

Elementos del Proceso de la Comunicación.

David K. Berlo afirma que, al comunicarnos, tratamos de alcanzar objetivos relacionados con nuestra intención básica de influir en nuestro medio ambiente y en nosotros mismos; sin embargo, la comunicación puede ser invariablemente reducida al cumplimiento de un conjunto de conductas, a la transmisión o recepción de mensajes.

El proceso de comunicación es bidireccional, es decir, hay dos partes que están involucradas, un emisor y un receptor. Se requieren ocho pasos, sin importar si las dos partes hablan, usan señales manuales o se sirven de otro medio de comunicación; tres de esos pasos corresponden al emisor y los restantes al receptor.

Un emisor inicia el proceso de comunicación construyendo un mensaje y enviándolo a un receptor, éste a su vez analiza la información y reconstruye el mensaje a la luz de sus propios antecedentes y experiencias, los cuales le servirán para sintetizar la información recibida. El receptor analiza y reconstruye los significados del mensaje, sintetiza y construye significados y se convierte en un emisor al responder al mensaje que le fue enviado.

A continuación se presenta en la gráfica el *Proceso de Comunicación* de una manera global. Cada paso y elemento del proceso es una liga que lleva a la explicación del mismo. Haga *click* en cada uno de los elementos para que conozca el proceso de comunicación y su funcionamiento. Una vez que haya navegado todas las partes del proceso, siga con las actividades de este tema.

Gráfica del proceso

FUENTES:

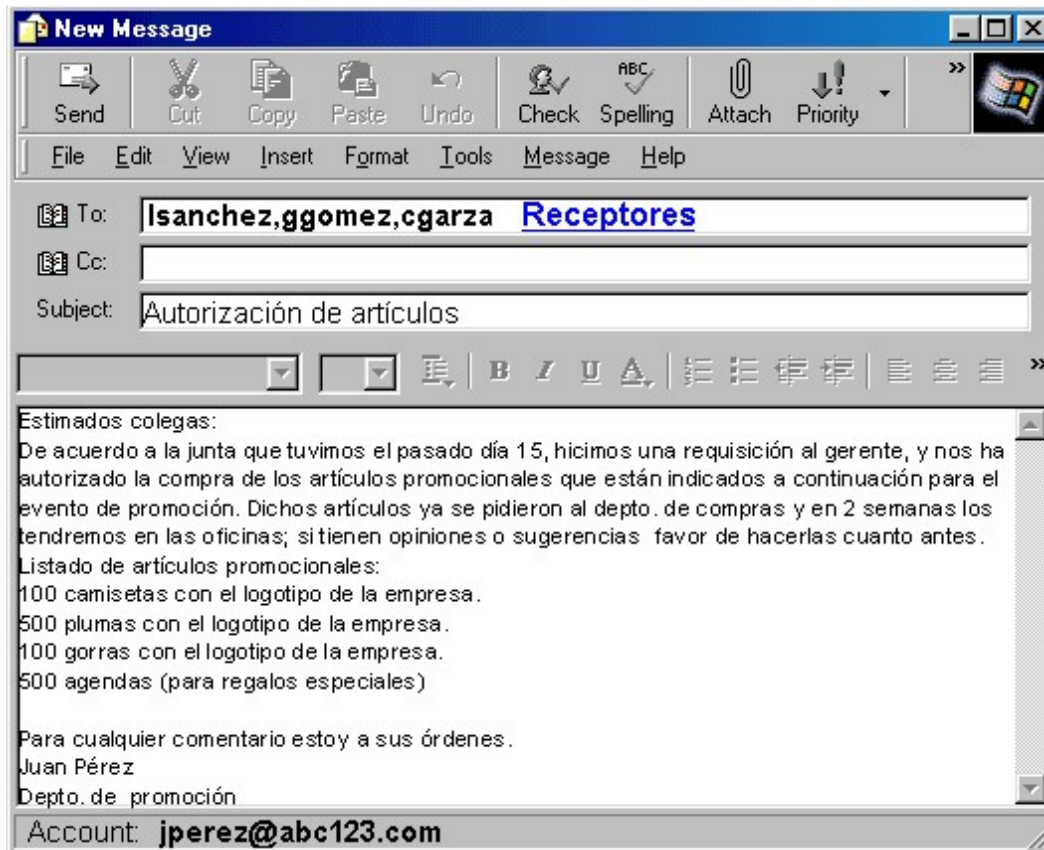
Genera un mensaje (información codificada), el cual va a ser transmitido por un determinado medio (y/o canal). Este mensaje descodificado y llega a un destino, produciendo determinados efectos, uno de los cuales es enviar información de retorno (feedback). El proceso tiene lugar en una situación y en un contexto particular y sus fases se desarrollan de acuerdo a un plan o programa.

