

ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

Los elementos que intervienen en un acto de comunicación son:

Emisor: Produce el mensaje y lo envía.

Receptor: Recibe el mensaje y lo interpreta.

Código: Conjunto de signos y reglas que el emisor y el receptor conocen y que sirven para codificar y decodificar el mensaje.

Mensaje: Enunciado enviado por el emisor y recibido por el receptor.

Canal: Medio físico por donde circula el mensaje.

Situación: Circunstancias psicológicas, sociales, emocionales, etc. que rodean al E y al R y que condicionan el mensaje e influyen en su transmisión y recepción.

Referente: Elemento, situación real a la que se refiere el emisor.

Ruido: Cualquier interferencia que, afectando a cualquiera de los demás elementos, produce el fracaso del acto de comunicación.

FUNCIONES DEL LENGUAJE

Hablamos de las FUNCIONES o FINALIDADES que puede tener un mensaje:

- **Función Referencial:** El mensaje transmite información objetiva. El elemento destacado es el *Referente*.
- **Función Expresiva:** El emisor manifiesta su estado de ánimo, emociones, opiniones. Predomina la *subjetividad*.
- **Función Apelativa:** Se pretende obtener del receptor un comportamiento concreto. Elemento destacado el *Receptor*.
- **Función Fática:** Se comprueba el contacto entre el E y R. Elemento destacado, el *Canal*.
- **Función Poética:** Interesa lo que se comunica y la forma del mensaje, que se adorna. El elemento destacado el *Mensaje*.
- **Función Metalingüística:** El mensaje se refiere al propio *Código*; que es el elemento destacado.

FUNCIONES DE LA RADIO

Los programas de la radio pueden cumplir alguna de estas funciones:

- **Función Informativa:** Se ofrecen contenidos informativos acerca de nuestro entorno, mundo o realidad concreta. Aquí entran los informativos de noticias, documentales, entrevistas, reportajes.
- **Función Formativa:** Los programas que conllevan esta función tienen como objetivo crear opinión entre los oyentes. A menudo pueden participar en ellos ofreciendo su punto de vista. Aquí entran los debates, tertulias, mesas redondas.
- **Función Pedagógica:** Los programas tienen como función predominante transmitir algún conocimiento nuevo al oyente.
- **Función de Entretenimiento:** Función que se da o debe darse en todos los programas. Esta función la

cumplen casi todos los programas y, específicamente, los concursos, musicales, revistas radiofónicas, etc.

CLASES DE CÓDIGOS

- **Código Verbal:** Utiliza signos lingüísticos (palabras). Puede ser escrito y oral.
- **Código no Verbal:** Utiliza otros tipos de signos:
 - icónico: imágenes.

– musical: música, sonido.

– gestual/corporal: gestos.

LA PUBLICIDAD

Clases de publicidad:

- **Radiofónica:** Fácil y barata, porque el sonido es suficiente.

*A la medida de oyentes específicos.

*Destaca el eslogan: simple, breve, impactante y fácil de recordar.

*Códigos que utiliza: verbal–oral y no verbal musical.

- **Gráfica:** Se percibe por la vista.

*Códigos que utiliza: verbal escrito; no verbal icónico.

*Destacan el texto y la imagen.

*Elemento importante: Fotomontaje, asocia a la imagen del producto otras imágenes agradables, atractivas que se asocie al producto.

*Otro elemento importante: el logotipo, representación gráfica de la marca. Es más duradero que el eslogan. Puede tener imágenes, letras o ambas.

- **Spot Publicitario:** Utiliza el código verbal y no verbal.

*Elemento destacado: la imagen, que tiene dinamismo. Son imágenes atractivas, seductoras, que influyen sobre nuestros hábitos como consumidores.

*Lenguaje corporal: Se entiende en un sentido amplio. Cara, gestos, movimientos, posturas, apariencia, aspecto físico, modo de vestir...

*La música ambienta, describe o sirve de reclamo cuando se trata de una melodía o canción conocida.

COMPONENTES DE UN ANUNCIO

- **Producto:** Objeto, idea o servicio que la publicidad da a conocer para facilitar su compra, conocimiento o utilización.

- **Marca:** Denominación e identificación de un producto.
- **Lema o Eslogan:** Frase breve y atractiva que resume la idea central del anuncio.
- **Argumento:** Razones que se dan para consumir el producto. Dos clases: Lógicos (para convencer) y Psicológicos (para conmover).

FUNCIONES DE LA PUBLICIDAD

- **F. Económica:** Función básica. La publicidad impulsa el consumo de un producto.
- **F. Financiadora:** La publicidad patrocina actividades deportivas, culturales... a cambio de exhibir la marca.
- **F. Estereotipadora:** A través de la publicidad se transmiten criterios, gustos o ideas uniformes.
- **F. Desproblematizadora:** La publicidad crea un mundo ideal en el que solo aparece el aspecto más amable de la vida.

CLASES DE CONSUMIDORES

- **Racional:** Se cuestiona su compra y busca argumentos convincentes (precio, necesidad, calidad...).
- **Impulsivo:** Compra sin atender a sus necesidades reales.

