



TRABAJO PRÁCTICO Nº 3

TEMA: Comunicación, Cultura y Sociedad.

TEORIAS Y MODELOS DE LA COMUNICACIÓN - El modelo aristotélico de la Retórica

Para el presente trabajo se adjunta un texto

Para la realización y entrega de los trabajos los mismos podrán ser a través del correo electrónico.

Fecha de presentación por correo TP 3. Jueves 2 de Abril

Fecha de entrega del trabajo practico: Viernes 10 de Abril

Modo de presentación: Archivo de Word (o formato similar)

Al tope de la hoja debe consignar los siguientes datos (explicados el primer día de clases)

Apellido y Nombre del alumno (No seudónimos ni abreviado)

Fecha del trabajo y fecha de entrega

Nº de TP y Título y Consigna

Trabajo Practico Nº 3 - Luego de una lectura detenida del texto adjunto

Parte A.

1-Establecer los elementos del modelo de Aristóteles y definir sus funciones.

2- Comparar el modelo de Aristóteles con el modelo básico de comunicación del texto anterior proporcionado por el docente y reconocer los demás componentes de comunicación.

5- ¿Por qué el modelo de Aristóteles es un modelo lineal?

4-Investigue que es la Retórica. (Definir fuente)

3- ¿Por qué cree que se consideran como pilares de la persuasión?

Parte B:

Mirar el video que se vincula desde el siguiente link: también se encuentra vinculado en la pag web. https://www.youtube.com/watch?v=O2dEuMFR8kw&feature=emb_logo

El video se presenta en idioma inglés, para entenderlo hay que habilitar los subtítulos desde youtube

Respecto del video buscar ejemplos de la siguiente manera

- 1- Busque 3 publicidades de cualquier medio (radio, TV, afiche, o posteo de cualquier red social) Adjuntar el link si es audiovisual o adjuntar la imagen al archivo si es solo imagen y texto (afiche o publicidad fija)
Cada una de ellas debe evocar a cada uno de los tres aspectos persuasivos, la credibilidad, la emoción y la lógica.



Cada publicidad debe ser de su interés personal, esto le permitirá un análisis más interesante, puesto que evocara en su persona estos tres aspectos.

Describir la publicidad en todos sus aspectos, texto, imagen.

Definir: Emisor – Mensaje – Receptor- / agregar código – canal - contexto

Reconocerlos y definir en cada una a cual responde, cual es el recurso que utiliza para lograrlo.

Por ejemplo, usa una imagen vinculada a una frase. Una melodía determinada junto a una secuencia de filmación.

Un personaje referente que proporciona credibilidad. En este caso las propagandas de medicamentos utilizan figuras representativas de la medicina para parecer creíble y verdadera, es el caso de una propaganda de alimentos para adelgazar cuyo interlocutor es el médico Alberto Cormillot.

- 2- Realizar una lista de objetos que desea adquirir. Pueden ser de todo tipo, alimentos y bebidas, música, películas, videos, indumentaria, objetos decorativos, complementos y accesorios personales (reloj, aros, pulseras, anillos, pines, tatuajes, agendas) Bicicleta, monopatín, electrónica, Libros, juegos, etc.

Seleccionar uno de ellos, y describirlo en su totalidad de manera detallada.

Objeto, Forma, color, material constitutivo, uso.

Definir qué aspecto persuasivo tiene que nos atrae. Por qué decide tener ese objeto en particular y no otro similar.