

Comunicación Visual



Ruidos en la comunicación

Ruidos en la comunicación

- El ruido en la comunicación no se refiere solamente al sonido perturbador que no nos deja recepcionar bien los mensajes.
- Cuando el proceso de la comunicación tiene interferencias, alteraciones o interrupciones, se puede hablar de ruido. Ruido es entonces **“todo aquello que perturba un proceso de comunicación”**

Ruidos

- El ruido es un término que viene de la teoría de la información
- Provoca “pérdida de información en el proceso”
- Es un limitador en la transmisión efectiva en el mensaje.

Ruidos

- Puede hacerse presente en los procesos de codificación y decodificación de los mensajes.
- Su control debe ser máximo en el caso de la comunicación visual, tendiendo a minimizarlos al mínimo.

Ruidos

- En el caso del lenguaje oral, ciertas condicionantes patológicas en los hablantes pueden considerarse ruidos.

Tipos de Ruidos

- Existen varias tipologías desde las cuales realizar clasificaciones de ruidos:

Tipos de Ruidos

- **Ruido en el canal:** Una vez ubicado el mensaje en el canal queda expuesto a la posibilidad de ruido
- Este ruido corresponde al momento de transmisión del mensaje.
- En la com. masiva el ruido de canal incluye perturbaciones como:
 - Ruidos parásitos en una transmisión.
 - Tinta borroneada en un periódico
 - Mala recepción en un dispositivo etc.

Tipos de Ruidos

- **Ruidos fisiológicos:** Se llaman también orgánicos y se ocasionan por disfunciones, enfermedades y otras limitantes que intervienen en el cuerpo humano. Afecta directamente las habilidades comunicativas codificadoras como: hablar, escribir y pensar; a las decodificadoras como: escuchar, leer y pensar.

Tipos de Ruidos

- **Ruidos psicológicos.** Estos se relacionan con la actitud y la conducta que el individuo guarda con relación a su persona, a las personas con quienes se comunica y hacia el contenido de estos mensajes. Se da de acuerdo a sus experiencias o creencias. Ejemplos: la discriminación, los prejuicios o actitudes negativas hacia algo o alguien, etc.

Tipos de Ruidos

- **Ruidos ideológico-culturales.** Se relacionan con la posición que guardan las personas dentro de la estructura social y las posiciones que los llevan a tomar una ideología o visión del mundo, misma que se refleja en la adquisición de ideas, creencias, valores, normas y conductas. Como ejemplo está el diálogo entre dos personas que siguen religiones diferentes o de partidos distintos y antagónicos; en este caso, la comunicación se torna difícil o simplemente se cierra por tener intereses, creencias y valores distintos.

Tipos de Ruidos

- **Ruidos semánticos.** Estos se presentan en el mensaje y consisten en problemas de sentido, significación, acepciones del lenguaje y, en general, de la descodificación de los signos y símbolos. Todo consiste en que el emisor y receptor tienen un significado distinto del mismo significante o mensaje.

Tipos de Ruidos

- **Ruidos semánticos.** Tienen que ver con una interpretación equivocada del mensaje.
- Ciertos elementos del mensaje se pierden para él, por lo tanto el significado cabal no llega a destino.

