



Objetivo: Identificar los principios de la comunicación, respetando contexto situacional.

Comunicación

¿Cuál es la importancia de comunicar?

La comunicación es el proceso en el cual una persona establece contacto con otra y le transmite una información. Es decir, es el intercambio de informaciones, ideas, emociones y actitudes con el propósito de generar acciones en el otro.

No es posible no comunicarse. Aunque uno esté callado y quieto ante una situación determinada, de igual forma esta postura está manifestando y comunicando "algo". Comunicamos de variadas maneras, manifestaciones que a diario utilizamos y **que marcan nuestra personalidad y forma de ser.**



La comunicación es un elemento que posee una fuerza y dimensión única, que mal utilizada sin duda puede generar en otros el término de algo o inicio de algo maravilloso.

“ El ser humano vive en permanente interacción con los demás. Su naturaleza es “ser con los demás”. Necesita, por lo tanto, relacionarse con otras personas. Cada comportamiento, consciente o no, intencional o no, puede ser interpretado y es, por tanto, un mensaje. (Otero & López, Manual de Teoría de las Comunicaciones, Ed. CPU. Pág.74). ”

¿Qué es la comunicación?

La comunicación humana puede definirse como “un proceso mediante el cual se puede transmitir información, sentimientos u opiniones entre un emisor y un receptor”

La comunicación es un proceso complejo marcado por muchos factores (cultura, cercanía de los interlocutores, estados de ánimo,...) en el que, a pesar de haber diferencias entre las distintas personas, existen elementos comunes que son los que permiten que se dé el proceso comunicativo. La comunicación requiere que, partiendo de determinados esquemas y experiencias previas, el emisor represente de manera simbólica aquello que quiere expresar; por otra parte el receptor, partiendo también de sus esquemas y experiencias previas, debe decodificar e interpretar el mensaje transmitido por el emisor.

Proceso de comunicación

Factores que intervienen:

- 1 Emisor:** Es quien da marcha al proceso, toma la iniciativa de notificar, genera y envía el mensaje.
- 2 Receptor:** Es la persona o personas que reciben el mensaje y lo interpreta, esta figura es muy importante en el proceso comunicativo porque el resultado mayor radica en que el mensaje tenga sentido y en ningún momento se malinterprete.
- 3 Mensaje:** Es la información que se transmite, un conjunto de ideas, datos o sentimientos que se desean difundir, transformado a través de un código que es compartido por el emisor y el receptor.
- 4 Código:** Compuesto por lenguaje, conjunto de señales, normas, símbolos o claves que son de utilidad para transmitir un mensaje y tienen un significado común para las personas involucradas.
- 5 Canal:** Medio por el cual se difunde el mensaje del emisor al receptor, es específicamente la línea de transmisión.
- 6 Contexto:** Referente a la situación o condiciones concretas donde se desarrolla el intercambio, relaciona características sociales, lugar y momento. Existe diferencia entre una acción comunicativa entre personas conocidas o entornos familiares a un empresarial.



Etapas en el proceso de comunicación:

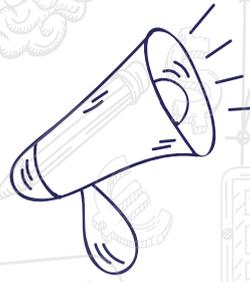
Sin importar el medio o tipo de lenguaje que se utilice, existen siete pasos para llevar a cabo el proceso de comunicación efectivamente:

- 1 Desarrollo:** Primer paso que da valor a la comunicación, consiste en pensar y desarrollar una idea para que la comunicación tenga sentido, para ello se debe seleccionar el código y el canal más adecuado a utilizar.
- 2 Codificación:** Se basa en la traducción del mensaje es decir transformarlo en un código que se compartido por el emisor y el receptor ya sea palabras o símbolos entendibles para los dos; y en este paso se define también el lenguaje a utilizar puede ser oral, escrito, no verbal y el formato a desarrollar.
- 3 Transmisión o emisión:** Ya que está elaborado el mensaje se envía a través de los canales que se seleccionen, estos actúan como vehículos de transmisión en el lenguaje, se debe prestar atención a que no existan barreras o inconvenientes.
- 4 Recepción:** Permite recibir datos por medio del canal establecido y también existen los que son naturales como la vista, oído, gusto, olfato y tacto. A través de esto la persona recibe el mensaje que transmite el emisor.





- 5 Decodificación:** En esta etapa la persona que recibe el mensaje debe descifrarlo es decir interpreta y reconstruye la idea original del mensaje. Se cumple la finalidad si la idea es semejante a lo que quiso explicar el emisor.
- 6 Aceptación y respuesta:** Una vez que se interprete y decodifique un individuo tiene la posibilidad de aceptarlo o rechazarlo, por supuesto que el efecto deseado para establecer el proceso comunicativo es que sea recibida dicha información y se genere uso adecuado de lo recibido.
- 7 Retroalimentación o Feedback:** Ultimo paso que cierra el ciclo y permite disponer de una interacción entre las partes y quiere decir que el mensaje se recopiló. por lo tanto si este paso no se cumple totalmente permanecerá como unilateral información sin respuesta. En la comunicación humana, la retroalimentación representa los efectos que tuvo un mensaje, el cual, como información, vuelve para mantener o alterar al comunicante. El enfoque circular de la comunicación postula que el significado de la comunicación es la respuesta obtenida; es decir, sin retroalimentación no hay comunicación. Esta circularidad está dada por la retroalimentación, ya que el proceso comunicativo implica el intercambio de conductas mutuamente influidas, en donde las personas no sólo transmiten, sino que participan del proceso. De este modo, se rompe la linealidad para dar paso a la circularidad



Barreras en la comunicación:

Son interferencias que se producen en el proceso comunicativo y que provocan alteración en el mensaje o malos entendidos entre lo que el emisor quiere decir y lo que se entiende.

- * **Barreras físicas:** Derivadas del ambiente en el que se produce la comunicación; carecen de vínculo personal, pueden reflejarse en los ruidos, interferencias por teléfono, defectos en navegación por internet, mala iluminación o espacios reducidos.
- * **Barreras mentales:** Funcionan como filtros a los cuales es necesario encontrar medidas de control para no deformar el sentido o interpretación del mensaje, muchas veces radican prejuicios de las personas involucradas.
- * **Barreras personales:** El estado de ánimo de un individuo puede perjudicar la emisión o recepción de mensajes, pueden generar equivocaciones en el ámbito laboral, la personalidad del emisor y el puesto que ocupa puede condicionar a los demás. Las emociones, temperamento, falta de capacidad al escuchar son características que intervienen.
- * **Barreras semánticas:** Proviene de las complicaciones en el lenguaje, significado de los símbolos a utilizar, cuanto más coincidan las características personales del emisor y el receptor es probable es que estos símbolos tengan un significado semejante.