

COMUNICACIÓN

COMUNICACIÓN
CULTURA
SOCIEDAD

es **PONER EN COMUN**

es una condición propia del **SER HUMANO** (cultura)
de la **VIDA SOCIAL** (sociedad)

Es el acto mediante el cual un individuo
establece con otro u otros
un contacto que le permite transmitir
una determinada **INFORMACIÓN**

COMUNICACIÓN

Se ordena como un **SISTEMA**
es el proceso de construcción de un **MENSAJE**
como acto de **INTERCAMBIO** entre dos o más individuos

El objeto de intercambio de información que se persigue puede ser distinto
(por ello a veces no hay entendimiento entre las partes)

Puede ser

- Transmitir una idea
- Querer influenciar al otro
- Manifestar un estado o pensamiento
- Realizar un acto o acción

COMUNICACIÓN

Se ordena como un **SISTEMA**
es el proceso de construcción de un **MENSAJE**
como acto de **INTERCAMBIO**
entre dos o más individuos

Se ordena como un **SISTEMA** en donde
diferentes factores están ordenados por reglas
Si la regla no se cumple, no hay **COMUNICACIÓN**

COMUNICACIÓN

La comunicación supone un intercambio donde se establecen acuerdos (**CÓDIGO**) son un lazo para construir un **SENTIDO** con el otro

COMUNICACIÓN

es un SISTEMA a partir del cual
los investigadores realizan distintas
TEORIAS

Es una interpretación de la **REALIDAD**
Una construcción por medio de un
discurso

COMUNICACIÓN

TEORIAS

Según como se construye

Constituyen un **MODELO TEORICO**

segun la interpretación de sus investigadores

Sistema: es la forma de estructurarlo

Modelo: la forma de interpretarlo, es la teoría

MODELOS DE LA COMUNICACIÓN

Aristóteles -Discurso Charlas TED

Shannon y Waver - Modelo Telegráfico / Código Morse

Jakobson - Publicidad - Código

Kerbrat / Orecchioni - Institucional-

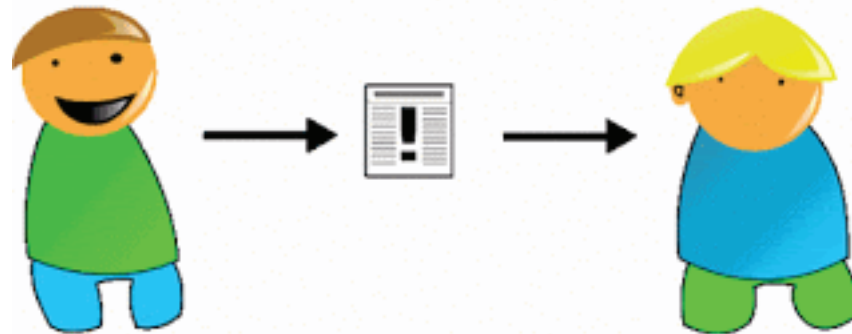
Competencias de producción y reconocimiento

Bruno Munari - Mensaje Visual - Gráfica

MODELOS

ARISTÓTELES

EMISOR — MENSAJE — RECEPTOR



MODELOS

ARISTÓTELES

Orador: aquel que emite el mensaje

Discurso: aquello que dice

Público: a quien va dirigido

MODELOS

ARISTÓTELES

es lineal -

es directo

no hay intermediarios

no hay perturbación

MODELOS

ARISTÓTELES

gira en torno al EMISOR
en lograr captar al RECEPTOR
por medio de la RETÓRICA-
Técnica de Argumentos Persuasivos
fin es modificar la idea que tiene el Receptor
sobre algo para mi propia finalidad

MODELOS

ARISTÓTELES

Tipos de argumentos Persuasivos
al ethos, al pathos y al logos.

ETHOS de orden afectivo y moral

Apelan a la autoridad y honestidad del orador,
a su credibilidad y relación con la audiencia.

