TEORÍAS Y TIPOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN

COMUNICACIÓN EFECTIVA

Msc. Ana Lucía Machado A.

Teorías de la comunicación

Las teorías de la comunicación pueden clasificarse en tres grandes corrientes:

- **teorías mecánicas o transmisivas**,
- **teorías críticas o interpretativas**, y
- **teorías sistémicas o cibernéticas**.

Teoría matemática de la comunicación

- Propuesta por Shannon y Weaver (1949)
- Esta teoría se centra en el proceso técnico de transmisión de la información.
- Su modelo describe los elementos básicos de la comunicación: emisor, mensaje, canal, receptor y ruido.
- Su principal aporte es la formulación de la eficiencia comunicativa en términos cuantificables, aunque su enfoque es limitado al omitir el contexto social y cultural.

Teoría de la aguja hipodérmica

- Desarrollada en los años 20 y 30,
- Esta teoría plantea que los medios masivos tienen un efecto directo, inmediato y poderoso sobre el receptor.
- La comunicación se concibe como un proceso unidireccional donde la audiencia es pasiva.
- Aunque hoy en día es considerada simplista, fue crucial en los inicios de los estudios sobre propaganda y persuasión.

Teoría crítica de la Escuela de Frankfurt

- Autores como Theodor Adorno, Max Horkheimer y Herbert Marcuse
- Criticaron el papel de los medios de comunicación en la reproducción de ideologías dominantes y en la alienación del sujeto.
- Esta corriente considera a la comunicación como un instrumento de poder ideológico.

"La industria cultural convierte a los receptores en consumidores pasivos, negando la posibilidad de un pensamiento crítico" (Adorno & Horkheimer, 1944).

Teoría de la acción comunicativa

- Jürgen Habermas propuso una teoría basada en la racionalidad comunicativa, donde el lenguaje es un medio para alcanzar el entendimiento mutuo.
- A diferencia de las teorías instrumentales, Habermas propone una visión ética y dialógica del acto comunicativo.

"El entendimiento se alcanza cuando los participantes aceptan mutuamente la validez de sus afirmaciones" (Habermas, 1981, p. 294).

Teoría constructivista

- Desde una perspectiva psicológica, autores como Paul Watzlawick (1967) plantean que la comunicación no solo transmite información, sino que construye realidades.
- Esta teoría sostiene que toda conducta comunica, y que el significado depende del contexto y del marco interpretativo del receptor.

"No es posible no comunicar" (Watzlawick, Beavin & Jackson, 1967).

MODELOS TEÓRICOS PARA EL ESTUDIO DE LA COMUNICACIÓN (LASWELL, SHANNON Y WEAVER, DEFLEUR, OSGOOD Y SCHRAMM, DANCE, GERBNER).

- El estudio sistemático de la comunicación ha dado lugar a una amplia gama de modelos teóricos que buscan representar los elementos, procesos y dinámicas del acto comunicativo.
- Cada modelo ofrece una perspectiva única sobre cómo fluye la información entre emisor y receptor, y cuáles son los factores que intervienen en dicho proceso.
- A través de los años, investigadores como **Harold Lasswell**, **Claude Shannon y Warren Weaver**, **Melvin DeFleur**, **Charles Osgood y Wilbur Schramm**, **Frank Dance y George Gerbner** han formulado teorías que han sido fundamentales para las ciencias de la comunicación, sentando las bases para la comprensión contemporánea de este fenómeno.

Modelo de Lasswell: ¿Quién dice qué, a quién, por qué canal y con qué efecto?

- Harold Lasswell propuso uno de los primeros modelos sistemáticos del proceso comunicativo en 1948, centrado en la función de la propaganda y el análisis del contenido de los medios. Su fórmula clásica —**¿Quién dice qué, en qué canal, a quién y con qué efecto?**— establece un esquema lineal, orientado hacia el análisis de los efectos de los mensajes.
- Este modelo es especialmente útil para el estudio de la comunicación masiva, ya que permite descomponer el proceso comunicativo en elementos fácilmente identificables: emisor, mensaje, canal, receptor y efecto (Lasswell, 1948).

"La comunicación puede describirse por el proceso: ¿quién dice qué, en qué canal, a quién, con qué efecto?" (Lasswell, 1948).

Modelo de Shannon y Weaver: Comunicación como transmisión de información

- El modelo desarrollado por Claude Shannon y Warren Weaver en 1949 es conocido como el **modelo matemático de la comunicación**. Concebido originalmente para la ingeniería y la teoría de la información, este modelo introduce conceptos como **ruido**, **entropía** y **redundancia**, destacando la importancia del canal y la fidelidad del mensaje.
- En este esquema, la comunicación es vista como un proceso técnico de **codificación, transmisión y decodificación**, lo que lo hace útil para sistemas de telecomunicación, pero limitado en cuanto a aspectos semánticos y socioculturales (Shannon & Weaver, 1949).

