiada por todas las ciencias sociales»²⁷, y desde esa situación es posible encontrar diversos modelos de comunicación igualmente marcados por esas ciencias sociales que los han propuesto.

Para los mismos autores existen seis grupos de modelos de comunicación así:

1. Modelos físicos
2. Modelos psicológicos
3. Modelos sociológicos
4. Modelos antropológicos
5. Modelos socio-psicológicos
6. Modelos semiológicos

Modelos físicos

También llamados modelos mecanicistas, estos modelos, a juicio de los estudiosos como Díaz Bordenave y Carvalho se han concentrado fundamentalmente en la llamada comunicación digital y en la utilización de algunos medios de masas; pero dejan de lado muchas de las características explícitamente humanas del proceso.

El primero, y quizás más representativo de los modelos que los autores determinan como físicos es el de Shannon y Weaver. Estos teóricos trabajaron dentro de los postulados de la teoría de la información. Mucho se ha dicho que el de ellos fue un modelo postulado esencialmente para las máquinas y luego se trató de darle contexto entre los seres humanos.

El modelo de Shannon y Weaver también se reconoce como modelo matemático de la información o modelo de la telecomunicación dada su búsqueda de una aplicación directa a la cuantificación del ruido en el trabajo de la telefónica Bell Laboratory. Para ellos la comunicación es un modelo lineal en el cual una fuente selecciona un conjunto de signos organizado que le permite enviar un

²⁷ DIAZ BORDENAVE. Juan y Martins de Carvalho. Planificación y Comunicación. Ed. Don Bosco. Quito Ecuador. 1978. pág. 53.

mensaje mediante la transmisión de señales a través de un canal para que sean decodificados para que el mensaje pueda llegar al destinatario. A lo largo de este proceso lineal hace presencia el ruido que obstruye el desarrollo la comunicación.

Otro de los modelos mecanicistas es el de Westen y McLean que estudia la construcción de la oferta de información y su orientación por parte de un emisor hacia un receptor o grupo receptor que hace una selección en un campo sensorial y a su vez incide en un tercer sujeto o grupo de sujetos.

Modelos psicológicos

En este grupo se encuentran los modelos que explican cómo se fundamenta la relación entre la parte física de la comunicación y los procesos mentales de las personas en el proceso de comunicación. Aquí aparecen modelos como el Osgood, Berlo, o Stewart.

Osgood parte de plantear los campos que se dan en el proceso de comunicación: campo externo, campo interno. En el primero, que es considerado estímulo, se dan varios niveles que experimentan los sujetos del proceso: nivel de representación, nivel de disposición, nivel sensorial y de habilidad motora. En el campo interno se hallan los niveles de procesamiento de los mensajes: codificar, interpretar y decodificar.

David Berlo, por su parte, planteó sus ideas a partir de las propuestas de Shannon y Weber. Para Berlo se estudia el proceso desde los elementos sustanciales: fuente, mensaje, canal, receptor. Su enfoque psicológico, en cambio, está fundamentado en las ideas de la corriente de su maestro Osgood. Berlo propuso también un modelo que se ocupa de la relación entre la comunicación, el aprendizaje y el comportamiento.

Díaz y Carvalho describen el modelo de Stewart que diferenciaba claramente los aspectos psicológicos de los físicos en el proceso de comunicación. Así mismo, aparece aquí la propuesta de Hovland que se ocupó del cambio de actitud que producen los elementos de la comunicación social. Hovland parte del conjunto de estímulos que ligados a unos factores de predisposición se canalizan hacia unos procesos mediadores y generan unos efectos observables en los sujetos.

Modelos sociológicos

Aquí puede mencionarse el modelo Riley. Esta propuesta parte de la concepción de estructura en la sociedad, estas estructuras sociales conforman segmentos de la sociedad; pero a su vez se comprende que dentro de las estructuras sociales se encuentran los grupos primarios. Este modelo se ocupa de la comunicación como fenómeno social entre personas que hacen parte de dichos grupos primarios.

