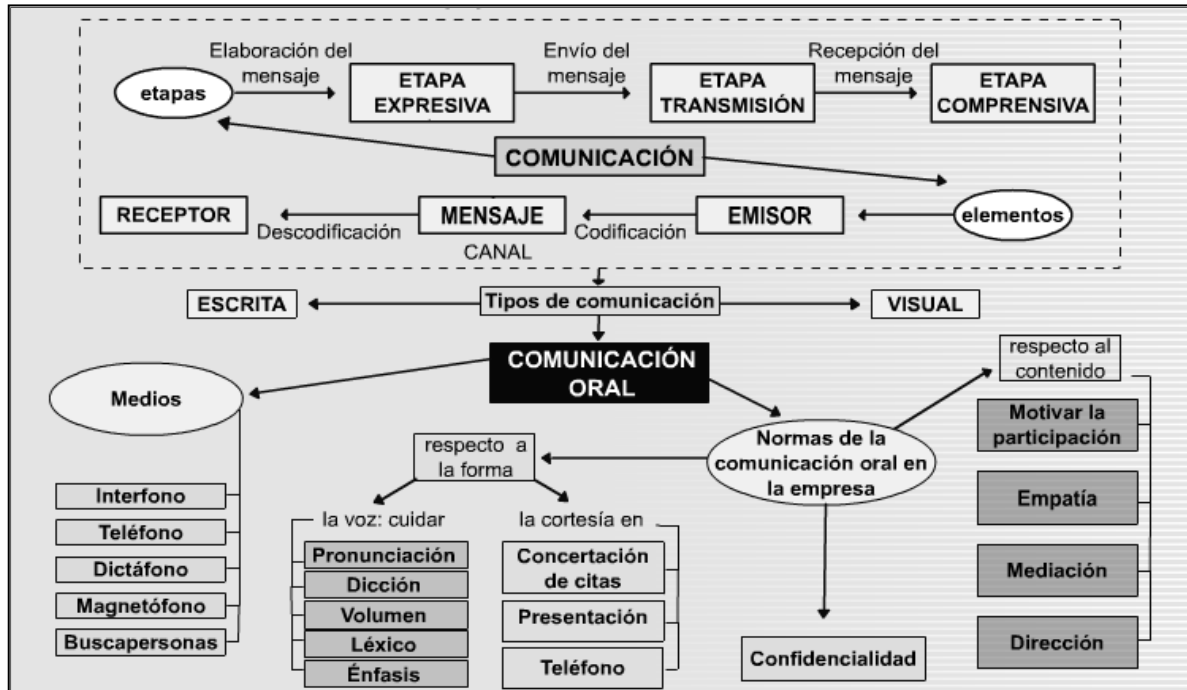


UNIDAD I. LA COMUNICACIÓN.



PROCESO DE LA COMUNICACIÓN.

Entendemos la comunicación como aquel proceso que tiene por objeto la transmisión y/o intercambio de información entre personas.

Comunicar etimológicamente se refiere a compartir o intercambiar. Se trata de un proceso de interacción o transacción entre dos o más elementos de un sistema. Las siguientes son definiciones de carácter general de lo que llamamos comunicación: “es un proceso de transmisión de estructuras entre las partes de un sistema que son identificables en el tiempo o en el espacio”. “Es el mecanismo por medio del cual existen y se desarrollan las relaciones humanas, es decir, todos los símbolos de la mente junto con los medios para instituirlos a través del espacio y presentarlos en el tiempo.”

Uno de los factores fundamentales para el funcionamiento de un grupo social es la existencia de un sistema de comunicación, necesario para:

- ✓ La interacción humana
- ✓ El mantenimiento de una estructura social

En el ámbito laboral existe una necesidad constante de comunicación entre las personas siendo especialmente importante cuando un mando intermedio tiene que transmitir una orden a su equipo de trabajo.

Cada vez hay un mayor interés por el tema de la comunicación y cómo se debe llevar a cabo, ya que el uso inadecuado de la misma lleva a las empresas a graves problemas.

Desde un punto de vista lingüístico, la comunicación es un proceso en el cual una persona, que llamamos emisor, envía un mensaje a un receptor, que es el destinatario del mensaje. Por comunicación se entiende cualquier sistema de símbolos, no solo verbales, capaces de ser captados por las personas.

