

Tema 2

La comunicación

- ▶ Proceso de comunicación
- ▶ Comunicación verbal
- ▶ Comunicación no verbal

OBJETIVOS:

- Conocer y entender los elementos que intervienen en la comunicación y cómo lo hacen
- Distinguir entre comunicación verbal y no verbal y entre verbal escrita y verbal oral, entendiendo sus diferencias
- Conocer los elementos más importantes de la comunicación verbal y cómo influyen en el proceso de comunicación

INTRODUCCIÓN

Cuando una empresa se relaciona con sus clientes se establece entre ellos una comunicación, que puede ser **verbal o no verbal**. También se produce comunicación entre los miembros de la organización, que hacen posible que la empresa funcione y desarrolle su actividad.

Así, la comunicación es fundamental dentro de la propia empresa, de dentro a fuera (con los clientes) y de fuera hacia dentro (de los clientes hacia la empresa).

Podemos definir la comunicación como el **proceso en el que un emisor transmite ideas o pensamientos a un receptor para modificar su comportamiento**. En el campo de la comunicación comercial, cuando hablamos de modificar el comportamiento nos referimos a que el cliente, compre el producto o contrate el servicio.

1. PROCESO DE COMUNICACIÓN

Podemos destacar como los principales elementos que forman parte de todo proceso de comunicación, los siguientes: **emisor, receptor, mensaje, canal y código**.



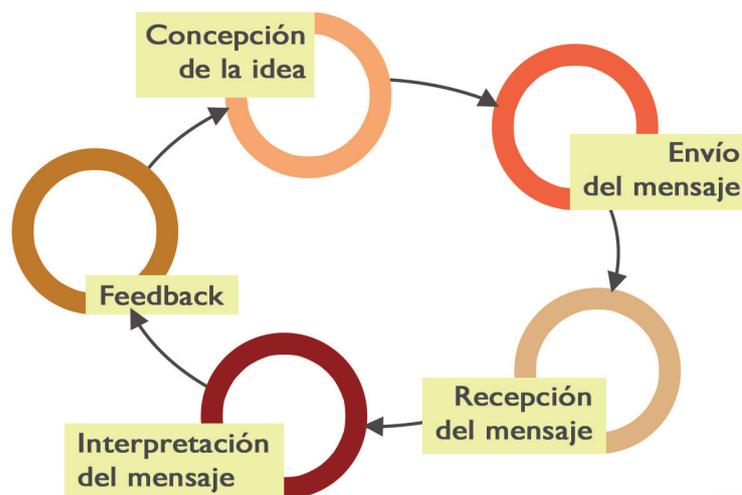
En un proceso de comunicación, el emisor transmite un mensaje al receptor, usando el canal.

A continuación, veremos la función de cada uno de estos elementos:

- **Emisor:** es quien transmite el mensaje y con quien se inicia la comunicación.
- **Receptor:** la persona a la que el emisor se dirige con el mensaje.
- **Mensaje:** la información que se transmite. En nuestro caso, en el de la negociación, sería cada uno de los argumentos u objeciones que cada una de las partes utiliza.
- **Canal:** es el medio a través del cual se transmite el mensaje, el aire si es una comunicación oral, la línea telefónica si es a través del teléfono, Internet. Las personas que intervienen en la negociación tendrán que adaptarse al canal que utilicen. Así no es lo mismo hablar cara a cara con otra persona, que hacerlo por teléfono, por ejemplo.
- **Código:** podemos definirlo como la lengua que se utiliza en la comunicación, aunque no es sólo eso.

1.1 El feedback en la comunicación

Las figuras del emisor y receptor se intercambian constantemente, esto ocurre porque en la comunicación debe producirse un feedback. Así, el proceso es el siguiente:



1. Se produce la concepción de la idea por parte del emisor, ¿qué quiere transmitir?
2. Elabora el mensaje y lo envía al receptor. Para ello, debe utilizar un código que éste entienda.
3. El receptor recibe el mensaje y lo interpreta.
4. El receptor se convierte en emisor, se produce así el feedback. Ahora envía él una respuesta a quien antes era emisor.

