

El modelo de Harold Lasswell aplicado en comunicación digital. Caso: La Posta

The Harold Lasswell model applied in digital communication. Case: the post

<https://doi.org/10.5281/zenodo.5659997>

AUTORES: Ana Elizabeth Herrera Flores ^{1*}

Alejandra Teresa Campi Maldonado ²

Nurik Denisse Fariño Sánchez ³

DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA: anherrera@utb.edu.ec

Fecha de recepción: 23 / 06 / 2021

Fecha de aceptación: 30 / 06 / 2021

RESUMEN

Los modelos de comunicación desde la aparición de la Tecnologías de la Información y la Comunicación se encuentran actualizando los paradigmas lo que llevaría a pensar que los contenidos transmitidos en el entorno digital son diferentes o parten desde otros enfoques teóricos. La investigación se centra en el análisis del modelo de comunicación Harold Lasswell realizada mediante la revisión del contenido noticioso de La Posta, medio de comunicación digital. Se determinó que este modelo aporta diversos puntos para analizar, entender e interpretar una noticia, principalmente se basa en despejar las cinco preguntas planteadas por el autor: ¿quién dice? ¿Qué dice? ¿A quién dice? ¿Cómo lo dice? y ¿con qué efecto? Despejando cada interrogante se obtendrá una respuesta que contribuye al desarrollo correcto de la construcción de los contenidos en los diferentes medios conocidos en el mercado informativo. Se concluye que este medio de comunicación refleja la

^{1*}Magíster en Comunicación, Universidad Técnica de Babahoyo, anherrera@utb.edu.ec

²Magíster en Gerencia de Marketing, Universidad Técnica de Babahoyo, acampi@utb.edu.ec

³Magister En Diseño Y Gestión De Marcas, Universidad Técnica de Babahoyo, fsanchez@utb.edu.ec

utilización del modelo para la construcción de sus noticias, evidenciando que los modelos tradicionales son sucinto de seguir usándolos en el escenario digital comunicativo.

Palabras clave: *Modelos de Comunicación, Harold Laswell, La Posta*

ABSTRACT

Communication models since the appearance of Information and Communication Technologies are updating the paradigms, which would lead to think that the contents transmitted in the digital environment are different or start from other theoretical approaches. The research focuses on the analysis of the Harold Lasswell communication model carried out by reviewing the news content of La Posta, a digital communication medium. It was determined that this model provides various points to analyze, understand and interpret a news item, mainly based on clearing the five questions posed by the author: who says? What does it say? Who does it say? How do you say it? And with what effect? Clearing each question will obtain an answer that contributes to the correct development of the construction of the contents in the different media known in the information market. It is concluded that this means of communication reflects the use of the model for the construction of its news, showing that the traditional models are succinct to continue using them in the communicative digital scene.

Keywords: *Communication Models, Harold Laswell, La Posta*

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se fundamenta especialmente en el modelo de Harold Lasswell adaptado a la comunicación digital. El diario digital La Posta es un medio de comunicación muy conocido a nivel nacional que emite noticias a través de diferentes redes sociales como Twitter, Instagram, Facebook y YouTube; tiene mucha acogida por sus seguidores en las diferentes plataformas considerando que es un medio que cuenta con la credibilidad de su audiencia ya que muestra lo que acontece en el ámbito nacional, abordando diferentes temas de interés social, especialmente la política.

Este medio digital mantiene a sus seguidores atentos a las publicaciones y a su actualización de noticias diarias, las mismas que se muestran con veracidad y con un estilo

muy particular; como este medio de comunicación hay muchos otros populares en nuestra comunidad que siempre emiten sus noticias basándose en parámetros que faciliten interactuar tanto al medio como al receptor que es el que se lucra de los conocimientos es ahí donde entra el modelos de Harold Lasswell, quien fue uno de los pioneros en las teorías de la comunicación con un enfoque masivo para que la información llegue a muchas personas y así se actualicen de temas diarios y de interés social.

