

**FICHAS DE PEDAGOGIA MÉDICA
UNIDAD PSICOPEDAGOGICA
DEPARTAMENTO DE EDUCACION MÉDICA
FACULTAD DE MEDICINA – UdelaR**

Comunicación (1)

Prof. Adj. Lic. Psic. Mariel Scocozza Monfiglio

¿En qué consiste la comunicación?

Definir el concepto, y lo que implica la comunicación es de fundamental importancia en el encuentro con los otros, ya sea cara a cara, o en una situación grupal, que incluye desde la familia hasta los múltiples grupos que a diario integramos todos los sujetos.

Del diccionario etimológico (J. Corominas), comunicar es tomado del latín *communicare*, que implica “**compartir**”, “**tener comunicaciones (con alguien)**”.

Comunicar es hacer a otro partícipe de lo que uno tiene, describir o hacer saber a alguien alguna cosa, conversar, tratar con alguien a través de la palabra, de lo que acompaña a la palabra -los gestos- o por escrito, y a la vez transmitir señales mediante un código común al emisor y receptor. Todos nos comunicamos, aún cuando creemos no hacerlo, porque incluso aislarnos no deja de ser una manera de comunicarnos, de expresarle a los otros algo aunque podamos desconocer a nivel conciente el por qué.

Para recordar:

Primer axioma de la comunicación: “no es posible no comunicarse”.

Otro aspecto, que sin llegar necesariamente al aislamiento, a nivel de la comunicación docente – alumno, médico – paciente puede observarse son los silencios, ya sea en las clases o consultas, y debemos tomarlos y analizarlos y nunca descartarlos porque son fuente de un tipo de comunicación por demás valiosa, que enriquecerá cualquier tipo de encuentro.

Segundo axioma de la comunicación: *“toda comunicación tiene un aspecto de contenido y un aspecto relacional, tal que el segundo clasifica al primero y es por ende, una metacomunicación”.*

La comunicación es un proceso complejo en el que dos o más personas se relacionan a través de un intercambio de mensajes con códigos similares, tratan de comprenderse e influirse de forma que sus objetivos sean aceptados en la forma prevista, y utilizan un canal que actúa de soporte en la transmisión de la información.

Es claramente un proceso de interacción y no un fenómeno unidireccional, por lo que se producen efectos en la conducta de los sujetos. Este aspecto es de fundamental importancia, ya que al comunicarnos ejercemos efectos en la conducta de los otros, y los otros en nuestra conducta aunque muchas veces tampoco seamos conciente de ello.

¿Cómo aplicamos estos axiomas a la relación docente –estudiantes?

Debemos esforzarnos en el análisis de cómo un docente ejerce un efecto en la conducta de los estudiantes, pero también estos en la del docente, al igual que en el encuentro entre el médico y el paciente. Siempre el efecto es bidireccional, de ahí la importancia de conocernos –como docentes, como médicos- y conocer a nuestros estudiantes y pacientes.

1. Elementos que intervienen en la comunicación.

Con fines didácticos descomponemos el complejo proceso de la comunicación para *conocer* los elementos que lo integran:

Emisor y receptor. Son roles que alternativamente ejecutan los sujetos, ya que el emisor es el que toma la iniciativa en el acto de comunicación pero luego se alterna una y otra vez. No es imprescindible la presencia del receptor para que exista comunicación, ejemplo de ello son las cartas, mails, cursos a distancia, donde el emisor envía mensajes y el receptor puede recibirlos en tiempo diferido y “emitir” una respuesta a posteriori.

El mensaje. Es el conjunto de ideas o informaciones, que se transmiten mediante códigos, claves, imágenes etc., cuyo significado será interpretado por el receptor en función de múltiples factores.

El código. Es el conjunto de códigos, claves, imágenes, lenguaje, etc. que nos dan la posibilidad de transmitir la información o las ideas que constituyen el mensaje. Es muy importante que el código sea compartido por emisor y receptor, de lo contrario no puede darse una comunicación efectiva.

El canal. Es el medio a través del cual se emite el mensaje del emisor al receptor, (oral – auditivo, gráfico – visual, etc.).

El contexto. Es la situación concreta donde se desarrolla la comunicación, por ejemplo una clase.

Los ruidos. Son las alteraciones que se producen durante la transmisión del mensaje. No solo se refiere a los ruidos como tal, sino también a cualquier tipo de interferencia en la emisión del mensaje.

