

EL LENGUAJE VISUAL



La comunicación

La **comunicación** (del [latín](#) *communicatio*, -ōnis.¹) es la acción [consciente](#) de intercambiar [información](#) entre dos o más [participantes](#) con el fin de transmitir o recibir información u opiniones distintas.

Los pasos básicos de la comunicación son la formación de una intención de comunicar, la composición del [mensaje](#), la codificación del mensaje, la transmisión de la señal, la recepción de la señal, la decodificación del mensaje y finalmente, la interpretación del mensaje por parte de un [receptor](#).

Elementos básicos de la comunicación

Código: Es un conjunto de signos que se combinan siguiendo unas reglas (semántica) y que permiten su interpretación (decodificación), por el cual el emisor elabora el mensaje. El receptor también ha de conocer el código para interpretar el mensaje.

Canal: El medio físico a través del cual se transmite el mensaje desde el emisor hasta el receptor.

Emisor: Es la persona que tiene la intención y se encarga de transmitir una información (mensaje), para lo que necesita elaborarla y enviarla al receptor. Esta persona elige y selecciona los signos que le convienen, es decir, realiza un proceso de codificación; codifica el mensaje.

Receptor: La persona a quien va dirigido el mensaje y quien recibe el mensaje y lo interpreta. Realiza un proceso inverso al del emisor, ya que descifra e interpreta los signos elegidos por el emisor, es decir, descodifica el mensaje.

Mensaje: En el sentido más general, es el objeto de la comunicación. Está definido como la información o secuencia de signos que el emisor elabora y envía al receptor a través de un canal de comunicación o medio de comunicación determinado.

Situación, situación comunicativa o **contexto**: En el sentido más general, es el espacio donde se desarrolla el acto o situación comunicativo. Es el conjunto de circunstancias que afectan tanto al emisor como al receptor, y además condicionan la interpretación del mensaje. Tanto emisor como receptor deben ser conscientes de las circunstancias de ese acto comunicativo, que en una conversación se da por sabido, para que sea eficaz la comunicación.

Marco de referencia: Es el entorno que enmarca la situación.

EL LENGUAJE VISUAL

El lenguaje visual se expresa mediante imágenes.

Las imágenes son una modelización, una representación de la realidad, no son la realidad.



Grado de iconicidad de la imagen

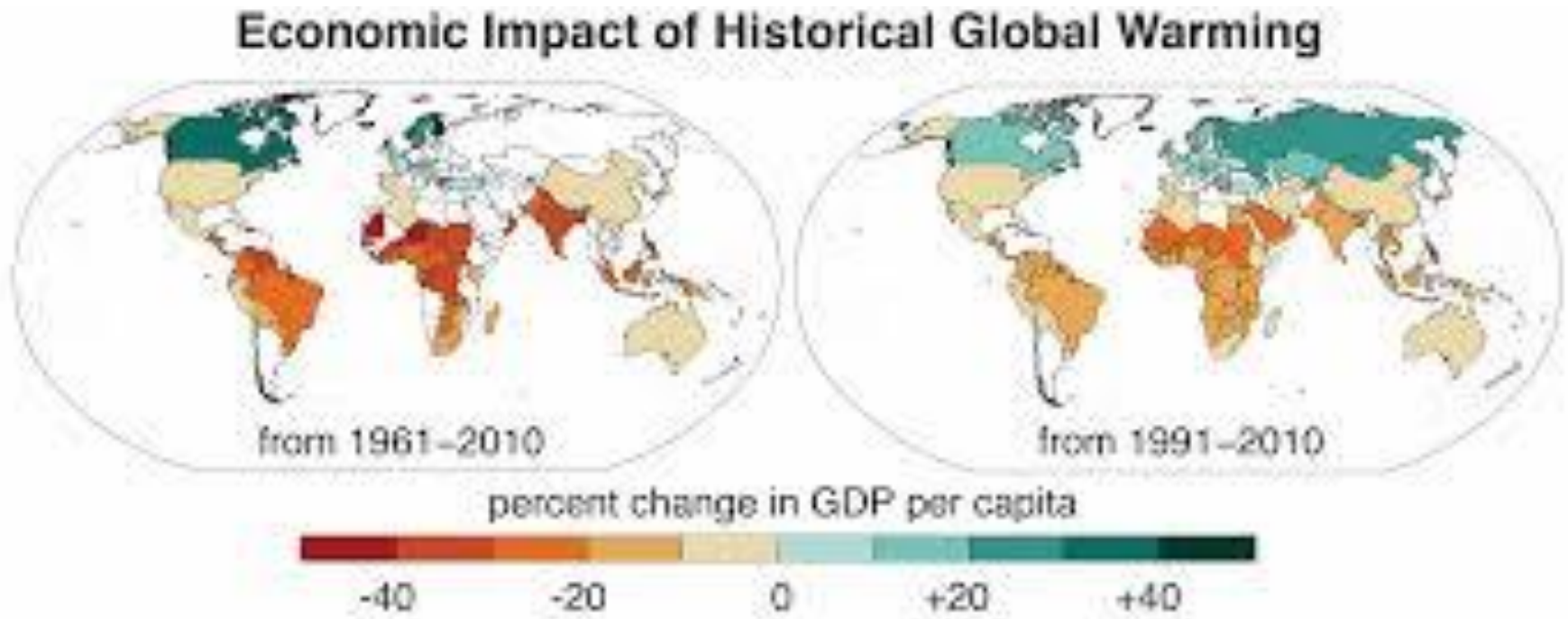
El grado de iconicidad, es el grado de parecido de una imagen con la realidad.

Según Justo Villafañe, que estudia el grado de iconicidad de la imagen, hay hasta 11 niveles de clasificación. Nosotros vamos a estudiar tres: grado alto, medio y bajo de iconicidad.



Funciones de la comunicación

Informativa: Tiene que ver con la transmisión y recepción de la información. A través de ella el receptor accede al caudal de la experiencia social e histórica.



Formativa: La formación de convicciones, hábitos y habilidad intelectual. En esta función el emisor influye en el estado mental interno del receptor aportando nueva información.



Persuasiva: El emisor pretende modificar la conducta u opinión del receptor de manera que coopere en determinado propósito. O bien que cree en su mente una percepción sobre una organización, empresa, servicio o producto. Se denomina Comunicación de Marketing y se aplica a todos los ámbitos sociales on y off-line, tales como el político, el social, el medioambiental, el comercial, etc



Entretener: El emisor crea contenidos que el receptor disfruta.