Además, en este proceso de comunicación o proceso comunicativo podemos distinguir una serie de etapas que explicamos en el siguiente cuadro:

ETAPAS EN EL PROCESO DE COMUNICACIÓN
<ul style="list-style-type: none">• Etapa expresiva: El que desea transmitir algo, elabora el mensaje• Etapa de transmisión: El mensaje es transmitido o enviado a la persona que el emisor desea que lo reciba. Es enviado a través del canal.• Etapa comprensiva: El receptor del mensaje lo recibe e interpreta. Después actúa.

Además, en este proceso intervienen una serie de variables, externas o internas que determinan que el proceso tenga éxito o por el contrario fracase.

NIVELES DE LA COMUNICACIÓN.

El proceso de comunicación se desarrolla en un determinado ámbito, donde las partes están organizadas y son interdependientes.

Se pueden distinguir los siguientes niveles:

Nivel macrosocial.

Podemos abordar a la cultura como un fenómeno de comunicación. En una sociedad los productos culturales son difundidos o transmitidos por canales culturales con sistemas de códigos definidos, tanto en una estructura social determinada, como entre sociedades, actualmente o en el futuro. Este nivel es conocido también como **nivel cultural**.

Nivel microsical.

En este caso se incluyen los pequeños grupos sociales, instituciones y organizaciones, y las comunicaciones intrapersonales.

- **Organizaciones.** Las organizaciones poseen una estructura y realizan sus funciones a través de los nexos y redes de comunicación que se establecen entre los elementos de la organización. La estructura jerárquica implica el flujo de información en determinado sentido, en tiempo limitado y con contenidos específicos.
- **Pequeños grupos.** En los grupos hay mecanismos de comunicación que establecen los nexos diferenciales entre sus miembros. Según sea la comunicación, esta puede determinar las posiciones de liderazgos o poder del grupo. La comunicación es intrapersonal.
- **Intrapersonal.** Es un modelo carente de interés para la psicología social, se trata de las comunicaciones internas del sujeto.

FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN.

La comunicación tiene cuatro funciones esenciales dentro de una empresa u organización:

- **Control**
Actúa para controlar el comportamiento de los miembros en varias formas. Las organizaciones tienen jerarquías de autoridad y lineamientos formales que requieren el comportamiento por parte de los empleados.
- **Motivación**
La comunicación fomenta la motivación al dejar en claro las actividades requeridas en cada puesto de trabajo. La definición de metas y el reforzamiento del comportamiento deseado, estimula la motivación. Para ello es indispensable la comunicación.
- **Expresión emocional.**
La comunicación es vital dentro del grupo, a través de ella se muestran las frustraciones y los sentimientos de satisfacción.
- **Información.**
La comunicación suministra información que se requiere para tomar decisiones, así como transmiten datos y permiten la evaluación de alternativas.

ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN.

La comunicación se desarrolla entre un emisor y un receptor. La comunicación puede ser unidireccional, en una única dirección, o puede producir la respuesta del receptor.

El emisor elabora una idea a transmitir, que constituye el mensaje que desea enviar al receptor, para poder transmitirlo debe utilizar un determinado código. La codificación utilizada debe ser conocida por el receptor (debe ser comprendido).



A continuación vamos a comentar muy brevemente los elementos que intervienen en el proceso de comunicación:

El **emisor** es la fuente de la comunicación. Es decir la persona que envía el mensaje, que tiene interés por comunicar algo a alguien.

La **codificación** es la elección de los símbolos, ya sean palabras, imágenes o sonidos, utilizados por el emisor para transmitir un mensaje. Por ejemplo, el uso del inglés para realizar un catálogo de artículos de perfumería.

Existe una serie de variables que pueden dificultar o interferir el proceso de la comunicación, son lo que conocemos como ruido. Cuando hablamos de **ruido** no solo debemos pensar en sonidos que se superponen a la comunicación como el traqueteo de una máquina o el zumbido de un teléfono. El ruido es todo aquello que confunde, altera o interfiere el proceso de comunicación.

El **ruido** constituye una barrera en la comunicación. Estas interferencias que aparecen dentro de las empresas pueden tener varias causas: personales, físicas y semánticas

- **Personal.**

Las barreras personales son las que se derivan de las emociones humanas, de malos hábitos de escucha y de la personalidad de los participantes (sistema de valores). Para solucionar las barreras personales se recomienda que la comunicación se establezca en las cercanías del emisor y el receptor, y son preferibles las comunicaciones horizontales a las verticales.

