



02

La Comunicación

Es importante conocer cuales son las ventajas de los recursos comunicativos a momento de seleccionar el mensaje y el medio de dar a conocerlo



La sociedad se fundamenta en la capacidad de transmitir intenciones, deseos, sentimientos y experiencias .

Ningún grupo, por elemental y simple que sea, está libre de la necesidad de comunicarse, ya que el intercambio es imprescindible para la convivencia y el desarrollo.

Observen las imágenes incluidas a continuación...

Imagen 1:



Imagen 2:



Imagen 3:



Imagen 4:



¿Dónde hay comunicación?

¿En las cuatro por igual?

¿En una más que en las otras?

¿Hay comunicación en una sola?

Leamos...

El mundo actual nos exige cada vez más, **saberes** para comunicarnos.

Gracias a los avances tecnológicos, se han multiplicado las comunicaciones escritas y orales, lo que ha posibilitado tanto el intercambio constante de saberes y conocimientos entre distintas disciplinas, como la permanente interacción entre lenguas.

Por lo tanto, para comprender los mensajes que circulan en las sociedades es necesario desarrollar nuevas habilidades que nos permitan acceder sin dificultades a este universo de palabras y códigos.



Para pensar...

¿Cómo se comunican entre ustedes? y ¿Qué medios utilizan? ¿Es necesario utilizar siempre como soporte la comunicación escrita? ¿Porqué?
Escribelo en tu cuaderno/Carpeta...
(10 tienes para resolverlo)

Importancia de la Comunicación en el Área de Trabajo

La comunicación es un proceso fundamental dentro de las empresas.

De hecho, la mala comunicación figura entre las principales causas de los problemas laborales

Ayuda a tener mejor relación entre empleados y jefes.

Permite tener un ambiente de trabajo armonioso y además aprendemos a escuchar.

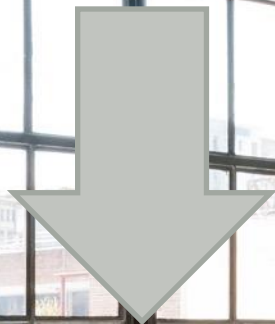
Permite un desarrollo correcto y eficiente, es la clave en el funcionamiento de cualquier compañía.



Una comunicación interna eficiente puede ayudar enormemente tanto a mejorar la productividad de las empresas como a fomentar la imagen corporativa entre los empleados de la empresa. Por ello, cuidarla al máximo aporta muchas ventajas a las empresas.

En la era digital, los canales sociales permiten interacciones a una velocidad impresionante, la comunicación en la empresa adquiere una importancia mucho más relevante.

Información y Comunicación...
¿Son lo mismo?



INFORMACIÓN

Es lo que percibimos, el contenido básico del mensaje, cualquiera sea su procedencia. Es el dato básico. Ej. El día está fresco.

La INFORMACIÓN
ES UNO DE LOS
COMPONENTES
DE LA
COMUNICACIÓN

COMUNICACIÓN

Es el proceso mediante el cual un individuo transmite a otro (u otros) cierta información.



Los tipos de comunicación son:

**Verbal
(oral o escrita).**

**No verbal
(Imagen, Kinesia,
Paralinguística y
Proxemia).**

No importa cual tipo es el tipo de comunicación, sino que se logre la efectividad de la comunicación, que el mensaje llegue en tiempo y forma y que su interpretación sea la que se quiere lograr.

