

| <b>FUENTES EGOÍSTAS</b>  | <b>EMISORES Y RECEPTORES ESTRATÉGICOS</b>  | <b>USUARIOS CORRESPONSABLES O DE COMUNIDADES DE INTELIGENCIA COMUNICATIVA</b>   |
|--|--|---|
| "Inteligencia lineal"  | "Inteligencia dinámica"  | "Inteligencia productiva"   |
| Inteligencia que produce mensajes  | Inteligencia que genera flujos, difunde o distribuye información entre diferentes receptores, públicos y/o audiencias                            | Inteligencia que puede utilizar la información para construir y progresar   |
| La comunicación inicia porque un emisor quiere algo del receptor                 | Tanto emisores como receptores buscan influirse mutuamente   | Se define como una experiencia evolutiva con referencia a la información  |
| Actitudes autoritarias de quien emite los mensajes                               | La retroalimentación, en estos modelos se define como: el control recíproco que ejerce el emisor sobre el receptor y el receptor sobre el emisor | Se relaciona con la responsabilidad de cada uno de los actores y de la mutua corresponsabilidad entre sí y para con el sistema que forman   |
| Shannon y Weaver son representantes de este tipo de modelos lineales             | La mutua influencia que permiten estos modelos no quiere decir que siempre se dé de forma igualmente efectiva e intensa                          | La responsabilidad de quien inicia la comunicación de conocer las necesidades y expectativas de su contraparte para saber ajustarse a ellas y producir información relevante a su usuario |
| Es un modelo unidireccional y mecanicista  | La dinámica se define como: de cada emisor un receptor y de cada receptor un emisor  | El usuario, y no el proveedor establece la calidad de la información con base en el resultado esperado  |
| <b>FUENTES EGOÍSTAS</b>  | <b>EMISORES Y RECEPTORES ESTRATÉGICOS</b>  | <b>USUARIOS CORRESPONSABLES O DE COMUNIDADES DE INTELIGENCIA COMUNICATIVA</b>   |
| Las fuentes no son empáticas y conciben a sus receptores como destinos anónimos. | El argumento de la selectividad y el argumento de la conversación, son   | La responsabilidad es tripartita: el proveedor busca producir información con los   |

|   |  |  |
|---|--|--|
|   | elementos trascendentales en estos modelos. <sup>1</sup>   | requerimientos de calidad acordados con su usuario; el usuario, por su lado, está obligado a retroalimentar a su proveedor de forma tal que le ayude a mejorar en su capacidad comunicativa, y todas las partes deben de asumir su responsabilidad individual ante el sistema que integran para que la mejora colectiva dé como resultado beneficios en términos de los objetivos comunes que se persiguen |
| Existe una sola responsabilidad: consigo mismo, ésta consiste en producir información para beneficiar a quien la genera | La responsabilidad existe en la medida en que cada quien busca crear un efecto en el otro y que tal efecto brinda un beneficio a la contraparte para poder permanecer comunicados en el futuro | En este tercer nivel de comunicación se busca que la información contribuya a la productividad del sistema todo y de cada una de sus partes  |

---

<sup>1</sup> Selectividad es el descubrimiento de que somos consumidores activos de información.

Conversación consiste en el hecho de que ningún receptor, por más aislado que esté al recibir información, está solo. Todos formamos parte de múltiples redes complejas.

| FUENTES EGOÍSTAS | EMISORES Y RECEPTORES ESTRATÉGICOS   | USUARIOS CORRESPONSABLES O DE COMUNIDADES DE INTELIGENCIA COMUNICATIVA   |
|------------------|--|--|
|                  | La responsabilidad es de cada parte: generar una capacidad tal de producir e influir con la información a la contraparte (el emisor al receptor; el receptor al emisor) que cada parte logre crear un efecto en el otro que le genere la máxima satisfacción a quien acertó en su estrategia, y al otro que lo beneficie el mínimo necesario para seguir motivado a comunicarse con el primero | Los mensajes generan más satisfacción que insatisfacción en quienes los producen, los distribuyen y reciben, y los usan                        |
|                  | El proveedor, establece la calidad de la información con base en el resultado esperado   | Comprende cuando menos tres complejidades: la retroalimentación, el procesamiento humano de información y nuestra conformación social en redes |