- **Físicas.**

Las barreras físicas son las interferencias que se producen en el ámbito donde las comunicaciones tienen lugar. La manera de eliminarlas o superarlas es tratando de controlar el entorno físico donde se produce la comunicación.

- **Semánticas.**

Las barreras semánticas se derivan de la interpretación incorrecta del significado, producto de falta de manejo de los códigos utilizados. Esta barrera es un aspecto esencial en la comunicación interpersonal, y conviene estar pendiente de ella y evaluarlas de forma detallada, para evitar fallos en la comunicación. Para superar los fallos se utiliza la retroalimentación que confirma la recepción del mensaje.

El **canal** es el medio a través del cual se transmite el mensaje. Nos encontramos con gran cantidad de medios, como por ejemplo el teléfono, el buscapersonas, la televisión, el ordenador, etc.

El **mensaje** es la información que el emisor desea transmitir al receptor.

La **retroalimentación** consiste en la evaluación de la respuesta dada por el receptor. Por ejemplo, tú, emisor, envías información a un determinado cliente sobre unos sofás que tu empresa vende. El cliente recibe la información y te comunica su decisión de comprar cien sofás. La retroalimentación constituye el eslabón final en el proceso de comunicación, determina si se ha logrado comprender el mensaje.

La **descodificación** es la interpretación que hace del mensaje el receptor.

El **receptor** es la persona o personas a las quienes va dirigida la información transmitida por el emisor.

El **contexto** es la situación real en que se da la comunicación, por ejemplo el lugar o lo que lo rodea.

REDES DE COMUNICACIÓN.

La circulación de la información se puede realizar de diferentes formas. Se denominan **redes de comunicación** a la organización de los canales por los que fluye la información.

La comunicación puede combinar diferentes direcciones: ascendentes, descendente o lateral.

- **Descendente.**

La comunicación fluye de un nivel de organización o grupo a un nivel inferior en la organización.

- **Ascendente.**

La comunicación fluye a un nivel superior, generalmente se la usa para tener retroalimentación.

- **Lateral.**

Tiene lugar entre miembros del grupo de trabajo o entre miembros a un mismo nivel.

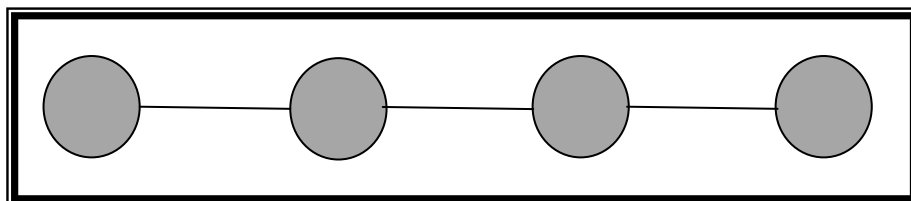
Las **redes** pueden ser formales o informales.

Las **redes formales** son las establecidas por la organización con el objeto de hacer llegar la información necesaria, en el momento preciso y a la persona justa. Estas redes respetan la jerarquía empresarial. Sus flujos son regulares, estables y previsibles.

Las redes formales pueden desarrollarse según diferentes tipos:

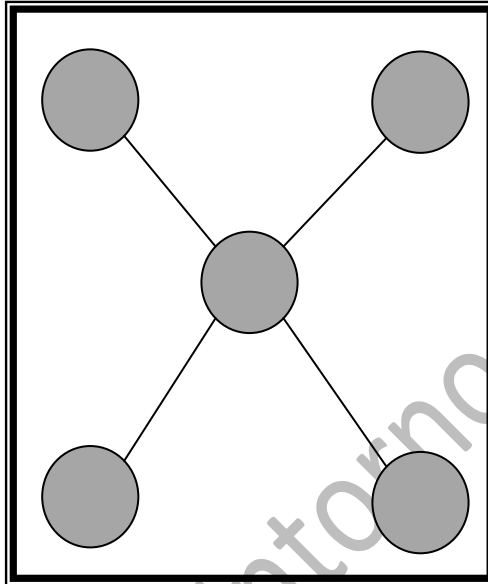
- **Red en cadena.**

Las comunicaciones se establecen con el miembro más próximo, ningún miembro está aislado, la persona que está en el centro es la mejor informada.



