

Informe de comunicación

1. [Redes de la comunicación](#)
2. [Medios de comunicación](#)
3. [Comunicaciones ascendentes, descendentes, horizontales, informales y formales](#)
4. [Lenguaje](#)

La comunicación:

Se entiende por comunicación toda transferencia de información, de un emisor a un receptor: puede ser tanto la biónica (comunicación entre seres vivos) como la cibernética (comunicación entre máquinas, Internet), como lenguaje humano.

Por que comunicar:

Es la única forma que tenemos para expresar nuestros sentimientos, estados de ánimo, opiniones; es decir es la única forma de hacernos entender y comprender a los demás, he aquí la importancia de comunicar.

Comunicación bidireccional:

Es la más común de las comunicaciones y es la que llevamos día a día. En esta por un momento somos receptores y por otro emisores e intercalamos con nuestro interlocutor.

El supervisor hombre clave en el proceso de comunicación, por que:

Tiene que ser comunicativo principalmente porque el debe conocer a todo el personal que esta bajo su mando tanto sus fuerzas como sus debilidades y participarles de todas las eventualidades de la empresa, así como mantener informado a la alta gerencia.

La dirección que debe tomar la comunicación:

1. Dirección de la Comunicación:

La Comunicación puede fluir vertical u horizontalmente. La dimensión vertical puede ser dividida, además, en dirección ascendente o descendente.

DESCENDENTE: Es la comunicación que fluye de un nivel del grupo u organización a un nivel más bajo. Es el utilizado por los líderes de grupos y gerentes para asignar tareas, metas, dar a conocer problemas que necesitan atención, proporcionar instrucciones.

Gerente

Supervisor

Empleados, obreros, técnicos, etc.

ASCENDENTE: Esta comunicación fluye en forma opuesta a la anterior, es decir, de los empleados o equipo de trabajo hacia la gerencia. Se utiliza para proporcionar retroalimentación a los de arriba, para informarse sobre los progresos, problemas, sobre el sentir de los empleados, cómo se sienten los empleados en sus puestos, con sus compañeros de trabajo y en la organización, para captar ideas sobre cómo mejorar cualquier situación interna en la organización. Un líder sabe que ambas direcciones son importantes e imprescindibles para lograr las metas propuestas con el mínimo de problemas, pero lamentablemente no todas las organizaciones tienen conciencia de ello, por lo que en muchas ocasiones las ideas, pensamientos y propuestas de los empleados pasan desapercibidas ya que consideran que esto no influirá en el rendimiento laboral.

Obrero, empleados, técnicos, clientes

Supervisor

Gerente

Ejemplos Organizacionales de Comunicación Ascendente

- Informes de desempeños preparados por supervisores
- Buzones de sugerencia
- Encuesta de actitud de los empleados
- Procedimientos para expresar quejas
- Encuestas.

LATERAL: Este tipo de comunicación se da cuando dos o más miembros de una organización cuyos puestos están al mismo nivel intercambian información. Por ejemplo comunicaciones entre supervisores de varias plantas o departamentos. Este tipo de comunicación es muy positiva para evitar procesos burocráticos y lentos en una organización, además, es informal y promueve a la acción.
Supervisor Depto. Compras Supervisor Depto de Finanzas

REDES DE LA COMUNICACIÓN:

Las redes de la comunicación definen los canales por los cuales fluye la información. Los canales de una organización pueden ser formales o informales y cada uno tiene un uso respectivo dentro de la empresa. Las redes Formales son generalmente verticales, siguiendo la cadena de autoridad y limitadas con las comunicaciones con las tareas empresariales. Por el contrario, las redes informales no son rígidas en su dirección, puede tomar cualquiera, saltar niveles de autoridad y seguramente satisface necesidades sociales de los miembros internos de la organización, por ejemplo los rumores o chismes. Ahora bien, una red formal se puede presentar de tres formas: la cadena, la rueda y todo el canal.

