



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA COMUNICACIÓN**

DOCENTE: PhD Edith Josefina Liccioni

LAS ETAPAS DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN (

Sin que hayamos elegido un tema de comunicación el proceso es el mismo, distinguiéndose 6 etapas a continuación se describen:

1. **Codificación:** comienza cuando la persona que emite un mensaje transforma en su mente las ideas o sentimientos que desea transmitir en palabras.
2. **Emisión:** se produce cuando las palabras que hemos pensado transmitir se convierten en sonidos, palabras escritas o signos, dirigidos a la persona receptora
3. **Transmisión:** ocurre en el momento que el mensaje es enviado hacia la persona receptora (a través del aire, un documento, por teléfono, etc.).
4. **Recepción:** en esta fase la persona a la que va dirigida el mensaje lo oye, lo lee, etc.
5. **Decodificación:** la persona receptora interpreta el mensaje, utilizando el mismo código que usó el emisor.
6. **Retroalimentación o Feedback:** ocurre cuando el receptor proporciona el emisor información sobre la reacción que ha producido el mensaje en él.

Además, en todo proceso de comunicación existen los siguientes elementos:

- **Emisor.** Persona que transmite algo a los demás.
- **Mensaje.** Información que el emisor envía al receptor.
- **Canal.** Elemento físico que establece la conexión entre el emisor y el receptor.
- **Receptor.** Persona que recibe el mensaje a través del canal y lo interpreta.
- **Código.** Es un conjunto de signos sistematizado junto con unas reglas que permiten utilizarlos. El código permite al emisor elaborar el mensaje y al receptor interpretarlo. El emisor y el receptor deben utilizar el mismo código. La lengua es uno de los códigos más utilizados para establecer la comunicación entre los seres humanos.

- **Contexto.** Relación que se establece entre las palabras de un mensaje y que nos aclaran y facilitan la comprensión de lo que se quiere expresar.

De la misma forma, la comunicación se ha definido como "el intercambio de sentimientos, opiniones, o cualquier otro tipo de información mediante habla, escritura u otro tipo de señales". Todas las formas de comunicación requieren un emisor, un mensaje y un receptor destinado, pero el receptor no necesita estar presente ni consciente del intento comunicativo por parte del emisor para que el acto de comunicación se realice. En el proceso comunicativo, la información es incluida por el *emisor* en un paquete y canalizada hacia el *receptor* a través del medio. Una vez recibido, el *receptor* decodifica el mensaje y proporciona una respuesta.

Recordando las funciones de cada elemento de la comunicación:

Ejemplo: Pedro llama por teléfono y le dice a Flor: "Tomaré el autobús a las 4 h"

<p><u>Contexto</u></p> <p>Conjunto de términos (palabras) que facilitan la comprensión del mensaje.</p> <p>La palabra autobús nos aclara que el verbo tomar significa viajar.</p>			
<p><u>Emisor</u></p> <p>El que transmite el mensaje.</p> <p>Pedro</p>	<p><u>Mensaje</u></p> <p>Información transmitida.</p> <p>Tomaré el autobús de las 4 h.</p>	<p><u>Canal</u></p> <p>Soporte material por el que circula el mensaje.</p> <p>Hilo telefónico</p>	<p><u>Receptor</u></p> <p>El que recibe el mensaje.</p> <p>Ana</p>
<p><u>Código</u></p> <p>Conjunto de signos y reglas que conocen el emisor y el receptor.</p> <p>La gramática de la lengua</p>			

Cuando no aparece ninguna señal de este tipo podemos decir que no se ha producido comunicación, tan sólo una transmisión de información.

Para una empresa u organización, la comunicación es una actividad imprescindible, ya que ésta tiene la obligación de comunicarse continuamente con

su público, entre trabajadores de los distintos departamentos que la componen.

LAS BARRERAS DE LA COMUNICACIÓN

Las barreras en la comunicación pueden ser:

1. **Al entorno:** Ruidos del ambiente, interrupciones varias, espacio físico.
 - **Ruidos o interferencias:** El ruido en la comunicación, es toda aquella señal no apetecida o indeseable que se junta con la señal que en verdad queremos transferir. Es también conocida como la secuela de una cantidad de disturbio que tienden a desfigurar la información cuando se representa en la banda de frecuencias de la señal, es decir dentro de su rango de frecuencias en la que se concentra la mayor parte de la potencia de la señal.

