La comunicación. Un proceso social.

Psic. Jair A. Hernández

La comunicación es un proceso que no termina en la recepción del mensaje por el contrario necesita de la retroalimentación que permitirá cerrar el circuito y reiniciar el ciclo.

“No es correcto hablar de un “acto” de comunicación como si enviar o recibir un mensaje fuera un hecho aislado. Por el contrario, todo hecho de comunicación debe ser analizado como parte del contexto de su comunicación” (Adler y Marquardt Elmhorst, 2005).

Lo anterior remite a pensar en la comunicación como un proceso adecuado a las circunstancias ambientales y no como el sólo hecho de emitir información de manera mecánica como un procedimiento que fluye por naturaleza. La comunicación debe cumplir con dos objetivos: 1) la recepción y decodificación del pensamiento a través del lenguaje en cualquiera de sus manifestaciones y 2) la devolución de una respuesta que satisfaga de manera coherente y objetiva la solicitud de ese pensamiento.

Verdeber y Verdeber (2009) definen la comunicación como el proceso mediante el cual se crea y se comparte significado en una conversación informal, en la interacción grupal o en los discursos en público; definiendo elementos esenciales que intervienen: los participantes (quiénes), los mensajes (qué), el contexto (dónde), los canales (cómo), la presencia o ausencia de ruido (distractores) y la retroalimentación.

Analizando lo propuesto por Verdeber y Verdeber, que consideran a ciertos elementos como necesarios para favorecer la comunicación, es imperante considerar que existen factores que no la permiten y que se vuelven barreras en la comunicación.

Estas barreras que evitan el proceso se pueden identificar en cuatro formas: a) físicas, las que están determinadas por las formas materiales y en el ambiente, b) fisiológicas, padecimientos de tipo orgánico; c) semánticas, definidas por la estructura y formas del lenguaje y d) psicológicas, que comprenden las emociones, trastornos y eventos personales que la impiden.

En todo grupo social es importante definir los adecuados medios de comunicación y que ésta efectivamente esté generándose, que las barreras sean superadas pero sobre todo lograr una adecuada interacción entre quienes intervienen en este proceso.

Referencias.

- 1.- Adler, R. B. y Marquardt Elmhorst, J. (2005) *Comunicación organizacional*. México. McGrawHill.
- 2.- Verderber, F. R. y Verderber, S. K. (2009) *Comunícate*. (J.M. Fábregas Puig y L. Campa Roja. Trad.) México. Cengage Learning.