La cadena sigue rígidamente la cadena formal de mando. Se utiliza si la precisión de los datos es lo más importante.

La rueda se apoya en un líder para actuar como un conducto central para todas las comunicaciones del grupo, facilita el surgimiento de un líder, es rápido y alta precisión

Toda la red del canal permite que todos los miembros del grupo se comuniquen en forma activa el uno con el otro y es más adecuada si se busca una mayor satisfacción, su precisión es moderada y no es probable que surjan líderes.

En cuanto a las redes informales la información puede correr entre los miembros en forma de chisme o rumor, no es controlada por la gerencia y es percibida para los empleados como más confiable y creíbles que las informaciones emitidas por la gerencia a través de las redes formales, Los rumores emergen como una respuesta a las situaciones que son importantes para nosotros, donde existe la ambigüedad y en condiciones que crean aprensión, por ejemplo el secreto y la competencia que típicamente prevalecen en las organizaciones alrededor de los temas como la designación de nuevos jefes, reubicación de las oficinas y nuevas asignaciones de trabajo.

Es importante entender que el chisme es una parte de la red de información de cualquier grupo u organización, le muestra a los gerentes aquellos temas que los empleados consideran importantes y provocadores de ansiedad, de esta forma el gerente puede minimizar las consecuencias negativas de los rumores al limitar su rango e impacto.

Actitudes ante las comunicaciones:

Para que podamos tener una comunicación efectiva debemos tener una actitud positiva y de total recepción tanto para recibirlo como para comunicar.

Una situación típica de esta clase es un encuentro entre dos desconocidos, uno de los cuales quiere establecer una conversación y el otro no, por ejemplo, dos pasajeros en un avión que comparten un asiento. Supongamos que A sea el que no quiere hablar. Hay dos cosas que no puede hacer, no puede abandonar físicamente el campo y no puede no comunicarse. La pragmática de este contexto comunicacional se ve así limitada a unas ciertas reacciones posibles:

- a) Rechazo de la comunicación: A puede hacer sentir a B, en forma más o menos descortés, que no le interesa conversar.
- b) Aceptación de la comunicación: A terminará por ceder y entablar conversación.
- c) Descalificación de la conversación: A puede defenderse mediante una técnica de la descalificación, esto es, puede comunicarse de manera tal que su propia comunicación o la del otro queden invalidadas (cambios de tema, oraciones incompletas).
- d) El síntoma como comunicación: A puede fingir somnolencia, sordera, borrachera, ignorancia del idioma o cualquier otra deficiencia o incapacidad que justifique la imposibilidad de comunicarse.

Comunicación efectiva:

Una comunicación efectiva está basada en el establecimiento de un puente donde el emisor tenga detectado el objeto, el lenguaje y el contenido correcto, conociendo previamente quién es el receptor y previendo cuál será su feedback (hacer las cosas correctas correctamente).

Los elementos básicos de esta comunicación son:

- El mensaje emitido es claro, conciso y sencillo.
- El contenido se adapta al interpretante y al interprete.
- El interpretante e interprete emplean el mismo código.
- No se produce interferencia.

Clasificación de las comunicaciones:

Formal e informal, escrita y verbal dentro de la organización.

Ascendente: trabajadores a gerentes.

Descendente: gerente a trabajadores.

Vertical: gerente y supervisor.

Horizontal: entre el mismo personal.

Mixta: supervisor-empleado-supervisor.

1. Intrapersonal (X): Entre la persona misma. Por ejemplo, leer un libro, el diario. A la organización le importa ya que se relaciona con los conocimientos que cada persona tiene, y eso influencia en el trabajo.
2. Interpersonal (X ← X): Entre dos personas. Por ejemplo, el jefe y sus subordinados.
3. Grupal – Personal (X ← XXXX) Por ejemplo, cuando un grupo de trabajadores se presentan ante su jefe.
4. Intergrupar (XXXXX ← XXXX) Entre dos grupos. Puede darse el caso que un grupo de directivos se junte con los directivos del sindicato, o algunos de sus empleados.