Los filtros. Se denominan a las barreras internas, que surgen de los valores, experiencias, conocimientos, expectativas, prejuicios, etc. de emisor y receptor. Siempre van a estar presente en la comunicación, lo importante es controlarlos para impedir la distorsión del mensaje ya sea su sentido o su interpretación.

Feedback o retroalimentación. Es la información que devuelve el receptor al emisor.

Cuadro 1

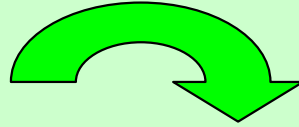
2. ¿Cómo se desarrolla el proceso de comunicación?

En el proceso de comunicación intervienen de forma activa y dinámica todos los elementos que figuran en el cuadro 1. El proceso se desarrolla en un contexto concreto y con un código concreto que es el que permitirá la comunicación, utilizando uno o varios canales, con la intervención de al menos dos personas, emisor y receptor. El Emisor transmite un mensaje al receptor lo recibe completo o en parte.

La comunicación supone una serie de momentos de una secuencia:

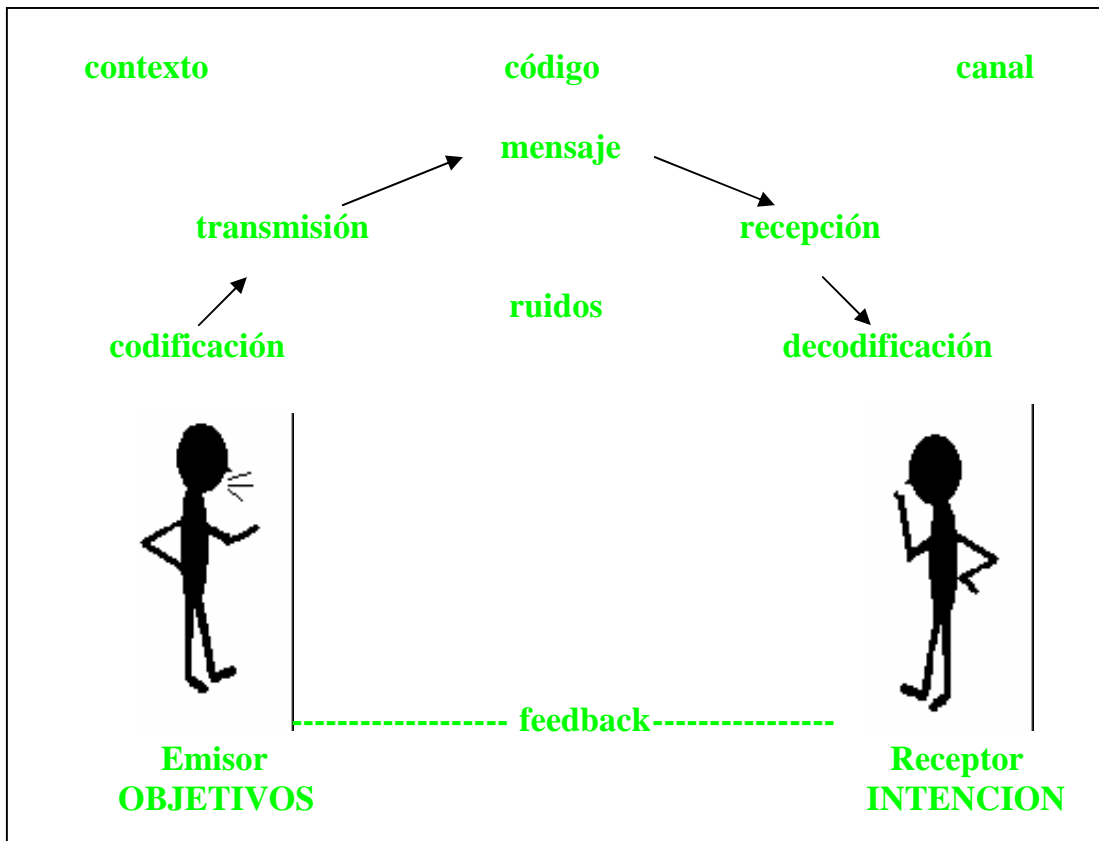
- i) **OBJETIVOS CLAROS:** El emisor debe tener claro los objetivos para emitir un mensaje, para evitar una fuente de error –la primera- y distorsión en la comunicación.
- ii) **UTILIZACION DE UN CODIGO:** A partir de los objetivos, el emisor deberá codificar las ideas, sentimientos o pensamientos que quiera transmitir, adaptándolos al código que se haya previsto utilizar, habitualmente el lenguaje para transmitir el mensaje. Muchas veces se constituye como una segunda fuente de error, porque existen dificultades para adaptar al código esas ideas, sentimientos, o conocimientos, relacionado con la falta de dominio del y conocimiento adecuado y suficiente sobre el lenguaje o el código a utilizar. En este momento se han activado los filtros por parte del emisor a la hora de codificar el mensaje, o incluso cuando se han planteado los objetivos de la comunicación.
- iii) **TRANSMISION:** Utilizaremos un canal que consideremos adecuado para que utilizando un código común con el receptor, se facilite que la comunicación sea adecuada. No se puede tener la certeza de utilizar el código adecuado si no es a partir del feedback que el receptor devuelve al emisor sobre la comunicación que se está realizando.
- iv) **LLEGADA DEL MENSAJE AL RECEPTOR:** Influirán los ruidos en la comunicación dificultando la llegada del mensaje al receptor en las mejores condiciones de calidad para una recepción adecuada.
- v) **DECODIFICACIÓN:** en la cual el receptor, a través de un proceso interno, y sobre la base de sus experiencias y conocimientos, interpreta el mensaje. Aquí entran en acción los filtros por parte del receptor, así como posibles problemas con relación al conocimiento y uso adecuado del código por parte del mismo. En este momento se pone en marcha la “intención”, que se refiere a la pregunta que se hace el receptor de ¿qué me ha querido decir? Esta intención es el equivalente a los objetivos del emisor, y se ajusta a la interpretación que hace el receptor sobre los mismos.
- vi) **FEEDBACK:** puede producirse únicamente en base a los signos percibidos o incluso, cuando la comunicación es bidireccional, es decir emisor y receptor intercambian los roles, el feedback puede ser directamente verbal, lo que ayudará a reproducir con más fidelidad el mensaje.