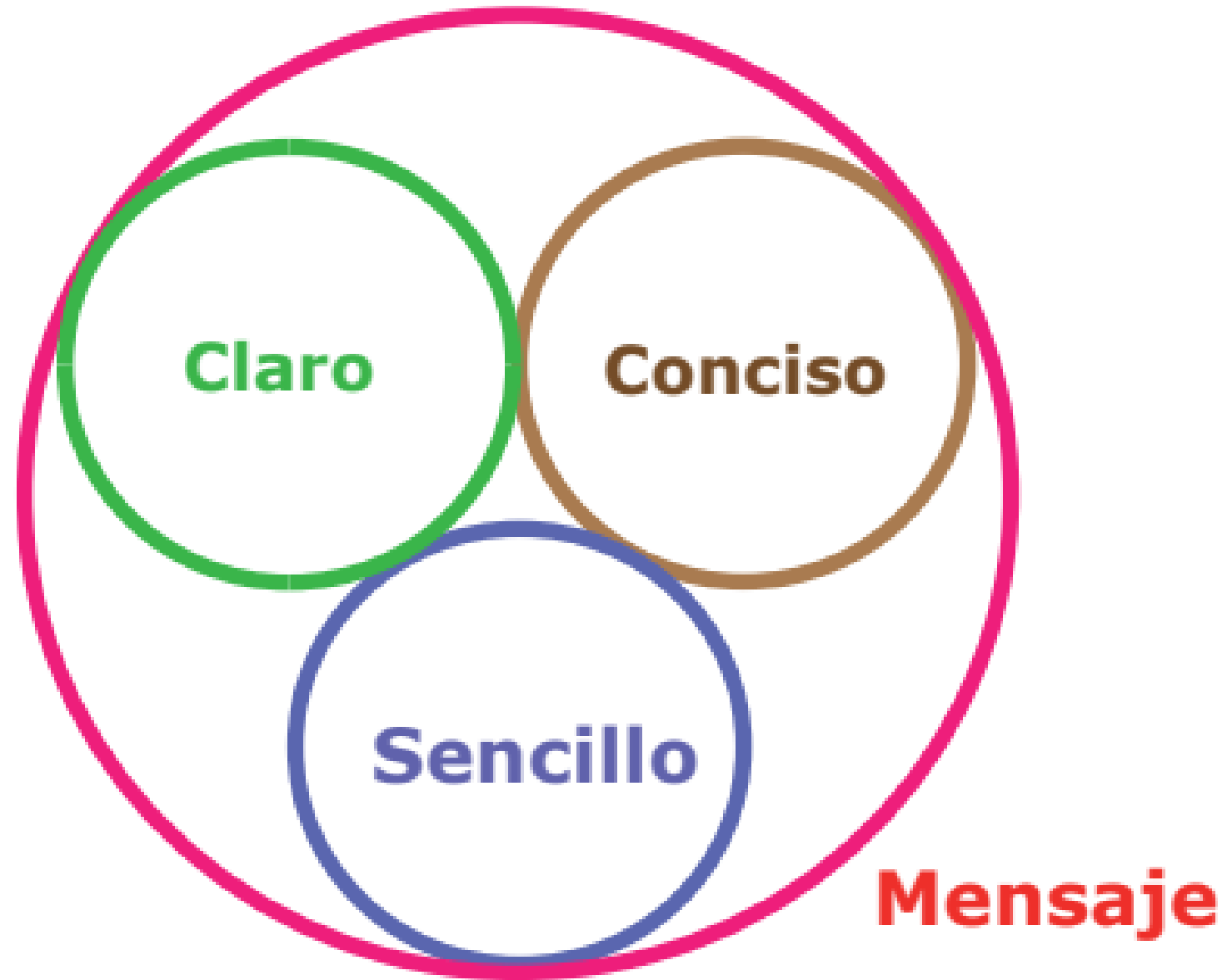


Para esto se debe tener en cuenta que se quiere comunicar, a quien es el receptor y su entorno para poder entender cual será la herramienta más efectiva para enviar el mensaje.

Independientemente del tipo de comunicación que se lleve a cabo es importante tener en cuenta las palabras, el significado que les damos, el contexto en que se utilizan.

Para que la comunicación sea efectiva se requiere que esta sea precisa, clara y concisa.

Si se llega con éxito a la comunicación efectiva, entonces la selección de ese tipo de comunicación fue el adecuado. Todos son importantes en la medida que se los utilice en el momento y forma correctos.



Escucha Activa

Mantenerse Receptivo

Desechar las respuestas que
dificultan la comunicación

No adelantarse a las
conclusiones

Tomar nota cuando sea necesario

Emplear respuestas que
favorecen la comunicación

Emplear técnicas de escucha
activa

¿Cómo se produce la comunicación?

Tomamos el modelo de comunicación tradicional de Shannon y Weaver...

