

### III. LA COMUNICACIÓN DEL EMPLEADO

#### PROCESO

##### 1. COMUNICACIÓN Y CULTURA

La comunicación es un fenómeno intrínseco del hombre que abarca todos los aspectos de su vida. Comunicar es interactuar, es relacionarse con un medio ambiente físico y social. Es influenciar y ser influenciado por los demás.

Cada cultura, en cualquier tiempo y lugar, tiene sus patrones de comunicación, tiene un lenguaje que se va transmitiendo de generación en generación y que crea una serie de valores comunes y creencias compartidas. Estos patrones, valores y creencias confieren a una cultura su propia personalidad. El individuo absorbe esta cultura en la que se encuentra inmerso y aprende a mirar e interpretar al mundo circundante del mismo modo como han aprendido a mirarlo e interpretarlo los otros miembros de su grupo comunicacional.

Ya no lo ve como la masa confusa de sus primeras impresiones, sino a través de conceptos aprendidos, de categorías y etiquetas. La percepción es un comportamiento aprendido y compartido mediado por símbolo, y aprender y compartir requieren comunicación.

La comunicación y la cultura son inseparables. Siempre lo han sido. Sin embargo, la comunicación es un hecho tan cotidiano, tan obvio, que durante muchos siglos pasó desapercibida. Fue hasta la década de los treinta cuando surgió la inquietud de estudiar científicamente el fenómeno comunicativo. A partir de entonces se han multiplicado prodigiosamente las investigaciones, directas e indirectas, en torno a la comunicación. Toda clase de profesionistas e investigadores la han estudiado, cada una en su área respectiva de especialización. La comunicación es una jungla tan complicada, que los expedicionarios que por ella se han aventurado han tropezado con muchas dificultades para abrir senderos a través de ella. Apenas ahora se está tratando de integrar en una sola teoría lo que se ha descubierto en infinidad de disciplinas.

Y es que la comunicación, como decíamos, abarca todos los campos de la actividad humana. Es tan extensa que uno corre en ella el peligro de perderse. Hay tantas definiciones de comunicación, como personas han pretendido definirla.

Etimológicamente la palabra comunicación viene de las raíces latinas *cum*, que significa *compartir*, y *munus*, que significa *don*. Es decir la comunicación sería "compartir un don" o "hacer común algo".

Con base en esto, podríamos decir que la comunicación es "poner en común algo o alguien, en un momento dado y bajo cierta circunstancia". Es decir, cuando nos comunicamos estamos haciendo común, ya sea verbal, gráfica o corporalmente una experiencia o hecho informativo.

En ese momento hacemos el papel de emisores de la comunicación, que dirigimos nuestro mensaje, elaborado en base a un código o lenguaje, a una persona que será nuestro receptor. Para que este mensaje sea recibido necesitamos de un medio o canal (por ejemplo las ondas sonoras del lenguaje hablado o las letras del lenguaje escrito). Además, llevamos siempre una intención, que es la de influir de alguna manera en la conducta de nuestro receptor.

La comunicación cierra su ciclo cuando se produce una respuesta por parte de nuestro interlocutor. Estos elementos nos permiten definir a la comunicación como "el proceso mediante el cual una persona llamada emisor envía a otra llamada receptor un mensaje, a través de un canal, esperando una respuesta". Aquí estamos restringiendo la comunicación al campo de las interacciones humanas, que es, en última instancia, el que nos interesa estudiar y comprender.

## 2. UN MODELO

En términos generales podríamos decir que un modelo es la representación, tan poco complicada como sea posible, de un sistema complejo.

### 3. CLASIFICACIÓN DE LAS COMUNICACIONES

La comunicación puede tener diversas clasificaciones, de acuerdo al enfoque que demos a su estudio.

Una primera clasificación dividiría a la comunicación en : verbal, escrita y gesticular ( o no verbal ). Evidentemente, de las tres sería la verbal la mas común.

Podríamos también clasificar a la comunicación en :

- a ) intrapersonal: es la comunicación del hombre con sigo mismo ( muchos teóricos ponen en duda este tipo de comunicación ).
- b ) Interpersonal : es la comunicación entre dos personas, o un grupo reducido de personas.
- c ) Intergrupala : es la comunicación entre un grupo grande de personas.
- d ) Organizaciones : es la comunicación en cualquier tipo de organización social.
- e ) Colectiva o masiva : se produce a través de los medios de comunicación colectiva ( prensa, televisión, cine, radio ). y esta dirigida a públicos grandes, heterogéneos y anónimos.