TENER EN CUENTA QUE:



La comunicación bidireccional resulta menos ordenada y organizada que la unidireccional, ya que los receptores interrumpen al emisor, y también se interrumpen entre ellos, pero esto mejora la posibilidad de que los resultados del proceso se ajusten a los objetivos planteados previamente por el emisor.

EN RESUMEN:



El Proceso de la comunicación.

3. ¿Cuáles son los errores de la comunicación?

A lo largo del proceso de comunicación se pueden producir una serie de problemas que dificultarán en mayor o menor grado el hecho de que el emisor alcance sus objetivos y transmita los mensajes que inicialmente tiene la intención de transmitir.

Más allá de estos problemas, hay dos tipos de errores que se pueden cometer en el proceso, y son los denominados **i) sesgo o error de conocimiento y de transmisión**. El *de conocimiento* se define como la creencia del receptor de que el conocimiento que el emisor posee acerca de una realidad no es verídico. Este sesgo de conocimiento se refiere por tanto a una serie de déficit o faltas en la formación del emisor, o que ésta no es suficientemente adecuada. Se hace referencia a *lo que se dice* es decir al contenido de la información.

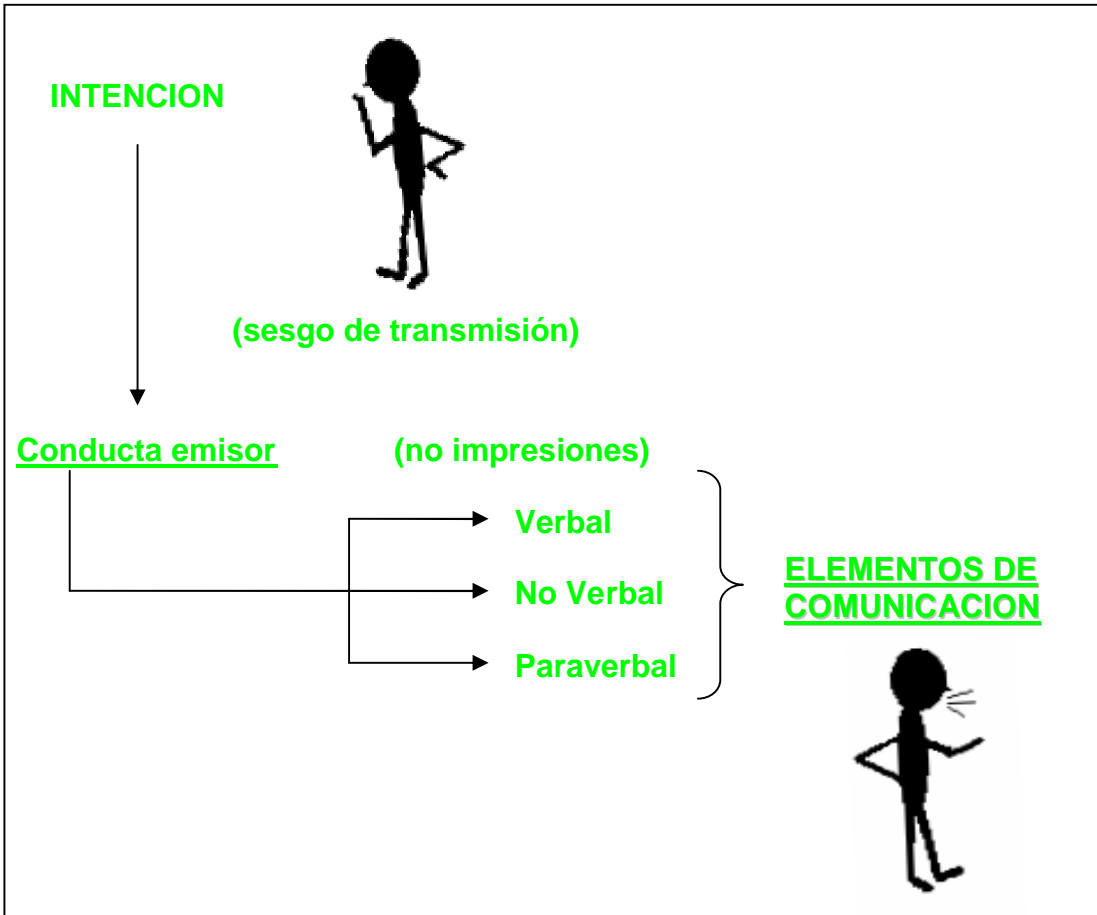
Si bien es esperable que este error se evite, el segundo tipo de error se considera más grave, es el **ii) error o sesgo de transmisión**, que se define como la creencia del receptor de que el deseo por parte del comunicador de transmitir una versión exacta de la realidad es dudosa. El receptor le atribuye al emisor un ánimo engañoso. Este error es más grave porque se cataloga negativamente al emisor y el error se centra en el **“como se dice”**, es decir la forma en que se presenta la información.

