







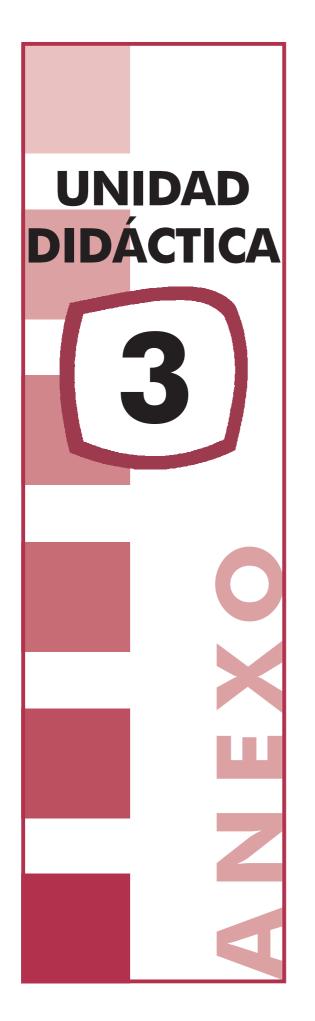


Técnicas Básicas de Comunicación y Archivo

Anexo
unidad didáctica 3:
Principios básicos
de comunicación

Técnicas básicas de comunicación y archivo





La comunicación en la empresa

### **Créditos**





Autor/es: Fuentes Innovación y Cualificación

Maquetación e Impresión en: Innovación y Cualificación, S.L. © 2003 Pol. Ind. Antequera, Avda. del Romeral, 2 - 29200 ANTEQUERA (Málaga) Tfno.: 952 70 60 04 Fax: 952 84 55 03 e-mail: innova@antakira.com página web: www.antakira.com

#### Presentación

El hombre, para realizar cualquier actividad, necesita comunicarse. La comunicación es una necesidad, en el sentido de que sin comunicación las personas estarían aisladas y solas.

Lógicamente, en el mundo empresarial y del comercio, la comunicación es un factor clave, todo lo que se hace en una empresa es fruto de la comunicación.

En esta unidad vamos a hablar de la comunicación, resaltando el proceso de comunicación, las barreras con las que podemos encontrarnos a la hora de comunicar algo, así como la composición y estructura del mensaje a comunicar.

### **Temporalización**

6 horas.

# Objetivos de la Unidad Didáctica

Conocer el proceso de comunicación y los elementos que intervienen en el mismo.

Diferenciar y explicar los distintos tipos de comunicación existentes.

Conocer y explicar los distintos tipos de barreras que dificultan el proceso de comunicación.

Explicar los distintos aspectos a tener en cuenta en la comunicación oral.

Explicar los distintos aspectos a tener en cuenta en la comunicación escrita.

# Contenidos de la Unidad Didáctica

- 1. Introducción.
- 2. Elementos de comunicación.
- 3. El proceso de comunicación.
- 4. Tipos de comunicación.
- 5. La comunicación verbal y la comunicación escrita.
- 6. La comunicación no verbal.
- 7. La comunicación de masas.
- 8. Barreras de comunicación.

Resumen.

Ejercicios de repaso y de autoevaluación.

Solucionario ejercicios de repaso y de autoevaluación.

1

### Introducción

Hablar de la importancia de la comunicación está fuera de toda duda, no es posible la evolución personal, social y, por supuesto, empresarial sin comunicación. Por ejemplo, son muchas las veces al cabo de una jornada de trabajo en la que los miembros de la empresa se están comunicando, ya sea para pedir información, realizar una gestión (llamada telefónica a un cliente, negociar con un proveedor, etc.), dar órdenes, etc.

En el ámbito empresarial existe una necesidad constante de comunicación entre las personas que la constituyen. Por tanto, conocer y dominar las distintas técnicas de comunicación será un factor decisivo para tener éxito en la empresa.

No cabe duda de que un gran problema que afecta a las empresas actuales es la falta de comunicación o el uso inadecuado de sus técnicas, lo que ha motivado un aumento del interés por los procesos de comunicación. Esta comunicación se basa en la continua circulación de información, necesaria para que una empresa funcione. Para conseguirlo, la comunicación debe ser eficaz.

