

MODELOS DE COMUNICACIÓN

Los modelos de comunicación representan una de las evidencias más claras de la esquemática (Costa. 1998) en la ciencia de la comunicación. Uriel Sánchez (2006: 21-22,44), destacado investigador de la Universidad de Medellín, Colombia, en el libro *Modelos y Esquemas de Comunicación: algunos acercamientos*, establece que:

“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 de mundo, asirlo, entenderlo. El modelo permite moldear, manipular, simular (...) 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 (...) Los modelos de comunicación pretenden explicar la realidad de las interacciones comunicacionales, por supuesto, de un mundo ideal. Se propone el estudio y desarrollo de la comunicación humana en contextos delimitados y concretos. Un modelo de comunicación es una preocupación por la 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”.

En el libro *Teoría de la comunicación I. Epistemología y análisis de la referencia*, Manuel Martín Serrano (1991: 111) propone la siguiente definición de modelo:

“Un modelo es la representación de algún tipo de organización de alguna COSA. Para representar cualquier cosa es necesario tener en cuenta sus componentes y las relaciones que existen entre tales componentes. Por ejemplo, un modelo que represente un circuito integrado reflejará todas las piezas que lo constituyen y las conexiones que las enlazan entre sí”.

Castro y Zareth (2006:20) sostienen, con base en las tesis McQuail y Windahl, que los modelos son:

“Una simplificación o descripción gráfica de un fragmento de la realidad, algunas de sus funciones son las siguientes: a) Mostrar las principales partes de una estructura o proceso y su relación; b) Presentar una visión panorámica (...); c) Ayudar a descifrar información, al simplificar la información que de otra forma podría parecer ambigua o complicada; d) Guiar a quien interpreta hacia

los puntos clave de un sistema o proceso e) Hacer posible la predicción exitosa o el curso de determinados eventos”.

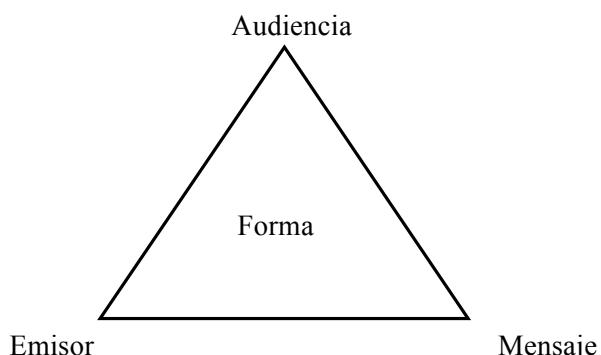
Con respecto al concepto proceso, Castro y Zareth (2006:15) afirman lo siguiente:

“Al estudiar detalladamente el concepto de proceso, éste incluye los acontecimientos y las relaciones como dinámicos, en un conste devenir, eternamente cambiantes y continuos. El proceso, en estos términos, carece de principio o fin, es una secuencia de acontecimientos que se haya en constante movimiento. Los componentes de un proceso de interaccionan entre sí, es decir, cada uno de ellos influye en los demás. Son dichos componentes y sus interrelaciones los que se toman en cuenta cuando se trata de construir un modelo del proceso comunicativo”.

Aristóteles es autor del primer modelo de comunicación conocido, del cual Castro y Zareth (2006:28-29) señalan:

“*La retórica* (obra de la que se obtiene el modelo comunicativo de Aristóteles) es un fenómeno enteramente occidental (...) que se ocupó de analizar las maneras en que los seres humanos se comunican entre sí. (...) Retomando los datos anteriores, se puede aseverar que Aristóteles, mediante su obra *La retórica*, es el primero en teorizar por escrito las aportaciones de los sofistas y las de Platón, las bases de la comunicación humana mediante tratados analíticos expositivos (...) las ideas que aportó sirvieron como base para explicar el proceso de la comunicación en general”.

Figura 1. Modelo de Aristóteles



Fuente. Castro y Zareth. 2006: 29.

El modelo aristotélico sin duda alguna representa el obligado referente en el desarrollo de modelos comunicativos. Castro y Zareth (2006:31) afirman que: “el proceso aristotélico es lineal,

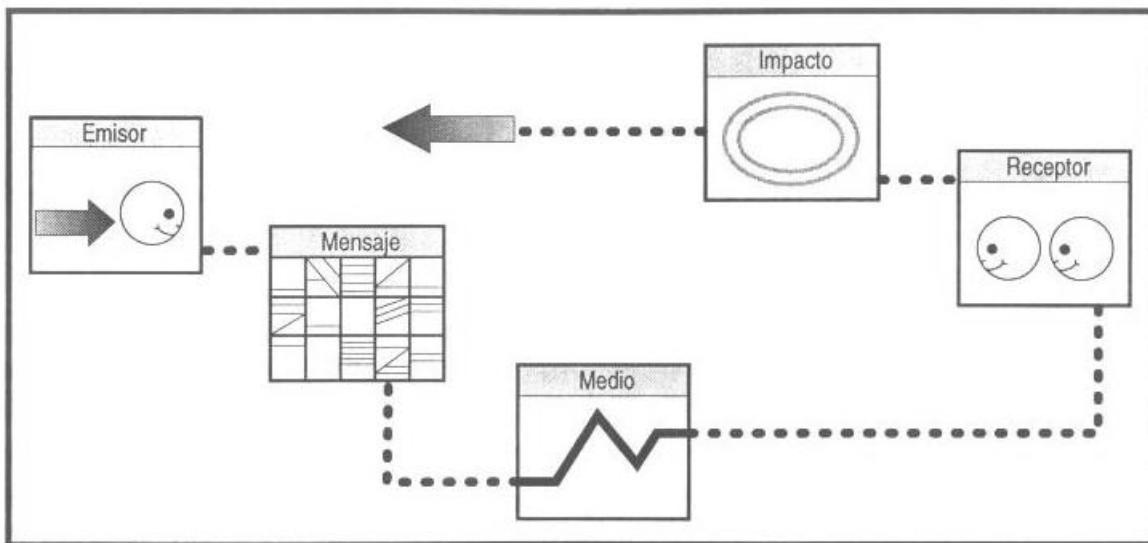
es decir, todo gira en torno a los intereses del emisor, como se plantea a través del *ethos*, el *pathos* y el *logos*, la disposición de los elementos y del resultado parecen depender del orador”.

En la década de 1920 dieron inicio las primeras investigaciones de la ciencia de la comunicación, y Harold Laswell proponía, según Galeano (1997:19-20), una fórmula de concatenación o encadenamiento lineal de cinco preguntas-programas:

“*¿quién – dice qué – por cuál canal – a quién – con que efecto?* Este esfuerzo de síntesis es particularmente valioso, dado que agrupa los cinco puntos fundamentales del proceso de comunicación (...) la fórmula de Laswell fue el punto de partida de varias mejoras, modificación y precisiones por parte de otros investigadores”.

La representación gráfica del Modelo de Laswell es la siguiente:

Figura 2. Modelo de Harold D. Laswell



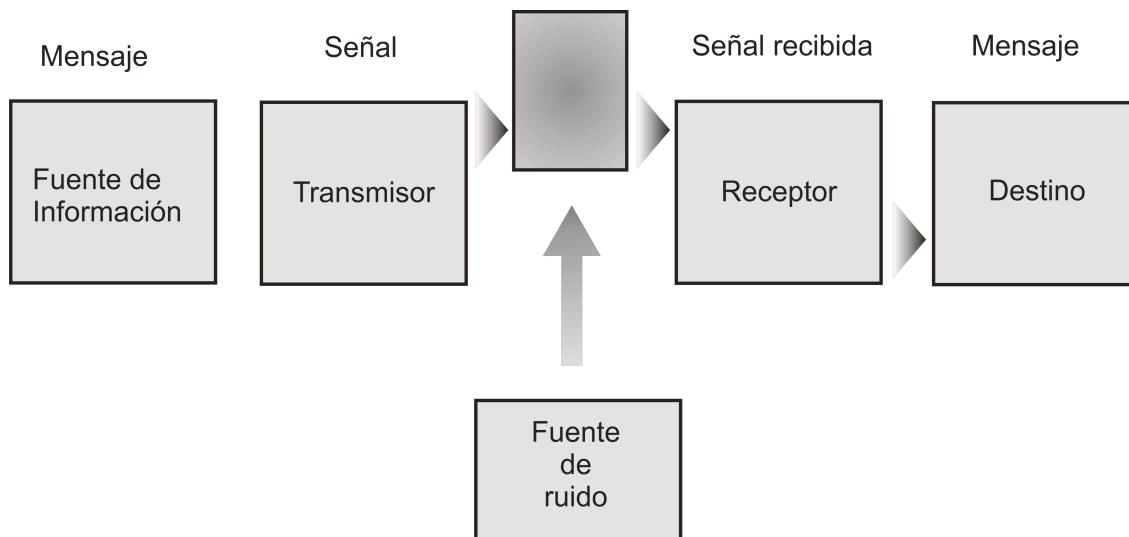
Fuente: Galeano. 1997:21.