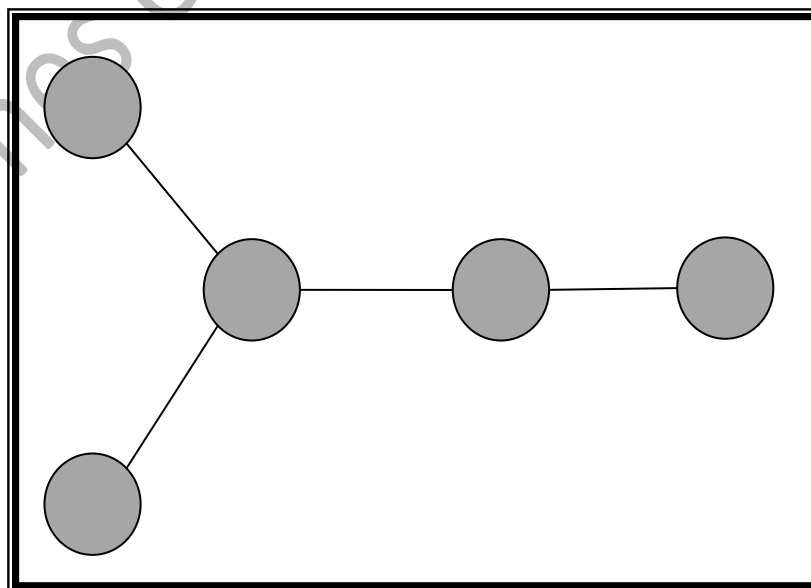
- **Red en estrella.**

El individuo del centro puede comunicarse con todos, resulta eficaz para tareas simples, el individuo del centro es el que tiene un lugar privilegiado, para los demás la sensación es de frustración.



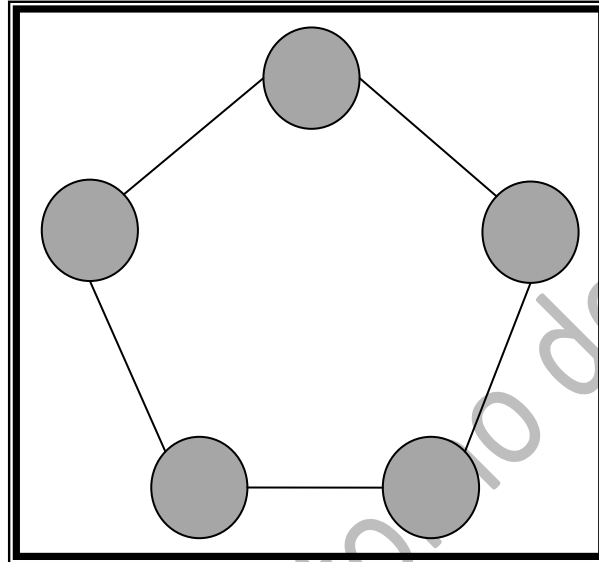
- **Red en Y.**

Combina los tipos anteriores. Es efectiva para acciones complejas divididas en acciones más simples. Los miembros lejanos se sienten frustrados.



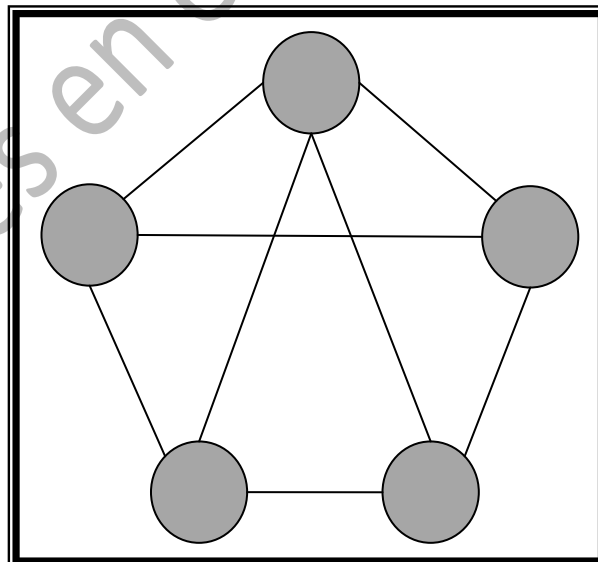
- **Red en círculo.**

No hay comunicaciones transversales, ningún miembro se siente aislado. La información puede deformar o perder. La transmisión es lenta.



