



PREPA®
UNO



UAEH®
Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Juntos seguimos
Avanzando



Comunicación

MTRA. CRISTINA VELÁZQUEZ REYES

Juntos seguimos
Avanzando



Efectos de la comunicación





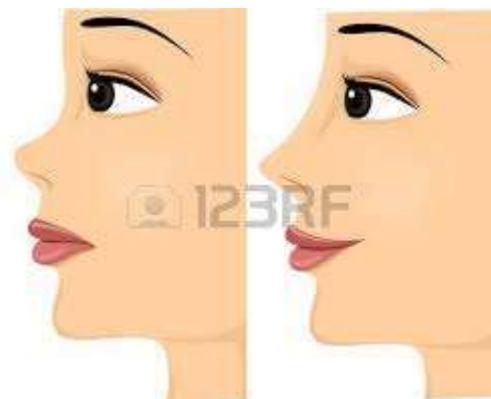
COMUNICACIÓN MASIVA

- **BERELSON:** Ciertos tipos de asuntos, provocan en un tipo de personas, diversos efectos.
- **J. T. KLAPPER:** Las comunicaciones de masas, tienen factores e influencias sociales e individuales en esta masa social llamada mundo contemporáneo.



Conversión y persuasibilidad

Opiniones y creencias del público, se dan por normas y prácticas mediante la influencia de un individuo o imagen y la persuasibilidad empleada.





Evasión

Ofrece alivio para las realidades monótonas.

Funciones: Distraer, relajar, olvido de inquietudes.





Frustración.

Sentimiento de insatisfacción o fracaso, frente a la presencia de algún deseo o necesidad: material, psicológica, social.

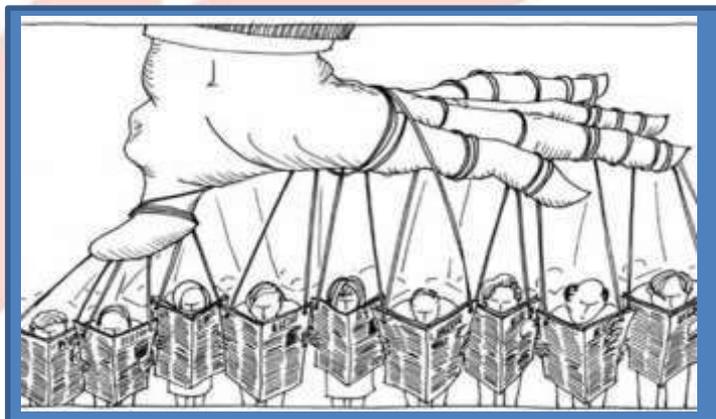




Manipulación.

Propósito de guiar al público a conductas y actitudes predeterminadas: puede ser:

- Líderes de opinión
- No son conscientes de su manipulación





Motivación.

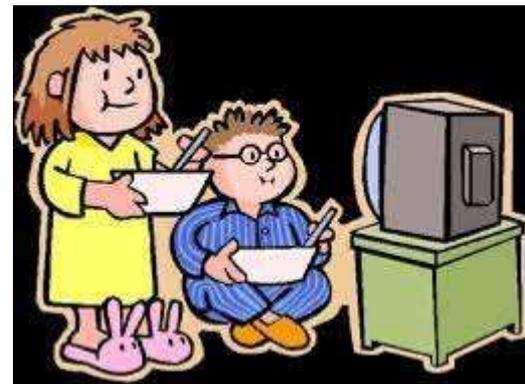
Conjunto de factores psicológicos que empujan inconscientemente al ser humano hacia un género de reacciones u objetivos a través de la estimulación.





Difusión narcotizante.

Es el contacto con los medios masivos.
(receptores pasivos)





Excitación colectiva

Tensión que puede darse entre el público e influye en el mensaje y la transmisión.

- Alta: Sucesos extraordinarios
- Media: La tensión es mayor que la normal
- Baja: Interés normal





Socialización.

Proceso de índole psicológico que se da durante toda su vida: comportamientos, normas, valores





Conformismo.

Actitud provocada en un individuo o grupo de personas, sometidas al comportamiento de un grupo social.





Identificación.

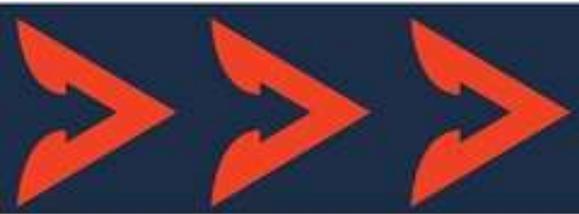
Tendencia a asimilar los rasgos distintivos de otro individuo, líder o grupo.





Efecto de comunicación en dos etapas

Los mensajes no influyen de manera directa y se realiza en dos etapas:



- Primero el mensaje se dirige a un sector del publico





Después el sector lo hace llegar a través de comentarios, artículos y otros medios.





Bibliografía

González Carlos, Principios básicos de la comunicación. Edit. Trillas 2016

Berlo David. El proceso de la comunicación Edit. Ateneo 2012

<https://bibliopopulares.files.wordpress.com/2012/12/el-proceso-de-la-comunicacion-david-k-berlo-301-1-b-514.pdf>.



PREPA
UNO



Juntos seguimos
Avanzando