Receptor

El receptor es quien recibe el mensaje, y a su vez cierra el proceso de la comunicación mediante la recepción, decodificación y aceptación del mensaje que se transmitió, y retroalimenta al emisor.

En una conversación, el receptor es quien responde a la conversación. En una empresa, por ejemplo, las respuestas a memorandos es una actividad del receptor, ya sea con otro memorando o con la acción específica que se solicita.

EJEMPLO: En el ejemplo del correo electrónico de Juan Pérez (emisor), Luis Sánchez, Gabriela Gómez y Concepción Garza son los receptores. Ellos, a su vez, pueden contestar el mensaje como parte de su recepción.



Gráfica del proceso

Mensaje

El mensaje representa la información que el emisor desea transmitir al receptor, y que contiene los símbolos verbales (orales o escritos) y claves no verbales que representan la información que el emisor desea transmitir al receptor. El mensaje emitido y el recibido no necesariamente son los mismos, ya que la codificación y decodificación del mismo pueden variar debido a los antecedentes y puntos de vista tanto del emisor como del receptor.

Según Berlo, los mensajes son eventos de conducta que se hallan relacionados con los estados internos de las personas: garabatos en el papel, sonidos en el aire, marcas en la piedra, movimientos del cuerpo, etc. Son los productos del hombre, el resultado de sus esfuerzos para codificar, es decir cifrar o poner en clave común sus ideas.

Los mensajes son la expresión de ideas (contenido), puestas en determinada forma (tratamiento mediante el empleo de un código).

Existen algunos aspectos que deben tomarse en cuenta cuando se elabora un mensaje:

- Tener en mente al receptor.
- Pensar el contenido con anticipación.
- Ser breve.
- Organizar el mensaje cuidadosamente: lo más importante debe ir al principio. Así el tema será más claro.

EJEMPLO:

En el ejemplo del correo electrónico de Juan Pérez, el mensaje es toda la información escrita que él mandó a sus colegas: el hecho de que hizo la requisición a la gerencia, que se autorizaron algunos artículos

promocionales, que ya se pidieron a compras que los tendrán en 2 semanas y que pide sugerencias.

Canales.

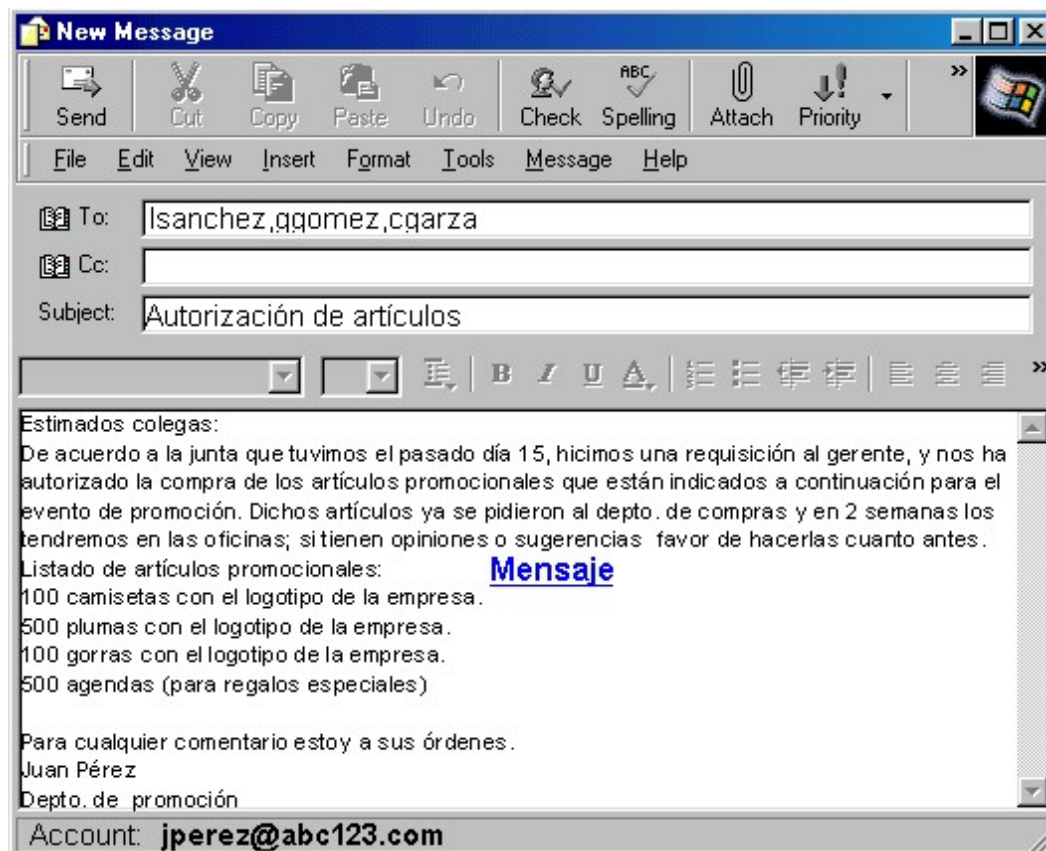
El canal es el medio por el cual se trasmite en mensaje. Éste puede ser una conversación, un medio escrito, electrónico, etc. No todos los canales poseen la misma capacidad para transmitir información.