Semántica:

(Del griego *semantikos*, 'lo que tiene significado'), estudio del significado de los signos lingüísticos, esto es, palabras, expresiones y oraciones. Quiénes estudian la semántica tratan de responder a preguntas del tipo "¿Cuál es el significado de X (la palabra)?" Para ello tienen que estudiar qué signos que existen y cuáles son los que poseen significación esto es, qué significan para los hablantes, cómo los designan (es decir, de qué forma se refieren a ideas y cosas), y por último, cómo los interpretan los oyentes. La finalidad de la semántica es establecer el significado de los signos lo que significan dentro del proceso que asigna tales significados.

Clasificación de la mayoría de las comunicaciones:

- **Auditiva:** Es la comunicación desarrollada a través de sonidos producidos por el emisor.
- **Visual:** Consiste en la comunicación que el receptor percibe por la vista.
- **Táctil:** Se considera aquella donde el emisor y el receptor entran en contacto físico.

La imaginación materializada de las ideas:

Toda comunicación implica un compromiso y por ende, define una relación. Una comunicación no solo transmite información sino que al mismo tiempo, impone conductas. Siguiendo a Bateson, estas dos operaciones se conocen como los aspectos referenciales y connotativos de toda comunicación.

El aspecto referencial de un mensaje transmite información, por ende en la comunicación humana es sinónimo de contenido del mensaje.

El aspecto connotativo se refiere a qué tipo de mensaje debe entenderse que es, y por ende, en última instancia, la relación entre los comunicantes.

El aspecto referencial transmite datos de la comunicación y el connotativo dice cómo debe entenderse la misma.

La relación puede expresarse en forma con verbal gritando o sonriendo, y puede entenderse claramente a partir del contexto en que tiene lugar.

La capacidad para metacomunicarse en forma adecuada constituye no sólo condición sine qua non de la comunicación eficaz, sino que también está íntimamente vinculada con el complejo problema concerniente a la percepción del ser y del otro.

Por que organizar nuestro pensamiento:

Para lograr un buen discernimiento de las cosas, además de lograr captar el mensaje en toda la extensión de su código.

Por que utiliza la retroalimentación:

Por que se compone de un emisor y un receptor, donde se convierte el receptor en emisor y viceversa y si esto no se cumpliera no habría proceso comunicativo, he aquí la importancia de la retroalimentación.

Escuchar: aplicar el oído, atender un consejo, hablar con pausa acentuada.

Oír: percibir los sonidos, atender suplicas:

hablar: pronunciar palabras.

Existen grandes diferencias entre oír y escuchar. Oír es un fenómeno de orden fisiológico. Nuestra estructura biológica nos permite percibir sonidos en mayor o menor grado. Oír es simplemente percibir vibraciones de sonido. Oír es pasivo. No podemos dejar de oír, a menos que nos tapemos los oídos.

Escuchar es la capacidad de recibir, atender, interpretar y responder a los mensajes verbales y otras expresiones, tales como el lenguaje corporal. Significa entender, comprender y dar sentido a lo que se oye.

Proceso de escuchar:

Escuchar pertenece al mundo interpretativo del lenguaje, implica la comprensión e interpretación personal del lenguaje. La capacidad de escucha se extiende a la estructura interna de la persona aún cuando no hay sonidos. Escuchamos los silencios del otro, sus gestos, sus posturas y le damos una interpretación personal. Escuchar es un proceso psicológico y activo. Podemos dejar de escuchar cuando queramos.

1.- Ser consciente del otro: concentrarse en el mensaje de la otra persona, evitando todo tipo de distracción mental (prejuicios) o ambiental (ruidos...) haciendo el esfuerzo personal de prestar atención (empatía) y demostrando al emisor que percibimos el mensaje.

2.- Posición y mirada: mantener una posición adelantada, avanzando todo el cuerpo desde la cintura. Mantener nuestra mirada fija sobre los ojos de nuestro interlocutor.