Este modelo aporta diversos puntos para analizar, entender e interpretar una noticia, principalmente se basa en despejar las cinco preguntas planteadas por el autor: ¿quién dice? ¿Qué dice? ¿A quién dice? ¿Cómo lo dice? y ¿con qué efecto? Despejando cada interrogante se obtendrá una respuesta que contribuye al desarrollo correcto de la construcción de los contenidos en los diferentes medios conocidos en el mercado informativo. Ubicando este modelo en un contexto real para ser analizado en la presente investigación, se ha considerado una de las noticas más relevantes a nivel nacional que está relacionada con la entrega de los carnets de discapacidad a diferentes funcionarios públicos y el uso que hicieron de este recurso.

A esta premisa se suma el contenido generado con referencia este tema en el medio digital La Posta, que ha realizado publicaciones sobre todo este hecho que involucra a muchos personajes de la esfera pública como funcionarios de la salud, farándula o servidores en cargos políticos, esta noticia ha generado un efecto dominó, pues a raíz del primer caso se descubrieron más situaciones de similar condición y que aún se encuentran en investigación por las autoridades pertinentes de nuestro país.

La importancia del presente estudio radica en la vigencia del proceso de comunicación masiva con perspectiva social de Harold Lasswell. Los medios de comunicación masiva, como los periódicos han migrado a la web, con diferentes estrategias de comunicación, las cuales son perfectamente reconocibles mediante el modelo de Lasswell, el objetivo principal radica principalmente en identificar los elementos del modelo de comunicación Lasswell en el medio digital La Posta, caso carnet de discapacidad. Mientras que, como objetivos específicos se sitúan describir los elementos del modelo de Lasswell, analizar los

contenidos noticiosos del medio La posta sobre el caso carnet de discapacidad y analizar los efectos de estos contenidos en su público objetivo.

Modelos Comunicacionales

Todas las ciencias sociales han estudiado el tema de la comunicación. Y este interés por el proceso comunicativo ha tenido como resultado una diversidad de modelos y paradigmas diferenciados en cuanto a su representación y sus elementos. Pero ninguna teoría puede calificarse de absoluta, algunas serán de mayor utilidad o se relacionarán más que otros en determinado momento. La comunicación es un proceso universal que ha sido estudiado por diversos teóricos, lo cual ha generado diversos modelos y paradigmas de comunicación. Como toda ciencia, la comunicación necesita de una matriz disciplinaria que guie a los actuales y futuros profesionales dentro de la comunidad científica, es útil conocer algunos de los modelos existentes. (Diéguez, 2006)

Modelo de Harold Lasswell

La Teoría de la Comunicación de Harold Lasswell Para Lasswell (1990: p33), el describir correctamente un proceso de comunicación, implica necesariamente plantearse las siguientes preguntas ¿Quién dice que, en que canal, y a quién y con qué efecto? Estas simples preguntas señalan las líneas fundamentales de los análisis comunicativos.

Al responder la pregunta ¿Quién dice qué? Se estará analizando el control de información. En este primer punto no importa quién dice que, sino quién lo dice. Al responder la segunda pregunta surgirá el análisis de contenido. El análisis de los medios se pondrá de manifiesto al contestar ¿por qué canal? Si respondemos a la pregunta ¿con qué efectos? Habrá señalado el análisis de estos. En el planteamiento de Lasswell se destaca a la persona como un elemento esencial del proceso comunicativo. También supone que el emisor siempre tiene en mente influir sobre el receptor. Además, afirma que todos los mensajes tienen efectos que se necesitan considerar.

Este Modelo se ha usado en una comunicación unidireccional que ha sido característico en la comunidad política. Aunque esta fórmula ha sido superada, es un punto de partida para otros estudios de comunicación colectiva. Es un modelo de comunicación propuesto en 1948 por Harold Lasswell (1902-1978). Este modelo define la comunicación enfocándose

en las siguientes preguntas: ¿quién se ha comunicado?, ¿qué dijo?, ¿por qué canal se ha comunicado?, ¿a quién se ha dirigido? y ¿qué resultado produjo la comunicación?