SABÍAS QUE

Al proceso de transformar la idea en un código (por ejemplo, la lengua española) se le denomina codificación, a lo contrario (interpretar según el código), decodificación.

1.2 Barreras de la comunicación

Podemos definir las barreras de comunicación como aquellas dificultades que pueden producirse durante el proceso comunicativo y que impiden que el mensaje llegue correctamente al receptor. Estas dificultades pueden proceder de los mismos participantes en la comunicación (emisor y receptor) pero también pueden proceder del exterior, siendo barreras externas.

Tanto emisor como receptor deben hacer un esfuerzo en superar esas barreras para que la comunicación se produzca tal como se había planeado (que se cumplan los objetivos).



A. Barreras del emisor

Las barreras del emisor pueden proceder de la forma de hablar de éste, que no es la adecuada para ese receptor o en concreto, pero también de su estado de ánimo. Así, se pueden producir barreras cuando:

- **Usa un vocabulario no adaptado al receptor.** Es decir, si el emisor utiliza un lenguaje demasiado técnico o que el receptor desconoce, puede ser una barrera para que el mensaje lo pueda interpretar correctamente.
- **No se expresa correctamente:** si el emisor no posee una alta capacidad de comunicación, es más complicado que el mensaje llegue al receptor, tal como debe llegar.
- **El estado emocional:** si en ese momento éste no es bueno, el mensaje puede llegar a ser más pesimista o estar peor elaborado, lo que puede suponer una barrera para la comunicación.
- **La entonación, el volumen de la voz, etc...** pueden provocar también una barrera porque no son adecuados para que el cliente se entere del mensaje

B. Barreras del receptor

Como decíamos, las barreras también pueden proceder del propio receptor. Estas barreras impedirán que el mensaje sea interpretado por él tal como el emisor preveía y, por lo tanto, se produzca un fallo en la comunicación. El receptor, es la persona que escucha, lee, ve... el mensaje y en este caso, nos referimos a las barreras que tienen que ver con barreras de tipo internas, como el conocimiento que tienen acerca de lo que habla el emisor, los tecnicismos que conoce, su estado de ánimo al recibir el mensaje, etc. Así, podemos distinguir las siguientes **barreras por parte del receptor**:

- **No posee conocimientos.** Los conocimientos del receptor pueden suponer una barrera de comunicación porque a veces, es necesario conocer algunos aspectos de lo que se habla para entender mejor el mensaje.
- **Tiene un estado de ánimo negativo.** Como ocurría en el caso del emisor, el estado de ánimo del receptor puede influir en la recepción del mensaje. Si posee un estado de ánimo negativo, todo lo interpretará negativamente (como, por ejemplo, que el emisor no le dice la verdad).
- **No conoce el vocabulario.** Está relacionado con los conocimientos, quiere decir que el receptor no entiende el significado de ciertas palabras que utiliza el emisor y, por lo tanto, no sabrá de qué le habla.

Ejemplo

Si un vendedor utiliza un vocabulario demasiado técnico y el cliente es poco experto en la materia, éste último no entenderá bien lo que le dice el primero, le faltará información y la comunicación no se producirá adecuadamente.

C. Barreras externas

Estas barreras no proceden del emisor ni del receptor, sino que son externas a ellos. Son dificultades que se producen en la comunicación por agentes externos como los siguientes:

- **Ruidos externos.** Por ejemplo: tráfico en la calle, máquinas, charlas, etc. que dificultaran la comunicación entre dos o más personas.
- **Interferencias.** Por ejemplo, de la línea telefónica que impide que el receptor oiga bien.
- **Iluminación deficiente,** que dificulte leer o ver al emisor correctamente
- **Mala insonorización,** que impide que el o los receptores oigan bien.
- **Alta temperatura,** que dificulten la comodidad de los comunicadores.
- **Mala cobertura en el móvil** que hará que se entrecorte la conversación.