3.- Observar el lenguaje no verbal: observar los gestos nos ayudará a entender mejor la intención y el sentimiento de lo comunicado.

4.- Detectar las palabras clave: los mensajes son adornados muchas veces de cientos de palabras, pero las ideas claves son las que dan el contenido exacto de la misiva. Las palabras clave nos transmiten de verdad la información y los intereses del emisor.

5.- Interrogarse constantemente el significado de las palabras claves que nos están diciendo: preguntarnos de forma reflexiva. ¿Es esto lo que quiere decirme? ¿Qué hay detrás de sus palabras? ¿Qué quiere indicar?

- Retroalimentar resumiendo: parafrasear de vez en cuando, precisando al emisor una parte del mensaje. Buscar el momento oportuno, nunca interrumpir. Utilizar frases del tipo:

La impresión de lo me dices es...

* Si entiendo bien, quieres decirme...

* Los puntos resumidos de lo que has dicho son...

* Aclárame este extremo...

Como escuchar:

Escuchar no es simplemente estar callado. La escucha es, en realidad, la suma de tres cosas: arte, ciencia y cualidad social. Y todo está soportado por una base que es la actitud. Actitud positiva hacia la importancia que tiene el hecho de escuchar. La persona que sabe escuchar aprende a practicar la autodisciplina, a evitar o reducir los malentendidos y a encontrar el momento oportuno para hacer una pregunta o una afirmación.

Méritos de escuchar:

Desarrollando las técnicas de escucha activa lograremos mejorar la comunicación, fortalecer las relaciones con los clientes, reducir los conflictos, mejorar las habilidades de liderazgo.

Efecto del silencio:

lograr escucharse uno mismo (sobre todo en situaciones de estrés), para poder tomar decisiones más acertadas y con objetividad.

Como mejorar la capacidad de escuchar:

Mediante las técnicas de escucha activa del lenguaje verbal conseguimos que nuestro interlocutor sé de cuenta que le mostramos atención, que le escuchamos activamente. Estas técnicas son:

Refuerzo positivo: alentamos a nuestro interlocutor para que continúe hablando con frases o palabras como sí, de acuerdo, muy bien, estupendo, desde luego, vale, entiendo, ya, escucho...

Paráfrasis: repetimos las mismas palabras que hemos escuchado, con franqueza, sin ironía o mala intención. Evitar interrumpir. Aplicar cuando nuestro interlocutor haga una pausa. Distintas opciones son:

Lo que dices es...

- He comprendido que...
- Resumiendo....
- Entiendo que...

Implicación: expresar cuestiones que se deducen de lo escuchado, sin manipular el mensaje. Buscamos la explicación de las cosas, respetando las ideas del otro, sin proponer las propias. Todo esto no quiere decir que coincidamos con el mensaje íntegro de nuestro interlocutor. Utilizar frases como:

- De eso deduzco que...
- Lo que dices significa...
- Entonces, deberíamos hacer...
- Eso ayudará para

Solicitar ampliación: pretendemos que nuestro interlocutor se extienda sobre lo dicho como prueba de interés y clarificación. Se pueden usar frases como:

- Preséntame un ejemplo...
- Amplíame esa idea...
- Háblame a cerca de esa idea

Hacer preguntas: es una forma práctica de asegurarse haber captado las ideas. Al preguntar sobre temas de interés del mensaje, demostramos que prestamos atención. Preguntando nos beneficiaremos con las respuestas, sea para reiterarse o aclarar mejor los conceptos. Es aconsejable preguntas abiertas como qué, para qué, por qué, cuándo, cómo, dónde, quién...

Silencio: detente antes de responder. Muchas veces, si esperas antes de responder, nuestro interlocutor continuará hablando y te brindará más información que puede resultarte útil o interesante.

