

# El proceso comunicativo (Parte 1)

Lectura N2 (parte 1) Textos Fuentes / Autor: Rossana Santos / Resumen actualizado 2025 / Por Ricardo Saldaña G.

## El proceso comunicativo

Existen 2 modelos:

Modelo clásico	Modelo Cognitivo
Autores: Shannon y Weaver	Autor: Escandell Vidal
Este modelo es antiguo y queda insuficiente para la comunicación actual	<u>Este modelo</u> es el que se utiliza actualmente y en el que se hablará todo la lectura.
<div> <div>Codificador</div> <div>Emisor</div> </div> <div> <div>Decodificador</div> <div>Receptor</div> </div> <div>Mensaje</div> <div>Código</div> <div>Canal</div> <div>Contexto</div>	<p>Intención → Emisor → Señal → Destinatario → / ¿Receptor?</p> <p>Mensaje</p> <p>Estos de aquí pueden estar en el modelo pero no son indispensables para la comunicación.</p> <p>Código/ canal / Contexto / Representacion interna</p>
<p>Existen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Emisor = Codificador</b></li> <li>• <b>Receptor = Decodificador</b></li> <li>• <b>Código</b></li> <li>• <b>Canal:</b> Puede ser escrito o hablado (no existe otros canales)</li> </ul>	<p><b>¿Por qué se crea este modelo?</b></p> <p>Porque a veces el <b>código (que propone el modelo clásico)</b> no es suficiente o no hay.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Intención:</b> propósito</li> <li>• <b>Emisor:</b> Envía la señal con una intención</li> <li>• <b>Señal:</b> Es una Expresión</li> <li>• <b>Mensaje : (Contenido)</b></li> <li>• <b>Destinatario:</b> A quien va el mensaje (al que va dirigido)</li> <li>• <b>Receptor:</b> Los que pueden escuchar sin querer (una persona x que escuchó el mensaje)</li> </ul>
<b>Aquí el código es IMPRESCINDIBLE, sino no se cumple la comunicación</b>	El código no es imprescindible, pero es importante. Lo que sí es mega importante aquí es la intención.
Codificación y decodificación	Centra su mirada en los <u>procesos cognitivos</u> involucrados en la emisión de la <b>señal</b> y su <b>interpretación</b>

## Elementos de la comunicación:

La lectura solo se enfatizará en el Modelo Cognitivo:

1. **Emisor:** Es aquel sujeto que envía una señal a un destinatario con una intención comunicativa

**2. Destinatario:** NO es cualquier receptor (persona x que escucha el mensaje), sino que es el sujeto al que el emisor se dirige y a quien le envía la señal.

- a. Aun así no le llegue la señal/mensaje, si está DIRIGIDO a esa persona, ESE es el destinatario.

**DATO SÚPER IMPORTANTE:** El emisor diseña la señal para que el destinatario entienda. Y por eso el emisor contempla lo que él conoce o él ignora:

→ Traducción: El emisor busca hacer crear una señal que el destinatario ENTIENDA

Ejemplo: Como cuando tu (emisor) haces gesto (señal) para que solo tu pata (destinatario) entienda.

**3. Código:** Es hacer uso de un sistema convencional de señales. Se usan para elaborar una señal e interpretarla.

**Existen 2 tipos de código**


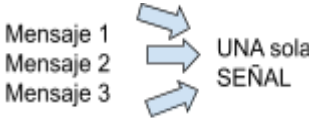
Simple	Complejo
Cada uno significa un mensaje una señal para un mensaje	Se combinan un número limitados elementos para crear codigos infinitos
<b>Ejemplo Semáforo</b> <span style="background-color: red; color: black;">Rojo</span> pare <span style="background-color: yellow; color: black;">Amarillo</span> pise <span style="background-color: green; color: black;">Verde</span> avance	<b>Ejemplos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Combinar las letras del abecedario para crear palabras</li> <li>• Las matemáticas</li> <li>• Los idiomas</li> </ul>


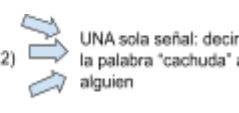
Diferencia del código en los modelos	
En el modelo clásico...	En el modelo cognitivo...
El código es IMPRESCINDIBLE (sin él no hay comunicación)	Es importante pero no imprescindible (si la señal está codificada, el destinatario tendría que entender el código)

#### 4. Señal y mensaje

Señal	Mensaje
Es un estímulo perceptible que transita por el canal y REPRESENTA el mensaje.	Contenido mental representado por la señal. Puede ser un pensamiento, deseo o emoción que el Emisor desea transmitir
<b>¿Como que estímulo perceptible?</b> O sea algo que se pueda ver, tocar o escuchar (y transmita un mensaje).	<b>NO es perceptible:</b> No puedo tocar tus pensamientos, ni tus sueños.

Ahora hay que tener claro que...

Múltiples señales pueden tener UN SOLO mensaje	UNA señal pueden tener MUCHOS mensajes
	

<p><b>Ejemplo:</b> Existen muchas formas (señales) de dar el mensaje de stop (mensaje).</p> <p>El letrero de stop (Señal 1) El policía levantando su mano (Señal 2) El color rojo del semáforo (Señal 3)</p>  <p>UN mensaje: Deténgase</p>	<p><b>Ejemplo:</b> Decir “cachuda” (una señal) pero que tiene varios mensajes</p> <p>Lo digo de cariño a mi amiga (Mensaje 1) Lo digo para molestar a alguien (Mensaje 2) Lo digo para abrirle los ojos a alguien (mensaje 3)</p>  <p>UNA sola señal: decir la palabra “cachuda” a alguien</p>
---	---

5. **Intención comunicativa:** Da origen al proceso comunicativo y es su razón de ser.
  - a. No es explícita pero es para que una persona lo interprete.
6. **Canal:** Medio físico por el cual transita la señal
  - a. Puede ser wpp, mensajes de texto, mail, en persona, por llamada, etc.
7. **Representaciones internas:** Es cualquier imagen mental o privada que un individuo posee sobre cualquier aspecto de la realidad.
  - a. DATAZO: es un concepto fundamental del modelo cognitivo
8. **Contexto:** Las circunstancias de dicha comunicación (son importantes para comprender el mensaje). Reconocer el contexto situacional, social o cultural.

## El proceso comunicativo

Tiene 3 etapas: La estrategia, el acto y el resultado.

### 1. Estrategia

Conjunto de elecciones y decisiones para poder realizar el acto comunicativo. Traducción: Lo **que decides** hacer (decir, gestar, etc) para que alguien te entienda.

- Responde a la intención comunicativa del emisor,

### 2. Acto

Consiste en la producción y emisión de la señal, y atiende a la estrategia comunicativa.

Traducción: La forma en cómo generar tu señal (la forma de hablar, la forma de gestar, la forma de dibujar, etc)

Tiene 2 niveles

Microacto	Macroacto
Nos encontramos en el mundo ficticio.	El escritor (emisor) se dirige a nosotros (destinatarios). Mundo Real.
Mafalda (emisor) y se dirige a sus amigos (quienes son sus destinatarios)	Quino creador de una viñeta humorística (emisor) se dirige a los espectadores (destinatarios)

### 3. Resultado

Este puede coincidir o no con las expectativas del emisor (puede que él quería o no)

Éxito	Eficacia
Dremos que una comunicación exitosa si el destinatario logra interpretar la intención comunicativa del emisor	Se considera eficaz si el emisor logra su propósito como consecuencia del acto comunicativo