- **Red de vías múltiples.**

Todos los miembros se comunican, da gran satisfacción y alto sentimiento de participación. Puede ocasionar pérdida de tiempo y falta de coordinación.

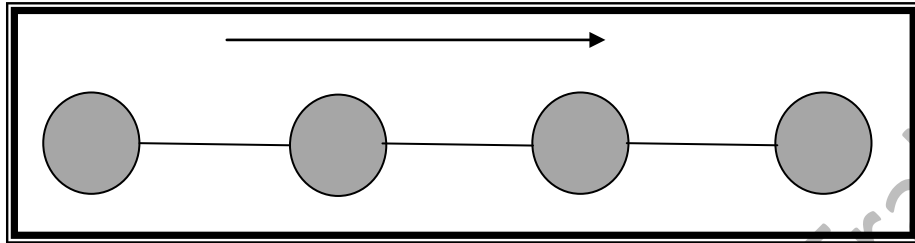


Las **redes informales** según espontáneamente de las relaciones entre las personas, se producen por afinidad o por necesidad personal. Permite satisfacer las necesidades sociales de las personas. Estas redes aumentan el interés de los empleados, los mantiene informados y les ayuda a crecer y desenvolverse mejor en el ambiente laboral. Mejoran la comunicación en la empresa al crear canales alternativos, normalmente más rápidos y eficaces que los formales.

Las redes de comunicación informal pueden presentar las siguientes tipologías:

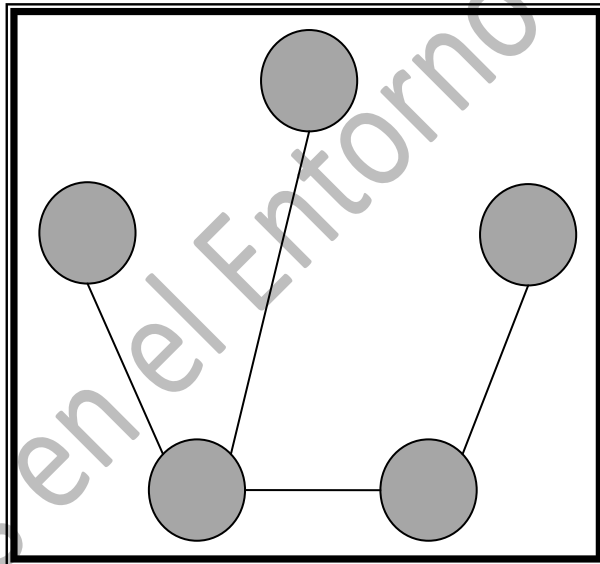
- **La cadena en línea.**

La información se inicia en un punto y es transmitida hasta la última persona posible.



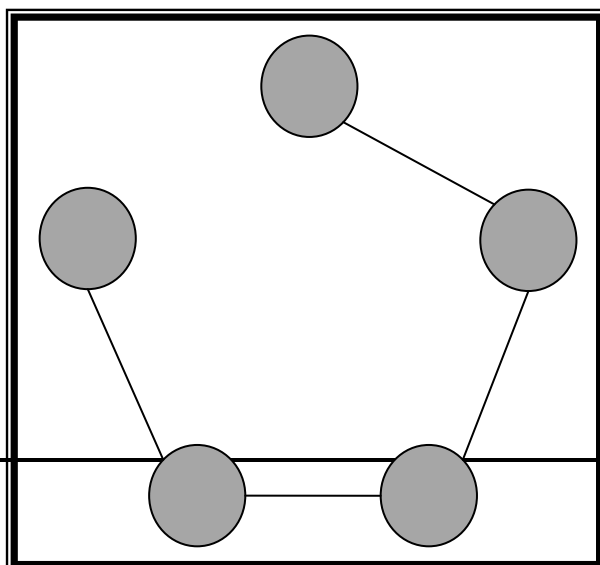
- **La cadena reticular.**

Algunas personas reciben la información y no la transmiten cortando la comunicación.