Los documentos formales (como gráficas o informes presupuéstales) tienen una capacidad de transmisión baja, y una conversación personal tiene una alta capacidad de transmisión de información, ya que involucra tanto comunicación verbal como no verbal.

Los canales de comunicación pueden ser formales o informales. En la vida organizacional, los canales *formales* son aquellos como cartas, correos electrónicos, etc, en donde se transmite información sobre aspectos laborales. Los canales *informales*, por su parte, son las redes de comunicación que se llevan a cabo a través de interacción social, con preguntas, comentarios, etc.

En la sección de comunicación en las organizaciones se ven los tipos de comunicación que hay referentes principalmente a los canales, que son: la comunicación descendente, ascendente y horizontal.

EJEMPLO: En el ejemplo de los artículos promocionales, el canal formal utilizado es el correo electrónico. Si Juan se encuentra en la oficina con alguno de sus colegas y comentan el hecho, el canal es informal en una conversación.



Gráfica del proceso

Ecodificador (Transmisor):

Transforma la información original de un sistema con mayor facilidad, economía , velocidad. El ecodificador convierte las ideas de fuentes y mensajes valiéndose del código de la lengua.

Para nuestro caso, el ecodificador es la misma fuente.

Codificador.

Codificar el mensaje consiste en traducir la idea en palabras, gráficas u otros símbolos adecuados para dar a conocer el mensaje. El emisor escoge el código a fin de organizar las palabras y los símbolos en una forma que facilite el tipo de transmisión.

Existen diferentes tipos de códigos, como el idioma español, el lenguaje de los sordomudos, la clave Morse, las letras, etc. También existen los códigos de grupos especiales, como la policía, los pilotos, abogados, etc, que tienen una manera especial de transmitir sus mensajes. Existen muchos códigos en la comunicación: símbolos visuales, gestos, señales con las manos, lenguaje, escritura, etc. Debemos elegir un código cuando nos comunicamos. El código que normalmente usamos es el verbal, el lenguaje.

Existen cinco principios para precisar la codificación del mensaje.

- Pertinencia: el mensaje debe tener contenido y significado, por lo tanto se seleccionan cuidadosamente las palabras, gráficas o los símbolos que lo conforman.
- Sencillez: formular el mensaje de la manera más sencilla posible.
- Organización: el mensaje debe disponerse en una serie de puntos que faciliten su comprensión. Concluir cada punto que se elabore.
- Repetición: los puntos principales del mensaje deben formularse al menos dos veces.
- Enfoque: el mensaje debe ser claro; se debe prescindir de los detalles innecesarios.

EJEMPLO: La codificación del ejemplo del correo electrónico es por medio de la palabra escrita. En el correo electrónico se escribe en español el mensaje para transmitir las ideas que Juan Pérez quiere que sus colegas conozcan.

Feeb back – Retroalimentación.

Cuando el receptor reconoce el mensaje y responde al emisor, la retroalimentación ha tenido lugar. La retroalimentación es la respuesta del receptor al mensaje del emisor. Ésta completa el circuito de la comunicación, pues el mensaje fluye del emisor al receptor y de nueva cuenta a aquél.

Si no se hace retroalimentación esto puede deberse a que el mensaje no se recibió, el mensaje no se comprendió o el receptor no quiso responder. En estos casos, el emisor debe de indagar la falta de retroalimentación.

En una plática, el receptor que continúa la conversación que el emisor comenzó está llevando a cabo la retroalimentación. En una empresa, por ejemplo, cuando se cita a junta por medio de un memorando, al momento de que las personas asisten se está llevando a cabo la retroalimentación. De igual manera cuando se presenta una nueva idea o producto y los empleados dan su opinión, se está llevando a cabo la retroalimentación.

