



San Marcos

MIEMBRO DE LA RED
ILUMNO

PROCESO DE COMUNICACIÓN



San Marcos

MIEMBRO DE LA RED
ILUMNO

PROCESO DE COMUNICACIÓN

“

La sociedad no sólo existe por la comunicación sino que existe en ella.

John Dewey (1784-1876)

”

El ejercicio de la administración podría resumirse en comunicar: dar órdenes y recibir retroalimentaciones de los colaboradores, relacionarse con los propietarios de la empresa, establecer vínculos con los proveedores, conocer a los clientes...

A PARTIR DE ESTA CITA, REFLEXIONE SOBRE LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN EN LAS EMPRESAS.

Es necesario que el profesional en Ciencias Administrativas sepa hablar con propiedad, escuchar con cordialidad, escribir con lucidez y leer con eficiencia.

En otras palabras, toda persona que quiera sobresalir en su trabajo tiene que mejorar su capacidad para comunicarse, para enviar y recibir mensajes, tanto orales como escritos. Por lo cual, es imprescindible entender cómo funcionan los procesos de comunicación y cuestionarse sobre sus cualidades y defectos: afinar lo que se hace bien y modificar lo que se hace mal.

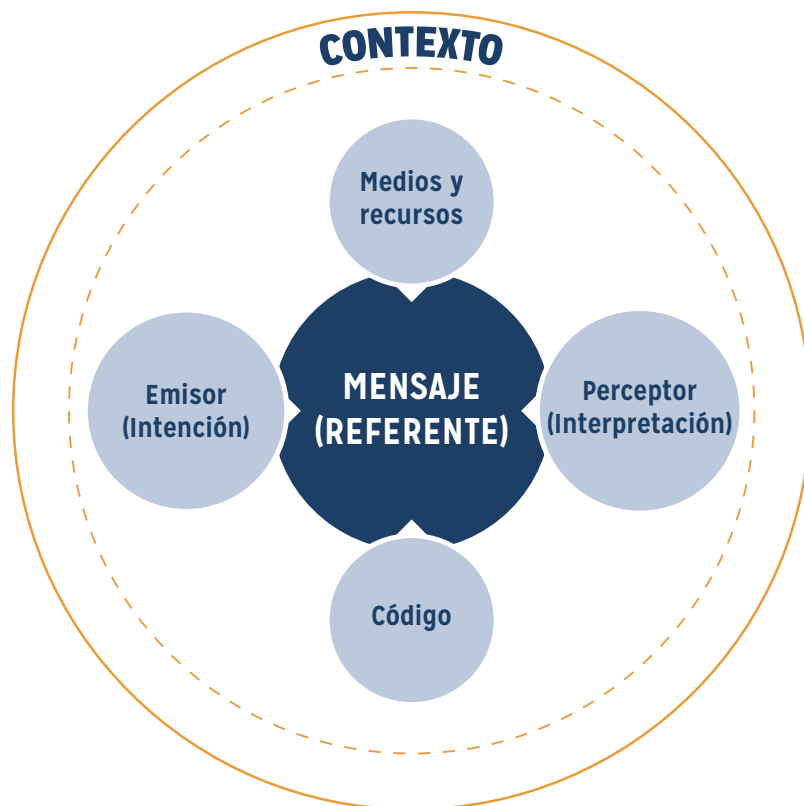
El primer paso es comprender qué es la comunicación, cuáles son los elementos que intervienen y cuál es el papel de cada uno.



EN TODO PROCESO DE COMUNICACIÓN INTERVIENEN SEIS ELEMENTOS PRINCIPALES:

1. Emisor
2. Mensaje (o texto)
3. Perceptor
4. Código o lenguaje
5. Contexto
6. Medios y recursos (revisar el cuadro adjunto).

ELEMENTOS DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN



Así, la comunicación es un proceso en el cual un emisor transmite o difunde un mensaje a un perceptor, se utiliza un código común y determinados medios y recursos, inmersos en un contexto particular. En otras palabras, es un proceso de **construcción/deconstrucción** de mensajes.



San Marcos

MIEMBRO DE LA RED
ILUMNO

El emisor es todo individuo, grupo o institución que elabora un mensaje. El perceptor es todo individuo, grupo o institución que lo interpreta.

En ambos casos se trata con “personas”. Es imposible comunicarse con una máquina, pues esta forma parte de los medios y recursos que facilitan la comunicación, pero no es uno de los puntos terminales del proceso, como lo son el emisor y el perceptor.

