

Balderrama A., Ana I.

El lenguaje de la Moda y su función comunicacional

Tutor Académico: Carlos Villarino. Tesis. Caracas. U.C.V. Facultad de Humanidades y Educación. Escuela de Comunicación Social. Licenciado en Comunicación Social. 2012. 161 h.

Palabras Claves: Moda, Comunicación, Semiología, Lenguaje.

Resumen.

La investigación revisa críticamente los principales aportes de las teorías sobre la comunicación no verbal, la intencionalidad y el grado de conciencia en la construcción de un mensaje, así como los estudios semiológicos realizados en torno a la Moda y los aportes de la Lingüística enfocados en el estudio de los signos y los códigos con el fin de realizar un primer acercamiento a la relación entre comunicación y Moda, definiendo cuál es su función comunicacional. Se examinaron las distintas teorías que definen el fenómeno Moda en la Antropología Social, la Psicología y la Sociología con la intención de definir cuáles son los elementos partícipes en este sistema y cómo funcionan. Se precisó cómo se relacionan las sociedades en la actualidad a través de la moda, reconociendo cómo se construye la identidad cultural del individuo a partir de ella, y se identificaron formas en las que el venezolano emplea la moda en el proceso de construcción de su identidad. Posteriormente se valoró cómo funcionan los lenguajes de signos (no verbales) definidos por la Semiología, y la formación e interpretación de códigos comunes en la sociedad globalizada. Por último se identificó cómo se produce la comunicación no verbal, cuáles son los factores que la componen, y cuáles son las características de la Moda como fenómeno comunicacional.

Key words: Fashion, Communication, Semiology, Language. .

Abstract.

The investigation critically reviews the main contributions of theories of nonverbal communication, intentionality and awareness in the construction of a message, as well as semiological studies conducted about Fashion, and contributions of linguistics in the study of signs and codes, all dispose to make a first approach of the relationship between communication and fashion, defining from there what is their linguistic function. We examined various theories developed in Social Anthropology, Psychology and Sociology that define the Fashion phenomenon with the aim of understanding the elements that are involved in the porpoise behind a communicational act. It have been described in this thesis how this elements permits the relationship of society through fashion, recognizing by that action how cultural identity is constructed by man to define themselves and relate with other through that, and it was identified the forms in which Venezuelans use fashion in the process of constructing their identity. Subsequently it has been expose the value of how the sign language (nonverbal) is defined in Semiology's investigation, and the formation and interpretation of common codes in the global society. Finally it has been identified how non verbal communication occurs, what are the factors that compose it, and what are the characteristics of Fashion as a (nonverbal) communication phenomenon.