Tipos de Ruidos

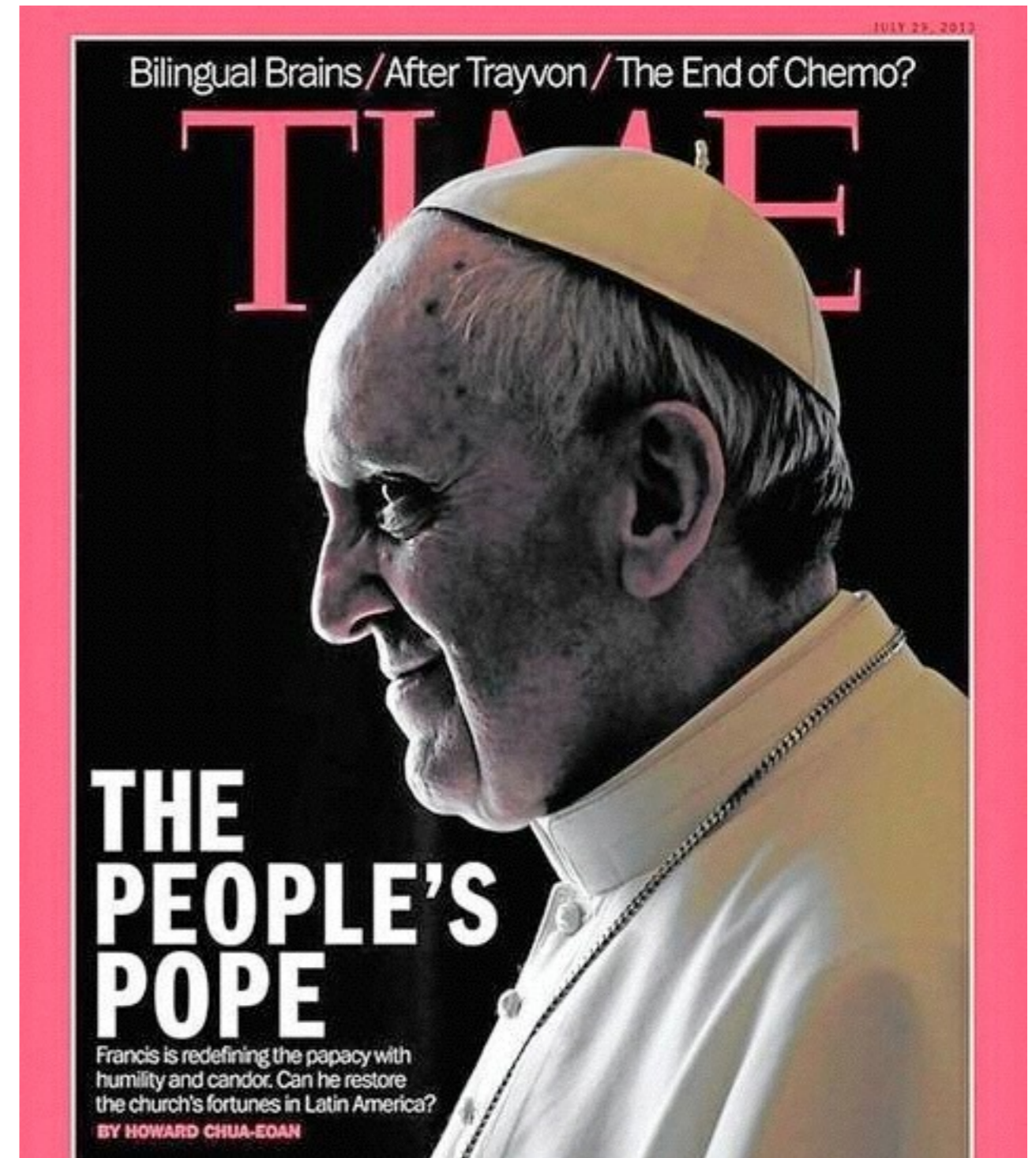
- **Ruidos semánticos.** Podemos distinguir varios subtipos de ruidos semánticos:
 - Temas demasiado difíciles para el receptor.
 - Diferencias entre ambos polos respecto de las denotaciones de los signos.
 - Sintaxis confusa del mensaje.

Tipos de Ruidos

- **Ruidos sintácticos.** Surgen por una mala o pobre configuración relacional entre los componentes que componen un mensaje. La existencia de ruidos sintácticos puede originar ruidos semánticos.

Tipos de Ruidos

Ruidos sintácticos. Surgen por una mala o pobre configuración relacional entre los componentes que componen un mensaje. La existencia de ruidos sintácticos puede originar ruidos semánticos.



Tipos de Ruidos

- **Ruidos técnicos.** Consisten en aquellas fallas producidas en el canal de comunicación de los aparatos tecnológicos y que alteran el flujo nítido de los mensajes. Un ejemplo es la conversación telefónica entre un locutor y un radioescucha y la entrada de un ruido constante en el auricular que afecta dicho diálogo, pues no se escuchan claramente las voces o mensajes

Redundancia

Redundancia

- Un mensaje es redundante cuando comprende más signos de los necesarios para llevar su información.