2. **Al trasmisor:** Falta de un código común con el trasmisor, imprecisión del mensaje o ambigüedad, falta de habilidad, actitud negativa hacia sí mismo, al destinatario o a un tema tratado, así como a la situación o contexto en que se da la propia comunicación.
 - **Filtración:** la filtración se refiere a la manipulación de la información para que de esta manera sea vista de manera más favorable por el receptor. Por ejemplo, cuando un gerente le dice a su jefe lo que él quiere oír, está filtrando la información. Al tiempo que las informaciones pasan a los ejecutivos, tiene que ser condensada y sintetizada por los subordinados para que los que están en la cima no se sobrecarguen de información.
 - **Percepción selectiva:** es debido a que los preceptores en el proceso de comunicación ven en forma selectiva y escuchan basados en sus necesidades, motivaciones, experiencia, antecedentes y otras características personales. Los receptores también proyectan sus intereses y expectativas en las comunicaciones al tiempo que las decodifican.

 - **Lenguaje:** la palabra significa diferentes cosas para diferentes personas. "El significado de las palabras no está en la palabra, está en nosotros." La edad, la educación y los antecedentes culturales son tres de las variables más obvias que influyen el lenguaje que una persona usa, así como también definiciones que da a las palabras. En una organización, los empleados usualmente llegan con diversos antecedentes y por tanto, tienen diferentes patrones de habla. Además, al agrupar a los empleados de un departamento, se crean especialistas que desarrollan su propia jerga o lenguaje técnico. El lenguaje de los

altos ejecutivos, pueden ser místico para los empleados operativos que no están familiarizado con la jerga gerencial. Si consideramos cómo cada uno de nosotros modificara el lenguaje, las dificultades en la comunicación se minimizarían. El problema es que los miembros de una organización no saben cómo aquellos con quien interactúan han modificado el lenguaje. Los emisores tienden a asumir que las palabras o términos que emplean significan lo mismo para el receptor y para ellos. Estos por supuesto, a menudo incorrecto. Por tanto crea dificultades en la comunicación.

3. **Al destinatario:** Falta de atención al mensaje, defensa psicológica, tendencia a evaluar anticipadamente el mensaje o inferencias, interpretando de manera distinta lo transmitido, proyección de nuestras preferencias, falta de feedback y efecto “halo” que son las impresiones positivas o negativas que nos produce el trasmisor, como consecuencia del juzgar rasgos específicos o hechos concretos de la persona que emite el mensaje.
 - **Defensa:** cuando la gente se siente amenazada, tiende a reaccionar en formas que reducen su habilidad para lograr el entendimiento mutuo. Esto es, se vuelve defensiva - se compromete en comportamientos como atacar verbalmente a otros, hacer comentarios sarcásticos, ser excesivamente juiciosa y cuestionar los motivos de los demás. Así, cuando los individuos interpretan el mensaje de los demás como amenaza, responden en forma que retardan la comunicación eficaz.

LAS REDES DE COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA

La comunicación se puede definir como el proceso con el cual se comparten significados entre varias personas mediante mensajes simbólicos. El proceso de comunicación es importante para los gerentes porque les permite desempeñar sus funciones.

Por tratarse de seres humanos, el factor esencial de la conducta de una organización es la comunicación en todas sus direcciones y en todos los niveles; a través de los elementos del proceso de comunicación; en el que se distingue a los canales de comunicación; es decir, a la línea de personas a través de la cuales pasan los mensajes y la utilización de las tecnologías. La buena comunicación tiene mucha importancia para la eficacia de cualquier organización o grupo, y se refiere a la transmisión y comprensión de significados. El hombre es un ser netamente comunicativo, y realiza esta actividad durante todo el día, (escribe, lee, habla y escucha). No puede existir un grupo que no tenga comunicación; la transmisión de algo con sentido entre los miembros que lo componen.

Hay diferentes Tipos de Redes:

- **Red en Cadena:** La comunicación tiene lugar entre las personas que se encuentran más próximas, suele ser a través de los distintos niveles jerárquicos, es decir del jefe al mando intermedio y de este al trabajador y viceversa.
- **Red en Círculo:** La comunicación circula libremente entre todos, con independencia de su rango jerárquico. La comunicación es más lenta y se utiliza para resolver problemas complejos. Ejemplo, las reuniones, círculos de calidad.
- **Red en Estrella:** En este caso la comunicación está centralizada por el líder o jefe, que es quien se encarga de transmitir la información al resto de miembros. Es propia en empresas de organización tradicional.
- **Red de varias direcciones o vías múltiples:** Hay comunicación entre todos los miembros y en todas direcciones, lo que permite que la satisfacción de los miembros sea alta, al hacerles sentir parte integrante de la empresa.