Sobre el Modelo de Harold Laswell, Ixchel Castro y Luz Zareth (2006: 42), afirman: “Al pensar en el objetivo del estudio que Lasswell desarrollaba cuando propuso esta fórmula es obvio que el efecto representa la parte modular”.

Otro de los modelos más citados en la ciencia de la comunicación procede de Claude Elwood Shannon, quien en 1948 publicó en dos partes, en el *Bell System Technical Journal*,¹ el artículo “Una teoría matemática de la comunicación”. Sobre el modelo de Shannon, Galeano (1997: 21) afirma:

“(Shannon) entiende la comunicación como un proceso de transferencia de información (...) proporcionó nuevas dimensiones de la construcción de un modelo de comunicación humana, aunque era básicamente un modelo físico de las comunicaciones radiales y telefónicas. Desde entonces en el vocabulario de la comunicación aparecieron conceptos como entropía, redundancia, bit, capacidad del canal, ruido y *feed back*”.

Figura 3. Modelo de Shannon



Fuente: Galeano. 1997:22.

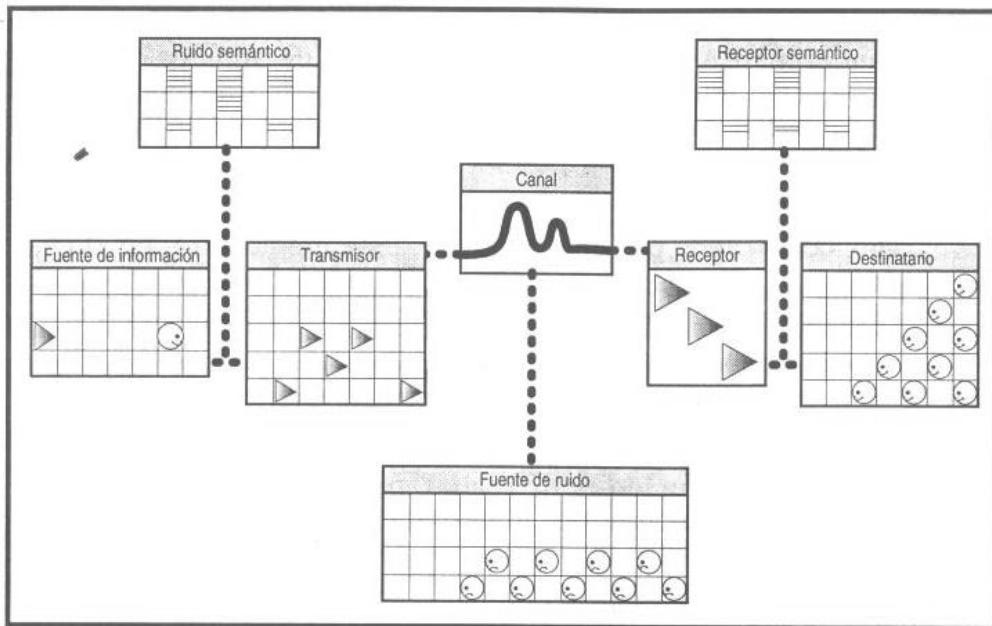
Del trabajo desarrollado por Claude Shannon con Warren Weaver derivó el primer modelo de comunicación de la llamada “teoría matemática de la comunicación”, en el cual Shannon y

¹ Norbert Wiener -quien es considerado como el fundador de la cibernetica, la cual, de acuerdo con el destacado investigador Jesús Galindo, admite ser considerada como una de las siete fuentes históricas fundamentales en el desarrollo del pensamiento comunicacional (Las siete fuentes del pensamiento comunicacional –sostiene Galindoson: la cibernetica, la sociología funcionalista, la sociología crítica, la sociología fenomenológica, la economía política, la semiolingüística, y la psicología social)-, realizó relevantes aportaciones al desarrollo de la comunicología posible.¹ Además de inaugurar el sendero de la cibernetica en el pensamiento comunicacional, las tesis de Wiener representaron una contribución definitiva en el trabajo intelectual de destacados teóricos de la ciencia de la comunicación, como Claude Elwood Shannon.

Weaver incorporaron conceptos como información, fuente, mensaje, transmisor, señal, canal, ruido, receptor, destino, probabilidad de error, codificar, decodificar, ruta de la información, capacidad del canal. Sobre el modelo comunicativo de Shannon y Weaver, Galeano (1997:26) sostiene:

“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 de E-R ampliado (...) sin embargo, el modelo de Shannon y Weaver ha demostrado ser muy útil”.

Figura 4. Modelo de Shannon y Weaver



Fuente: Galeano. 1997:26.

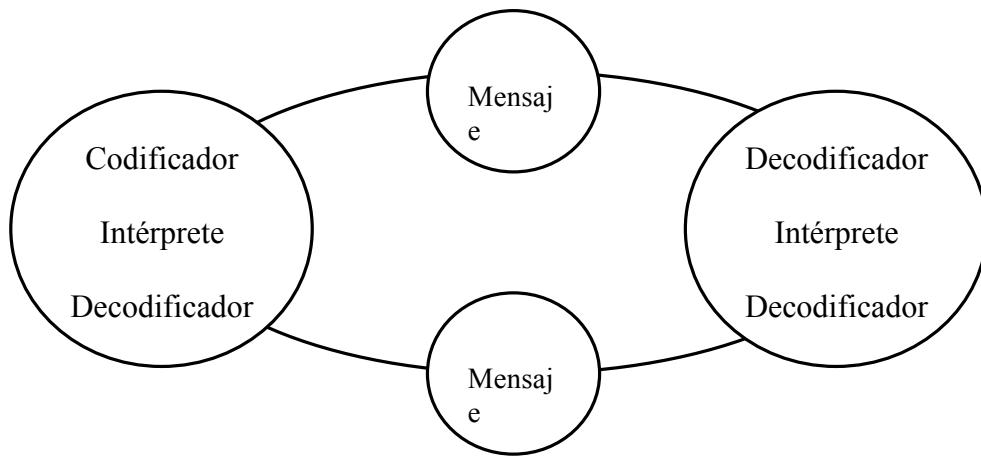
Ixchel Castro y Luz Zareth afirman que “el modelo de Shannon y Weaver, desarrollado en 1948, es uno de los más influyentes (...) la importancia radica específicamente en la propuesta de disminuir los ruidos en la transmisión de información” (Castro y Zareth. 2006:37).

Otro de los modelos de comunicación más referidos procede de Charles Osgood y Wilbur Schramm, destacados investigadores que suelen ser ubicados en la escuela Estructural-

Funcionalista. Sobre el Modelo de Osgood y Schramm, Uriel Sánchez, investigador de la Universidad de Medellín, Colombia, afirma lo siguiente:

“En su modelo de 1954, Osgood y Schramm postularon su idea de la circularidad de la comunicación. Estos autores expresan que no puede comprenderse la comunicación si comenzara en un lugar y terminara en otro. Esta proposición llevó a comprender la comunicación como un proceso no lineal, a diferencia de la propuesta de Shannon y Weaver, criticada justamente por eso. Osgood y Schramm centran su atención en la conducta de los actores pero no diferencian sus funciones”.