Al ser uno de los primeros modelos que trató el tema de la comunicación, también se considera uno de los más influyentes y detalla el proceso de comunicación como lineal y unidireccional. La organización de este modelo ha planteado las bases para la investigación científica del proceso de comunicación. En esta propuesta, han surgido varias disciplinas que se dedican a examinar cada uno de los componentes descritos por Lasswell: análisis de control (quién), de contenido (qué), del medio (cómo), de la audiencia (a quién) y del efecto (efecto producido).

Emisor: El emisor en el modelo de Lasswell es el sujeto que genera los estímulos comunicativos. Su propósito es producir una respuesta determinada en el receptor, por lo cual se reflexiona que tiene una intencionalidad. Es el elemento «quién».

Medio tecnológico o formal: El medio es la herramienta en que el emisor emite su mensaje al receptor, puede ser mediante el habla, el texto escrito, imágenes u otras vías. En este modelo se estudia mediante la pregunta «cómo». El principal objetivo de estudiar el medio es descubrir de qué manera se puede manifestar mejor la información en función de factores como el contenido del mensaje, el propósito y quién es el receptor.

Receptor o audiencia: El receptor es el individuo que recibe la información emitida en el mensaje que el emisor ha transmitido a través del medio. El elemento de la comunicación en el que se busca provocar una interrogante y se estudia mediante la pregunta «a quién». En el caso concreto de los medios de comunicación, la comprensión de las características del receptor es de vital importancia y se lleva a cabo mediante el proceso de estudio de la audiencia.

Respuesta: Es el elemento de la comunicación que estudia qué se ha obtenido con la transmisión de información. En este modelo se desarrolla mediante la pregunta «para qué». Lasswell estaba preocupado por este elemento de la comunicación, porque quería estudiar los efectos de los medios de comunicación masivos tenían contra la población.

Medios de comunicación digital y opinión pública: En el mundo de los medios digitales, es imprescindible determinar una estrategia, los objetivos y los canales ideales para gestionar los diferentes procesos de comunicación con los clientes y atraerlos rápidamente,

esto puede ser la diferencia entre triunfar o fracasar. Todas las empresas que enfocan las estrategias de sus marcas en el gusto del público saben que es esencial utilizar medios digitales para generar atracción a los clientes.

En lo que se refiere la opinión pública es un concepto de estudio de la ciencia política enfocado en el área de la comunicación política. Luego de varios estudios se encontró que la experiencia indica que la opinión pública implica muchas cosas a la vez y al mismo tiempo, ninguna de ellas explica el conjunto. Además, con el predominio de la tecnología la opinión puede ser reforzada con nuevas ideas. A lo largo de los años este se ha convertido en uno de los instrumentos más importantes en la vida política y social del hombre, ya que a través de ella se ha podido dar a conocer las distintas opiniones y pensamientos de los entes que integran una sociedad.

La opinión pública se va formando a raíz de la opinión individual de cada ciudadano. La misma se va integrando y estableciendo en cada persona, dependiendo de su cultura, sus vivencias, experiencias y contexto. (Retta, 2012)

Comunicación digital.

La comunicación digital es la que hoy en día hay ganado mucha más acogida, todo esto debido a la situación de pandemia que atraviesa el mundo entero, para lo cual ha sido acogida como una magnífica alternativa que permita la interacción y la comunicación, además la tecnología ha sido empleada por sus diversas acciones e implementos que ayudan a mantenernos informados a la distancia. La comunicación digital ofrece distintas fuentes de investigación desde rápidos buscadores hasta fuentes editables, redes sociales, herramientas de inmediata y constante actualización permitiendo la conexión con las demás personas e informarnos de los últimos acontecimientos. (González, 2016)

Medio Digital La Posta

La Posta es un diario digital multimedia fundado en octubre 2017 por Luis Eduardo Vivanco y Andersson Boscán Pico en Quito, Ecuador.¹ A pesar de contar con una página web propia, el contenido de La Posta, es publicado exclusivamente mediante redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram y Youtube. El medio de comunicación es conocido por el uso de lenguaje coloquial, satírico y de rápido consumo.

