

COMUNICACIÓN

Definición:

La comunicación es un proceso mediante el cual un individuo denominado comunicador o emisor, trasmite un estímulo (mensaje), para modificar la conducta de otro u otros individuos, denominados receptor o audiencia.

Elementos básicos de la comunicación:

- Emisor o Comunicador
- Comunicación o Mensaje
- Receptor o Audiencia.
- Retroalimentación.

Pero no debemos olvidar otros elementos que también se presentan en la misma:

- Código.
- El Canal o el Medio.
- Contexto
- Ruido.
- Redundancia.

Emisor o Comunicador.

Es la fuente y el trasmisor de la comunicación. Lo denominamos fuente porque lo que comunica es algo de su experiencia personal y ésta tiene aspectos múltiples: sico-cociales, políticos, históricos, religiosos, artísticos, etc.

El comunicador más efectivo será aquel que resulte más persuasivo, más creíble.

Las fuentes de alta credibilidad tienen un efecto más inmediato, no importa tanto la atención o comprensión en la comunicación como la credibilidad en la fuente.

Está demostrado que el comunicador más influyente será aquel que:

- Es percibido por la audiencia como un experto en el tema a tratar.
- Despierta sentimientos de afecto, admiración etc.
- Tiene capacidad de castigar, es decir si puede provocar temor o repudio.
- Muestra confianza en si mismo
- Se abstiene de traslucir actitudes negativas.

Receptor o Audiencia.

Es el destinatario del mensaje. Lo recibe a modo de estímulo codificado. Su recepción consiste en una decodificación de los signos.

El mensaje produce una reacción compleja en el receptor que puede traducirse en respuestas de diversa índole.

Según la situación en que el receptor se encuentre, el mensaje tendrá mayor o menor receptividad.

Elementos que influyen:

- *Afiliaciones a grupos.* Las personas que valoran la afiliación a un grupo van a ser más influenciadas por un miembro de ese grupo que por alguien que no pertenezca a él.
- *Diferencias individuales en personalidad.* Las personas con baja autoestima son fácilmente influenciables, en cambio las que tienen una alta autoestima no lo son.

Mensaje o Comunicación.

Es el contenido de la información que el emisor envía al receptor. Se transmite mediante unos signos.

El mensaje debe actuar como un incentivo para el oyente. Esto se puede lograr utilizando:

- Apelativos amenazantes.
- Apelativos motivantes.
- Las normas del grupo, es decir internalizar el mensaje como una de las normas del mismo.

Se puede aumentar la efectividad del estímulo apelando a las siguientes reglas:

- Luego de concluida la comunicación, no dejar librado a la audiencia la elaboración de las conclusiones o resumen final.
- Preparar a la audiencia para la contra propaganda que reciba eventualmente.

Retroalimentación.

Es la respuesta al mensaje por parte del receptor. Expresa una reacción. Hay quienes hablan de transmisión y recuperación o de comunicación unilateral y bilateral.

Código.

Es un sistema de signos determinado por un conjunto de reglas de constitución y relación de se los mismos. El número de signos puede ser limitado, aunque las operaciones pueden serlo en número finito o infinito. Los códigos pueden ser elementales, como el código del semáforo, o complejos, como el código lingüístico. Tanto el emisor como el receptor deben conocer los códigos para lograr la comunicación.

El Canal y el Medio.

El canal es el puente a través del cual circula el mensaje, el mismo puede ser formal o informal. El medio es la forma que asume el mensaje. Es el soporte de la información y varía de acuerdo al tipo de lenguaje elegido y al alcance de la comunicación.

Contexto.

Esta referido a la situación en que se encuentran el emisor y el receptor. Contribuye a una correcta interpretación del mensaje.

Ruido.

Es todo tipo de perturbación que pueda recibir una comunicación.

Redundancia.

Es un exceso de palabra. Es el medio empleado por el emisor para recalcar o reforzar una comunicación.

Barreras de la Comunicación.

Las distorsiones o ruidos en el proceso de la comunicación se pueden dar en cada uno de los elementos que lo componen. Analizaremos cómo influyen en cada uno de ellos:

Desde el punto de vista del emisor:

Influye en tres tipos de elementos:

- *Elementos Objetivos*, dentro de ellos tenemos que tener en cuenta: la adecuación del mensaje a la situación, los objetivos que se persiguen, la elección de medios auxiliares adecuados y la elección de una terminología que se compadezca con la oportunidad, así como el contexto en el que la comunicación tiene lugar.
- *Elementos de Personalidad*, la personalidad del emisor va a teñir el mensaje con sus actitudes, prejuicios, estereotipos (modelo de conductas prefijadas), etc. Por lo cual es conveniente que el emisor tenga una actitud objetiva.

- *Elementos Sicosociológicos*, son todos los elementos del contexto interpersonal que no están bien definidos, como por ejemplo la posición de liderazgo del comunicador, las normas del grupo, etc.

Desde el punto de vista del mensaje:

Hay que tener en cuenta aquí los aspectos materiales que rodean al vehículo de la transmisión, es decir la distancia, la falta de medios de comunicación etc.

Desde el punto de vista del receptor:

Como en el caso del emisor nos volvemos a encontrar con los elementos objetivos, personales y sicosociológicos.

- *Elementos Objetivos*, ellos son: la inteligencia, la cultura y la competencia general del receptor o audiencia.
- *Elementos de Personalidad*, aquí tenemos que valorar: el interés, la actitud y los valores.
- *Elementos Sicosociológicos*, tendremos que tener en cuenta: el clima del grupo, los rumores, el comportamiento conflictual, las expectativas del rol.

La importancia de la comunicación en las organizaciones.

Las comunicaciones orales o escritas son de vital importancia en las organizaciones. La interacción existe en las mismas, llevan a tener una fluida comunicación entre los trabajadores, directores, proveedores, clientes, etc.

Para los gerentes una buena comunicación es importante dado que a través de ésta planifican, organizan, dirigen, coordinan y controlan, por lo cual deben dedicar mucho tiempo a las comunicaciones.

Qué tener en cuenta para lograr una buena comunicación.

Cuando queremos comunicar un mensaje es conveniente:

- Tener claras las ideas antes de comunicarlas.
- Preguntarnos qué queremos lograr con el mensaje a emitir, cambiar una actitud, obtener información, lograr la motivación, etc. Y a partir de ahí adaptar el lenguaje, el tono de voz, medio para efectuarla, etc. con el fin de lograr el objetivo.
- Realizar un análisis holístico para determinar la oportunidad para efectuar la comunicación.
- Consultar a otros para realizar el plan adecuado para efectuar la comunicación.
- Controlar a través de la retroalimentación el alcance de la comunicación.