Figura 5 Modelo de Osgood y Schramm

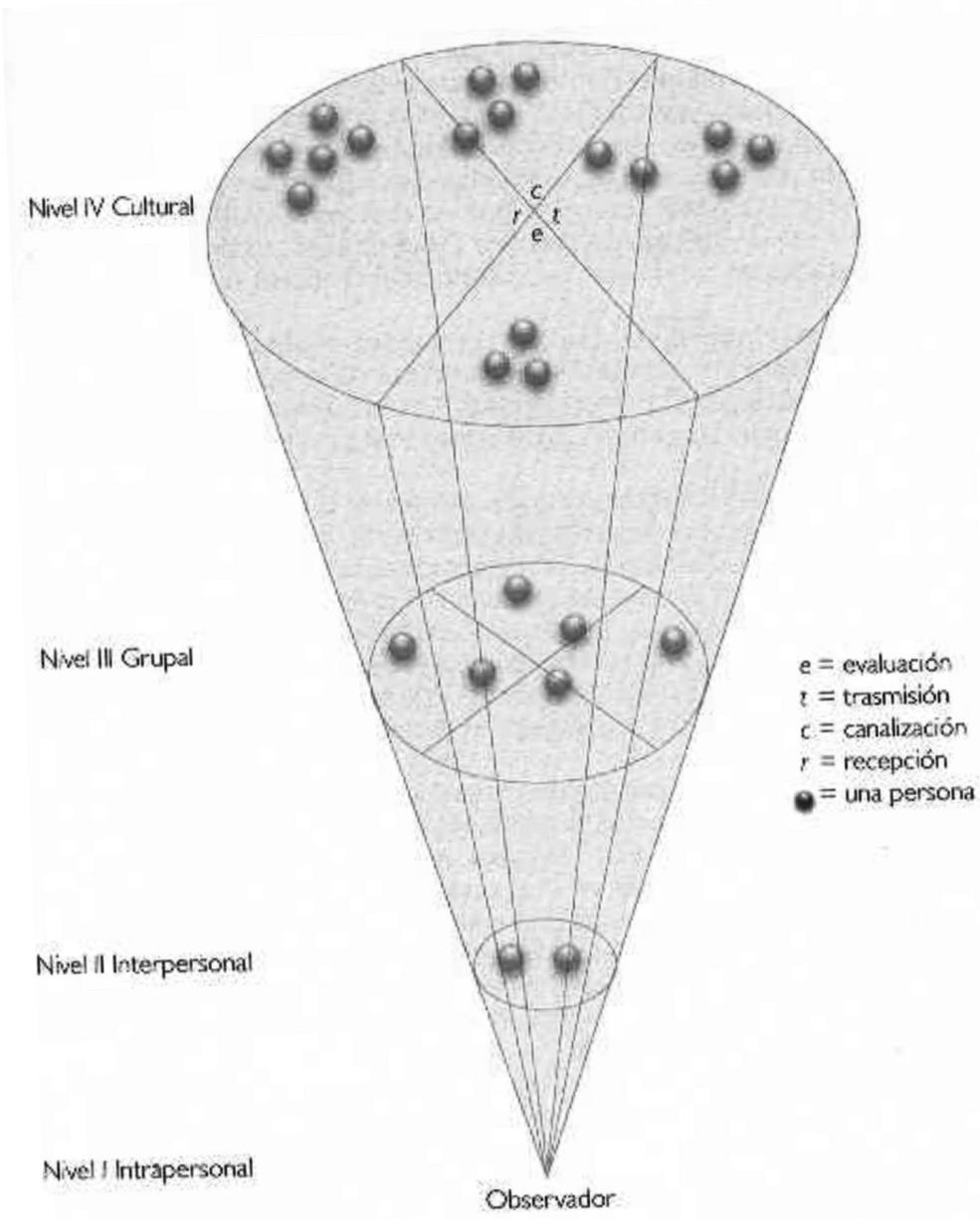


Fuente: Sánchez. 2006: 86

Otro de los modelos más conocidos es el desarrollado por Gregory Bateson, del cual Castro y Zareth (2006:45) afirman:

“Se toman en consideración factores personales de los comunicantes o comunicadores, además de la relación entre dos o más personas. Se establecen cuatro niveles de comunicación que van de la intrapersonal a la interpersonal, después a la grupal y finalmente a la cultural (...) en este sentido Bateson afirma que el concepto de comunicación incluye todo el proceso a través del cual la gente se influye mutuamente, de ahí advierte un doble vínculo en la acción comunicativa”.

Figura 6. Modelo de Bateson



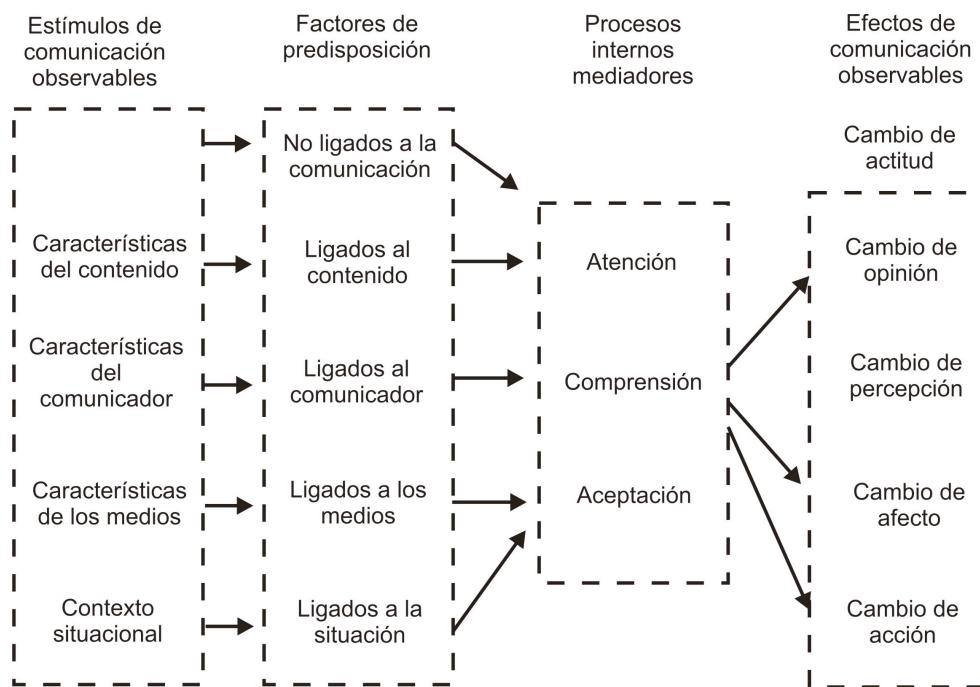
Fuente. Castro y Zareth. 2006: 47

Carl Iver Hovland es autor de otro de los modelos más citados por investigadores de la comunicación. Sobre ese modelo, Castro y Zareth (2006:57-58) afirman:

“Lo importante para este autor es descubrir cómo se logra el cambio de actitud mediante técnicas persuasivas, es decir, se preocupa en cómo hacer que la gente

actúe de determinada manera, y ya no en saber qué opina (...) desde esta perspectiva la investigación se centra “en el análisis de cuatro factores: el comunicador que transmite; los símbolos transmitidos; los individuos que responden, y la respuesta del receptor” (...) En su modelo, Hovland otorga particular importancia al efecto que pueda tener el mensaje en el receptor y entiende que los cambios de actitud que se desprenden de un proceso de comunicación obedecen a las circunstancias que rodean tanto al emisor (credibilidad, naturaleza del mensaje y su capacidad comunicativa) como al receptor (afinidad/oposición hacia la fuente, nivel de información, etc.)”.