¿CUÁLES ELEMENTOS DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN ESTUDIÓ USTED EN LA ESCUELA O EL COLEGIO? ¿SON LOS MISMOS QUE EN ESTE CURSO?

Se prefiere el término perceptor a receptor, pues, como anota Daniel Prieto (1982, pág. 20):

“

Rechazamos para hablar de seres humanos, la expresión ‘receptor’ ya que implica un punto terminal de un proceso o un elemento que sirve para retransmitir algo.

”

En otras palabras, “perceptor” es un concepto dinámico que implica interacción. Por otro lado, “receptor” es un concepto pasivo que se refiere a la fase final de un proceso. El hombre percibe, la máquina recibe.

El mensaje –también llamado texto– es lo que se presenta a los sentidos. Es el momento fundamental del proceso de comunicación, ya que en él se plasma la intencionalidad del emisor y la interpretación del perceptor. El mensaje permite poner en común (comunicar) algo.



El texto está compuesto por signos que forman parte del código. La palabra "texto" viene del latín "textus", que significa "tejido", o sea, la unión de varios elementos, de palabras (signos) que representan ideas. En el texto se "teje" la relación del emisor con el perceptor y, por lo tanto, se evidencia el contexto. Observe que la palabra "contexto" puede descomponerse en dos: con-texto.

El mensaje o texto gira en torno a una idea central o referente, que es el tema del mensaje, aquello de lo que trata. Por otro lado, los medios y recursos constituyen los elementos que sirven para poner en circulación un mensaje y que son necesarios tanto el emisor como para el perceptor.

¿CUÁL ES LA DIFERENCIA ENTRE "RECEPTOR" Y "PERCEPTOR" Y ENTRE LOS CONCEPTOS DE "CANAL" Y "MEDIOS Y RECURSOS"? ¿CUÁLES SON LOS MEDIOS Y RECURSOS QUE SE UTILIZAN EN LA COMUNICACIÓN ORAL Y CUÁLES EN LA ESCRITA?

Para transmitir un correo electrónico, tanto el emisor como el perceptor deben tener recursos: materiales (computadora, conexión a internet, electricidad, etc.), humanos (por ejemplo, la persona que da mantenimiento a las máquinas y a los programas), financieros (dinero para pagar a las cuentas) y tiempo.

El contexto son las condiciones sociales, culturales y económicas en las cuales se desarrolla el proceso de comunicación, particularmente la relación emisor-perceptor.



San Marcos

MIEMBRO DE LA RED
ILUMNO

Nótese que se trata de condiciones sociales, no de condiciones físicas. Una persona puede comunicarse con otra pero no estar en el mismo lugar, pues lo importante es la relación social emisor-perceptor.

¿POR QUÉ SE CONSIDERA AL TIEMPO COMO UN RECURSO? ¿ESTÁ USTED DE ACUERDO O EN DESACUERDO CON ESTA PERSPECTIVA? BUSQUE EN EL DICCIONARIO, TRES SINÓNIMOS DE "CONTEXTO". ¿CUÁL ES LA DIFERENCIA ENTRE EL CONTEXTO EN LA COMUNICACIÓN ORAL Y EN LA ESCRITA?