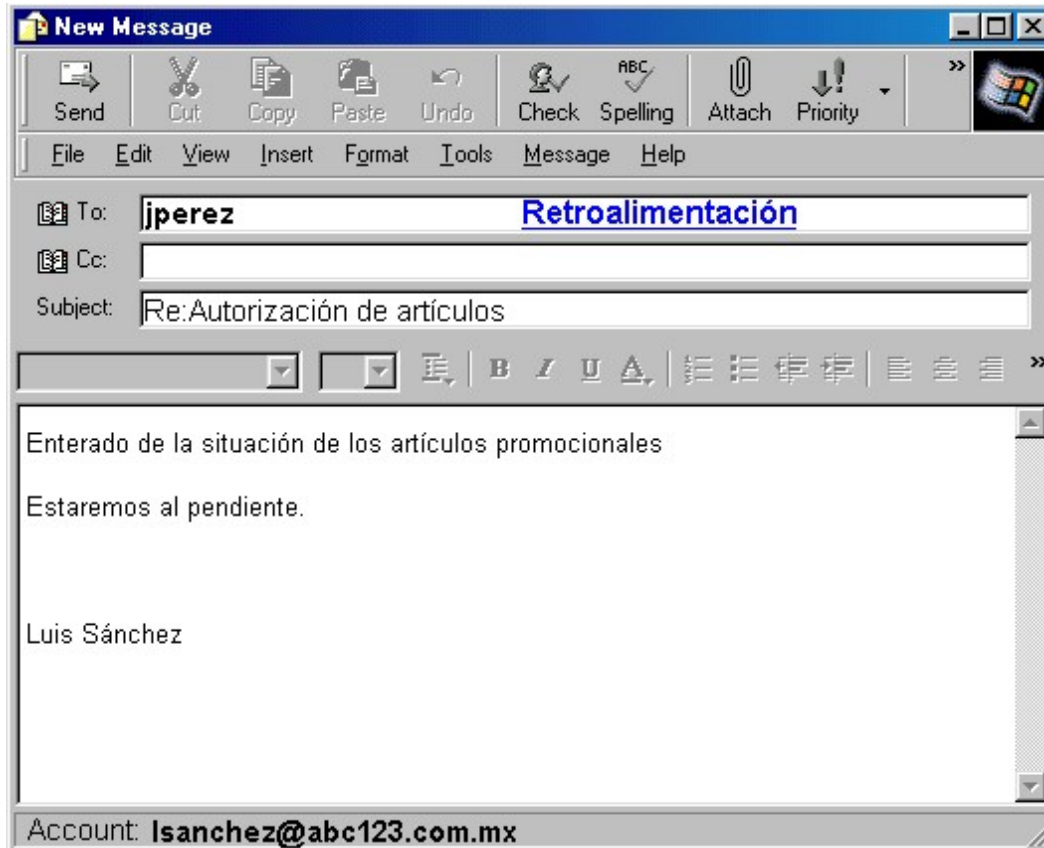
Características de la retroalimentación:

- Útil: para enriquecer la información del emisor.
- Descriptiva: para que sea eficaz.
- Específica: de manera que indique la comprensión del mensaje.

- Oportuna: en el lugar y contexto adecuados.

EJEMPLO: En el ejemplo del correo electrónico que Juan Pérez envió a sus colegas, éstos pueden llevar a cabo la retroalimentación contestando los correos o comentando alguna cuestión con Juan Pérez. Aquí se muestran algunas maneras:

Dando respuesta de que se recibió el mensaje:



Gráfica del proceso

FACTORES DE LA COMUNICACIÓN

Entre los factores que intervienen en la comunicación tenemos :

Factores que intervienen en la comunicación:

- 1.- Información escasa.
- 2.- Distancias de información.
- 3.- Falta de coordinación.
- 4.- comunicación apresurada.,
- 5.- temas a preguntar.
- 6.- Salirse de canales normales.

- 7.- no saber escuchar.
- 8.- confusión en las definiciones.
- 9.- conclusiones prematuras.
- 10.-diferencias de conocimientos y expresiones.
- 11.- diferencia de personalidad e interés.
- 12.- falta del todo al dar instrucciones.
- 13.- creencias en que lo sabemos todo.

La Comunicación.

• I SEMESTRE DE INGENIERIA

BARINAS, 02/10/2002

INTRODUCCION

El hombre desde sus comienzos sintió la necesidad de expresar sus emociones y sentimientos y busco la forma de comunicarse. En los símbolos o en la comunicación no verbal encontraron la forma de comunicarse y al pasar de la historia la comunicación ha evolucionado en diferentes formas hasta llegar el punto donde se encuentran hoy en día y en este trabajo se les va a presentar alguna de estas, que son de vital importancia en el desarrollo de nuestras vidas.

CONCLUSION

El trabajo presentado tiene una gran importancia para un buen entendimiento de lo que es la comunicación y los elementos de esta. Expresa de una forma sencilla y clara algo que hacemos en nuestras vidas a diario como lo es comunicarnos y muchas veces las personas no saben con claridad los elementos y los pasos a seguir para tener una comunicación efectiva.