"El problema fundamental de la comunicación es reproducir en un punto una información seleccionada en otro punto" (Shannon & Weaver, 1949).

Modelo de DeFleur: Comunicación y retroalimentación

- Melvin DeFleur (1970) desarrolló un modelo que amplía los postulados de Shannon y Weaver al introducir el concepto de **retroalimentación (feedback)**, reconociendo así la importancia de la respuesta del receptor.
- Su modelo también incorpora el contexto social y cultural, así como la influencia del medio.
- DeFleur enfatiza que la comunicación no es unidireccional, sino que implica una interacción constante entre emisor y receptor, lo cual resulta clave para entender procesos como la persuasión y la opinión pública (DeFleur & Ball-Rokeach, 1982).

"La retroalimentación hace posible que el emisor ajuste su comportamiento en función de la respuesta del receptor" (DeFleur & Ball-Rokeach).

Modelo de Osgood y Schramm: Proceso circular de codificación e interpretación

- Osgood y Schramm propusieron en 1954 un modelo circular que rompe con la linealidad de los modelos anteriores. En él, **emisor y receptor alternan constantemente sus roles**, codificando, interpretando y respondiendo los mensajes.
- Este modelo destaca el **proceso de codificación e interpretación simbólica**, lo que lo convierte en una herramienta clave para analizar la comunicación interpersonal y los malentendidos que pueden surgir por diferencias semánticas (Schramm, 1954).

"La comunicación no es lineal ni unidireccional; es un proceso de codificación, interpretación y respuesta en constante flujo" (Schramm, 1954).

Modelo de Dance: Espiral comunicativa

- Frank Dance propuso en 1967 un modelo que representa la comunicación como una **espiral en expansión**, simbolizando el crecimiento continuo del conocimiento y la experiencia comunicativa a lo largo del tiempo.
- Este modelo es útil para comprender cómo las interacciones previas afectan la comunicación futura y cómo el contexto personal e histórico del sujeto influye en sus procesos comunicativos. La espiral enfatiza la **naturaleza evolutiva y acumulativa** de la comunicación (Dance, 1967).

"La espiral representa cómo cada nuevo acto comunicativo está influido por los anteriores y modifica la trayectoria futura" (Dance, 1967).

Modelo de Gerbner: Comunicación como percepción de eventos

- George Gerbner desarrolló un modelo complejo donde la comunicación es vista como la **representación simbólica de un evento**, que es percibido por un emisor y posteriormente transformado en un mensaje para un receptor.
- Gerbner introduce variables como el **contenido del mensaje (M)**, el **emisor (E)**, el **receptor (R)** y la **percepción del evento (E1, E2)**. Su enfoque es fundamental para el análisis de los medios y la construcción de la realidad, tal como se ve reflejado en su teoría del cultivo (Gerbner et al., 1986).

"La comunicación es la construcción de una realidad simbólica basada en la percepción selectiva de los eventos" (Gerbner, 1986, p. 18).

TIPOLOGÍAS DE Y PLATAFORMAS PARA LA COMUNICACIÓN

- La comunicación constituye uno de los pilares fundamentales de la vida social y cultural.
- Su estudio ha dado origen a diversas **tipologías**, clasificando los procesos comunicativos según criterios como el número de participantes, el canal utilizado, la intencionalidad o la dirección del flujo de información.
- En paralelo, la irrupción de las **plataformas digitales** ha transformado radicalmente los escenarios comunicativos, diversificando las formas de interacción humana en contextos personales, institucionales y globales.
- Comprender las tipologías comunicativas y las plataformas que las soportan es imprescindible para analizar las nuevas dinámicas de producción, circulación y recepción de los mensajes en la era digital.

1. Tipologías de la comunicación

Las tipologías de la comunicación permiten organizar y clasificar los distintos tipos de procesos comunicativos según variables específicas. A continuación, se abordan las principales.

