02

Lo oral y presencial, fundamentos de la comunicación organizacional

Oral and face to face: the basis for organizational communication

Dra. Luz Gabriela Gómez Restrepo
Facultad de Comunicación Social.
Universidad Pontificia Bolivariana.

Resumen / Abstract

En este artículo se aboga por una actitud presencial del profesional de la comunicación dentro de la empresa, porque es el mejor modo para intervenir y mejorar la comunicación en el interior de las organizaciones. Además, se potencian los comportamientos que tienen que ver con la comunicación oral y la presencialidad frente a otras formas de comunicación más impersonales.

This article defends a face to face role from the part of the company's communication specialist, as that is the best way of taking part in the organization's communication process and therefore improving it. That is why attitudes focused on oral and face to face communication must prevail over a more impersonal type of communication.

Palabras clave / Key words

Comunicación organizacional. Empresa.

Organizational communication. Enterprise.

Universidad Pontificia de Salamanca