De igual forma aparece Wilbur Schramm dentro de este grupo de modelos sociológicos. Su estudio se concentró fundamentalmente en los medios masivos. Schramm, al igual que los esposos Riley, parte de la concepción de grupo primario. Para él los individuos son clientes de los medios; pero

siempre condicionados por su pertenencia a grupos como la familia o los grupos de amigos, los compañeros de trabajo, o la escuela. Schramm explica los procesos de codificación, interpretación y decodificación que se dan en el proceso, la connotación de insumo noticioso que tienen los mensajes en su modelo.

Modelos antropológicos

La comunicación ha sido abordada por diferentes disciplinas y desde diferentes enfoques. La sociología, la psicología, y la antropología entre otras. Desde estas perspectivas ha adquirido la mayoría de los conceptos que le han permitido explicarse a sí misma como un objeto de estudio. Desde la antropología pueden citarse propuestas como la de Claude Levi Strauss que planteó “una teoría general de los fenómenos sociales como procesos de comunicación definidos por sistemas de reglas”.²⁸

El trabajo de Levi Strauss estudió las relaciones de parentesco, los procesos de comunicación que se generan allí y las reglas que los condicionan.

Distingue tres niveles de comunicación social que denominó: la comunicación de mensajes, la comunicación de mujeres (las formas de parentesco e intercambio matrimonial), y la comunicación de bienes.

Desde el contenido de los mensajes el investigador analizó las estructuras de codificación y las clasificó como: estructuras vividas, actuadas y concebidas.

Las investigaciones de Levi Strauss fueron el insumo para múltiples trabajos posteriores entre los cuales pueden ser referencia destacada los de Edward T. Hall que se concentró en el concepto de cultura partiendo de la antropología estructural. Para Hall la cultura es un sistema de códigos que construyen sistemas primarios de mensajes: interacción, asociación, subsistencia, bisexualidad, territorialidad, temporalidad, aprendizaje, juego, defensa y explotación de materiales.

Modelos socio-psicológicos

Para Díaz y Carvalho este grupo de modelos recoge aquellas propuestas en las que “al mismo tiempo que se toman en consideración factores personales de los comunicantes se toman en cuenta las relaciones entre dos o más personas”.²⁹ Entre estos trabajos se encuentran los de Durkheim y Simmel. Según algunos estudiosos estos investigadores no propusieron un modelo, idea no compartida por todos los investigadores en comunicación; pero su importancia radica en el estudio del acto comunicativo a través de los símbolos, al que llegaron desde su estudio del orden y social y los actos sociales.

Así mismo podemos mencionar aquí el modelo funcionalista de Ruesch y Bateson que determina

²⁸ VERÓN, Eliseo. *Ideología, estructura, comunicación*. Sao Paulo, Cultrix, 1960. Citado por Díaz Bordenave y Carvalho en *Planificación y Comunicación*. pág. 69.

²⁹ Ibid, pág 73.

los cuatro niveles de la comunicación: intrapersonal, interpersonal, grupai y cultural. Los mensajes en este modelo son analizados según los criterios de origen del mensaje, transmisor, canales, receptor y destino del mensaje. George Herbert Mead es otro de los constructores de las propuestas socio – psicológicas, para él la sociedad existe mediante la comunicación y a través del lenguaje que le permite al individuo reconocerse a sí mismo frente al reconocimiento de los demás como objetos que hacen que sus actos no sean enteramente privados y psíquicos. Para Mead la comunicación es entonces entrega de significado.

Modelos semiológicos

En este campo de la comunicación existen afinadas discusiones. Para Barthes “en términos generales, pues, la semiología tiene por objeto todos los sistemas de signos, cualquiera que fuere la sustancia y los límites de estos sistemas. Las imágenes, los gestos y los sonidos melódicos, los objetos y los conjuntos de esas sustancias –que pueden encontrarse en ritos, protocolos o espectáculos constituyen, si no ‘lenguajes’ al menos sistemas de significación” y agrega que para Saussure “la lingüística no era más que una parte de la ciencia general de los signos”.³⁰De este modo al ser una teoría general de los signos, afirman diversos autores, la semiología debería ser comprendida como la ciencia madre de la comunicación.

La semiología comprende la sintáctica como estudio de las relaciones de los signos dentro de un sistema de signos; la semántica, como estudio de los significados de los signos; y lo pragmática como análisis de la influencia de los signos en el comportamiento de las personas. Díaz Bordenave y Carvalho citan como modelo semiológico el de Ogden y Richards que se desenvuelve en una triada entre el pensamiento de referencia, el símbolo y el referente.