Figura 7. Modelo de Hovland



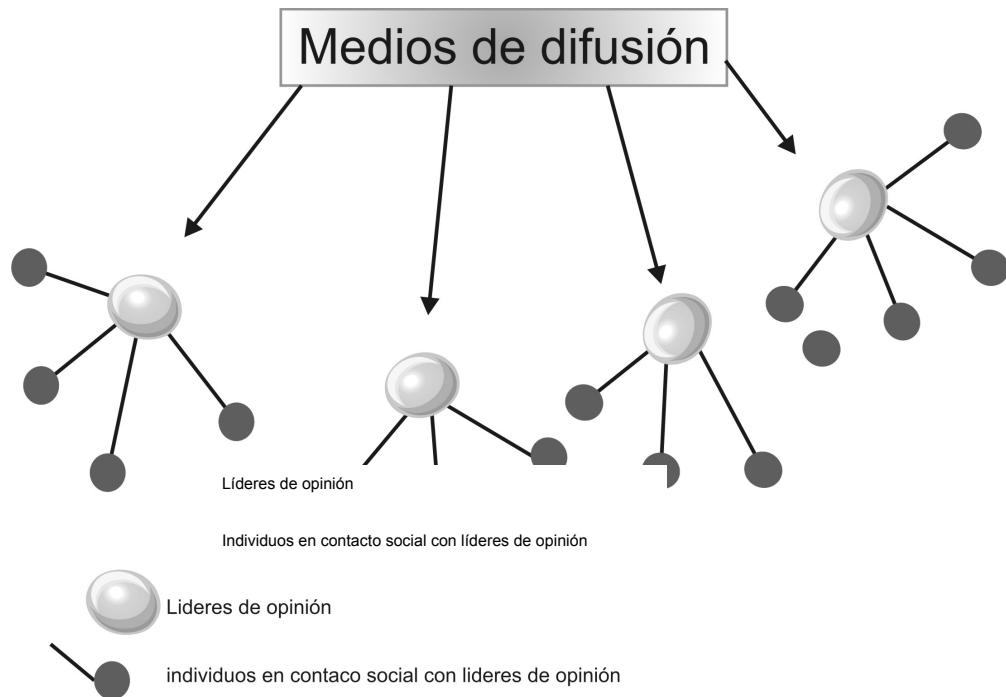
Fuente. Castro y Zareth. 2006: 57

Elihu Katz y Paul Felix Lazarsfeld, dos de los autores más destacados en la escuela Estructural-Funcionalista, propusieron un interesante modelo de comunicación, del cual Castro y Zareth (2006: 63-65) afirman:

“su modelo muestra que el impacto de los medios de comunicación de masas no es tan fuerte como lo señalaban teóricos e investigadores anteriores con postulados similares a los de la aguja hipodérmica (...) los mensajes que

transmiten los medios de comunicación masiva no llegan directamente a las personas, sino que son mediados por líderes de opinión (...) de esta manera es el grupo primero o de liderazgo social el que determina la formación de la opinión, pues éste recibe la información de los medios masivos de comunicación y es quien interactúa con ellos, para después llevarlo al resto del público”

Figura 8. Modelo de Katz y Lazarsfeld



Fuente. Castro y Zareth. 2006: 64

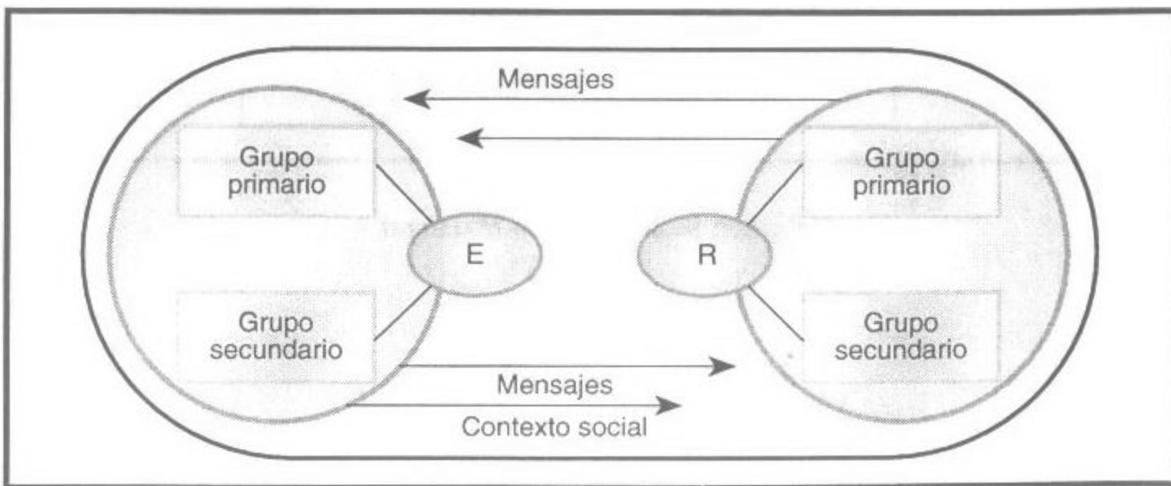
Ernesto Galeano (1997: 29) destaca que Katz y Lazarsfeld rápidamente emprendieron la crítica de su propio modelo, advirtiendo lógicos desfasamientos entre el modelo propuesto y la realidad:

“realizaron un amplio análisis de la investigación y encontraron que había una adecuación muy pobre entre los modelos y la realidad. Manifestando que los procesos de comunicación son siempre parte de un sistema social (...) la audiencia no es solamente receptores pasivos: hay un proceso de retroalimentación o *feed-back* que hace la que comunicación humana sea una interacción. Basados en este argumento, Riley y Riley idean un modelo teórico que (...) tiene amplias implicaciones totalizadoras del fenómeno comunicacional”.

Otro de los modelos más citados en libros introductorios al estudio de las ciencias de la comunicación procede de John y White Riley –también destacados investigadores que admiten ser ubicados en la escuela Estructural-Funcionalista-, de quienes Castro y Zareth (2006:72-73) señalan:

“Llegaron a la conclusión de que los procesos de comunicación son parte de un sistema social en el que predomina la interacción entre sus miembros (...) el modelo representa la conexión que hay entre la sociedad y el individuo (...) para ambos sociólogos la reacción individual ante los mensajes está integrada en la estructura y proceso social, (...) El modelo representa la conexión que hay entre la sociedad y el individuo. (...) En otras palabras, el modelo se concibe la comunicación como un fenómeno social que ocurre entre individuos que son miembros de grupos primarios los cuales pertenecen a su vez a estructuras más amplias de la sociedad y éstas conforman segmentos del sistema social”.

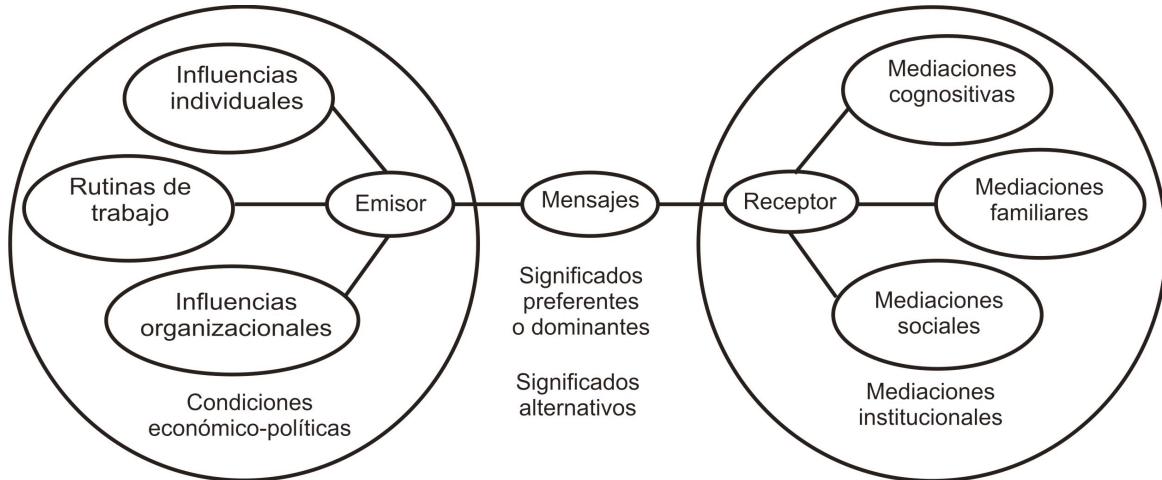
Figura 9. Modelo de Riley y Riley



Fuente: Galeano. 1997: 29

José Carlos Lozano (1996: 32-33), destacado investigador del Tecnológico de Monterrey, campus Monterrey, propone, con base en el modelo de los Riley: “un modelo sociológico que describe la multiplicidad de influencias y factores, tanto a nivel micro como macro, que influyen en la producción, difusión y recepción de los mensajes comunicacionales”.