En el presente capítulo te proponemos distintas alternativas para conocer y dominar las técnicas de comunicación.

2

### Elementos de comunicación

La comunicación es un proceso en el cual una persona, que llamamos emisor, envía un mensaje a un receptor, que es el destinatario del mensaje.

El mensaje es la información que queremos transmitir y se simboliza mediante un soporte verbal (hablando) o no verbal (signos, mímica, imagen, etc.), o ambos a la vez, empleando un código común (es decir, el código a emplear debe ser entendible por ambas partes).

Así pues, hablar del proceso de comunicación es partir del proceso de decodificación de ideas; esto es, comunicarse no es más que codificar una idea que se tiene en la mente. Nuestro interlocutor (persona o personas que reciben ese mensaje codificado) lo que hace es decodificar el mensaje recibido para formarse otra idea.

Por ejemplo, una persona desea informar a otra acerca de una oferta de electrodomésticos en un centro comercial. El primer paso, una vez se tiene clara la idea a comunicar, es codificarla, en este caso se puede codificar con el lenguaje (si ambas personas hablan el mismo idioma), en otras ocasiones será con un lenguaje universal (morse) o con dibujos, símbolos, etc.

En definitiva, cuando se ha codificado la idea, lo que hemos hecho es traducir la idea que teníamos en «algo» entendible para nuestro interlocutor. Obviamente, ni que decir tiene que si es entendible para nuestro interlocutor también lo es para nosotros (que somos los que hemos codificado la idea).

Pues bien, la idea codificada constituye el mensaje, es decir, el conjunto de símbolos, letras, números, palabras, etc. que se emplean para codificar una idea es lo que se denomina mensaje.

Cuando a una persona le apetezca salir a dar una vuelta, puede decirle a un amigo «¿Salimos esta tarde a tomar un café?». Esta frase es el mensaje, se ha partido de una idea (tengo ganas de salir a dar una vuelta...) que se ha codificado (conjunto de palabras que constituyen una frase entendible tanto por el que la codifica como por el interlocutor). Luego, como ves, la idea se ha convertido en mensaje que ha sido transmitido a nuestro interlocutor.

La codificación implica, necesariamente, decodificación.

Para conocer cómo se realiza el proceso, debemos enumerar antes todos los elementos que intervienen en la comunicación:

- **Emisor.** Persona/s que emite/n el mensaje (verbal o no verbal).
- Mensaje. Es el objeto de la transmisión, la información del emisor transformada a través de un código.
- Receptor. Quien/es recibe/n el mensaje y lo decodifica/n. Puede darse el caso de que un mensaje sea interpretado de diferentes maneras. El receptor, después de la recepción, puede convertirse en emisor.
- Canal. Es el medio a través del cual se transmite el mensaje verbal o no verbal (el aire que atraviesa la voz, una carta, un tablón de anuncios, un ordenador, etc.)
- Código. Es un sistema de signos y reglas identificables por el emisor y el receptor; si este último desconoce el código utilizado por el emisor, no habrá comunicación. El código más utilizado es el lenguaje verbal (oral o escrito), pero además del código lingüístico existen otros, como el morse, la mímica y los códigos de señales, o los utilizados en la navegación marítima, que emplean banderas, destellos luminosos, etcétera.
- Contexto. Es la situación real en que se da la comunicación; comprende elementos muy diversos que, evaluados en conjunto (antecedentes, intencionalidad supuesta, etc), hacen que el receptor atribuya un significado al mensaje. El contexto es muy importante, ya que un mensaje en un contexto o en otro, puede tener significados muy diferentes (cuantas veces no hemos malinterpretado algo porque se «ha sacado» de contexto).

El emisor puede captar si el mensaje es recibido o no, y de qué manera es entendido por los receptores. Esto se consigue a través de las informaciones de vuelta (retroalimentación, también llamado feedback) que transmiten los receptores.

Las informaciones de vuelta pueden ser verbales o no verbales (gesticulación del rostro, movimientos de manos o brazos, sonrisas, etc) y nos indicarán si el contenido ha sido recibido y el grado de aceptación. Si no existe feedback, se dice que no hay comunicación. Entonces, sólo se producirá la transmisión de una información.