De forma espontánea y al margen de la estructura establecida por la empresa pueden surgir redes de comunicación informal, como por ejemplo el “rumor”, en donde la comunicación circula de forma casual y aleatoria de una persona a otras y así sucesivamente. Este tipo de comunicación suele perjudicar el clima laboral de la empresa. Por ello deben evitarse, mediante el establecimiento de buenos sistemas de información y comunicación.

1. LAS REDES DE COMUNICACIÓN FORMAL

Es la manera de comunicarse que está establecida por la empresa y que además, se corresponde con la propia organización de los procedimientos de la misma. Marca las pautas en que cada persona debe comportarse y cómo debe recoger y transmitir la información que llega. Así mismo, representa el orden jerárquico, y permite transmitir la información de manera rápida y con pocos errores, por lo que resulta muy útil para tomar decisiones.

Representa el orden jerárquico que consta en documentos, la teoría de este sistema establece que toda autoridad se delega de un nivel a otro y reside en última instancia.

Podemos establecer que la comunicación formal, cumple dos principales funciones en la organización:

Permitir la toma de decisiones y motivar.

Para que la información sea adecuadamente transmitida, es necesario que exista un flujo de comunicación que lo permita. Este flujo de comunicación debe cumplir los siguientes objetivos de información:

- Transmitir la información útil para la toma de decisiones.

- Transmitir la información con exactitud.
- Transmitir la información con rapidez.
- Transmitir la información sin errores.

2. LAS REDES DE COMUNICACIÓN INFORMAL

En este tipo la comunicación fluye dentro de la organización sin canales preestablecidos y surge de la espontaneidad de los empleados. Se le da alto nivel de credibilidad y suele estar relacionada con asuntos personales acerca de individuos o grupos de la organización. Este tipo de comunicación es conocida popularmente como “rumores” y sirve para que los altos niveles jerárquicos conozcan las condiciones personales de los empleados y del entorno de la empresa.

En definitiva, el estudio de la comunicación organizacional está cada vez más en auge y la experiencia afirma que las organizaciones que la llevan a cabo presentan una mayor efectividad laboral, mayor emotividad dentro de la organización y mejores resultados no productivos.

Se forma entorno a las relaciones sociales e los miembros, y surge siempre que un medio siente la necesidad de comunicarse con otro sin que exista ningún canal formal para ello, o si los que existen son inadecuados. Este tipo de comunicación aparece donde la comunicación formal es insuficiente para la necesidades emocionales y de información de los miembros de la organización.

El principal medio de comunicación empleado en la comunicación informal es el cara a cara, la relación interpersonal directa. Se utilizan como inyecciones de moral, ayudan a que los empleados de ciertos puntos sienten que forman parte del todo.

La principal distorsión que se forma en este tipo de comunicación es la causada por los rumores, que aquí se forman con cierta facilidad, hacer una comunicación no controlada y que busca complementar la falta de la comunicación formal.

Tipos de comunicación informal: El rumor y el chisme

El Rumor

- Es una noticia que está por acontecer o que ha acontecido pero cuya veracidad permanece sin confirmar. Este es consecuencia de la curiosidad por saber qué ha pasado o qué va a pasar respecto a algo que nos interesa.
- El rumor circula fácil y para que se dé deben enterarse muchas personas.

- Crea expectativas y reacciones frente a los hechos y puede ejercer un papel importantísimo en la generación del clima organizacional de cualquier comunidad.
- Es muy común en las organizaciones y en las empresas.
- El rumor es consecuencia directa de no mantener buenos métodos informativos y una buena comunicación entre las diversas instancias que componen una organización social.

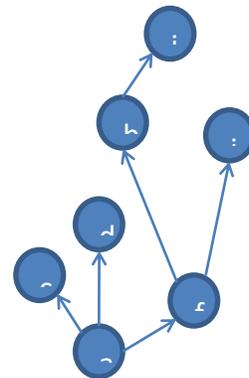
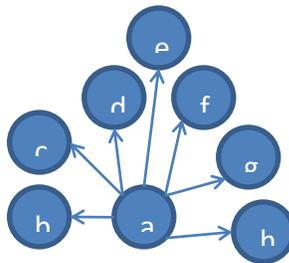
El chisme

- Esta se vale en las empresas de varias redes informales de comunicación que se sobreponen y se cruzan en distintos puntos; es decir, que algunos individuos bien informados pertenecen a más de una red. La chismografía muestra un admirable desprecio por el rango o por la autoridad, y puede enlazar a los miembros de la organización en cualquier combinación de direcciones: horizontal, vertical y diagonal.