Para la comunicación se necesita

Emisor

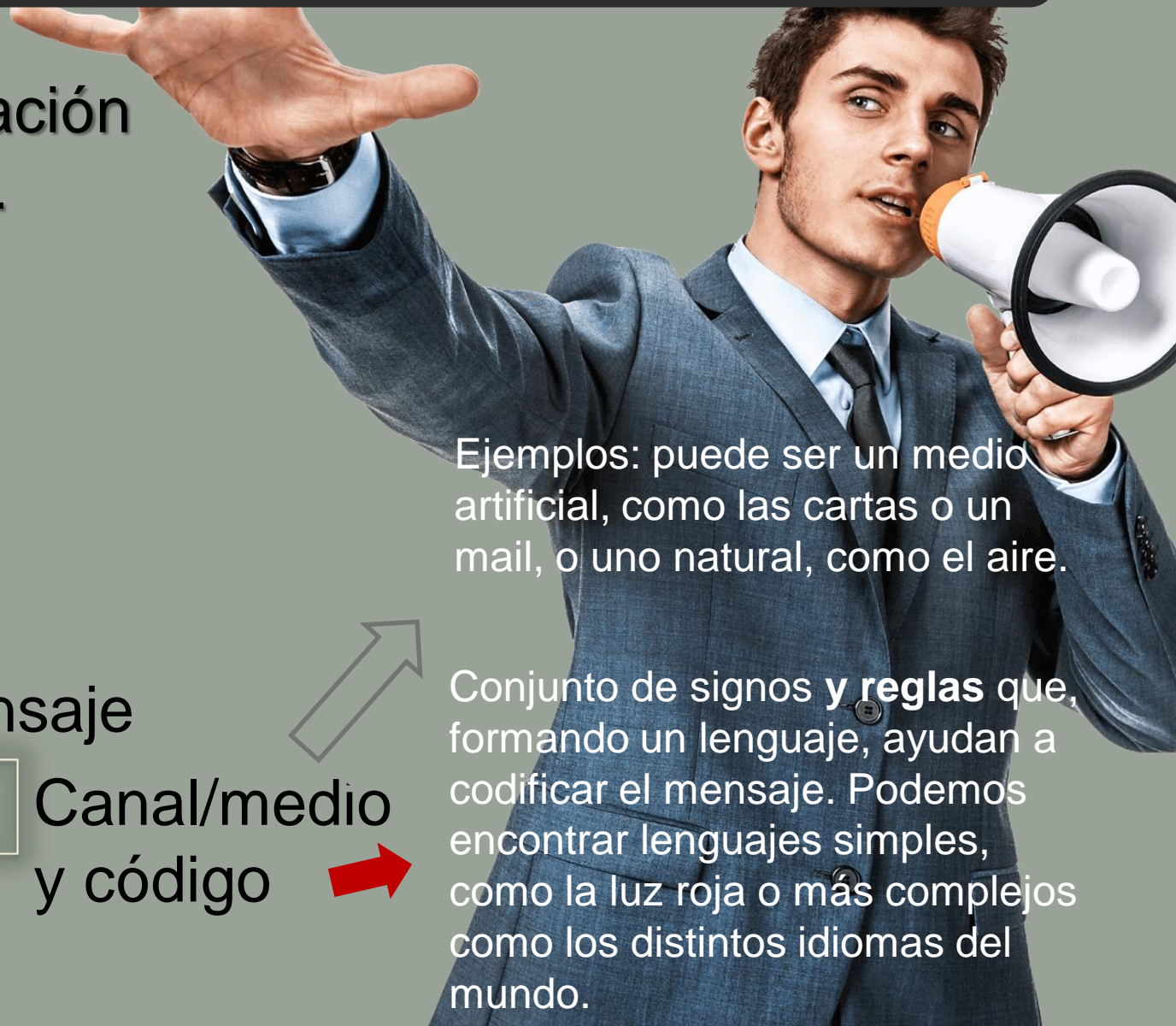
Receptor

Mensaje

Canal/medio
y código

Ejemplos: puede ser un medio artificial, como las cartas o un mail, o uno natural, como el aire.

Conjunto de signos **y reglas** que, formando un lenguaje, ayudan a codificar el mensaje. Podemos encontrar lenguajes simples, como la luz roja o más complejos como los distintos idiomas del mundo.