Es importante aprender a interpretar las reacciones que provocan los mensajes que emitimos en nuestros receptores. Esto nos puede ayudar a modificar la información que pensamos transmitir y la forma de transmitirla, facilitando con ello el proceso de comunicación. Por ejemplo, algún tema que sea delicado es conveniente transmitirlo en un ambiente relajado, sin bullicio, etc.

3

# El proceso de comunicación

Para que haya comunicación tiene que haber un emisor (quien transmite información), un mensaje (la información a transmitir) y un receptor (quien la recibe). Emisor y receptor se comunican a través de un canal (el aire o el cable telefónico, por ejemplo), siempre que ambos estén de acuerdo en el significado de los signos que están utilizando.

En ese proceso que vincula a un emisor con un receptor es condición mínima que exista contacto o encuentro para que se produzca ese intercambio de información. Entre dos personas puede existir comunicación aunque estén juntas sin hablarse (por gestos, por la ropa, etc). El esquema que representaría el proceso comunicativo sería:

**E**squema

Emisor	Mensaje	Canal	Mensaje	Destinatario

El emisor utiliza un código (lengua española, por ejemplo) que el destinatario deberá interpretar para darle significado. Si no se conoce el código, la comunicación es deficiente. Y si el código no se maneja correctamente, es más fácil que se produzca manipulación por parte de quien lo domina, pues cuenta con más recursos y más autoridad que quien lo desconoce.

Otro modelo más orientado a lo informativo sería:



A veces, ese proceso comunicativo se ve entorpecido si el mensaje está desordenado, pues es más difícil de comprender, o si lleva mucho ruido, como se llama en general a cualquier interferencia que entorpece la comprensión.

4

## Tipos de comunicación

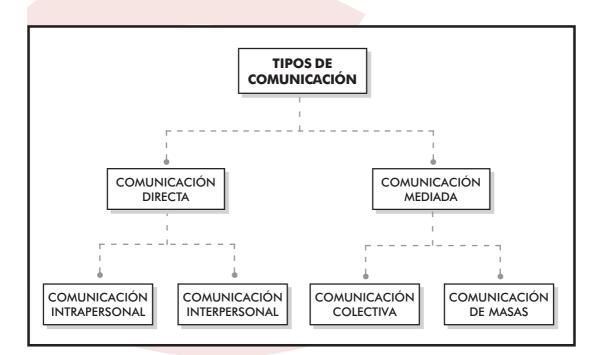
- Intrapersonal. Cuando el emisor y el receptor son la misma persona (sueños u obsesión).
- Interpersonal. Entre dos individuos o más, pero cara a cara y de forma no simultánea. Es una comunicación directa entre emisor y receptor. Por ejem-

plo, la que puede tener una familia durante la comida, hablan y dialogan, cara a cara y de forma directa.

- Colectiva. Entre un emisor y un número elevado de individuos, de forma simultánea, pudiendo utilizar o no medios de comunicación de masas, como ocurre en un mitin, o cuando un profesor da una clase.
- De masas. Cuando el emisor se dirige, de manera simultánea, a un gran número de receptores. Supone la existencia de una audiencia y unos medios técnicos para dirigirse a ella. Cualquier político en época electoral.

Si observamos todas estas clases de comunicación, vemos que se engloban en dos tipos:

- Comunicación directa. Se produce entre los individuos y permite la retroalimentación o respuesta. Comunicación intrapersonal y comunicación interpersonal.
- Comunicación mediada. En la que se utilizan medios de comunicación y que no permite la respuesta de los receptores (unidireccional). Comunicación colectiva y de masas.



Esquema

# 5

# La comunicación verbal y la comunicación escrita

Al margen de lo expuesto hasta ahora, existe otra gran clasificación y es aquella que distingue entre comunicación verbal y comunicación escrita.

Habitualmente son las que asociamos a la comunicación humana, ya que se refieren a la comunicación que se realiza a través de las palabras, bien como grafismos (símbolos) o bien como los sonidos que las representan.



Las diferencias entre la comunicación verbal y la comunicación escrita son notables

Los signos pueden ser señales, que las emiten animales o personas, o bien símbolos, que exigen una capacidad abstracta, propia sólo del hombre. Esos signos siempre significan algo.

