

Códigos sociales

Códigos sociales Ciencias y artes:

Tienen por objeto comunicar al receptor humano una experiencia propia: la del emisor.

Comunicación social:

Tiene por objeto la significar la relación entre los hombres y, en consecuencia, al emisor y receptor.

La sociedad es un sistema de relaciones entre los individuos que tiene por objeto la procreación, la defensa, los intercambios, la producción, etc. La ciencia es una organización y una significación del mundo natural. Los códigos sociales son una organización y una significación de la sociedad. Los significados son allí los hombres o los grupos y sus relaciones. Pero el hombre es el vehículo y la sustancia del signo, es a la vez el significante y el significado.

Los signos:

Una de las primeras condiciones de la vida social consiste en saber a qué atenerse y en donde puedes reconocer la identidad de los individuos y de los grupos. Esa es la función de las enseñas y de las enseñanzas.

. TRES GRUPOS:

* Los signos de identidad: insignias y carteles. Las insignias y los carteles son marcas que indican la pertenencia de un individuo a un grupo social o económico. Organizan la sociedad y relaciona entre los individuos y los grupos.

A- Las armas, las banderas, los tótems, etc. Indican la pertenencia de una familia o a un clan. Pueden extenderse a grupos más amplios: ciudad, provincia, nación.

B- Los uniformes también constituyen la marca de un grupo: Grupo social, grupo institucional, grupo profesional, grupo cultural, grupo étnico.

C- Las insignias y las condecoraciones son vestigios simbólicos de las armas y uniformes y aseguran las mismas funciones bajo formas degradadas.

D- Los tatuajes, maquillajes, los peinados, etc. son también insignias codificadas en las sociedades primitivas y que perduran en nuestras modas.

E- Los nombres y sobrenombres son las marcas más simples y universales de la identidad. Por lo tanto, escudos de armas, uniformes, insignias, tatuajes son un medio de distinguir, de clasificar y definir los diferentes grupos cuyo conjunto constituye la sociedad. También marcan las jerarquías y la organización interna del grupo.

F- Los carteles designan objetos más que grupos de individuos, pero objetos socializados. Estos se utilizan por ejemplo para indicar en la división de las ciudades, en barrios y calles.

G- Las marcas de fábrica tienen por función indicar y garantizar el origen de un producto.

* **Los signos de cortesía.** Los signos de identidad constituyen marcas de pertenencia a un grupo o a una función. Por otra parte, los hombres se comunican entre sí. Con ese fin utilizan las insignias y enseñas que son formas de hacer saber lo que se es.

A) El tono de la voz es una de las formas más universales de significar la relación entre emisor y receptor.

B) Los saludos y fórmulas de cortesía desempeñan idéntico papel y se distinguen por su carácter particularmente convencional y variable de una cultura a otra.

C) Las injurias son las formas negativas de saludo. Constituyen los signos de la hostilidad.

D) La kinésica es un análisis de las mímicas, de los gestos y de las danzas.

E) La Proxémica: La comunicación Lingüística no solo utiliza los gestos sino también el espacio y el tiempo. Varía según las culturas.

F) El alimento es también uno de los modos de la identificación del grupo y de cortesía.

G) Todo es signo ya sea los regalos, nuestra habitación, muebles, animales domésticos, etcétera.

* Signos sociales son estructurados, convencionalizados y arbitrarios o motivados; también son fuertemente connotados. Se asemejan a los signos estéticos por su naturaleza icónica.

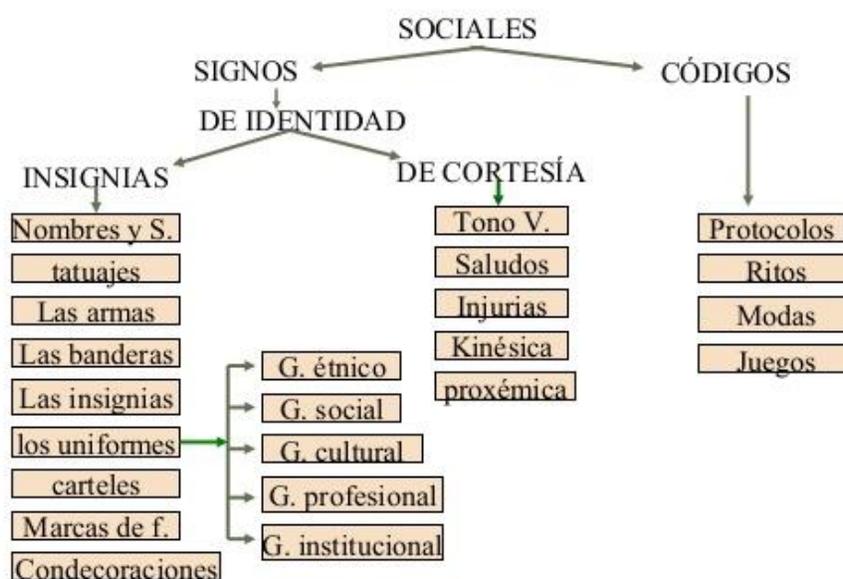
LOS CÓDIGOS

Vestimentas, alimentos, gestos, distancia etc. Son signos que participan en proporciones y modalidades diversas en la formación de los diferentes tipos de comunicación. Son innumerables podríamos distinguir cuatro tipos principales:

- Protocolos: tienen por función instaurar la comunicación entre los individuos.
- Rituales: en los que el emisor es el grupo y no el individuo.
- Las modas
 - *Maneras de ser propias del grupo (vestirse, alimentarse, alojarse, etc.)
 - *Compensa frustraciones y satisface deseos de prestigio y poder Los grupos adoptan signos que los caractericen y los distinguen de resto.
- Los juegos
 - *Imitaciones de la realidad social
 - *Corresponden a los tres grandes modos de experiencia: intelectual y científica, práctica y social, afectiva y estética.
 - Al primer tipo pertenecen los juegos de construcción, en los que el jugador estructura una realidad y le da un sentido.
 - El segundo son los juegos que re ubican al jugador en una situación social.
 - Los espectáculos corresponden al tercer tipo. En la mayoría de los juegos, las tres funciones se encuentran mezcladas
 - *Tienen por función el aprendizaje y la selección.
 - *Tienen la función de distracción y satisfacen deseos frustrados por la vida real.
 - *Son sistemas de signos

*La ausencia de reglas privaría de toda significación al juego.

Las artes re ubican al receptor frente a la realidad y le hace experimentar por medio de una imagen las emociones y los sentimientos de la realidad – Los juegos re ubican al emisor dentro de la realidad y le hace practicar, por medio de una imagen, los actos de esa realidad. – Los espectáculos son, a la vez, juegos y artes: juegos con el rol de actores y artes con el rol de los espectadores



<http://image.slidesharecdn.com/pierreguiraud-140405173700-phpapp01/95/pierreguiraud-4-638.jpg?cb=1396719527>

Referencias

<https://universitariosnic.wordpress.com/semiotica-de-la-comunicacion/>