Pretende inspirar confianza

MODELOS

ARISTÓTELES

PATHOS

de orden puramente afectivos y emocionales ligados al receptor del discurso.

Recursos: historias, anécdotas, metáforas, todo ello contado con pasión.

MODELOS

ARISTÓTELES

LOGOS

utilizan los argumentos lógicos apoyados con evidencias sólidas, apelando a la razón y a la inteligencia de la audiencia.

MODELOS

Shannon y Weaver - Modelo Telegráfico

Desarrollado desde el estudio de la teoría matemática

Centra en la eficaz transmisión de la información o Mensaje

Reduce la noción de comunicación a los procesos de

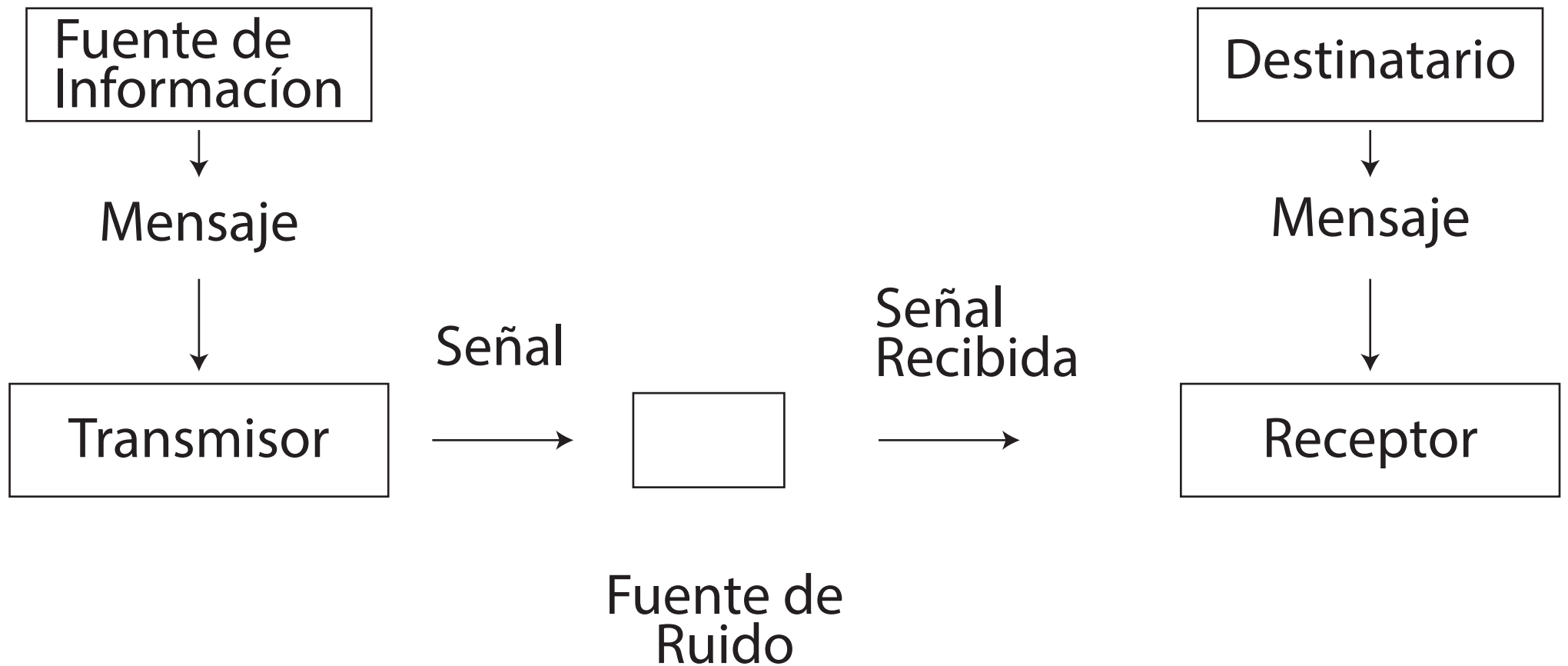
“Codificación y Decodificación”