ESTRATEGIAS Y FIGURAS RETÓRICAS

ESTRATEGIAS:

- **CREDIBILIDAD:**
 - Uso de exclamaciones.
 - Argumento de autoridad: Opinión de un experto.
- **COMPLICIDAD DEL CONSUMIDOR:**
 - Valoración de la audiencia.
 - La ironía.
 - Pregunta retórica.
 - Utilización de diferentes registros.
 - El uso de la primera persona plural.

FIGURAS:

***Exhortación:** Advertencia o consejo. (Conduce con prudencia).

***Personificación:** Dar cualidades humanas a seres inanimados. (La lavadora parlanchina).

***Hipérbole:** Exageración excesiva. (El queso más viejo del mundo).

***Exclamación:** Sentimientos o estados de ánimo. (¡Sensación de vivir!).

***Pregunta Retórica:** Pregunta innecesaria de la que no se espera respuesta. (¿Dónde vas a estar mejor?).

***Antonomasia:** Sustitución de un nombre por una cualidad. (Ariel, la blancura).

***Antítesis:** Contraste de dos ideas. (Blanco por fuera, negro por dentro).

***Comparación:** Aproximación de dos ideas o elementos a través de una partícula comparativa. (Veloz como

el águila).

***Metáfora:** Identificar dos ideas o elementos suprimiendo la partícula comparativa. A veces se puede suprimir uno de los elementos o incluso el verbo. (La alegría de la vida (una naranjada)).

***Aliteración:** Repetición de uno o varios sonidos iguales o próximos. (Ordenadores Antra, entra, entra).

***Anáfora:** Repetición de una palabra al principio de la frase. (Oro parece, oro es.).

***Doble Sentido:** Utilizar una palabra o palabras con más de un significado.

EL CÓMIC

ELEMENTOS TÉCNICOS:

Elementos básicos:

- **Viñeta:** Cada uno de los recuadros en que aparece dividida la secuencia narrativa.
- **Encuadre:** Hay distintos tipos de encuadre:

* **PLANOS:** Selección de la realidad representada en el encuadre:

- General: El ambiente donde ocurre la acción. Elemento predominante: el paisaje.
- Conjunto: Permite situar al personaje en su entorno. Elemt. pred. movimiento.
- Entero: Se muestra al personaje en su totalidad. E.P. la acción.
- Medio: Se ve al personaje de cintura para arriba.
- Americano: Se ve al personaje de rodillas para arriba.
- Primer plano: A la altura de los hombros. E.P. rostro.
- Detalle: Es una parte concreta del cuerpo o un objeto.

* **ANGULOS:** Son los puntos de vista o perspectivas desde donde se ofrece la imagen. Son los siguientes: normal, – picado (cenital o picado total), – contrapicado (nadir o contrapicado total).

* **El FORMATO:** La forma de la viñeta.

ELEMENTOS VERBALES

Bocadillos: Expresamos los pensamientos y los diálogos de los personajes. Clases:

* punteado.

* electrónico.

*insultante.

*en off: no vemos al personaje que habla.

*múltiple: varios personajes hablan al unísono.

*entrelazados: conversación larga.

Es importante seguir la **línea de indicatividad** (izquierda a derecha y de arriba abajo).

Cartelas y cartuchos: Introducen otras informaciones que apoyan a las imágenes. La cartela va dentro de la viñeta y el cartucho entre dos viñetas. Sus funciones pueden ser:

- Avisar de que la historia comienza.
- Avisar de que la acción ha cambiado de lugar.
- Indica el paso del tiempo.
- Nos sitúa en diferentes momentos.
- Interroga a los personajes o a los lectores.

Onomatopeyas: Expresan el ambiente sonoro, los ruidos. Imitamos ciertos sonidos con palabras y letras.

ELEMENTOS NO VERBALES

Expresiones Faciales: Sentimientos y emociones de los personajes.

Metáforas visuales: Elementos gráficos que representan ideas. Se corresponden con expresiones o frases hechas del idioma: **Se le hace la boca agua**

Figuras cinéticas: Aportan movilidad al cómic. Representan el movimiento.

FOTOGRAMA

Def. Combinación de imagen y texto para contar una historia. Clases: fotograma publicitario, literario, y fotonovela. Sus componentes son:

- **Imagen** (Recordar planos y ángulos).
- **Texto:**
- **Pie de texto:** Texto colocado en la parte inferior de la imagen, breve, escueto que ayuda a entender lo que cuenta la imagen. Suelen ser descriptivos.
- **Margen de avance:** Indican el avance narrativo de un fotograma a otro.
- **Globos:** Espacio para los diálogos y pensamientos.
- **Texto intercalado:** va entre dos diagramas. Sirve para dar explicaciones, digresiones, aspectos narrativos o descriptivos difíciles de interpretar solo a partir de las imágenes.

El fotograma literario va acompañado de un guión literario que recoge los aspectos anteriores y que incluye también la descripción de la imagen.

1

1