- **Según el número de participantes**
- **Según el canal utilizado**
- **Según la dirección del flujo comunicativo**
- **Según la intencionalidad**

Según el número de participantes

- **Comunicación intrapersonal**: Es aquella que se da dentro del propio individuo, donde el emisor y receptor son la misma persona. Se relaciona con el pensamiento, la autorreflexión y la toma de decisiones (Berlo, 1960).
- **Comunicación interpersonal**: Se establece entre dos personas y se caracteriza por la reciprocidad, la retroalimentación inmediata y la proximidad emocional o física (Wood, 2009).
- **Comunicación grupal**: Involucra a tres o más personas que interactúan con un objetivo común. Aquí emergen roles, liderazgo, normas y dinámicas propias del grupo (Tubbs & Moss, 2008).
- **Comunicación masiva**: Se transmite a grandes audiencias a través de medios tecnológicos (televisión, radio, prensa). El feedback suele ser indirecto o diferido (McQuail, 2010).
- **Comunicación pública y organizacional**: Ocurre en contextos institucionales, educativos o empresariales. Involucra tanto el discurso como los canales oficiales.

Según el canal utilizado

- **Comunicación verbal**: Se realiza mediante el lenguaje oral o escrito. Permite codificar información de forma precisa y estructurada (Chandler & Munday, 2011).
- **Comunicación no verbal**: Utiliza gestos, posturas, expresiones faciales, tono de voz, entre otros. Es esencial en la interpretación emocional y relacional del mensaje (Knapp & Hall, 2010).
- **Comunicación paraverbal**: Se refiere a los matices sonoros del mensaje verbal, como el ritmo, la entonación y los silencios.

Según la dirección del flujo comunicativo

- **Unidireccional**: El emisor transmite un mensaje sin esperar respuesta inmediata (ej. televisión).
- **Bidireccional**: Existe retroalimentación entre emisor y receptor, permitiendo ajustes en tiempo real (ej. conversación).
- **Multidireccional**: Varios emisores y receptores interactúan simultáneamente, como ocurre en redes sociales.

Según la intencionalidad

- **Intencional**: El mensaje es deliberado y planificado.
- **No intencional**: La comunicación ocurre de forma involuntaria, como en expresiones corporales espontáneas (Argyle, 1988).

2. PLATAFORMAS PARA LA COMUNICACIÓN

Las **plataformas de comunicación** son los entornos —físicos o digitales— donde se produce la interacción entre emisor y receptor. En la actualidad, estas plataformas se dividen principalmente en dos grandes ámbitos:

- **Plataformas tradicionales**
- **Plataformas digitales**

Plataformas tradicionales

- Incluyen medios como el **correo postal, teléfono fijo, televisión, radio, prensa escrita**, entre otros.
- Estos canales fueron hegemónicos en el siglo XX y se caracterizan por ser **centralizados, verticales y controlados por emisores institucionales**.

"La comunicación masiva tradicional se basa en la emisión unidireccional desde pocos emisores hacia muchos receptores" (McQuail, 2010).

Plataformas digitales

Con la expansión de Internet, surgieron nuevas plataformas interactivas que redefinen la producción y circulación del mensaje. Estas incluyen:

- **Correo electrónico y mensajería instantánea (ej. Gmail, WhatsApp)**: Favorecen la comunicación interpersonal asincrónica o sincrónica.
- **Redes sociales (ej. Facebook, Twitter/X, Instagram, TikTok)**: Permiten compartir contenidos, establecer relaciones, generar comunidades e influir en la opinión pública (Castells, 2009).
- **Plataformas colaborativas (ej. Google Drive, Slack, Trello)**: Utilizadas en entornos educativos y laborales para facilitar la gestión y producción compartida de información.
- **Servicios de streaming (ej. YouTube, Spotify, Twitch)**: Espacios de comunicación audiovisual donde los usuarios no solo consumen, sino también producen contenidos.
- **Foros y blogs (ej. Reddit, WordPress)**: Canales textuales que fomentan la reflexión y el debate público.

- Estas plataformas transforman la comunicación tradicional, permitiendo una **interactividad sin precedentes**, el surgimiento de **prosumidores** (usuarios que consumen y producen contenidos), y la personalización del mensaje.

"La comunicación digital no solo ha modificado los canales, sino las lógicas de poder, visibilidad y control del mensaje" (Scolari, 2008).

Reflexión crítica

- La convergencia entre las **tipologías comunicativas** y las **plataformas tecnológicas** plantea importantes desafíos y oportunidades.
- Por un lado, se amplifican las posibilidades de interacción, se democratiza la producción de contenidos y se dinamizan las formas de participación social.
- Por otro lado, emergen nuevos problemas como la **infoxicación**, la **fragmentación de audiencias**, la **desinformación** y el **control algorítmico** de la comunicación (Pariser, 2011).
- En este contexto, la alfabetización mediática y digital se vuelve esencial para comprender no solo **cómo se comunica**, sino también **qué se comunica**, **quién lo controla** y **con qué fines**.