Redundancia

- Las repeticiones o redundancias permiten re asegurar las condiciones de transmisión de un mensaje contrarrestando las perturbaciones, intencionadas o no, que afectan al canal. Existen varios tipos de redundancia como la conceptual, verbal, no verbal, etc.

Redundancia

- La redundancia debe ser planeada porque no deberá repetirse el mensaje con la misma sintaxis, sino parafraseando lo anterior.
- Así, la redundancia asegura las condiciones de transmisión de un mensaje contrarrestando el ruido, es decir, las perturbaciones o distorsiones que afectan el proceso de la comunicación. **La redundancia es una repetición**

Redundancia

- En otras palabras, la redundancia o recurrencia consiste en intensificar y repetir la información contenida en el mensaje, a fin de que el ruido no provoque una pérdida fundamental de información, tendiente a hacer inteligible, o más fácilmente inteligible, un mensaje.

- **Bibliografía:**

- “La Teoría de la Relevancia” - Deirdre Wilson y Dan Sperber. Revista de Investigación Lingüística. Vol. VII - 2004. Págs. 237-286
- “Aportaciones de la Pragmática”. M. Victoria Escandell Vidal. Departamento de Lengua Española y Lingüística General UNED.
- Artículo "De la subjetividad en el lenguaje. La problemática de la enunciación" publicado en "Textos y Resúmenes de Psicología Material de estudio para estudiantes de Psicología y carreras relacionadas"
- Artículo "El modelo de código y sus límites"

- **Bibliografía sugerida:**

- - DE LA MORA Medina, José. Explicación y Análisis, Taller de Comunicación I. CCH, UNAM. México, 1999.
- - REGALADO Baeza, Ma. Eugenia. Introducción al Estudio de la Comunicación Humana. CCH, Plantel Oriente. México, 2002.
- - BERLO, David. El Proceso de la comunicación, Introducción a la Teoría y a la Práctica. Editorial El Ateneo. Buenos Aires, 1978.
- - ROQUET García, Guillermo. Modelo y principios de la comunicación didáctica eficaz. Taller de Comunicación Educativa I. Facultad de Filosofía y Letras, Colegio de Pedagogía, UNAM.

Feedback

Feedback

- Aunque la Real Academia Española no incluye el término retroalimentación en su diccionario, sí reconoce el término anglosajón "feedback" en su "Diccionario Panhispánico de Dudas", donde presenta las siguientes acepciones:
 - Retorno de parte de la energía o de la información de salida de un circuito o un sistema a su entrada.
 - Acción que el resultado de un proceso material ejerce sobre el sistema físico o biológico que lo origina.
 - Modificación de la actitud o estrategia inicial en un proceso a partir del análisis de sus resultados.

Feedback

- Además, reconoce que las voces "retroalimentación", "retroacción" y "realimentación" han ido reemplazando con éxito al anglicismo "feedback".

Feedback

- El concepto de feedback fue introducido por Nobert Wiener en el estudio de los sistemas de control y de comunicación (cibernética), y a partir del modelo tradicional de comunicación creado por Claude Shannon
- Este concepto se basa en la idea de interacción entre efecto y causa. Así, en todo proceso y sistema social se reconoce un intercambio circular de información entre al menos dos partes, que ayuda a organizar ese sistema.

Feedback

- Sin esa capacidad de respuesta que genera el feedback no hay posibilidad de mantener un sistema en equilibrio y esto se transformará en una influencia determinante en la conceptualización de lo que luego serán las ciencias de la comunicación.

Feedback

- En el contexto de la comunicación, se entiende por retroalimentación la respuesta que transmite un receptor al emisor, basándose en el mensaje recibido que, de manera eficiente, alimenta la conversación.

Feedback

- Dentro del proceso de comunicación, la retroalimentación comunicativa es la cualidad que permite mantener la comunicación activa, y que favorece que el emisor cambie o modifique su mensaje en función de las respuestas recibidas.



Feedback

- Durante la comunicación los roles del emisor y el receptor se intercambian, ahora el receptor es el que produce y envía la información de retroalimentación, y el emisor quien la recibe.
- Por tanto, el receptor debe “saber dar feedback”, y el emisor “saber recibirlo”. Por ello, es necesario ejercitar las habilidades implicadas en la recepción y emisión de feedback de forma constructiva durante la comunicación.