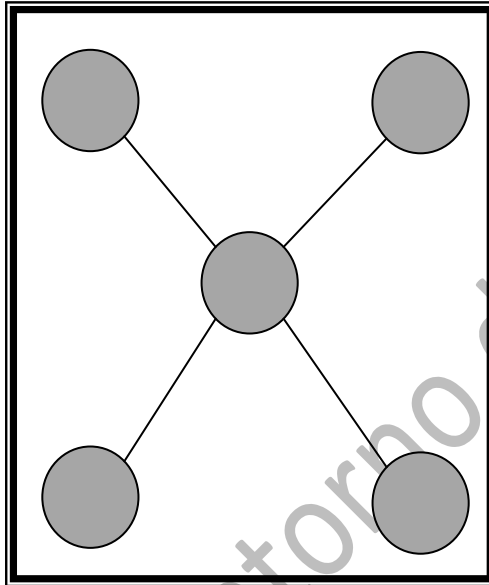
- **La cadena casual.**

La información se transmite sin orden, y puede llegar a todos o no (puede depender de la relación entre trabajadores y de la importancia que le den a la información).



- **El rumor.**

Una persona se encarga de comunicar a todos los que lo rodean.



Los efectos de las redes informales pueden ser positivos o negativos.

Los efectos positivos surgen de la posibilidad de que los trabajadores organicen actividades extra laborables que constituyan un factor de integración. Surgen sentimientos de solidaridad y colaboración que crean un ambiente laboral más agradable y beneficioso para la empresa.

Entre los efectos negativos se tienen; la interpretación subjetiva del emisor, las malas interpretaciones de la información por desconocimientos de la fuente, las distorsiones producidas por las sucesivas transmisiones, la difusión de chismes sobre la organización o uno de sus miembros, y la extensión de rumores.

El rumor tiene tres características principales: no está controlado por la administración de la organización, la mayoría de los empleados creen que es más confiable que las comunicaciones formales, y se lo utiliza para servir los intereses personales de algunos de los miembros. Habitualmente tiene cuatro propósitos: estructuran y reducen la ansiedad; dan sentido a la información limitada o fragmentada; sirven de vehículo para organizar a los miembros del grupo, y para señalar el status del remitente.

TIPOS O CANALES DE COMUNICACIÓN

Básicamente hay tres:

- **Comunicación oral o verbal**

- **Comunicación no verbal o gestual**
- **Comunicación escrita**

La **comunicación oral** implica la emisión de información a través de las palabras, de la voz. Es fundamental en las relaciones laborales, por ello debemos prestar atención a la utilización correcta del lenguaje, el contexto en que se produce la comunicación, las dificultades del mensaje y la forma de transmitirlo. Es la forma de comunicación más utilizada en la empresa. Como ventajas tiene su rapidez, proporciona retroalimentación inmediata, es flexible ya que se puede adaptar a cualquier clase de receptor. Como inconvenientes vemos que no queda constancia y tiene más obstáculos de índole personal.



Ventajas de la comunicación Oral.

- Se pueden utilizar gestos que den mayor énfasis al mensaje
- Se trata de una comunicación directa produciéndose una respuesta inmediata en cuanto el receptor recibe el mensaje
- Se pueden realizar aclaraciones en cuanto a la interpretación del mensaje.

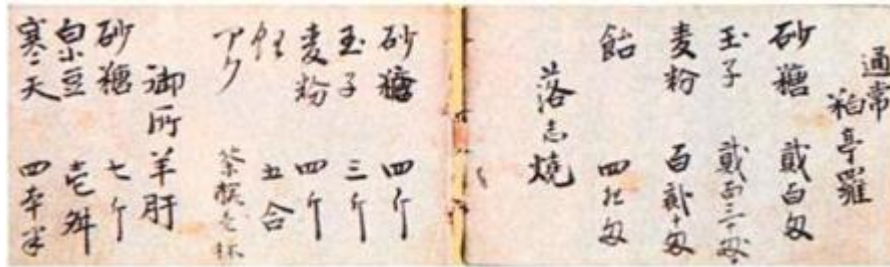
Inconvenientes de la comunicación Oral

- Las respuestas pueden ser precipitadas
- Se puede olvidar información, tanto por parte del emisor como del receptor. En el primer caso al emitir y en el segundo al recordar.
- Resulta más fácil mantener la confidencialidad de la información.
- No es muy apropiada cuando se tiene que transmitir información compleja.