Medios de comunicación:

- **COMUNICACIÓN ESCRITA:** Es clara, precisa, completa y correcta; se califica como información de primera mano y se deja constancia. Por medio de ella las personas tienen la oportunidad de poder regresar a segmentos anteriores al mensaje, lo que permite una mejor comprensión en la información. Esta puede darse a través de:
 - **Carta:** Es el medio más usado dentro de la organización para las personas ausentes, en la cual se comunica alguna cosa de interés personal o grupal.
 - **Memorando:** Es el medio más usado, que lleva como objetivo el recordar mensajes o información con referencia a instrucciones internas que los empleados deben realizar dentro de la organización.
 - **Carteleras:** Son calificadas como un factor clave en la organización, allí se suele manejar información a través de otros medios sobre actividades de motivación o mensajes de interés general para los empleados y directivos, algo muy importante para que éstas funcionen se debe tener en cuenta su ubicación; es decir la empresa establece sitios estratégicos por donde hay mayor flujo de personal
 - **Revista:** Es una forma de comunicación tradicional más común y con mayor aceptación dentro de la empresa, en la cual se propicia la participación activa de todas las actividades, en aras de contribuir al fomento de la investigación y de acontecimientos afines a la comunicación; en las revistas se consigna la realidad de la organización.

- **Periódico:** Envuelve un área de conocimientos especializados, en muchos casos el periódico es utilizado para ganar tiempo en el ámbito de la información.
- **Boletín:** Es un medio de comunicación donde se maneja información especializada para los públicos internos y externos de la organización.
- **COMUNICACIÓN MASIVA:** Es la comunicación permanente que genera mensajes y noticias de manera específica, coherente, directa y sincera, para los públicos internos y externos de la organización. Esta se da por medio de:
- **Entrevista:** Es uno de los medios mas utilizados dentro de la organización para la selección del personal; en otros casos la entrevista es empleada como un instrumento preliminar para estructurar la comunicación interna; ahí se puede aplicar una conversación específica para determinar los elementos que pueden intervenir en los problemas que aquejan a la organización en ese ámbito.
- **Reuniones:** Se puede definir como una comunicación directa, donde intervienen más de dos personas; las reuniones son dirigidas por alguno de los integrantes de la organización, donde se retroalimentan, se transfiere información de interés general y lo más importante se toman decisiones que tiene por objeto llegar a un acuerdo común para el beneficio de la organización.
- **Circuito cerrado de televisión y radio:** Medios de comunicación que tiene como fin lograr una buena influencia y ofrecer grandes posibilidades de retroalimentación; allí los directivos, administrativos y empleados pueden tener una visión más precisa sobre actitudes y sentimientos generados en la interacción y percibir con mayor facilidad cual va a ser el comportamiento del otro; ese tipo de información suele desarrollarse en la comunicación no verbal.

La comunicación organizacional se entiende también como: "Un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, entre la organización y su medio; o bien, influir en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que ésta última cumpla mejor y más rápido los objetivos".

Desde el anterior enfoque la comunicación organizacional se mira en cinco perspectivas:

1. **COMUNICACIÓN INTERNA:** Son actividades que se realizan dentro de una organización para mantener las buenas relaciones entre los miembros de la empresa por medio de la circulación de mensajes que se originan a través de los diversos medios de comunicación empleados por ella, con el objetivo de proveer comunicación, unión y motivación para así alcanzar las metas establecidas por la organización.
2. **COMUNICACIÓN EXTERNA:** Todas aquellas comunicaciones que están dirigidas a sus públicos externos, con el fin de mantener o perfeccionar las relaciones públicas y así proyectar mejor la imagen corporativa de la organización.
3. **RELACIONES PUBLICAS:** Son las diferentes actividades y programas de comunicación que se crean para sostener las buenas relaciones con los diferentes públicos que forman la organización.
4. **PUBLICIDAD:** Son los diferentes mensajes emitidos a través de los distintos medios masivos de comunicación que tienen como objetivo incrementar la venta de los productos o servicios de la organización.
5. **PUBLICIDAD INSTITUCIONAL:** Se considera como una herramienta de las relaciones públicas; ya que evoca en el público una imagen favorable de la organización.

