



Proceso de comunicación de Aristóteles.



El proceso de la comunicación según Aristóteles, uno de los filósofos más influyentes de la historia, se encuentra en su obra “retorica”. Aristóteles conceptualizó la comunicación como un acto persuasivo y describió tres elementos principales que intervienen en este proceso:

1.-Emisor (Ethos):

Es quien trasmite el mensaje. Según Aristóteles, la credibilidad del emisor juega con un papel crucial, ya que el receptor tiende a confiar más en alguien que percibe como ético, competente y confiable.


2.-Mensaje(Logo):

Es el contenido o el argumento que se comunica. Aristóteles destacó la importancia de la lógica y la estructura del mensaje, pues es un argumento claro, fundamentado y razonado tiene mayor capacidad de persuadir.


3.-Receptor(Pathos):

Es quien recibe el mensaje. Aristóteles enfatizó que es fundamental apelar a las emociones del receptor para lograr un impacto efectivo.

Este modelo lineal de comunicación muestra cómo los elementos del emisor, mensaje y receptor interactúan en un contexto comunicativo. Aunque fue desarrollada hace siglos, sigue siendo una base importante en estudios modernos de comunicación y persuasión.



Proceso de comunicación de shannon y weaver.



El modelo de la comunicación de Shannon y weaver, desarrollado en 1948, es uno de los más influyentes en la teoría de la comunicación. Este modelo matemático fue diseñado originalmente para optimizar la transmisión de información en sistemas de telecomunicaciones, pero se convirtió en una base fundamental para entender la comunicación en general. Aquí están sus componentes principales:

1.-Fuente(Source):

Es quien genera el mensaje o la idea de transmitir.

2.-Emisor /trasmisor(trasnmmitter):

Convierte el mensaje em señales que puedan ser enviadas, como palaras habladas o señales electrónicas.

3.-Canal(channel):

Es el medio por el cual viaja el mensaje, como aire, una línea telefónica o internet.

4.-Receptor(Receiver):

Decodifica las señales y convierte las señales de nuevo en el mensaje original.

5.-Destino(destination):

Es la persona o el sistema al que está dirigido al mensaje.

6.-Ruido(Noise):

Son las interferencias o distracciones que afectan la claridad precisión del mensaje, como estática en una llamada o distracciones en el entorno.

Este modelo destaca la importancia de la comunicación clara y efectiva al minimizar el ruido y garantizar que el mensaje sea interpretado correctamente a su destino.

**Proceso de comunicación de
David K. Berlo.**



El modelo de la comunicación de Davis K. Berlo. Conocido como el modelo SMRC, se enfoca en los elementos esenciales que intervienen en el proceso de comunicativo y cómo estos influyen en la transmisión del mensaje. Este modelo es interactivo y destaca la importancia de las habilidades de comunicación de las partes involucradas. SMRCR corresponde a las iniciales de sus cuatro elementos claves:

1.-Fuente(Souerce):

Es el origen del mensaje. Incluye factores como habilidades de comunicación, actitudes, nivel de consentimiento, sistemas socioculturales y otros atributos que afectan al capacidad del emisor para transmitir información.

2.-Mensaje(Message):

Es el contenido que se comunica. Está por el código (lenguaje o símbolos usados), el tratamiento (forma en que se organiza o presenta el mensaje) y el contenido (la información en sí misma).

3.-Canal(channel):

Es el medio a través del cual el mensaje se trasmite. Puede ser visual, auditivo, táctil o cualquier otra vía sensorial que permita la sensación.

4.-Receptor(Receiver):

Es quien recibe e interpreta el mensaje. Al igual que el emisor, las habilidades de comunicación, actitudes, conocimientos y contextos socioculturales del receptor influyen en la interpretación del mensaje.

Este modelo es útil por que pone énfasis en las habilidades del emisor y receptor, y en cómo los factores psicológicos y socioculturales influyen en la efectividad de la comunicación. A diferencia de modelos más lineales, el modelo SMCR considera la complejidad del proceso.