METODOLOGÍA

Este tipo de investigación se centra en analizar e investigar aspectos concretos de la realidad que aún no han sido analizados en profundidad. Básicamente se trata de una exploración o primer acercamiento que permite que investigaciones posteriores puedan dirigirse a un análisis de la temática tratada. Por sus características, este tipo de investigación no parte de teorías muy detalladas, sino que trata de encontrar patrones significativos en los datos que deben ser analizados para, a partir de estos resultados, crear las primeras explicaciones completas sobre lo que ocurre. (Castillero Mimenza, 2017).

Enfoque

La metodología cualitativa, como indica su propia denominación, tiene como objetivo la descripción de las cualidades de un fenómeno. Busca un concepto que pueda abarcar una parte de la realidad. No se trata de probar o de medir en qué grado una cierta cualidad se encuentra en un cierto acontecimiento dado, sino de descubrir tantas cualidades como sea posible.

Técnicas

Para el presente trabajo de investigación, se ha utilizado la técnica de la observación aplicada a las diferentes plataformas donde se generan contenidos del medio digital La Posta; también se ha realizado una revisión bibliográfica con referencia al modelo de comunicación planteado, definiciones sobre la opinión pública y redes sociales, por otra parte, también se hizo una revisión documental donde se pudo analizar el contenido del medio antes mencionado.

Herramientas

A través de la aplicación de fichas de observación al medio digital La Posta, se realizó el análisis de contenido a las diferentes noticias publicadas en el medio y cómo estas responden a cada una de las preguntas definidas por el modelo de Harold Lasswell. En el desarrollo de este trabajo se ha utilizado el modelo de Harold Lasswell que consiste en un modelo para establecer los ámbitos de análisis de los actos comunicativos los cuáles deben ser detallados a partir de 5 interrogantes: ¿Quién? (emisor), ¿Que? (mensaje), ¿Cómo? (canal), ¿A quién? (receptor), ¿Efecto? (efecto producido).

RESULTADOS

A través de la utilización de la ficha de observación se analizaron las publicaciones de del medio digital La Posta. Se obtuvieron los siguientes resultados.

Tabla. 1 análisis de publicación. Fecha De Publicación: 1 De Julio

CRITERIOS	DESCRIPCIÓN
¿Quién?	LA POSTA EC.
¿Qué?	Con carnet de discapacidad Juan DeHowitt Holguín tiene un grado de discapacidad del 37% lo que equivale a un porcentaje de exoneración del pago de tributos de 60%.
¿Cómo?	Fue transmitido por las redes sociales vía Twitter
¿A Quién?	Público general
¿Con Qué Efecto?	El 1 de julio se dio a conocer Otro más como es Juan DeHowitt Holguín director del centro de inteligencia, aparece en los registros de la aduana con exoneración por tener un grado de discapacidad el señor Juan DeHowitt confirmo que tiene carnet de discapacidad además también confirmó que dio positivo para Covid 19 desde el 20 de julio.

Nota. Aborda el tema noticioso de la discapacidad

Figura 1. Publicación de la Posta 1 de julio de 2020



Tabla 2. Análisis de publicación. Fecha De Publicación: 15 de Julio

CRITERIOS	DESCRIPCIÓN
¿Quién?	LA POSTA EC.
¿Qué?	Gracias al gran aporte de las personas de nuestro gobierno, se pudieron decomisar la mayoría de los autos, que fueron sacamos por medio de los carnets de discapacidad.
¿Cómo?	Información dada a través de Twitter.
¿A Quién?	A la ciudadanía en general.
¿Con Qué Efecto?	Con la detención tanto como de personas y vehículos, se dio cuenta la estafa que estaban haciendo la mayoría de las personas al país y así detenerlos y obtener los millones de dólares robados por medio de automóviles.