Las organizaciones de éxito son aquellas que le dan la verdadera importancia a las comunicaciones y la información, ya que ellas han comprendido que éstas contribuyen en gran parte a mejorar el ambiente comunicativo y el clima laboral; es decir "dinamizador y animador de las acciones individuales y colectivas en procura de integración de esfuerzos y el fortalecimiento de la institución"; por esto los miembros garantizan su conocimiento e identificación con la organización, debido a que ellos se sienten tenidos en cuenta para el desarrollo de las metas de la organización.

A través de la información las organizaciones cumplen una serie de metas tales como: estructurar, planear y distinguir patrones de comportamientos para los públicos internos y externos; es ahí

donde la información se convierte en un instrumento de retroalimentación para la evolución y el control de la organización. Un factor clave en la información es que sea confiable para que actúe como puente de unión entre el ambiente y la organización, es decir que a mayor información confiable menor es la inseguridad laboral.

Según Warren Weaver se puede demostrar que la cantidad de información de un mensaje no está relacionada con lo que se dice sino con lo que se podría decir, esta relación se da según la comprensión que se obtenga del contenido del mensaje de la información, porque a medida que se conoce la información ésta va perdiendo el contenido informativo.

Lo anterior nos lleva afirmar que la comunicación se convierte en información, porque permite disminuir la inseguridad sobre el futuro de la organización y fomentar estrategias para mejorar el comportamiento social del individuo.

La sincronización en las comunicaciones:

Tiene que ver en el momento que se produce la comunicación y debe haber una respuesta, por ejemplo, si a un supervisor se le pide pasar un informe a la gerencia lo antes posible, pero este lo envía una semana después hay desincronización en la comunicación y también se puede dar lo contrario, por ello las empresas eficientes practican la sincronización en sus relaciones.

Quien Debe ser informado:

El supervisor a través de la alta gerencia y este a su vez a los trabajadores, por medio de niveles jerárquicos de comunicación y también puede ser de forma retrospectiva.

Que es lo que comunicamos:

Lo que comunicamos pueden ser tanto buenas noticias, como malas, informes, los estados del día, entre otros.

Como supervisor que comunicar:

Los hechos que comunicaría como supervisor, sería las metas que plantea la organización, los diferentes planes para alcanzarlo, los informes de los objetivos logrados tanto con el equipo de trabajo como con la gerencia.

Comunicar malas noticias:

Las malas noticias deben ser comunicadas desde el mismo momento que se inician así no lleguen a representar una amenaza real para la empresa, pero sirve para mantener a los trabajadores informados y no en el último momento.

Comunicaciones ascendentes, descendentes, horizontales, informales y formales:

ASCENDENTE: Esta comunicación fluye en forma opuesta a la anterior, es decir, de los empleados o equipo de trabajo hacia la gerencia. Se utiliza para proporcionar retroalimentación a los de arriba, para informarse sobre los progresos, problemas, sobre el sentir de los empleados, cómo se sienten los empleados en sus puestos, con sus compañeros de trabajo y en la organización, para captar ideas sobre cómo mejorar cualquier situación interna en la organización.

DESCENDENTE: Es la comunicación que fluye de un nivel del grupo u organización a un nivel más bajo. Es el utilizado por los líderes de grupos y gerentes para asignar tareas, metas, dar a conocer problemas que necesitan atención, proporcionar instrucciones.

Horizontal: es la comunicación que se lleva a cabo entre el mismo personal.

Comunicación formal e informal:

Las redes Formales son generalmente verticales, siguiendo la cadena de autoridad y limitadas con las comunicaciones con las tareas empresariales. Por el contrario, las redes informales no son rígidas en su dirección, puede tomar cualquiera, saltar niveles de autoridad y seguramente satisface necesidades sociales de los miembros internos de la organización, por ejemplo los rumores o chismes.