Código

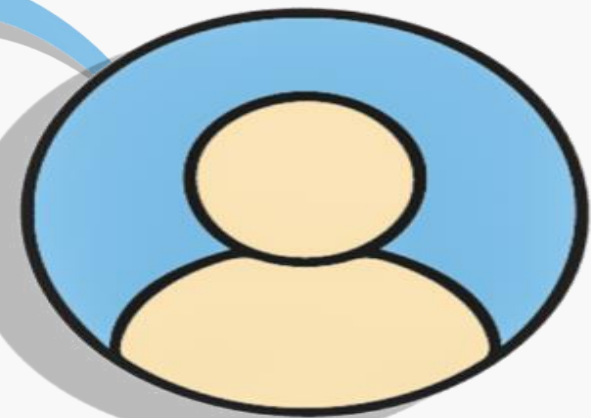
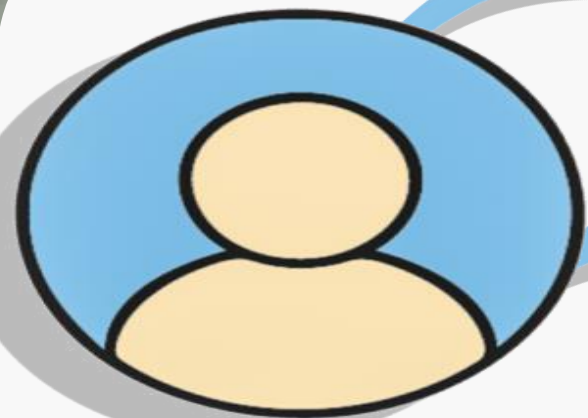
Mensaje

