



# LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN

## MODELOS SOCIOCULTURALES EN LA COMUNICACIÓN

# **Un aproximación a la teoría de la comunicación.**

La comunicación es un proceso de construcción de significados en la que se busca como supremo objetivo la modificación de las actitudes y conductas de los interlocutores.

La teoría de la comunicación surge a partir del esquema matemático de Shannon en 1948, para describir el proceso de la transmisión de información (teoría de la información) en los sistemas eléctricos de comunicación.

La Teoría de la Comunicación estudia la capacidad que poseen algunos seres vivos de relacionarse con otros seres vivos intercambiando información. (Saladriga, 2006: 9)

# Los modelos de la comunicación

Son el producto de una forma de entender la comunicación, de una filosofía de la comunicación, que a lo largo de todas las épocas han reflejado el clima de opinión intelectual, desde la visión de los investigadores que a partir distintas ciencias han tributado a las ciencias de la comunicación.

# LOS MODELOS DE COMUNICACIÓN

## 1. El transmisivo (Shannon, Laswell, Schramm y Berlo),

En este modelo se entiende la comunicación como un “proceso de transferencia de información “lineal y unidireccional. Se trata de un modelo o, más exactamente, de una teoría de la información pensada en función de las conexiones nerviosas en los seres vivos.

- ✓ La dialéctica es el arte de persuadir, debatir y razonar ideas diferentes, Manuel Martín Serrano con su **Modelo dialéctico**, ve la comunicación como intercambio de información.

## 2. Modelo semiótico informacional de Humberto Eco y el paradigma cultural.

- ✓ Si la semiótica es un sistema que abarca los signos de comunicación, entre personas, los modos, cómo funcionan y cómo se recibe, en sí es la teoría de los **signos**, Umberto Eco dice que ‘la semiótica estudia toda la cultura como proceso de comunicación, y tiende a demostrar que bajo los procesos culturales hay sistemas. La dialéctica entre sistema y proceso nos lleva a afirmar la dialéctica entre código y mensaje’.
- ✓ Eco piensa que ‘para comprender mejor muchos de los problemas que aún nos preocupan, es necesario volver a analizar los contextos en que determinadas categorías surgieron por primera vez’.
- ✓ Eco en su análisis rescata la importancia de la cultura como proceso de comunicación y reconoce la existencia de ‘sistemas de comunicación naturales y espontáneos –menos ‘culturales’- hasta los procesos culturales más complejos’.

**Comunicación cultural** En esa línea de pensamiento, Eco planea dos hipótesis:

- 1) ‘Toda cultura se ha de estudiar como un fenómeno de comunicación (o en su aspecto más radical “la cultura ‘es’ comunicación”); y,
- 2) Todos los aspectos de la cultura pueden ser estudiados como contenidos de la comunicación (o cualquier aspecto de la cultura puede convertirse en una unidad de sentido). Y concluye que ambas hipótesis -respaldadas por sus respectivas premisas- se sostienen mutuamente en forma dialéctica:

‘En la cultura cada entidad puede convertirse en fenómeno semiótico. Las leyes de la comunicación son las leyes de la cultura. La cultura puede ser enteramente estudiada bajo un punto de vista semiótico.

La semiótica es una disciplina que puede y debe ocuparse de toda la cultura’, según Umberto Eco.

### 3. El modelo de Laswell

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 y cada una tiene su propio significado u objetivo en el modelo.

¿Quién dice? (Análisis del control) Factores que inician y guían el acto de comunicación (comunicador).  
Emisor: el emisor es la persona que se encarga de emitir el mensaje.

¿Qué dice? (Análisis de contenido) -Los contenidos del mensaje.  
Mensaje: Lo que dice y expresa el emisor.

¿Por qué canal? (Análisis de los medios) - la radio, la prensa, las películas y otros canales Canal:  
Es el medio físico por el cual se envía el mensaje.

¿A quién dice? (Análisis de la audiencia) - personas a las que llegan los medios. Receptor: Es aquel que recibe el mensaje del emisor.

¿Con qué efecto? (Análisis de los efectos) - impacto sobre las audiencias. Efecto: que es lo que quiere que el Emisor capte o entienda.

Reproduce la comunicación como un proceso de transmisión lineal de un mensaje que parte del emisor hacia el receptor a través de un canal apropiado y con el código correspondientemente compartido por ambos agentes. Es decir, plantea un acto de comunicación conductista, un proceso asimétrico que parte de un emisor activo que produce un estímulo y llega a una masa pasiva de destinatarios que es “atacada” por el estímulo y reacciona en consecuencia. Los papeles del comunicador y del destinatario son aislados pues no mantienen ninguna relación.

# Aspectos esenciales de la comunicación colectiva:

a) Que la opinión, la actitud o la decisión no se configuran sólo en el nivel de la experiencia individual, grupal, o colectiva, sino esencialmente en el nivel discursivo, y en el nivel de la representación.

Es en el conjunto de relatos sociales donde tomamos las herramientas e ingredientes para categorizar nuestras experiencias, construir nuestras identidades y nuestros relatos y, en definitiva, comprender nuestro mundo y a nosotros mismos.

b) Que nuestras comunicaciones en el nivel social no se refieren principalmente a objetos o experiencias elementales, sino a objetos o experiencias cargados de sentidos semantizados y que, en definitiva, nos remiten a imaginarios culturales donde se articulan valores, relaciones lógicas, etc.