Barreras de la comunicación

1. **Deformación:** Es un problema semántico, ósea, relacionado con el lenguaje. Relacionado con los marcos de referencia: forma de pensar, la crianza, etc.
2. **Filtración:** manipuleo de la información, según las intenciones del emisor. Generalmente ocurre en la comunicación verbal ascendente.
3. **Sobrecarga:** Al superior le llega demasiada información. Existe un principio de la excepción: solo se debe comunicar lo principal del funcionamiento de la organización o del área correspondiente. Se debe comunicar lo que funciona mal.
4. **Sincronización:** coordinación entre el tiempo y la información que se emite o realiza.

5. Falta de aceptación: Esta falta de aceptación por parte del que lo recibe puede ser por la falta de claridad del mismo o por desconfianza del emisor.
6. Cortocircuito: ocurre cuando se saltea algún nivel estructural de la organización.

propagación del Rumor:

A. El Rumor es la información que pasa de persona a persona y circula de manera oficiosa (no oficial).

La Importancia se da en función a lo que le interesa al grupo.

Nunca se conoce la fuente real del Rumor.

Allport decía que el Rumor transmite mentiras que si bien existen dejos de verdad, ésta fue distorsionada, y ya no son verdades.

La Condensación es un fenómeno del Rumor. De ella se desprende:

A. Acentuación: está dada en la parte del relato que más afecta al grupo.

B. Nivelación: todos los mensajes se nivelan en cierto punto, y esta dada de acuerdo a los intereses del grupo.

En el quinto o sexto mensaje transmitido, la información se tiende a Condensar.

Knapp decía que hay dos tipos de Rumores:

C. Rumores Técnicos: Es el Rumor agresivo. Es orquestado e intencional. Se realiza para generar un daño.

Las maneras de combatirlos son:

- a. Negándolo
- b. Restándole importancia o hacer caso omiso a esa información
- c. Lanzar un Rumor agresivo contra quien lo hizo, si se conoce la fuente (Contra – rumor)

D. Rumores No-Técnicos: se dividen en dos:

1. Rumor "En Sueño": es el deseo de las personas de que algo suceda. Son espontáneos y no agresivos.

Rumor "Espantajo": es el temor a que algo suceda.

Forma en que operan los rumores:

Gran parte de la conversación dentro de la sociedad es intercambio de rumores. También podemos decir que el rumor llena el diálogo para pasar un rato amable con nuestros amigos. La conversación social que nada expresa en particular es tan sólo una de las formas en que suele realizarse el intercambio de rumores.

En general, los rumores son ociosos, pero existen también los que no lo son. Estos últimos son intencionales, apuntan a un fin determinado y sirven a importancia objetivos emocionales. La exacta naturaleza de estos fines no sabrían explicarla ni el emisor ni el receptor. Ellos sólo saben que el rumor les resulta interesante. Les produce una incertidumbre intelectual y una ansiedad personal.

Se sabe que la circulación de rumores es siempre un problema social y psicológico de gran magnitud, lo es en especial en momentos críticos. Cuando se quiera lograr tensión en el ambiente social, se deberá utilizar la difusión de noticias falsas.

Como supervisores debemos luchar contra el rumor:

Manteniendo comunicaciones fidedignas con nuestro equipo de trabajo, y desmintiendo los rumores que puedan suscitarse, también:

- Anunciando los programas de tiempo para tomar las decisiones importantes
- Explicando las decisiones y los comportamientos que podrían parecer inconsistentes o secretos.
- Enfatizando las desventajas, como también las ventajas, de las decisiones actuales y los planes futuros
- Discutiendo abiertamente las posibilidades en el peor de los casos casi nunca constituye una provocación de ansiedad ni una fantasía no hablada

Lenguaje:

Medio de comunicación entre los seres humanos a través de signos orales y escritos que poseen un significado.

Lenguaje coloquial: es la expresión propia.