La **comunicación escrita** supone la emisión de información a través de un conjunto de grafismos, de la escritura.....

En la comunicación escrita, no hay retroalimentación inmediata, por eso, al redactar un mensaje por escrito debemos tener en cuenta una serie de condiciones para conseguir nuestro objetivo, que sea entendido por el receptor.





El escrito debe ser:

- Claro, que solo sea posible una interpretación.
- Breve, no hay que repetir las ideas y estas deben estar agrupadas en un párrafo si es posible.
- Vocabulario adecuado
- Coherencia del contenido
- Corrección gramatical
- Corrección formal

En la empresa existen diferentes tipos de documentos escritos:

- Cartas
- Circular
- Orden de trabajo
- Informe
- Instancia
- Acta
- Folleto
- Carteles, etc.

En general, la comunicación escrita debe tener tres zonas de escritura:

- La zona nominal (nombre del destinatario y del emisor)
- Saludo y transmisión del mensaje
- Despedida.

Ventajas de la comunicación escrita

- Se puede emitir información compleja y exacta, permitiendo un análisis detallado de la misma por parte del receptor.
- Se puede transmitir exactamente la misma información a varias personas en lugares y momentos distintos.

Inconvenientes de la comunicación escrita.

- No se produce una respuesta directa por parte del receptor del mensaje
- Es necesario emplear mayor tiempo y recursos para ser enviada la información
- Es difícil controlar las interpretaciones que hace el receptor de la información.

No podemos dejar de comentar otro tipo de comunicación que en ocasiones es ampliamente utilizado: la **comunicación visual**. En este tipo de comunicación no se emplea ni la voz ni los grafismos. El uso de símbolos, colores, etc., son ejemplos de comunicación visual.

Es la que no emplea los signos lingüísticos para transmitir el mensaje. Acompaña siempre a la comunicación oral y para que esta última sea más eficaz, ambas deben relacionarse y tener una coherencia entre las dos. Es el lenguaje más universal, aunque debe tenerse en cuenta que hay determinados gestos y actitudes que serán interpretadas de una manera u otra, dependiendo de las diferentes culturas.



Refleja a través de gestos, posturas, entonación al hablar sentimientos y pensamientos de una manera muy clara. Pasa del inconsciente del emisor al del receptor, sin una elaboración mental.

Albert Mehrabian después de un estudio en profundidad ha llegado a la conclusión que el 55% del mensaje llega a través de los gestos faciales y postura corporal, el 38 % a través de la entonación y solamente el 7 % a través de las palabras emitidas.



COMUNICACIÓN ORAL.

Normas de comunicación oral utilizadas en la empresa

Para conseguir un correcto lenguaje oral existen una serie de normas que debes conocer. No crea que únicamente se las puede utilizar en tu trabajo; también te podrán ser de gran utilidad en el resto de sus relaciones (familia, amigos, etc.).

El contenido

El contenido de la expresión oral debe ser claro y conciso. Antes de realizar una comunicación oral es necesario: identificarse, señalar los objetivos y explicar el nivel de confianza.

Podemos dar una serie de normas que pueden facilitarte las relaciones con grupos de la empresa. Las cuales se mencionan a continuación:

- Motivación hacia la participación
- Empatía
- Mediación
- Dirección

Motivación hacia la participación, es muy importante que motives a las personas a que participen en la conservación. De esta forma conocerás quiénes son y qué es lo desean, piensan,... Por ello, deja que se expliquen, aunque o estés de acuerdo en lo que dicen; ya te tocara el turno de intervenir.

Empatía- La empatía hace referencia a la capacidad de poder identificar con el estado de ánimo de otra persona. Es importante que intentes desarrollar esta capacidad para comprender mejor a los individuos con los que te relacionas.

Mediación.- Debes ser capaz de evitar que aparezcan tensiones emocionales que impidan una conversación objetiva, e incluso que interfieran en la interpretación de lo que otro señala. Por tanto, si a lo largo de una conversación observas que las personas están dejándose influenciar por sus sentimientos, actúa de mediador intentando una situación de equilibrio.

Dirección.- Acorde con la mediación se encuentra la dirección. Debes facilitar la comunicación e intentar que la conversación no se desvíe de los temas importantes que deben ser tratados.

La forma

Independientemente de las normas que hemos analizado anteriormente, existen otra serie de normas que hacen alusión no al contenido sino a la forma.