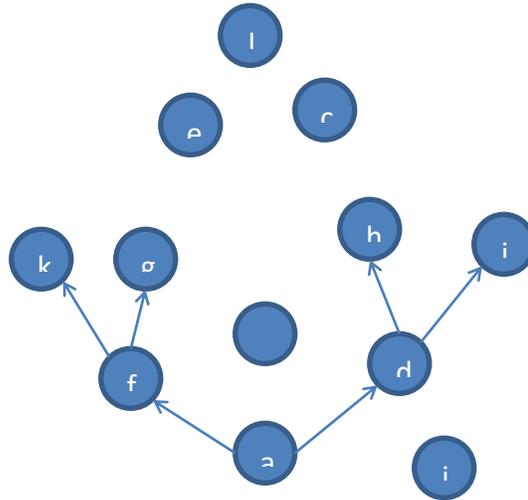
Tipos de redes de chismografías



Cadena sencilla



Racimo



Probabilidad

TIPOS DE COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA

TIPOS DE COMUNICACIÓN EN LAS EMPRESAS.

1. Según el medio que se emplea.

- **VERBALES:** mediante la emisión de palabras. Permite la interacción directa entre emisor y receptor. Y esto se traduce en ahorro de tiempo. Evita mal entendidos y permite aclaraciones inmediatas. Pueden ser:
 - Individuales: entre dos personas (bidireccional y con feedback)
 - Colectivas: a un grupo de personas. Son inmediatas y multidireccionales. (se da en forma de reunión que permite el intercambio de ideas y opiniones)
- **ESCRITAS:** plasmadas directamente en un soporte de papel o un soporte magnético (correo electrónico) Se dividen en:
 - Internas: comunicaciones que quedan reflejadas en documentos tales como una nota interior enviada por correo o e-mail.
 - Externas: carta comercial, solicitud de pedido....
- **NO VERBALES:** manifestaciones corporales, muy utilizado por personas con discapacidad
- **COMUNICACIÓN NO VERBAL:** La comunicación no verbal surge desde el inicio de la comunicación entre los seres humanos, el 30%

del contenido total de un mensaje viene dado por las palabras y El 70% del mensaje es no verbal

La comunicación no verbal expresa de la siguiente manera:

1. Para el **emisor**

- Cara: ceño, sonrisa, mueca.
- Ojos: dirección mirada, alteraciones pupila.
- Cuerpo: postura, posición brazos y piernas, distanciamiento.
- Voz: tono, ritmo

2. Para el **Receptor**

- Vista: Percibimos la forma, color, tamaño de las cosas.
- Oído: Captamos los sonidos y distinguimos si son fuertes, débiles, agudos o graves.
- Olor: Apreciamos los aromas y los distinguimos unos de otros.
- Tacto: Notamos el frío, calor, suavidad o aspereza de las cosas.

VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA COMUNICACIÓN ORAL Y ESCRITA

A continuación detallaremos las ventajas y desventajas de la comunicación ORAL:

Comunicación ORAL	
Ventajas	Desventajas
Respuestas inmediatas: nos permite satisfacer el deseo de obtener una respuesta rápidamente, por parte del receptor.	No todas las personas tienen una misma idea sobre determinada palabra, pero sí conocen la esencia de lo imaginado.
Complementada: puede ser mediante gestos u otros medios auxiliares.	No todas las personas tienen condiciones de oír claramente un mensaje, por incapacidad auditiva.
Elemental y económica: es la forma más sencilla de comunicarse y también la de menor costo, cuando las personas están físicamente cerca.	No permite transmitir gratificaciones mentales nítidas.
Abierta para todos: todo ser humano puede realizarla, excepto si presenta defectos físicos.	Posee una cobertura limitada.
Nos permite identificar, distinguir o reconocer a las personas, aun cuando	Es de corta duración, ya que demanda el uso de la tecnología

éstas se encuentran a una determinada distancia.	
Nos facilita la corrección inmediata del mensaje, en caso de alguna imperfección.	

A continuación detallaremos las ventajas y desventajas de la comunicación ESCRITA:

Comunicación Escrita	
Ventajas	Desventajas
Permite utilizar el mismo mensaje para llegar a muchas personas.	La respuesta del receptor no es instantánea.
Permite la utilización de un mensaje claro, ya que antes de enviar lo escrito podemos corregir ciertos errores.	Es una comunicación fría e impersonal.
Posibilita retener el mensaje en la distancia y en el tiempo.	Es necesario el saber leer y escribir, en ambos: emisor y receptor.
Mediantes la comunicación escrita podemos expresar mensajes complicados que serían tediosos oralmente.	Es necesario saber el idioma en el cual se comunican.