Algunos de los signos que usamos son las letras. Es decir, si se escriben unas rayas en esta forma: R A T Ó N, esos trazos y esos sonidos se asocian a la idea de un animal determinado. Eso tiene sentido para los de habla hispana, pero, por ejemplo, carece de sentido para un chino o un turco.

Para explicar esos signos, se necesitan a su vez otros signos. Existe, pues, una continua interpretación. De ahí que la comunicación sea un proceso continuo y esencial en la vida del ser humano (no sólo en la empresa).



#### La comunicación no verbal

En los animales es fácil entender lo que es, pues sabemos que además de emitir sonidos también se expresan por movimientos del cuerpo (como los gorilas), por cambios de color (los camaleones), erizamientos del pelo, segregando líquidos, etc.

Entre los humanos la comunicación no verbal son las formas que tiene de transmitir información sin utilizar la palabra. A veces, no es más que una repetición de lo verbal (despedir con la mano cuando se dice adiós); otras, una contradicción (mostrar la mano temblorosa cuando se dice que no se está nervioso); otras, es sustitución de la palabra por el gesto (asentir con la cabeza para indicar afirmación); etc.

Cuando se analiza la comunicación no verbal se puede distinguir entre:

- En relación con el cuerpo y características físicas. Lo primero que nos llega de una persona es su aspecto, la imagen que percibimos de él/ella. luego este es un elemento de comunicación no verbal, ya que con la imagen el interlocutor estará transmitiendo algo.
  - La altura como elemento comunicativo (a la persona alta se le atribuye cierto grado de superioridad).
  - **El color** (ha indicado esclavitud y sentimientos de superioridad o inferioridad).
  - **El pelo** (que identifica grupos como el ejército o indica rebeldía. Piensa en una persona con el pelo muy corto y en otra con el pelo al estilo hippie). Etcétera.



El pelo, el rostro y los gestos son elementos de comunicación no verbal

 El movimiento del cuerpo (que se conoce por kinesia). Gestos, posturas, expresiones, manera de andar, etc., son elementos que forman parte de la comunicación no verbal.

Muchas veces estas cosas son emblemas (saludos, por ejemplo), que sustituyen expresiones verbales y son características de un grupo. Por ejemplo, los grupos de personas que practican Surf tienen una forma peculiar de saludarse con un movimiento de la mano muy característico.

Muchos de estos gestos son específicos de sociedades concretas, aunque hay algunos que son universales, como el aplauso.

- Sistemas de comunicación táctil. Que se diferencia del anterior en que aquí el movimiento que se realiza termina su acción sobre otro individuo (como un golpe o un abrazo).
- Paralenguaje. Son los fenómenos sonoros de la comunicación humana que no son palabras, como son los suspiros, ronguidos, tonos de voz, ritmo, etc.



Un saludo constit<mark>uye en muchos</mark> casos un sistema de comunicación táctil

7

#### La comunicación de masas

En la sociedad actual la comunicación de masas es un elemento esencial del sistema. Las televisiones, radios y la aparición de internet dotan a la comunicación de masas de un inmenso poder.

Es la que no afecta a individuos aislados, sino a una parte del grupo o colectivo. Se refiere a masas, no como término despectivo, sino como grupo de individuos que pierden su identidad particular para adoptar una global. Por ejemplo, cuando millones de personas ven por televisión el mensaje de Navidad de Su Majestad Juan Carlos I Rey de España, pierden su identidad personal para adoptar una global, en el sentido de que todos perciben el mismo mensaje.



Con la comunicación de masas, los individuos pierden su identidad particular para adoptar una global

Se realiza a través de los medios de comunicación (también llamados media o masas media). Estos se dirigen a través de procesos mecánicos o electrónicos a un gran grupo de personas y no a particulares. Son fundamentalmente la prensa (sobre todo, desde que en el siglo XIX, abandona su carácter elitista de siglos anteriores para abrirse a un público mayoritario), el cine, la radio, la televisión e internet.

Las CARACTERÍSTICAS GENERALES de los medios de comunicación de masas son:

- La fuente no es una sola persona, sino una organización. Por ejemplo, un partido político, aunque hable y emita el mensaje un único individuo (como puede ser el candidato a una alcaldía), la fuente procede de una organización (que es el partido político de que se trate).
- El mensaje suele ser «estándar», es decir, intenta llegar a todo el mundo. La comunicación de masas implica múltiples receptores del mensaje, luego hay que buscar la forma de que llegue a todos por igual, de ahí que sea estándar.