Figura 10. Modelo “Sociológico de las mediaciones en la comunicación de masas”, de José Carlos Lozano.



Fuente. Lozano. 1996:34.

David K. Berlo es autor de uno de los modelos más conocidos en la ciencia de la comunicación. De acuerdo con la ficha bibliográfica de David K. Berlo que es posible consultar en el portal *Infoamérica* -desarrollado por Bernardo Diaz Nosty, destacado catedrático de la Universidad de Málaga, España-, David K. Berlo afirma lo siguiente en el libro *Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice*:

“A través de su modelo denominado ‘S·M·C·R’ (source-message-channel-receiver) distingue, pues, la acción del emisor y su estrategia e intención de la del receptor. Este último puede aparecer como destinatario ‘intencional’, esto es, objetivo directo del mensaje del emisor, o como ‘no intencional’, que es todo aquel al que llega el mensaje, aun cuando no figuren como objetivo de la comunicación. Berlo aplica este esquema al conjunto de los fenómenos de comunicación, incluida la interpersonal, por lo que, según los tipos, se produce una síntesis o simplificación en los procesos que definen el protocolo de la acción comunicativa. Desde una posición conductista, para Berlo el proceso sigue las pautas del aprendizaje, estableciendo relaciones de causalidad a partir de la aplicación de las pautas procesales”².

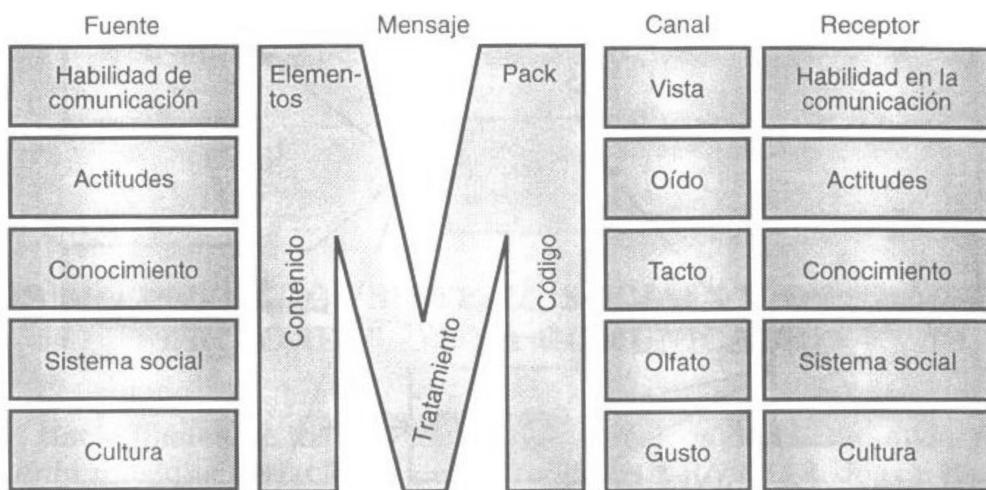
Sobre el modelo de Berlo, Uriel Sánchez (2006:67,69) señala:

“Partiendo de los trabajo de Shannon y Weaver, así como de los de sus profesores Osgood, Berlo planteó un modelo que buscaba explicar “las

² Véase: <http://www.infoamerica.org/teoria/berlo1.htm>. Fecha de consulta: 30 de julio de 2008

relaciones entre procesos de comunicación, aprendizaje y comportamiento” (...) Su propuesta lo llevó a preguntarse ¿qué es lo que determina las distintas formas en cada uno de estos componentes opera en la situación dada? Para Berlo la respuesta a este cuestionamiento es la construcción misma de su modelo”

Figura 11. Modelo de Berlo

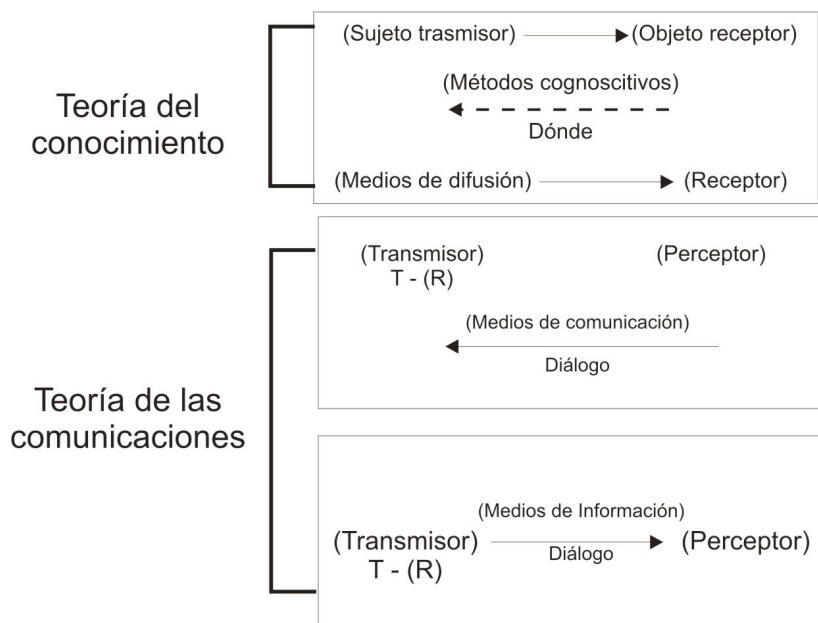


Fuente: Galeano. 1997:27.

El destacado investigador venezolano Antonio Pasquali es autor de otro conocido modelo de comunicación, el cual incluyó en el libro *Comunicación y cultura de masas*. De acuerdo con Castro y Zareth (2006:94), en el modelo de Pasquali (destaca):

“la diferencia entre el proceso y la relación de comunicación y el proceso de información (...) (Pasquali) rescata de manera implícita algunas concepciones de la Escuela de Frankfurt, por ejemplo, la tendencia de visualizar los medios de comunicación y avances tecnológicos como factores que lejos de liberar al individuo lo que hacen es someterlo y reprimirlo. La concepción de los medios bajo esta perspectiva es la de instrumentos que transportan los mensajes unilateralmente y por tanto, se inscriben en la relación de información y no de comunicación”.

Figura 12. Modelo de Antonio Pasquali



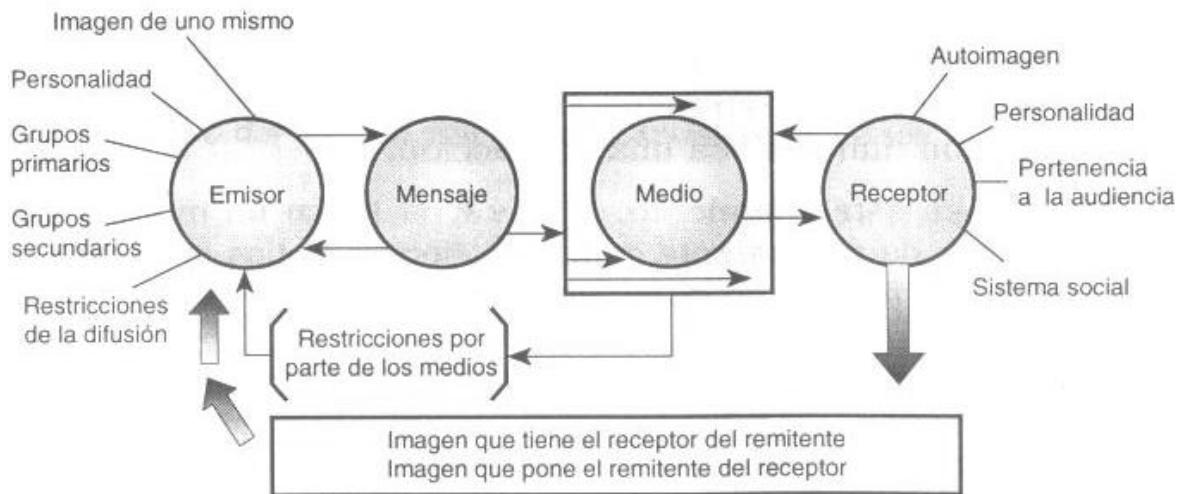
Fuente. Castro y Zareth. 2006: 95

Sobre el modelo de comunicación propuesto por Gerhard Maletzke, Castro y Zareth (2006: 97-98) señalan: “dado a conocer en 1963 con la obra *Massenkommunikation: Theorie und Systematik* (...) representa gráficamente a la comunicación colectiva o de masas a través de la influencia vivencial de un mensaje en un receptor”.