La comunicación aparece como un proceso LINEAL

No tiene en cuenta un contexto

MODELOS

Shannon y Weaver - Modelo Telegráfico



MODELOS

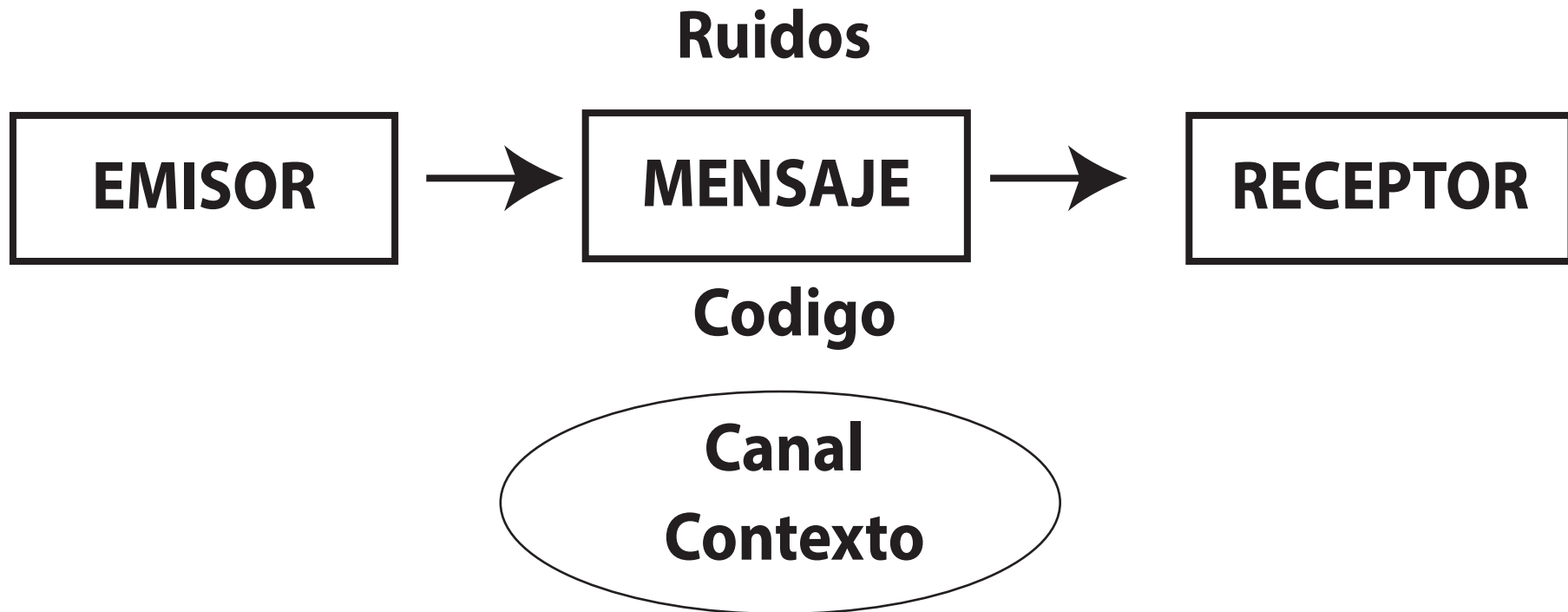
Jakobson - Publicidad - Código

El **Mensaje** se definirá como un **CONJUNTO DE SIGNOS** que se refiere a determinados objetos.

Estos signos son el **CÓDIGOS** del mensaje, cuyo **Canal** se encuentra inserto en un **CONTEXTO** que implica tiempo, espacio y condiciones.

MODELOS

Jakobson - Publicidad - Código



Incorpora la noción de : Canal / Contexto

MODELOS

Jakobson - Publicidad - Código

Elemento fundamental **CODIGO**

Código, refiere a que emisor y receptor
le den el sentido

Codificador y Decodificador

En el Lenguaje refiere: Significante/Significado