- Hay que hablar de públicos, se trata de un receptor que decide libremente si quiere recibir la información. Esto es así en el sentido de que el receptor del mensaje toma la decisión o no de ver a la persona determinada. Así, cuando hay un espacio para los partidos políticos en televisión, el oyente es el que decide verlo o no verlo (no hay más que pulsar el mando a distancia de la televisión).
- La relación entre emisor y receptor es casi siempre unidireccional, sin diálogo, respuesta o retroalimentación. En nuestro ejemplo, el político emite el mensaje, y el grado de aceptación del mismo se verá en las elecciones, pero en el momento de emitir el mensaje no hay respuesta.

Los medios de comunicación de masas desempeñan cinco grandes FUNCIONES:

- Información. Acontecimientos y situaciones que ocurren en la sociedad o en el mundo.
- Interpretación. Explican o comentan lo sucedido. Lo cual implica que los medios de comunicación actuales no son imparciales. Por ejemplo, hay determinados grupos de comunicación (un grupo de comunicación está formado por periódicos, revistas, emisoras de radio y cadenas de televisión) controlados por partidos políticos, lo cual implica que la interpretación que se de a los hechos va a ser muy subjetiva (o al menos no todo lo objetiva que debiera).
- Entretenimiento. Ayudan a disminuir las tensiones sociales, mostrando la cara amable de la sociedad y ocultando desigualdades o injusticias.
- Formación. Aportan datos o testimonios que nos pueden ser desconocidos.

8

#### Barreras de comunicación

Una vez que conoces los distintos tipos de comunicación, vamos a analizar un problema que afecta al proceso de comunicación e impide que se desarrolle de forma óptima.

En muchas ocasiones, cuando el receptor intenta decodificar un mensaje se encuentra con barreras que dificultan su comprensión. En estos casos podemos hablar de obstáculos, que pueden ser semánticos, físicos y psicológicos.

#### 8.1. Obstáculos semánticos

Se producen cuando no se comprenden bien los símbolos, el idioma o el vocabulario utilizado. Para que la comunicación sea efectiva, es necesario utilizar lenguajes sencillos y claros, accesibles para el receptor y procurar que no haya una sobrecarga de información. No debemos olvidar que a veces es tan importante lo que se dice como lo que no se dice o queda implícito en el mensaje.

Sin duda hablar con alguien que no sepa español en castellano es una barrera semántica. No obstante, hay otro tipo de barrera que es interesante conocer, cuando un científico se dirige a un grupo de personas sin conocimientos técnicos suficientes debe «suavizar» su mensaje introduciendo palabras y términos comprensibles por la audiencia, de lo contrario su mensaje no se entenderá (habrá una barrera semántica).



Una comunicación defectuosa puede constituir una barrera física

### 8.2. Obstáculos físicos

Son interferencias que hay en el ambiente y bloquean la comunicación. Por ejemplo, el ruido de una moto cuando llamamos desde una cabina, un corte de luz cuando estamos comunicándonos por internet, varias voces hablando a la vez en un debate, etc.

Otras barreras físicas son la iluminación, el espacio, la temperatura ambiental y los equipos o materiales técnicos, etc.

### 8.3. Obstáculos psicológicos

Destacamos los siguientes:

 En el mundo laboral estamos en contacto con personas que tienen formas diferentes de percibir las cosas y, por tanto, distintas interpretaciones.
 En muchas ocasiones la forma que tenga el receptor de percibir e interpretar el mensaje, puede constituir una barrera.

Por ejemplo, si hay que llamar la atención a alguien puede que no se consiga que interprete el mensaje correctamente, ya que se puede sentir ofendido y malinterpretar la situación.