Ejemplo

María, jefa del departamento de compras llama a Luís, a su teléfono móvil. Cuando comienza a hablar, la llamada se entrecorta. Luís, sólo hace decirle que no se entera bien, que apenas tiene cobertura en su móvil en la oficina. Se está produciendo una barrera de tipo externa. Ante la imposibilidad de mantener una comunicación fluida, María cuelga el teléfono y lo llama al teléfono fijo del despacho. De esta forma, la comunicación se mantiene sin problemas. Ha sido una forma de superar una barrera.

2. COMUNICACIÓN VERBAL

En la introducción de esta unidad, decíamos que la comunicación podía ser verbal y no verbal. Y dentro de la verbal, oral y escrita. En este apartado nos centraremos en la comunicación verbal.

Aunque tanto la comunicación hablada como la escrita están haciendo uso de una lengua para transmitir el mensaje, entre ellas existen grandes diferencias, de donde surgen sus ventajas e inconvenientes de cada uno de los tipos.

A continuación, vemos cada una de ellas con sus características.

2.1 Comunicación verbal escrita

Es aquella que se produce mediante la palabra escrita, en la comunicación comercial se puede producir a través de una carta, de un correo electrónico, de una página web, etc. Como ya adelantábamos esta forma de comunicación poseen unas ventajas y unos inconvenientes, que vemos a continuación.

A. Ventajas de la comunicación verbal escrita

- **El mensaje queda registrado** (si no se elimina intencionadamente) y por ello, se puede recurrir a él cuantas veces se desee. Así, por ejemplo, si tenemos duda con respecto a un dato, podemos volver a leer una carta.
- Puede llegar a **un número mayor de receptores** que la comunicación oral (correos masivos). Bastará con enviar el mismo mensaje a un grupo de destinatarios, que no tienen que encontrarse en el mismo espacio cuando se produce la comunicación (como en la oral masiva).

B. Inconvenientes de la comunicación verbal escrita

- Por lo general **no se obtiene feedback**. Es más complicado o al menos, no es instantáneo el feedback entre emisor y receptor.
- Es una **comunicación más rígida**, no se puede ir modificando como la oral, según la respuesta del receptor. Una vez que el mensaje se elabora y se envía, no se puede ir adaptando el mensaje a la actitud del receptor.
- **Elaborar un mensaje escrito lleva más tiempo** que hablado porque requiere cuidar las reglas de ortografía, cuidar la forma del texto...

2.2 Comunicación verbal oral

La comunicación oral es la que se produce a través de la palabra hablada y que requiere que los participantes en la comunicación se encuentren presentes o al menos, compartan el tiempo (el mensaje se envía y recibe de forma instantánea).

A. Ventajas de la comunicación verbal oral

- Es más rápida, **se tarda menos en tener respuesta** porque los que participan están presentes (o por teléfono o videoconferencia).
- Es más **flexible que la escrita**, se puede ir cambiando conforme se va produciendo. Así por ejemplo si decimos algo que el receptor no entiende, él nos puede consultar y nosotros cambiar la forma de decirlo.
- Se puede **producir feedback al instante** para comprobar que el receptor está entendiendo el mensaje. El receptor nos puede consultar, como hemos dicho antes

B. Inconvenientes de la comunicación verbal oral

- Por lo general **no se puede recurrir a ella**, a no ser que quede registrada de alguna forma (grabada en vídeo o con una grabadora, por ejemplo).
- Exige que emisor y receptor se **encuentren en un mismo espacio y al mismo tiempo**. Lo que hace que sea menos flexible porque hay que buscar el momento en el que emisor y receptor puedan “encontrarse”

3. COMUNICACIÓN NO VERBAL

Es aquella comunicación que no se produce con la palabra escrita u oral, sino que es la que se transmite a través de los gestos, posición del cuerpo, tono de la voz, volumen de la voz, espacio, proximidad entre los participantes, etc.