Lenguaje formal: es el que se usa dentro de las empresas.

Lenguaje vulgar: es la deformación de la lengua.

Como supervisores debemos conocerlos ya que nos permite estar capacitados a la hora de relacionarnos con diferentes personas y formas de habla dentro de la organización.

Funciones del lenguaje:

Expresiva, informativa, apelativa, comunicativa

Relación entre lenguaje y habla:

Lenguaje: es la facultad que el ser humano tiene para comunicarse con sus semejantes valiéndose de signos que el mismo ha inventado.

Lengua: es lo mismo que el idioma, es decir, el conjunto de los signos ya organizados como un sistema, para uso exclusivo de un grupo humano.

Habla: es el uso práctico que cada individuo hace de la lengua.

Métodos de comunicación: saber escuchar, saber hablar, saber leer, saber escribir.

El lenguaje corporal:

Por todos es conocido que en los procesos de comunicación interpersonal el 55% de la información es transmitida a través del lenguaje corporal.

lenguaje corporal facilita el entendimiento, capta la atención de la otra parte, al mismo tiempo que su correcta utilización nos puede ayudar para condicionar y predisponer hacia un futuro acuerdo.

Por lo tanto, es conveniente conocer el significado de dicho lenguaje para actuar con conocimiento.

Cuando hablamos con alguien sólo una pequeña parte de la información que obtenemos de esa persona procede de sus palabras. Los investigadores han estimado que entre un 60 y un 70% de lo que comunicamos lo hacemos mediante el lenguaje no verbal; es decir, gestos, apariencia, postura, mirada y expresión.

Muy a menudo, el efecto de este lenguaje corporal tiene lugar a nivel inconsciente, de manera que, después de estar sólo un par de minutos conversando con alguien a quien acabamos de conocer, podemos llegar a la conclusión de que esa persona no es de fiar o no nos gusta sin que podamos explicar el motivo exacto. Lo más que podemos decir es "tiene algo que no me gusta".

Ese "algo" procede, casi con toda seguridad, de lo que su lenguaje corporal nos ha transmitido. Y, a la inversa, cuando hablamos con alguien es posible que le estemos diciendo mucho más de lo que creemos. De este modo, nuestras emociones se ven influidas por otras personas sin necesidad de decir una sola palabra, pues puede bastar una determinada postura, mirada y gesticulación para hacernos sentir incómodos, nerviosos o enfadados, o bien alegres, joviales y optimistas. Por supuesto, esto no quiere decir que nuestro interlocutor vaya a captar toda la información que estamos transmitiendo; el grado en que lo haga dependerá de lo bueno que sea a la hora de interpretar este lenguaje y de la atención que nos esté prestando.

El lenguaje no verbal es en parte innato, en parte imitativo y en parte aprendido. Generalmente, distintas áreas del cuerpo tienden a trabajar unidas para enviar el mismo mensaje, aunque a veces es posible enviar mensajes contradictorios, como cuando alguien está contando una anécdota divertida pero la expresión de su cara es triste. Esto puede ser debido, por ejemplo, a que mientras habla está pensando en otra cosa, tal vez en lo siguiente que va a decir, y la expresión de su cara se corresponde con lo que está pensando y no con lo que está diciendo, de manera que deja perplejo a su interlocutor.

En otras ocasiones, los mensajes son confusos debido que se pueden estar transmitiendo varias emociones a la vez, como rabia, miedo y ansiedad, que a veces aparecen unidas.

Con los desconocidos nos comunicamos principalmente a través de los ojos. Por ejemplo, cuando vamos caminando por un pasillo estrecho y nos encontramos con alguien de frente, primero le miramos a los ojos y luego desviamos la mirada hacia el lado del pasillo por el que pretendemos pasar. Cuando no se emiten estas señales o no se interpretan correctamente, lo más probable es que ambas personas acaben manteniendo una especie de baile a derecha e izquierda hasta aclararse.

EGLA BARRERA

eglair@cantv.net