Con respecto al modelo de Maletzke (1997:30), Galeano afirma: “añadió factores individuales al modelo de sistema social. Su modelo muestra, más bien, interacciones complejas entre las partes del proceso de comunicación”.

El modelo de Maletzke sin duda alguna resultaría de gran utilidad para consultores en temas de imagen pública y reputación, como Cees Van Riel (Holanda) y Justo Villafañe (España).

Figura 13 Modelo de Maletzke

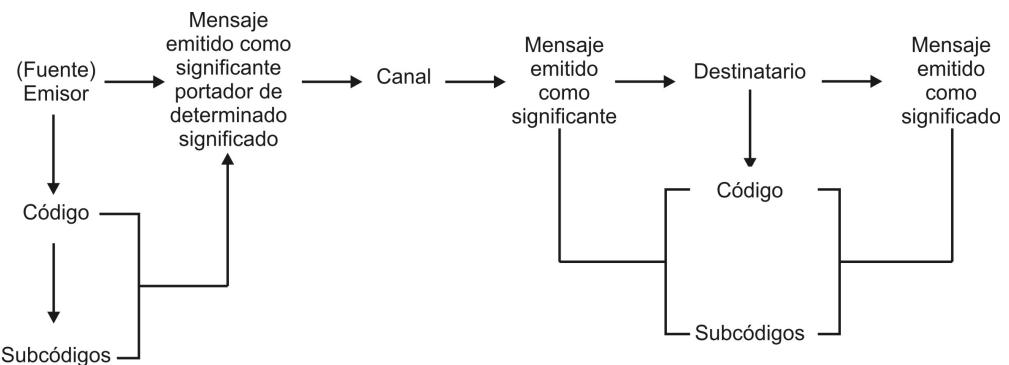


Fuente. Galeano. 1997:30

Umberto Eco, uno de los más representativos pensadores de la escuela estructuralista, es autor de un importante modelo de comunicación. Sobre el modelo de comunicación de Umberto Eco, Castro y Zareth (2006:105) afirman:

“El modelo de comunicación denominado *semiótico-informacional* (...) resultado del análisis de los fenómenos de la cultura como procesos de comunicación (...) se aboca al proceso comunicativo entre seres humanos y al problema de los efectos, entendido como una forma de decodificar o interpretar los mensajes (...) pasa de la acepción de comunicación como transferencia de información a la de transformación de un sistema a otro”.

Figura 14 Modelo de Umberto Eco



Fuente. Castro y Zareth. 2006: 106

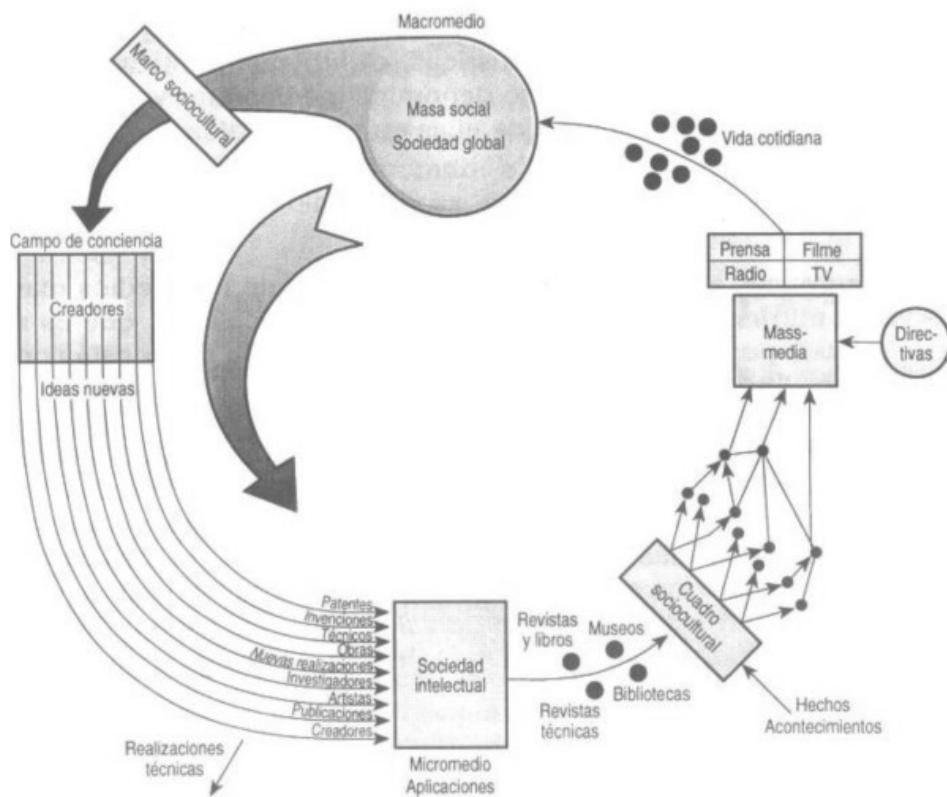
Abraham Moles -destacado pensador estructuralista, quien se desempeñó como catedrático de la Universidad de Estrasburgo, Francia, y fue el creador de la “micropsicología de lo cotidiano”, es autor de un complejo modelo de comunicación, del cual Castro y Zareth (2006:113) afirman:

“Para este científico el proceso de la comunicación sólo puede ocurrir cuando el emisor y el receptor poseen un lenguaje en común. Para ello especifica cinco puntos en el marco del estudio estructural (...) establece la relación existente entre los fines y los medios del diseño, y sobre su carga semántica denotativa (lo que se quiere expresar) y su carga estética connotativa (cómo se nos atrae diciéndolo)”.

Sobre el modelo de Moles, Galeano (1997:33) señala:

“En 1967, en su libro *Sociodinámica de la cultura*, el profesor Abraham A. Moles nos muestra la existencia de mecanismos socioculturales (...) a partir del momento en que los medios de comunicación social se han transformado en los canales principales de difusión de la cultura, si lo desean, pueden orientar, filtrar, manipular los mensajes que deben difundir”.

Figura 15 Modelo del ciclo sociocultural de Abraham Moles



Fuente. Galeano. 1997:36

El destacado comunicólogo estadounidense Wilbur Schramm, quien suele ser ubicado entre los más representativos pensadores de la escuela Estructural Funcionalista, desarrolló un interesante modelo de comunicación, el cual es posible consultar en el libro *El proceso y efectos de la comunicación de masas*. Con respecto a la importancia del modelo de Schramm, Galeano (1997: 38,40) afirma:

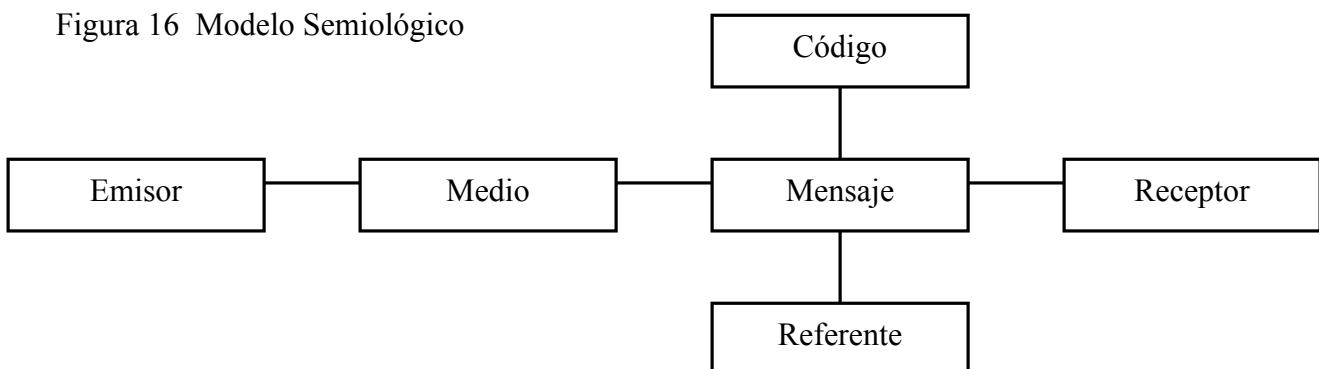
“Schramm aporta en 1970 otros elementos a los modelos lineales (...) se refiere a dos nociones importantes en su esquema de comunicación: a) la necesidad para el E y el R de hablar el mismo lenguaje (...) b) la influencia del comportamiento de R, puesta en evidencia por una nueva noción de *feed-back* (...) El *feed-back* nos dice de qué forma son interpretados nuestros mensajes”.