2. Según la dirección.

- **VERTICALES:** La dirección que toma esta comunicación vertical es entre las diferentes posiciones de la jerarquía empresarial, es decir de trabajadores a superiores y viceversa. Lo positivo de esta comunicación es que se pasa información con la cual sabemos qué está ocurriendo en los diferentes lugares de la organización.

En este movimiento vertical de información existen dos posibilidades, ascendentes, de estratos más bajos de la organización a más altos, y descendentes, en dirección contraria, es decir, de los altos estratos a los inferiores

Estas se subdividen en:

- **Descendentes:** se transmiten de arriba abajo, de un superior a un subordinado. Consiste en dar información sobre objetivos y tareas dentro de la empresa. Pueden ser escritas, orales u orales, pero de este último modo la información puede desvirtuarse inconscientemente. El escrito es más preciso.

- **Ascendentes:** su finalidad es la de informar a niveles superiores de los logros alcanzados, estado del trabajo en ejecución, propuestas...
- **HORIZONTALES:** Este tipo de comunicación se produce entre personas del mismo nivel jerárquico dentro de la empresa. La función de la comunicación horizontal es la de suministrar apoyo emotivo y social entre los trabajadores, al igual que coordinar las tareas para la plantilla, de modo que estén organizadas y sean coherentes unas con otras.

Se establecen entre dos departamentos del mismo nivel jerárquico. Se dividen en:

- Formales: información entre diferentes departamentos como medio de coordinación entre ellos. Pueden ser orales en reuniones, o al teléfono y escritas en forma de notas internas.
- Informales: las que se establecen fuera del ámbito empresarial.

Por tanto, distinguimos dos tipos de comunicación en función de si esta se realiza en el interior de la empresa u organización o se lleva a cabo con el exterior:

- **La comunicación externa** es la que se realiza entre la empresa y su entorno (clientes, proveedores, competencia). Los medios que establecen esta comunicación son de tipo publicitario, promociones, a través de ponencias, congresos.
- **La comunicación interna** es la que establece diariamente entre las personas trabajadoras en un mismo centro de trabajo. La necesidad de comunicación interna se justifica al observar las ventajas que se derivan de ella, tanto para el centro como para las personas que trabajan en él. Permite mantener la coordinación entre las distintas partes que componen la empresa u organización. Podemos poner como ejemplos notas de departamentos, reuniones de trabajo, entrevistas, comunicados internos, circulares, tablón de anuncios, etc.

CONCLUSIONES

1. La comunicación es parte fundamental en las organizaciones y/o empresas por su
2. La comunicación es un proceso sencillo y complejo, mediante el cual intercambiamos e interpretamos ideas en un contexto determinado.
3. Es un proceso que progresa en el espacio y en el tiempo, es irreplicable e irreversible..

En la empresa, la comunicación es un elemento mediatizado que pretende convencer, persuadir, influir e informar de los objetivos que se propone.

4. La comunicación es un instrumento y una herramienta para gestión y de dirección que, en cuanto a su definición, funciones y aplicación depende de las políticas, las estrategias y las posiciones que adopta una empresa en cada situación concreta.
5. La comunicación dentro de una empresa influye en los resueltos de que se espera obtener ya sea comercialmente, gubernamental, etc. En sus dos formas la **comunicación Formal**, está establecido por la empresa para guiar a los trabajadores a cumplir con las metas ya establecidas, mediante parámetros que deberán ser cumplidos obligatoriamente. Y la **comunicación Informal**, es de la que se valen los trabajados y encargados para verificar el estado emocional, y relacionarse, de tal manera que sea para todos una empresa donde armonice la cordialidad con la misma finalidad que la comunicación formal.
6. La comunicación no verbal se inició en la aparición de los seres humanos al intentar relacionarse e interactuar lo que lograron con imágenes, señas, gestos y otros.
7. En la actualidad la comunicación no verbal, en su mayoría es usada por las personas que tiene alguna discapacidad física, para poder comunicarse siendo este método de mucha utilidad.

Bibliografías

Fuentes electrónicas

<http://www.slideshare.net/wi11i/barreras-de-la-comunicacion-1514516>

<http://www.slideshare.net/blnca/la-comunicacion-en-la-empresa>

<http://www.losrecursoshumanos.com/contenidos/221-la-comunicacion-en-la-empresa.html>

<http://www.auladeletras.net/material/comunica.PDF>

<http://pupitre.wordpress.com/2007/10/15/3comunicacon-verbal-y-no-verbal/>

<http://roble.pntic.mec.es/~msanto1/lengua/1venover.htm>

http://es.wikipedia.org/wiki/Comunicaci%C3%B3n_no_verbal

<http://www.cobachsonora.edu.mx/portal/Modulos-3sem/CPT3S-EOESCRITO1.pdf>