Figura 2. Publicación de la Posta 15 de julio de 2020

Tabla 3. Análisis de publicación. Fecha De Publicación: 10 de Julio

CRITERIOS	DESCRIPCIÓN
¿Quién?	LA POSTA.
¿Qué?	Se dispone que muchos de los servidores públicos se registran con carnet de discapacidad y entre ellos 98 son jueces que tienen hasta el 100% de discapacidad.
¿Cómo?	Información dada a través de Facebook.
¿A Quién?	Destinada a la ciudadanía en general.
¿Con Qué Efecto?	Mediante estos registros espero que sean analizados los jueces que tengan el 100% de discapacidad porque podría ser que no sean compatible con la función que cumplen, por ejemplo, sería inconcebible que un juez tenga ese grado de discapacidad con lo importante que es para incluso determinar si un acusado miente.

Figura 3. Publicación de la Posta 10 de julio de 2020



Tabla 4. Análisis de publicación. Fecha De Publicación: 22 de Julio

CRITERIOS	DESCRIPCIÓN
¿Quién?	LA POSTA EC
¿Qué?	Otto Sonnenholzer dice que los responsables deberán ser enjuiciados y quitarles esas naves que fueron importadas sin pagar ni una gota de impuestos
¿Cómo?	A través de un comunicado que publico la posta en su página de Twitter
¿A Quién?	A LOS ECUATORIANOS Y SEGUIDORES DE LA PAGINA
¿Con Qué Efecto?	La reacción del vicepresidente fue visible, al enterarse que funcionarios tenían carnet de discapacidad y los habían aprovechado para comprar vehículos.

Figura 4. Publicación de la Posta 22 de julio de 2020



Tabla 5. Análisis de publicación. Fecha De Publicación: 22 de Julio

Criterios	DESCRIPCIÓN
¿Quién?	LA POSTA EC.
¿Qué?	La consejera del CPCCS, María Fernanda Rivadeneira, pidió también a Lenín Moreno que llame la atención al titular del CONADIS que conocía de este hecho y no actuó a tiempo.
¿Cómo?	Información publicada a través de Twitter
¿A Quién?	A la ciudadanía en general.
¿Con Qué Efecto?	Luego que se descubriera los casos del carnet de discapacidad se desato varias investigaciones donde la consejera del CPCCS exigió la investigación completa del CONADIS, ya que tenían de conocimiento de estos, pero no actuaron de una manera correcta.

Figura 5. Publicación de la Posta 22 de julio de 2020



DISCUSIÓN

Todos estos modelos de comunicación se estudian en la teoría de la Comunicación. Cada uno de éstos explica los procesos de comunicación y proponen unos esquemas que garantizarán su transmisión y a su vez, permitirán conseguir los resultados esperados, El modelo de Haroll Lasswell se puede adaptar a la comunicación digital, aporta el concepto de intencionalidad y las audiencias segmentadas

El modelo que aporta Lasswell es un modelo secuencial práctico, explícito y válido, tanto para la comunicación dentro de las empresas como para la comunicación externa. Sin embargo, para adaptarlo a la comunicación digital hay que añadir la bidireccionalidad ya que el mensaje no es unidireccional. En la comunicación digital, el receptor reacciona ante un mensaje que recibe, compartiendo el mensaje y/o añadiendo su opinión en redes sociales.

Cabe mencionar que, en este escenario mediático, esta comunicación bidireccional está presente en los portales digitales y blogs, donde el usuario puede realizar un comentario, aportación o crítica sobre los artículos que lee y sin lugar a duda ha revolucionado el sentido de la comunicación. De tal manera que el modelo Lasswell resuelve, el proceso de comunicación donde el emisor lanza un mensaje al receptor con una determinada intencionalidad.

Según la teoría de Lasswell, cuando se pretende llegar con un mensaje a una gran cantidad de personas, se debe tener muy claro quién va a transmitir el mensaje, cuáles son sus intenciones (el por qué y el para qué) y a qué persona/as nos vamos a dirigir. Se debe precisar lo que va a decir, para luego poder seleccionar el canal y elegir el momento más apropiado, de modo que el mensaje llegue en condiciones óptimas para que alcance la reacción esperada. (Zapata, 2015).