### 4. CONTENIDO DE LA COMUNICACIÓN

El contenido de la comunicación se encuentra en le mensaje. el emisor, como habíamos dicho, tiene una intencionalidad al comunicarse, y en base a ella estructura su mensaje en un código. El código es un conjunto de símbolos ( como las palabras por ejemplo ) , ordenado de tal manera que el receptor entiende lo que se le quiere decir. Esos símbolos hacen posible la comunicación entre emisor y receptor. la conformación o estructuración de los símbolos dependerá de la intención del emisor. Es posible que al

emisor le interesa más el fondo de su mensaje ( por ejemplo, un científico que escribe un libro sobre determinada área de su especialidad ); pero puede también suceder que este sea más interesado en la forma del mensaje ( por ejemplo, un pintor ). En el primer caso, el contenido del mensaje será ideológico; en el segundo, será estético.

Muchos mensajes son a la vez ideológicos y estéticos. Tal es el caso de la comunicación publicitaria : quiere, por un lado que el mensaje llegue al receptor ( para que el receptor se convierta en consumidor del producto que se anuncia ), y por otro, que le llegue de una manera amable, para que le pueda interesar e impactar.

Este es, a grandes rasgos el proceso comunicativo; con lo que se ha dicho hasta el momento podemos darnos cuenta de la importancia que reviste en la vida social.

El hombre se agrupa en diversos tipos de organizaciones, entre las cuales se encuentra la empresa. Estudiar cuales son las formas de comunicación más usuales en ella es el objeto del presente proyecto.

## 5.- CONDICIONES DE LA COMUNICACIÓN

Hablar de " condiciones " significa que el proceso de comunicación no se realiza en el vacío, sino que se lleva a cabo en un medio ambiente físico y en un momento dado, por ejemplo, en un salón de escuela, en una oficina de trabajo, o en un auditorio.

### Funciones de la comunicación :

a) En el individuo : se considera que para el individuo, la comunicación con otras personas cumple tres funciones básicas :

1. Modela el mundo que lo rodea.
2. Le permite definir su propia posición en relación a los demás, y
3. Le ayuda a adaptarse con éxito a su medio ambiente.

A través de estas funciones, la comunicación proporciona a los individuos, indicaciones y puntos de referencia para guiar su comportamiento, y les transmite los valores y normas del grupo social.

El vehículo por medio del cual se logra con mayor frecuencia la comunicación es el lenguaje común (hablado o escrito), el cual contiene las definiciones y las limitaciones que encauzan y dirigen la forma en que el individuo se enfrenta a su mundo externo; por esta razón, al lenguaje se le ha considerado como "la acumulación simbolizada" de las experiencias humanas, y, como tal, refleja la vida de los grupos.

Los propósitos y objetivos específicos de la comunicación pueden ser señalados en forma directa y clara o pueden permanecer implícitos; en el primer caso podríamos considerar la situación siguiente :

Un jefe se dirige a su secretaria y le pide le concerté una cita para entrevistarse con el director, aquí el objetivo del mensaje es muy claro y específico. Pero, por ejemplo, cuando un estudiante interroga a su maestro puede estar obteniendo información para preparar un examen y asegurar su eficiencia en el, o para satisfacer simplemente su curiosidad intelectual, aquí el objetivo de la comunicación no es tan claro, a menos que el estudiante lo especifique explícitamente.

- b) En las organizaciones de trabajo : algunos autores y estudiosos clásicos de las organizaciones, han afirmado lo siguiente : " en una teoría exhaustiva de la organización, la comunicación ocuparía un lugar central, ya que la estructura, la extensión y el alcance de la organización están determinados casi enteramente por las técnicas de comunicación, lo cual significa básicamente que la comunicación propicia todo lo que ocurre en la organización. Aun cuando este punto de vista sea extremo, existen otros enfoques mas razonables que consideran que la importancia de la comunicación varia según la orientación de la organización, el grado de complejidad y la importancia que se de a las ideas y a las personas.

---

Lo que si podemos afirmar, sin lugar a dudas, respecto a la función de la comunicación en las organizaciones, es que juega un importante papel en el logro de los objetivos institucionales y en la efectividad de las decisiones que se toman, ya que las estructuras organizacionales, la sofisticación tecnológica, los grados de complejidad y formalización, están diseñados para ser capaces de manipular información, o en todo caso para evolucionar hacia ello. Ya el hecho de establecer una estructura organizacional es señal de que las comunicaciones deben seguir un camino determinado hacia un centro de control y decisión en donde el énfasis del intercambio se hace mas notorio.

Para que las comunicaciones que se llevan a cabo dentro de las organizaciones de trabajo puedan cumplir sus objetivos, existen canales de comunicación que se extienden de lo alto, a lo bajo de la estructura de la organización; y tales canales juegan un papel crítico en los 2 tipos de relaciones esenciales para el correcto funcionamiento de la organización : las relaciones entre las personas y su trabajo, y las relaciones entre cada persona y su superior.