Por supuesto las letras E y R corresponden a las figuras de emisor y receptor, respectivamente.

En *Cuadernos de Comunicación*, páginas 112 y 113, correspondiente a los números 48 y 49 - edición extraordinaria dedicada al tema de la comunicología-, son incluidos dos modelos de comunicología sustentados en la semiología. En ambos modelos no se define quién es el autor o autores de los modelos. El primer modelo fue designado como modelo semiológico:

“El Modelo Semiológico: a partir de la concepción del lenguaje como instrumento de comunicación y de la definición de las funciones lingüísticas del signo descubiertas en el análisis de las lenguas, la Semiología elaboró un modelo simplificado del proceso de comunicación lingüístico que luego generalizó a otros modelos de comunicación”.

Figura 16 Modelo Semiológico

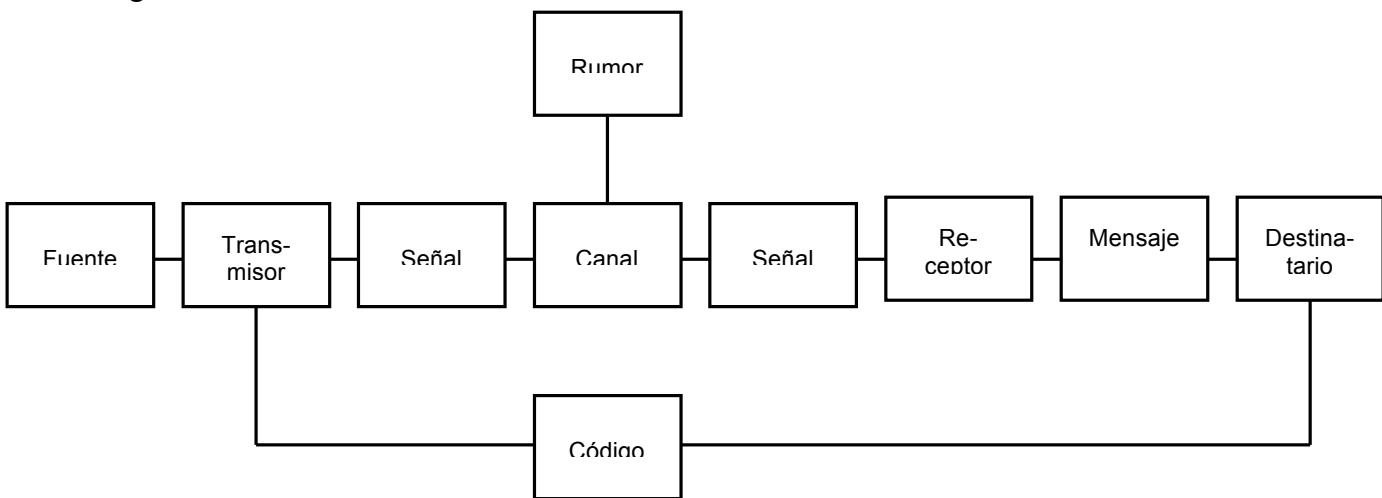


Fuente: *Cuadernos de Comunicación*. Números 48 y 49, 1979, pp. 112-113.

El segundo modelo responde a la necesidad de graficar el proceso de comunicación entre máquinas, y fue designado como “Modelo Informático de la Comunicación”:

“(...) El Modelo Informático de la Comunicación: Elaborado a partir de la ciencia general de los sistemas, cuyos dos principios fundamentales son la noción de complejidad o de información y la idea de *feed-back* o retroalimentación”.

Figura 17 Modelo Informático de la Comunicación

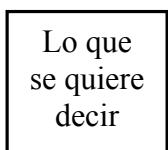


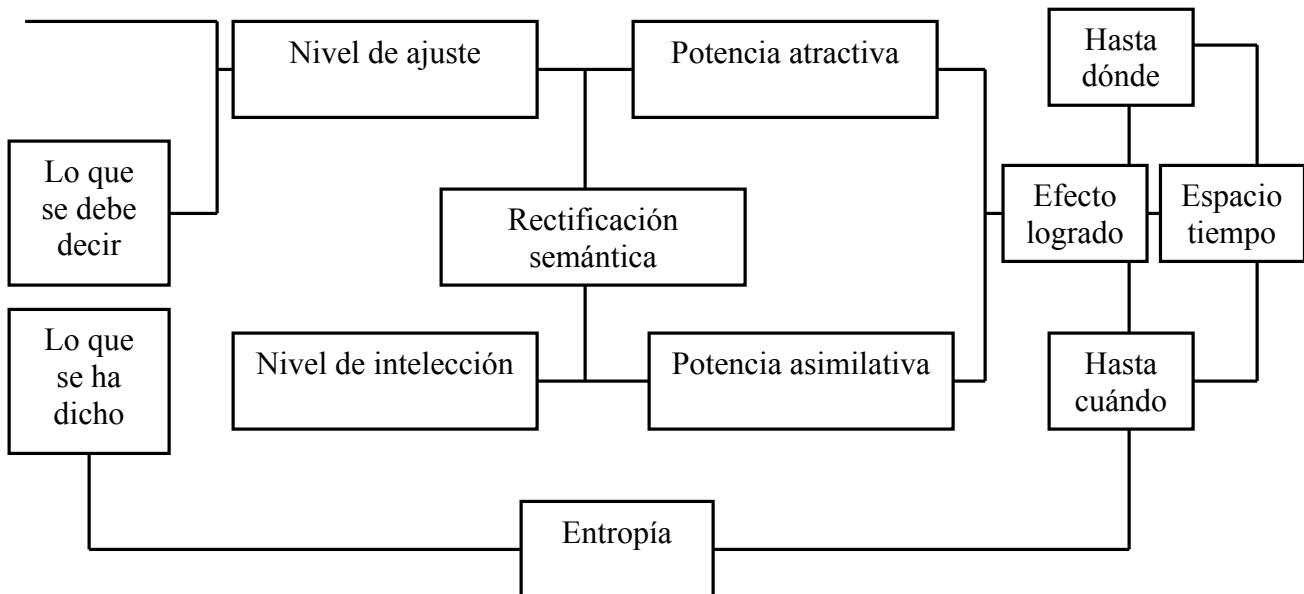
Fuente: *Cuadernos de Comunicación*. Números 48 y 49, 1979, pp. 112-113.

Juan Nieto Rodríguez es autor de un interesante modelo de comunicación, el cual fue publicado en el número 52 de los *Cuadernos de Comunicación* (1979: 12-13):

“Para los expertos en electrónica, la noción del espacio-tiempo en el campo de las comunicación, les resulta familiar (...) ninguna teoría de la comunicación puede escapar de ello: en lo que hace al espacio se conecta con la audibilidad y en lo que hace al tiempo se somete a la vigencia (...) considerándola en su “integridad crono-espacial” la comunicación podría representarse con este gráfico...”