Es importante controlar la comunicación no verbal para no transmitir un mensaje equivocado o que no favorezca a la intención de los negociadores. Así, si no controlamos ciertos elementos podemos transmitir lo contrario a lo que queremos. Por ejemplo, si no sabemos controlar el tono de voz, sin resaltar con la voz lo que nos interesa, el mensaje no será igual de efectivo que si subimos un poco la voz cuando queremos destacar algo. Lo mismo ocurre si tenemos una posición

SABÍAS QUE

La comunicación verbal puede ser consciente y no consciente. Así, subir el tono de voz, señalar algún elemento...son actos conscientes, mientras que hay otros gestos que no controlamos (por ejemplo, dar golpecitos en la mesa cuando estamos nerviosos). Hay que aprender a controlar los no conscientes para no transmitir un mensaje equivocado.

corporal equivocada, haremos que nuestro cuerpo no transmita lo mismo que lo que estamos diciendo con palabras.

Forman parte de la comunicación no verbal elementos como:

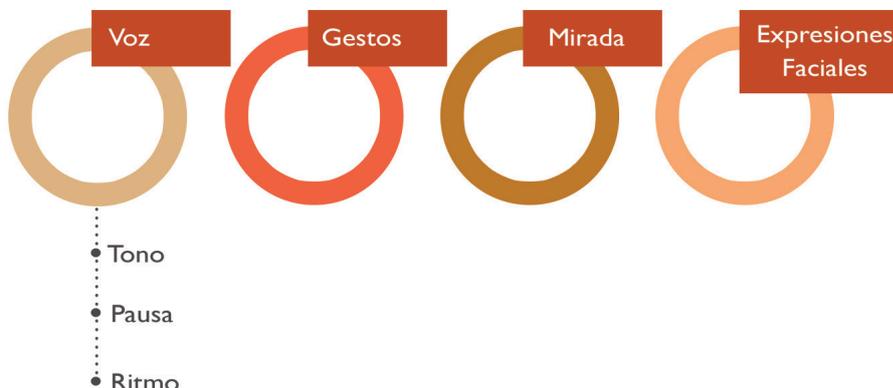
- **La voz**
- **Gestos**
- **Mirada**
- **Expresiones faciales**
- **Postura corporal**



Cruzar los brazos es un elemento de comunicación no verbal que algunos interpretan como una actitud defensiva

3.1 Elementos de la comunicación no verbal

A continuación, veremos algunos de los elementos de la comunicación no verbal que consideramos importantes.



A. La voz

Podemos distinguir varios elementos dentro de la voz: tono, pausas y ritmo. Veamos en qué consisten cada uno de ellos.

a. Tono

Es una cualidad de la voz que se modifica través de las cuerdas verbales. Sirve para expresar nuestros sentimientos acerca de lo que estamos expresando, además de que sirve para dar significado a lo que expresamos. Así pues, por ejemplo, si estamos hablando de que nuestro amigo está enfermo, utilizaremos un tono bajo y triste.

b. Ritmo

Es la velocidad con la que transmitimos el mensaje hablado y que también influye en el mismo mensaje. Así, si se habla demasiado rápido no vocalizamos bien y el receptor no nos entenderá, pero si hablamos demasiado lento también podemos aburrirlo. Por lo tanto, ni muy rápido ni muy lento.

TOMA NOTA

Si queremos transmitir seriedad y autoridad, usaremos un tono alto. Si por el contrario utilizamos un tono bajo transmitiremos inseguridad y timidez, por lo que no es nada recomendable para la negociación comercial

SABÍAS QUE

Algunos expertos coinciden en que una velocidad de 150 a 170 palabras por minuto es lo adecuado.

c. Pausas o silencios

Este elemento es necesario por dos motivos: porque el emisor puede así resaltar lo que acaba de decir (dice algo que considera importante y se para) pero también porque de esta forma, deja a la otra parte hablar. Recuerda que en la comunicación debe haber Feedback, deben hablar las dos partes.