4. A modo de último acercamiento

Al llegar a este apartado, si ha tenido la paciencia de llegar hasta aquí, el lector habrá podido advertir que este acercamiento es, realmente, sólo una guía para marchar en la búsqueda y estudio de los modelos de comunicación. Aun esta idea sigue siendo pretenciosa para este texto; pero quizás sea eso lo que uno propone al plantear este tema: dejar la puerta abierta.

Quedan, entonces, muchos aspectos abiertos y muchos que no se han planteado siquiera. Aun así, resulta pertinente que mencionemos la existencia de otras miradas en el campo de los modelos de comunicación como podrían ser los modelos sistémicos y contingenciales, no desarrollados en este texto. Así mismo, es claro que hemos abordado, fundamentalmente, los modelos de comunicación humana y su aplicación en la llamada comunicación social y de masas. Aun así, no nos hemos acercado a la aplicación que tienen los modelos en la comunicación de las organizaciones, la publicidad o las relaciones públicas. El camino está abierto y nuestro tema, en general, apenas planteado.

³⁰ 30 BARTHES, Roland. Elementos de Semiología. Ediciones Alberto Corazón. Segunda edición. Madrid, pág. 13.

BIBLIOGRAFÍA

- ALEGRÍA, Cecilia. *Modelos de Comunicación en Relaciones Públicas*. En Revista Diálogos de Comunicación. Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social. # 39 Junio de 1994.
- BARTHES, Roland. *Elementos de semiología*. Ed. Alberto Corazón. Segunda edición.
- BAUDRILLARD, Jean. *El sistema de los objetos*. Siglo XXI editores. 16ª Edición. España. 1999.
- BERLO, K. David. *El proceso de comunicación*. Editorial El Ateneo, 2000.
- BUNGE, Mario. *Teoría y Realidad*. Ed. Ariel. Primera edición en Ariel. Primera edición en 1972. Barcelona. 1985.
- CALVINO, Italo. *Palomar*. Ediciones Siruela. Madrid. 1994.
- COSTA, Joan. MOLES, Abraham. *Imagen didáctica*. Enciclopedia del Diseño. Ediciones CEAC. Barcelona. 1991.
- DE MORAGAS SPA, Miquel. *Teorías de la Comunicación*. Quinta edición. Ediciones Gustavo Gilli. México. 1991.
- DÍAZ BORDENAVE, Juan y Martins de Carvalho. *Planificación y Comunicación*. Ed. Don Bosco. Quito Ecuador. 1978.
- FERNÁNDEZ Collado Carlos. *La Comunicación humana en el mundo contemporáneo*. Segunda edición. Ed. McGraw Hill. 2001.
- FISKE, John. *Introducción al estudio de la Comunicación*. Versión en español Ed. Norma. 1984. Colombia.
- LÓPEZ VENERONI, Felipe. *La Ciencia de la Comunicación: método y objeto de estudio*. Ed. Trillas.
- LUCAS MARÍN, Antonio. GARCÍA GALERA, Carmen. RUIZ SAN ROMAN, José Antonio. *Sociología de la Comunicación*. Editorial Trotta. Madrid 1999.
- MATTELART, Armand y Michelle. *Historia de las teorías de la comunicación*. Ed. Paidós. Primera edición 1997. Barcelona.
- MCQUAIL, Denis. WINDAHL, Sven. *Modelos para el estudio de la comunicación colectiva*. Ed, Universidad de Navarra. Pamplona. 1984.
- RESTREPO J., Mariluz y RUBIO ANGULO, Jaime. *Intervención en la organización*. Significantes de papel ediciones. Segunda edición 1994. Bogotá.
- RICOEUR, Paul. *Sí mismo como otro*. Siglo XXI editores. Primera edición en Español. Madrid. 1996.
- RUBIO ANGULO, Jaime. *Modelo y Mensajes*: Ed. Significantes de Papel. Bogotá 1993.
- SFEZ, Lucien. *La comunicación LauésP*. Publicaciones Cruz O. Primera edición. México. 1994.
- WOLF, Mauro. *La investigación de la Comunicación de masas—, crítica y perspectivas*. Paidós.