Se cumplen las finalidades de aplicar el modelo para Informar sobre los acontecimientos globales y locales más recientes centrados en interpretar dichos acontecimientos mediante una ideología determinada e impactar en la interpretación del mundo de los espectadores. (Guzmán, 2018).

En el pasado, las categorizaciones de modelos de comunicación se hacían a partir de los medios. Sin embargo, el medio toma hoy relevancia, debido a las condiciones muy

particulares de la contemporaneidad y a partir de las posibilidades de lo digital. (Sánchez et al.2012). Indicando la necesidad de reconfigurarse a los nuevos contextos comunicacionales. El modelo de comunicación de Lasswell es el método aceptado por la comunidad de periodistas como fórmula de relación comunicativa con el telespectador. Plantea la necesidad de que el mensaje periodístico resuelva una serie de cuestiones tales como el qué, cómo, cuándo, dónde y porqué. Caldera, J. & Zapico, F. (2004) Linares (2016)

CONCLUSIONES

El modelo de Harold Lasswell sigue siendo aplicado por medios de comunicación en sus diferentes formatos y estilos. El medio digital La Posta no ha sido la excepción de estos paradigmas, claramente se pudo evidenciar la implementación de este modelo tradicional en los contenidos publicados a través de sus diferentes redes sociales. El medio de comunicación La Posta hace uso del lenguaje coloquial, satírico, y metafórico como una estrategia de rápido consumo, generando empatía con sus seguidores y más aceptación por la comunidad digital al redactar sus códigos de fácil entendimiento.

El diseño y colores implementado por el medio, indirectamente responde a una de las preguntas planteadas por el modelo de Harold Lasswell, en este caso el ¿cómo? se trasmite el mensaje, pues más allá de la redacción de sus contenidos, el medio ha generado gran aceptación por parte de sus seguidores producto del diseño simple pero llamativo que han utilizado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Caldera, J. & Zapico, F. (2004) La fórmula de comunicación de Laswell cómo método para implementar base de datos documentales en los medios audiovisuales. *Investigación Bibliotecológica*. Vol. 18 N037 Disponible en: <http://rev-ib.unam.mx/ib/index.php/ib/article/view/4048/3597>
- Diéguez, G. C. (2006). *Los paradigmas comunicacionales en la elaboración de tesis en la escuela de ciencias de la comunicación*. Guatemala.
- Guzmán, G. (24 de julio 2018) modelo de Laswell: los elementos de la comunicación.

Psicología y Mente. <https://psicologiaymente.com/psicologia/modelo-de-lasswell>

Ivette Gonzalez. (15 de 10 de 2016). *iLifebelt* . Obtenido de <https://ilifebelt.com/que-es-comunicacion-digital-y-por-que-es-importante-en-las-empresas/2016/09/>

Lasswell, H. (1948). The structure and function of communication in society. Recuperado de: <http://www.irfanerdogan.com/dergiweb2008/24/12.pdf>

Linares, R. Modelos de Comunicación (2016) Pistas Educativas No. 121, diciembre 2016. México. Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Celaya. ISSN: 2448-847X

López, G. (2005) Modelos de Comunicación. Doxa Comunicación No4. Pág 281-283 ISBN 84-8456-275-1 Disponible: <https://www.doxacomunicacion.es/pdf/reseamodelosalonso.pdf>

Sánchez, U. Botero, L. Giraldo, A. (2012) Modelos de Comunicación Digital. Disponible en: <http://hdl.handle.net/11407/2613>

Retta, L. (Mayo de 2012). La Opinión pública, una realidad o muchaa? .Creación y Producción en Diseño y Comunicación N°46<https://fido.palermo.edu/>. Obtenido de https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=399&id_articulo=8589

Zapata, L. (2015) El proceso de la comunicación, pauta. Sombrero amarillo, visión optimista, beneficios, ventajas. <https://leliazapata.com/2014/05/23/modelo-de-comunicacion/#:~:text=El%20modelo%20que%20aporta%20Lasswell,el%20mensaje%20no%20es%20unidireccional>