B. Gestos

Entre los gestos que podemos hacer, los más importantes son los que se denominan **reguladores**, que sirven para organizar la comunicación que estamos manteniendo. Son gestos reguladores el asentir con la cabeza, el señalar con el dedo a alguna parte, o el hacer señal de stop con la mano. No obstante, existen otros tipos de gestos, como los siguientes:

- **Emblemas.** Se emiten de forma intencionada y poseen un significado bastante claro admitidos por todos los miembros de una sociedad o cultura. Por ejemplo, el decir adiós con la mano, es entendido por todos nosotros.
- **Ilustradores.** Como su nombre indica, sirven para ilustrar, explicar o apoyar lo que se dice con las palabras. Por ello, por sí mismos no suelen tener significado, sino que lo tienen dentro de la comunicación que se establezca. Un ejemplo sería que si se está hablando de algo de un tamaño muy grande ejemplificarlo con las manos el tamaño.
- **Adaptadores.** Son movimientos que solemos hacer más bien de forma inconsciente para controlar nuestros estados de ánimos o sentimientos, con el fin de podernos adaptar a la situación en la que se está produciendo la comunicación. Por ejemplo, dar golpecitos con un bolígrafo podría ser un gesto adaptador. Se deben distinguir aquellos gestos que se realizan para nosotros mismos, como por ejemplo para intentar relajarnos o aquellos que son dirigidos hacia otra persona, como por ejemplo dar la mano

Ejemplo

Un tipo de gesto de regulación sería hacer un movimiento de asentimiento o de negación con la cabeza que indica, que estamos de acuerdo con lo que nos están diciendo, que estamos siguiendo la conversación, que estamos escuchando, etc.

C. Expresiones faciales

A través de nuestras expresiones faciales expresamos nuestro estado emocional, por ello debemos saber controlarlas en las comunicaciones comerciales y, por supuesto, en las negociaciones.

La **sonrisa** es uno de los elementos que forman parte de la expresión facial. Aunque la sonrisa siempre es agradable, no se puede mantener constantemente en la relación con el cliente. Si el cliente expone sus dudas u objeciones y nosotros sólo sonreímos, éste podría molestarse y pensar que no lo tomamos en serio.

Si sonreímos nuestra sonrisa siempre debe ser **sin-cera, natural y no forzada**.

D. La mirada

La mirada es el elemento más expresivo de la cara. El contacto ocular, mirar a los ojos, es una señal clave en nuestra comunicación con los demás y se estima que durante un acto de comunicación se debe mantener un contacto visual al menos el 60-70% del tiempo.

Hay que tener en cuenta estas recomendaciones con respecto al contacto ocular:

- Mantener la mirada de forma prolongada puede resultar desafiante y por lo tanto nada positivo.
- Re tirar la mirada puede transmitir perdida de interés o que estamos aburridos, pero también superioridad.
- Bajar la mirada se interpreta como un signo de modestia

SABÍAS QUE

Si queremos mantener la mirada durante mucho tiempo con alguien sin que nos resulte incómodo, podemos dirigir la mirada al entrecejo para que la otra persona no perciba diferencia.

E. Posturas corporales

Aunque las posturas corporales expresan actitudes y sentimientos, no se deben hacer juicios previos sólo analizando las posturas. Este elemento (como los demás de la comunicación no verbal) no debe interpretarse de forma aislada, sino que **hay que interpretarlos de forma conjunta y teniendo en cuenta las circunstancias en las que se producen**.

Cuando estamos sentados, mantenemos una postura que puede transmitir una **actitud positiva o negativa** según sea avanzada o hundida:



LO QUE HEMOS APRENDIDO

- En todo proceso de comunicación intervienen: emisor, receptor, canal, mensaje y código.
- La comunicación verbal utiliza la palabra y puede ser oral o escrita. Cada una de ellas posee ventajas e inconvenientes. Por ejemplo, no se puede recurrir a un mensaje transmitido mediante comunicación oral, por el contrario, si se puede hacer por comunicación escrita.
- La comunicación no verbal se transmite a través de elementos como los gestos, la mirada, las posturas, etc. Hay que saber controlar e interpretar los elementos de comunicación no verbal.
- Podemos utilizar la comunicación no verbal para apoyar el mensaje que estamos transmitiendo de forma oral.