- Las emociones que experimentamos en nuestra vida cotidiana nos afectan en diverso grado en el entorno laboral (estar triste, alegre, motivado/a, deprimido/a, etc.). Una persona en un «mal momento personal» (recién separado/a por ejemplo) puede constituir una berra de comunicación.
- La personalidad de los participantes también influye en la comunicación, la forma de expresar una opinión no será la misma en una persona de carácter agresivo que en una persona tímida.
- Las ideas que una persona tiene sobre algún tema por alguna experiencia pasada, que le permite entender su significado, pero pueden resultar correctas o incorrectas. Por ejemplo, si una persona ha tenido en el pasado una mala experiencia con un vendedor determinado, puede que sea reacio/a a escucharlo porque tiene una idea del mismo bastante negativa.
- La posición jerárquica dentro de la estructura de la empresa. Aunque no seamos conscientes de ello, normalmente no recibimos el mensaje de la misma forma si procede de un superior o de un compañero que realiza las mismas funciones que nosotros.

Estos obstáculos pueden ocasionar que la comunicación quede bloqueada, sea incompleta o imperfecta, dando lugar a relaciones laborales defectuosas cuyo impacto en la empresa puede ser enorme.

# R



#### Resumen

En el ámbito empresarial existe una necesidad constante de comunicación entre las personas que la constituyen.

La comunicación es un proceso por el cual una persona, que llamamos emisor, envía un mensaje a un receptor, que es el destinatario de dicho mensaje.

Al conjunto de símbolos, letras, números, palabras, etc. que se emplean para codificar una idea se le llama mensaje.

Los elementos que intervienen en la comunicación son emisor, receptor, mensaje, canal, código y contexto.

La comunicación directa es la que se produce entre los individuos y permite la retroalimentación o respuesta. La comunicación mediada es aquella en la que se usan medios de comunicación y, por tanto, no permite la respuesta de los receptores.

La comunicación no verbal está compuesta por todas aquellas formas que tiene el ser humano de transmitir información sin utilizar la palabra.

Los medios de comunicación de masas se caracterizan porque la fuente no es una sola persona, el mensaje suele ser estándar y la relación entre emisor y receptor es casi siempre unidireccional.

Al hablar de barreras de comunicación nos encontramos con obstáculos semánticos, físicos y psicológicos.

# Е



# Ejercicios de repaso y autoevaluación

4	: 0 / 1				•				, 0
1	. ¿Cuáles son	los el	ementos	aue inte	rvienen	en la	comuni	ıcacı	one

#### 2. Completa:

Si observamos las clases de comunicación, vemos que se engloban en dos tipos:

- a. Comunicación directa. Se produce entre los individuos y permite la retroalimentación o respuesta. La forman ......
- b. Comunicación mediada. En la que se utilizan medios de comunicación y que no permite la respuesta de los receptores (unidireccional).
   La forman
- 3. Cuando se analiza la comunicación no verbal se pueden distinguir distintos aspectos, ¿cuáles son?
- 4. Indica cuáles son las características generales de los medios de comunicación de masas.
- 5. ¿Cuáles son los principales obstáculos psicológicos con los que nos podemos encontrar en el proceso de comunicación?

S



# Solucionario ejercicios de repaso y autoevaluación

1.

- Emisor. Persona/s que emite/n el mensaje (verbal o no verbal).
- Mensaje. Es el objeto de la transmisión, la información del emisor transformada a través de un código.
- Receptor. Quien/es recibe/n el mensaje y lo decodifica/n. Puede darse el caso de que un mensaje sea interpretado de diferentes maneras. El receptor, después de la recepción, puede convertirse en emisor.
- Canal. Es el medio a través del cual se transmite el mensaje verbal o no verbal (el aire que atraviesa la voz, una carta, un tablón de anuncios, un ordenador, etc.)
- Código. Es un sistema de signos y reglas identificables por el emisor y el receptor; si este último desconoce el código utilizado por el emisor, no habrá comunicación. El código más utilizado es el lenguaje verbal (oral o escrito), pero además del código lingüístico existen otros, como el morse, la mímica y los códigos de señales, o los utilizados en la navegación marítima, que emplean banderas, destellos luminosos, etcétera.
- Contexto. Es la situación real en que se da la comunicación; comprende elementos muy diversos que, evaluados en conjunto (antecedentes, intencionalidad supuesta, etc), hacen que el receptor atri-

buya un significado al mensaje. El contexto es muy importante, ya que un mensaje en un contexto o en otro, puede tener significados muy diferentes (cuantas veces no hemos malinterpretado algo porque se «ha sacado» de contexto).