Otro tipo de error se relaciona con la **“intención”**, es decir con la imagen que estamos transmitiendo a nuestros interlocutores, y a su vez ésta se relaciona con las conductas del emisor, conductas que se concretan en tres aspectos: **conductas verbales**, que producen la comunicación verbal, **conductas no verbales**, que dan origen a la comunicación no verbal y **conductas paraverbales**, que constituyen la comunicación paraverbal.

La comunicación verbal consiste en la transmisión de mensajes a través de la palabra. La comunicación no verbal, se refiere a todos los mensajes que se transmiten al mismo tiempo pero de manera independiente de las palabras. La comunicación paraverbal se refiere a aspectos de la palabra hablada capaces de variar su sentido pero no su contenido.

Estos tres tipos de conducta constituyen los elementos de la comunicación siendo sus diferentes combinaciones las que generan las impresiones que causamos en los demás.

EN RESUMEN:



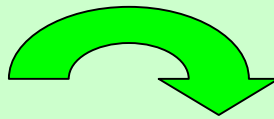
Relación entre intención y habilidades sociales.

El peso que cada uno de los elementos de comunicación tiene sobre la intención que atribuye el receptor a los mensajes dentro del proceso de comunicación, se ha cifrado en un 20% para los elementos verbales - o 10% -, y un 40% para los elementos paraverbales y no verbales – o 50% -.

<i>Elementos verbales</i> -----	20% (10%)
<i>Elementos paraverbales</i> -----	40%
<i>Elementos no verbales</i> -----	40% (50%)

Peso de los elementos de comunicación sobre la intención.

TENER EN CUENTA QUE:



Las palabras en una comunicación sólo tienen un peso de un 20 %, cobrando más importancia los aspectos no verbales y la forma como transmitimos el mensaje.