La voz

La voz juega un papel muy importante en la comunicación oral. La pronunciación, la dicción, y el léxico contribuyen a que el lenguaje se convierta en todo un arte. También contribuyen el énfasis y el volumen empleados.

Normas para una correcta utilización de la voz

- Pronunciación correcta
- Buena dicción
- Léxico apropiado
- Énfasis en lo importante

- Volumen adecuado

Las normas de cortesía

Existen determinadas normas de cortesía que permiten que nuestras relaciones con el entorno en el que vivimos sean más placenteras. Vamos a comentar únicamente aquellas normas de cortesía más utilizadas en la comunicación oral dentro del ámbito de la empresa.

Las normas de cortesía se basan en la consideración hacia los demás.

Analizaremos brevemente los siguientes aspectos:

- La cortesía en la concertación de citas
- La cortesía en la presentación
- La cortesía al hablar por teléfono
- Otras normas de cortesía dentro de la empresa.

A la de establecer una cita, ésta debe ser solicitada de forma que la otra persona pueda aceptarla o rechazarla sin ningún tipo de coacción. Es importante que si la cita se concertó con bastante tiempo de antelación, se llame por teléfono unos días antes de la misma para confirmarla.

En el caso de que la otra parte no pueda asistir, y así te lo comunique, debes de comportarte con cortesía y por lo menos no mostrarle tu enojo.

Al efectuar una presentación, la norma de cortesía más conocida es la de nombrar en primer lugar a la persona de menor categoría.

Ante personas de la misma categoría, la persona más joven debe ser presentada a la de mayor edad.

Entre las normas de cortesía para hablar por teléfono tenemos las siguientes:

- Al recibir una llamada, contestar siempre con un saludo, mencionando el nombre de la empresa. Una frase del tipo, "Buenos días, Saen S.L. dígame".
- Utilizar un vocabulario claro y sencillo. Recorra a frase del tipo "muchas gracias", "por favor".
- Emplee un tono de voz claro y moderado.
- Antes de pasar una llamada a tu superior, identifica a la persona que desea hablar con él intentando descubrir los motivos de su llamada.
- Si tu superior no desea que se le pase la llamada, excúsate y solicita los datos de la persona que ha llamado para que, en su caso, tu superior le devuelva la llamada.
- Despídete con amabilidad, agradeciendo la llamada.

Confidencialidad en la comunicación.

Dependiendo del puesto que se ocupe dentro de la empresa, tendrás acceso a mayor o menor información. En cualquier caso, debes actuar con confidencialidad, de lo contrario, te puedes encontrar

con graves problemas que pueden conllevar desde una simple reprimenda por parte de su superior hasta problemas de carácter legal.

La confidencialidad en la comunicación no es más que actuar con prudencia y discreción a la hora de dar información a otros individuos, ya sean de la propia empresa o ajenos a ella.

Sin querer asustar, se le recuerda que en el puesto de personal administrativo y en cualquier otro dentro de la empresa, se debe actuar con confidencialidad.

Relaciones en el Entorno de Trabajo

EVALUACIÓN DE LA UNIDAD

1. Piensa en una llamada telefónica que recibes en un idioma que dominas escasamente, en la que un hotel te comunica que has ganado un fin de semana en Quito. Escribe los elementos de la comunicación en su lugar correspondiente.

Canal	emisor	mensaje	receptor
-------	--------	---------	----------

YO :

HOTEL :

TELÉFONO :

PREMIO :

2. En relación al concepto de “empatía” señala la afirmación correcta.

- Es peligroso utilizarla con los demás ()
- Es importante desarrollar esta capacidad. ()
- Permite señalar los objetos de la reunión ()
- No es fundamental en la comunicación oral. ()

3. Debe anular una cita entre tu superior y el representante de la Comunidad de Madrid porque cuando tu superior la aceptó no se acordó que coincidía con una Feria ¿Cómo la anularías? Señala la opción correcta.

- Llamaría a dicha persona, indicando el motivo de la anulación y comentaría la posibilidad de una nueva reunión. ()
- Anularía la cita sin dar ninguna explicación ()
- No la anularía, acudiría otra persona en su lugar ()
- Llamaría para cambiar la reunión a una fecha adecuada a mi superior. ()

4.

5.