2.

- a. la comunicación intrapersonal y la comunicación interpersonal.
- b. la comunicación colectiva y de masas.

3.

 En relación con el cuerpo y características físicas. Lo primero que nos llega de una persona es su aspecto, la imagen que percibimos de él. luego este es un elemento de comunicación no verbal, ya que con la imagen el interlocutor estará transmitiendo algo.

La altura como elemento comunicativo (a la persona alta se le atribuye cierto grado de superioridad). El color (ha indicado esclavitud y sentimientos de superioridad o inferioridad). El pelo (que identifica grupos como el ejército o indica rebeldía. Piensa en una persona con el pelo muy corto y en otra con el pelo al estilo hippie). Etcétera.

 El movimiento del cuerpo (que se conoce por kinesia). Gestos, posturas, expresiones, manera de andar, etc., son elementos que forman parte de la comunicación no verbal.

Muchas veces estas cosas son emblemas (saludos, por ejemplo), que sustituyen expresiones verbales y son características de un grupo. Por ejemplo, los grupos de personas que practican Surf tienen una forma peculiar de saludarse con un movimiento de la mano muy característico.

Muchos de estos gestos son específicos de sociedades concretas, aunque hay algunos que son universales, como el aplauso.

- Sistemas de comunicación táctil. Que se diferencia del anterior en que aquí el movimiento que se realiza termina su acción sobre otro individuo (como un golpe o un abrazo).
- Paralenguaje. Son los fenómenos sonoros de la comunicación humana que no son palabras, como son los suspiros, ronquidos, tonos de voz, ritmo, etc.

#### 4.

- La fuente no es una sola persona, sino una organización. Por ejemplo, un partido político, aunque hable y emita el mensaje un único individuo (como puede ser el candidato a una alcaldía), la fuente procede de una organización (que es el partido político de que se trate).
- El mensaje suele ser «estándar», es decir, intenta llegar a todo el mundo. La comunicación de masas implica múltiples receptores del mensaje, luego hay que buscar la forma de que llegue a todos por igual, de ahí que sea estándar.
- Hay que hablar de públicos, se trata de un receptor que decide libremente si quiere recibir la información. Esto es así en el sentido de que el receptor del mensaje toma la decisión o no de ver a la persona determinada. Así, cuando hay un espacio para los partidos políticos en televisión, el oyente es el que decide verlo o no verlo (no hay más que pulsar el mando a distancia de la televisión).

– La relación entre emisor y receptor es casi siempre unidireccional, sin diálogo, respuesta o retroalimentación. En nuestro ejemplo, el político emite el mensaje, y el grado de aceptación del mismo se verá en las elecciones, pero en el momento de emitir el mensaje no hay respuesta.

5.

 En el mundo laboral estamos en contacto con personas que tienen formas diferentes de percibir las cosas y, por tanto, distintas interpretaciones. En muchas ocasiones la forma que tenga el receptor de percibir e interpretar el mensaje, puede constituir una barrera.

Por ejemplo, si hay que llamar la atención a alguien puede que no se consiga que interprete el mensaje correctamente, ya que se puede sentir ofendido/a y mal interpretar la situación.

- Las emociones que experimentamos en nuestra vida cotidiana nos afectan en diverso grado en el entorno laboral (estar triste, alegre, motivado, deprimido, etc.). Una persona en un «mal momento personal» (recién separado por ejemplo) puede constituir una berra de comunicación.
- La personalidad de los participantes también influye en la comunicación, la forma de expresar una opinión no será la misma en una persona de carácter agresivo que en una persona tímida.
- Las ideas que una persona tiene sobre algún tema por alguna experiencia pasada, que le permite entender su significado, pero pueden resultar correctas o incorrectas. Por ejemplo, si una persona ha tenido en el pasado una mala experiencia con un cliente determinado, puede que sea reacio/a a escucharlo porque tiene una idea del mismo bastante negativa.

- La posición jerárquica dentro de la estructura de la empresa. Aunque no seamos conscientes de ello, normalmente no recibimos el mensaje de la misma forma si procede de un superior o de un compañero que realiza las mismas funciones que nosotros.