CAPITULO I

Introducción

1.1 Marco Contextual.

Según González, (1997) define a la comunicación como una interacción continua entre dos o más individuos, por medio del uso de símbolos con el fin de influir o modificar en el área de los pensamientos, sentimientos y acciones. Un individuo puede hablar diversos idiomas, cada idioma tiene un código especial para establecer la comunicación, el mismo posee una simbología que debe ser dominado ampliamente, cuidando que el mismo código esté también en poder de su receptor.

En la medida en que una sociedad se desarrolla en el ámbito político, económico y social, aumenta la necesidad de comunicación. Cotidianamente se envían y se reciben millones de mensajes para compartir información y convencer a otros de los diversos puntos de vista y así lograr un entendimiento mutuo. Dentro del entorno social, la comunicación es indispensable ya que cada individuo se ve en la necesidad de lograr diferentes objetivos por medio de esta interacción. Los triunfadores, son aquéllos que tienen la facilidad de establecer una interacción efectiva con otros, puesto que han desarrollado

destrezas de comunicación y las utilizan con éxito demostrando su competencia comunicativa, la cual significa el saber utilizar los conocimientos y las habilidades verbales y no verbales, para hacer adaptaciones adecuadas al expresar sus ideas (Fonseca, 2005).

En el mundo de las empresas y organizaciones se ha intentado implementar programas de cambio o estrategias de mejoramiento dentro de los procesos administrativos y operativos, sin embargo en algunos casos no se ha logrado efectivamente dicho objetivo ya que su sistema de comunicación tanto interno como externo ha sido deficiente. En consecuencia, la gestión de las empresas y organizaciones buscan un desarrollo gerencial de la comunicación en función al éxito (Guzmán, 2007).

1.2 Delimitación y Planteamiento del Problema.

Como ya se mencionó anteriormente, las empresas y organizaciones se ven en la necesidad de implementar formas de comunicación que beneficien la productividad en los procesos laborales en los ámbitos administrativos y operativos.

La presente investigación tiene como finalidad, establecer un análisis cualitativo en base a una observación no participativa y en entrevistas a

profundidad, sobre cómo se efectúa la comunicación interpersonal entre los miembros de un equipo de trabajo que tiene como objetivo, la planeación y realización de una campaña publicitaria.

La investigación cualitativa será aplicada dentro de la empresa Idea Visual S.A. de C.V, ubicada en la ciudad de México, Distrito Federal. Dentro de ésta, se analizará la comunicación interpersonal que existe entre los individuos participantes para llevar a cabo la planeación y realización de una campaña publicitaria y así establecer las implicaciones que el Análisis Transaccional tiene en cuanto a la misma, teniendo como objeto de estudio a la comunicación interpersonal que se desarrolla dentro de Idea Visual.

1.3 Objetivo General.

Realizar un análisis cualitativo del proceso de comunicación interpersonal y sus implicaciones basadas en la teoría de Análisis Transaccional. Así como la recomendación de un nuevo proceso de comunicación interna a desarrollarse para aplicarse durante la planeación y realización de cada campaña publicitaria en la agencia publicitaria denominada Idea Visual, S.A. de C.V.

1.4 Objetivos Específicos.

- Definir el término de la comunicación.

- Definir tipos de comunicación.

- Definir comunicación interpersonal.

- Seleccionar y establecer una de las teorías de la comunicación interpersonal en función a las necesidades de la presente investigación.

- Realizar un análisis cualitativo de la comunicación interpersonal entre los miembros participantes en la planeación y realización de una campaña publicitaria.

- Establecer una conclusión del análisis y posibles recomendaciones.

1.5 Justificación y Relevancia.

Las Ciencias de la Comunicación son disciplinas de las ciencias sociales, éstas son de suma importancia para comprender la naturaleza de las sociedades y su comportamiento. Dicha disciplina, se manifiesta en diferentes escenarios donde participan diversos grupos de individuos que interactúan por medio de la misma en busca de objetivos y beneficios comunes.

Desde la perspectiva de la Comunicación, la manera en la que se interrelacionan los empleados dentro de una empresa es de vital importancia para el buen desarrollo de su trabajo, en consecuencia es importante realizar el estudio de las implicaciones de la comunicación interpersonal en el escenario laboral, en función del incremento de la productividad de dicho escenario para así obtener los objetivos planteados por una empresa u organización.