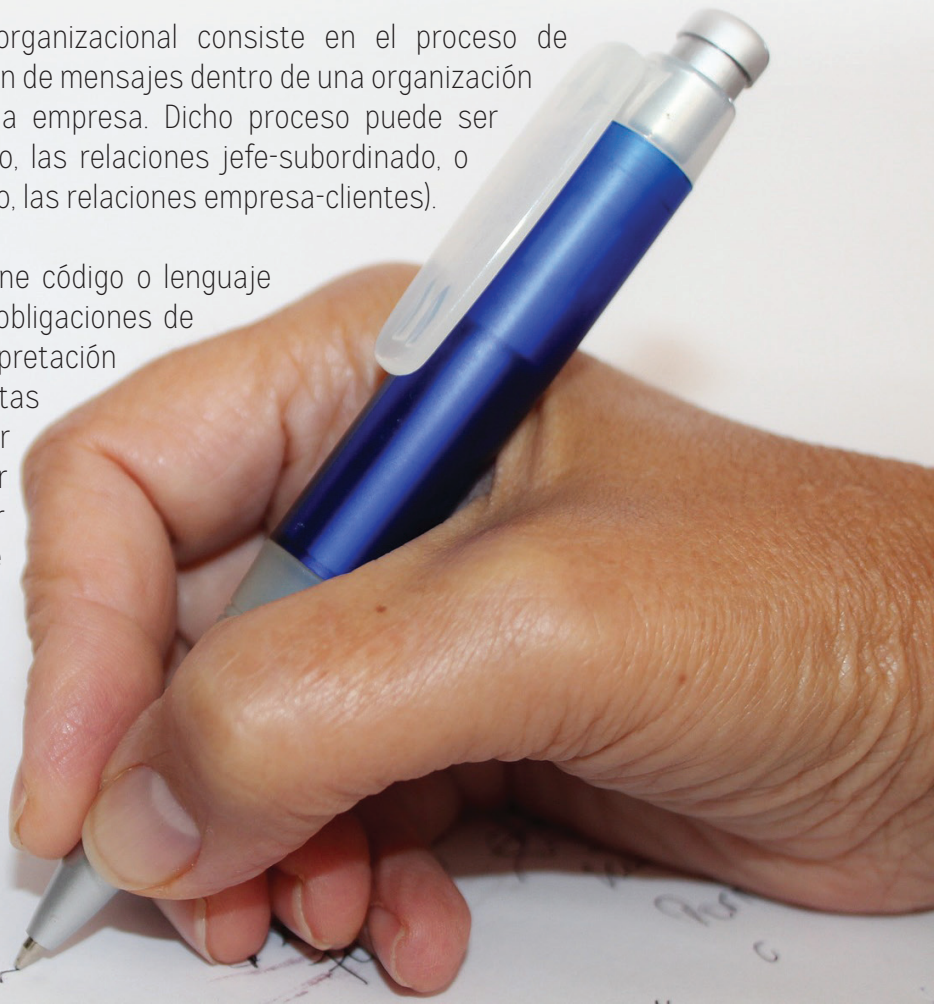
Un ejemplo de contexto en la comunicación interna en una empresa es la relación jefe-subordinados (relación laboral). Por otro lado, uno en la comunicación externa es la relación empresa-clientes (mercado).

A partir de los anteriores dos ejemplos, se deduce que en la comunicación organizacional se pueden distinguir dos tipos de contextos: el laboral

(comunicación interna) y el mercado (comunicación externa).

La comunicación organizacional consiste en el proceso de emisión y percepción de mensajes dentro de una organización compleja, como una empresa. Dicho proceso puede ser interno (por ejemplo, las relaciones jefe-subordinado, o externo (por ejemplo, las relaciones empresa-clientes).

Finalmente, se define código o lenguaje como las reglas u obligaciones de elaboración e interpretación del mensaje. Estas reglas deben ser conocidas tanto por el emisor como por el perceptor; a este conocimiento del código es lo que se denomina competencia comunicativa.



Existe múltiples códigos sociales: la etiqueta, la ropa, la comida, los gestos, la proximidad, los colores, los aromas (por ejemplo, los perfumes), la música, el baile, la arquitectura, la moda, el maquillaje...

Pese a lo anterior, este curso solo se enfocará en el lenguaje oral y el escrito, que han sido de gran importancia en la cultura occidental.

Aunque el código es común, el conocimiento de su utilización es diferenciado. Para lograr una comunicación por medio de un correo electrónico, el emisor y el receptor tienen que tener conocimiento de un lenguaje o código escrito particular (por ejemplo, el español). Sin embargo, no es lo mismo saber escribir que saber leer. En pocas palabras, el conocimiento del código es diferenciado.

A partir de todo lo anterior, se puede definir la comunicación como un proceso de **codificación/ decodificación** de mensajes que utiliza un código común y determinados medios y recursos, inmersos en un contexto particular.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Prieto Castillo, D. (1982). Elementos para el análisis de mensajes. México, México: Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa.

_____. (1987). Discurso autoritario y comunicación alternativa. Buenos Aires, Argentina: Premia.

Sandoval Téllez, M. J. (13 de mayo de 2004). El Aprendizaje Organizacional como respuesta al cambio. Su relación con el desarrollo comportamiento y la comunicación organizacional: una visión general de las empresas de comercio y servicio en la ciudad de Puebla. Recuperado el 5 de julio de 2013, de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/sandoval_t_mj/

Villarreal, L. (Ed.). (2006). Principios de comunicación rural: Antología. San José, Costa Rica: EUNED.