Figura 18 Modelo de Juan Nieto Rodríguez



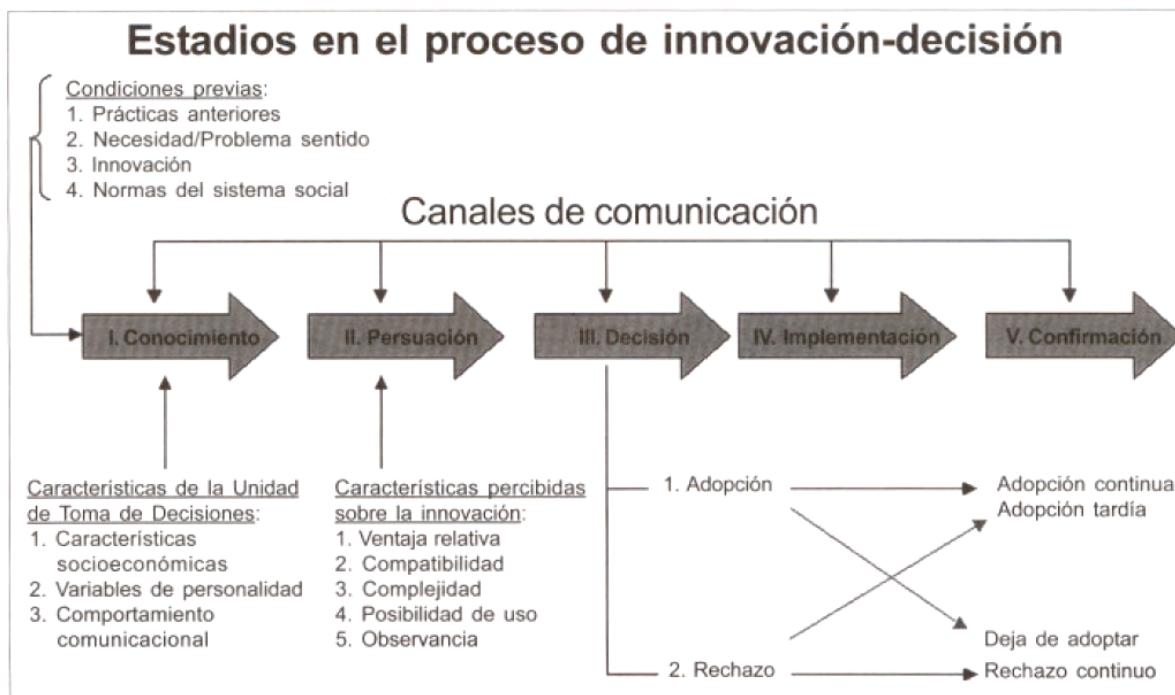


Fuente: *Cuadernos de Comunicación*. Números 52, 1979, pp. 12-13.

El modelo de Everett Rogers y Floyd Shoemaker, frecuentemente es citado en temas de políticas públicas. Sobre el citado modelo, Uriel Sánchez (2006:107) afirma:

“Este modelo está basado, esencialmente, en el proceso mediante el cual las sociedades enfrentan el cambio a partir de la investigación científica y las políticas gubernamentales (...) los procesos de comunicación colectiva juegan un papel relevante en la posibilidad de poner en común las innovaciones, buscando el mayor beneficio posible para quienes pueden aplicarlas en el desarrollo de las comunidades (...) el proceso se explica como la llegada, propiamente dicha, de los medios a los sujetos con su consecuente aprendizaje y con los cambios de actitud y decisión que se derivan de él [ya que] los teóricos exponen [Rogers y Shoemaker] que: “En la esencia del proceso de difusión reside la interacción humana por cuyo medio una persona comunica una idea a otras personas”.

Figura 19. Modelo de Rogers y Shoemaker



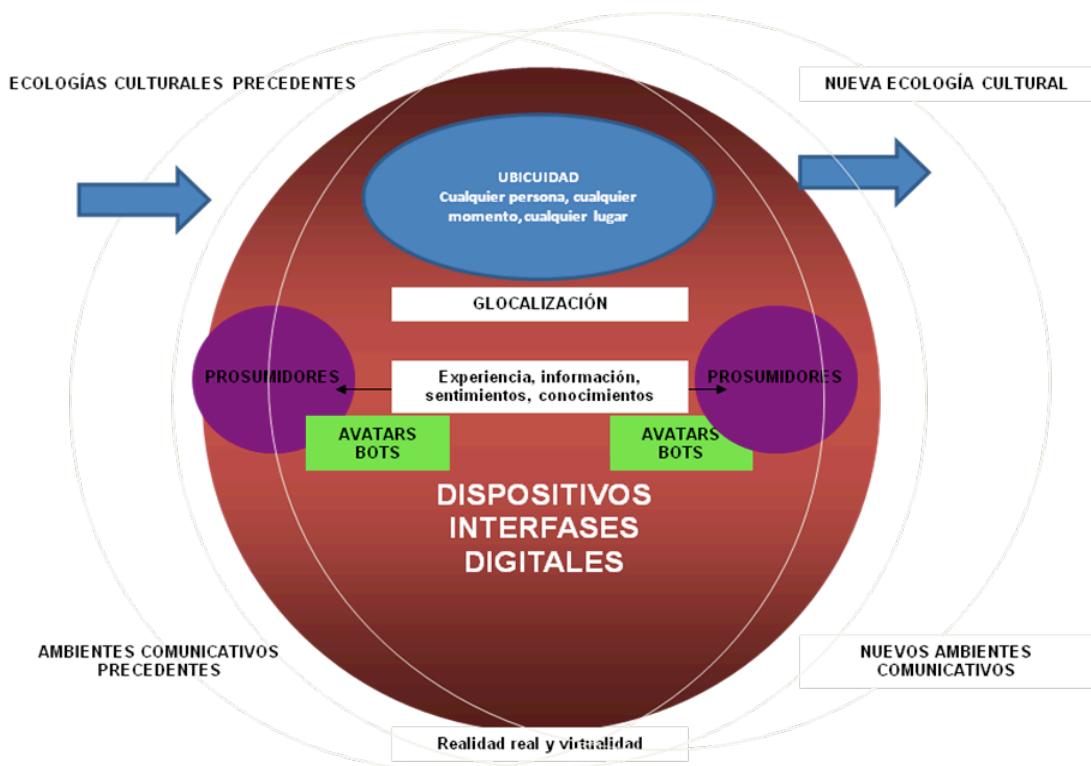
Fuente: Sánchez. 2006:106

El modelo propuesto por Annie Marie Thunberg, en 1979, es poco conocido por investigadores de la ciencia de la comunicación. Sin embargo, la relevancia del referido modelo, de acuerdo con Sánchez (2006: 119), radica en que:

“Este modelo representa otra mirada al modelo de distanciamiento informativo o distanciamiento de comunicación. Sin embargo, esta perspectiva de Thunberg (sic) en 1979 está centrada en la superación de dicha distancia (...) La perspectiva de la superación del distanciamiento surge como un efecto de techo que se verifica cuando quienes tienen mayor acceso a la información han asimilado toda la información posible y necesaria sobre el tema. Esta situación deriva en que quienes tienen menores niveles de acceso a la información alcancen a los más privilegiados al respecto”

Octavio Islas, director del Proyecto Internet-Cátedra de Comunicaciones Digitales y Estratégicas del Tecnológico de Monterrey, Campus Estado de México, propone el siguiente modelo de comunicación que incorpora la figura de los “prosumidores”:

Figura 28 Modelo de Octavio Islas



Fuente: *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*. Número 7. 2008: p.45

Islas (*Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*. 2008:44-45) explica así su modelo comunicativo:

“En ambientes comunicativos glocales propios del imaginario de la “sociedad de la ubicuidad”, el prosumidor o prosumidores -persona o personas reales, avatares y/o robots programados (bots)-, disponiendo de un extenso repertorio de recursos multimedia, emprenden determinadas acciones comunicativas, como expresar sentimientos, difundir información, gestionar información, compartir conocimientos, a través de dispositivos e interfases digitales móviles o estacionarias, para, en un proceso autológico, propiciar las condiciones necesarias de vinculación comunitaria con otro prosumidor o prosumidores – que bien pueden formar parte de una red social-, avatares y/o robots programados. Al explorar las capacidades de los dispositivos e interfases digitales, los prosumidores gestarán las condiciones necesarias para acceder a ambientes comunicativos más complejos, transitando a una nueva ecología cultural”.