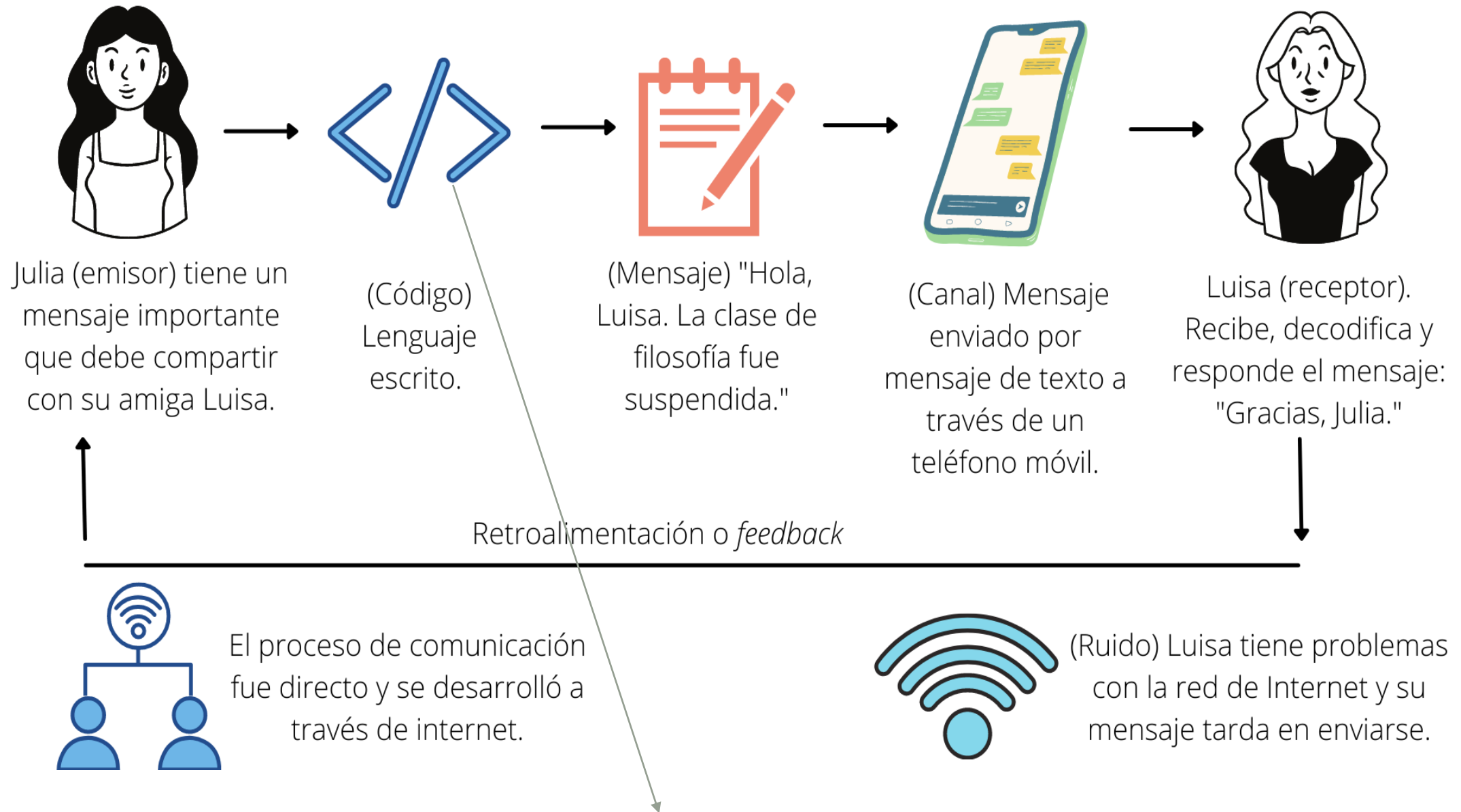
Canal

Receptor

Emisor

Contexto





Significa el cierre lógico de cualquier tipo de lenguaje basado en hipertexto, como sería HTML o XML, existen dos tipos El primero que explícito o sea el que se lee así <any> <\any> o la versión mejorada implícito q se lee así <any/> es bastante utilizado para la concepción de distintos documentos.



Mensaje

Es el contenido de la comunicación,
el núcleo de la información que se
transmite.

Las personas reaccionamos mejor ante
los mensajes positivos.

Demos la vuelta a los mensajes para
transformarlos en positivo.

Comunicación Asertiva



El Proceso Comunicativo

Fases de la comunicación

1. Elaboración del mensaje
2. Transmisión del mensaje
3. Captación. Comprensión
4. Respuesta. Feed-back

Ejemplo de Ruidos en la transmisión

Cuando se emplean distintos códigos...no hay entendimiento.

Ej. Coche – Carro – Auto – Cerdo (España)

Ej.: Carta en Alemán- Traductor o Intérprete.

Cuando se producen interferencias en los canales y no se completa la transmisión...

Ej.: Sonido ambiental hace que dos personas no se escuchen.

Ej.: Una carta se extravía o no llega el mail a la casilla.

Ej.: Cuando varias personas en un zoom hablan a la vez.

Lenguaje que utilizamos para comunicarnos

Lenguaje en el que hablamos.
(se percibe a través del oído)

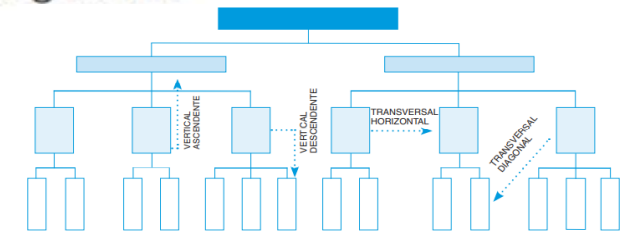
Lenguaje de signos y señas.
En esta categoría entran la escritura, lenguaje de sordo mudos, señales de tráfico, banderas, etc.

Lenguajes especiales.
Ej.: Música

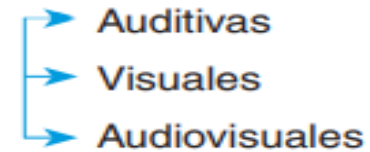
Lenguaje de las imágenes.
Arte gráfico- Publicidad.

Podemos clasificarlos por diferentes criterios según el esquema siguiente:

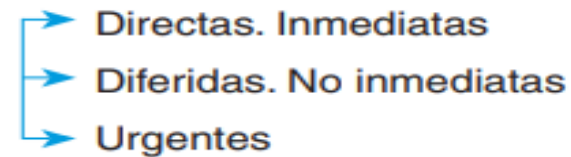
Por el ámbito



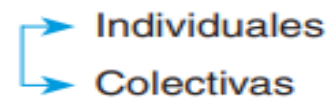
Según el instrumento de comunicación utilizado



Por el tiempo que transcurre entre la emisión y la recepción



Por el número de personas que intervienen



Esquema sobre el recorrido de algunos tipos de comunicación interna



Las **preguntas
abiertas** llevan:

¿

Qué

Cuál

Cómo

Dónde

Cuándo

Con quién

?

Las preguntas abiertas son apropiadas cuando el analista está interesado en la amplitud y profundidad de la respuesta.

Preguntas cerradas:

La respuesta es específica.

¿Escuchas la radio?

a) Si b) No

¿Ves televisión?

a) Si b) No

Las **preguntas mixtas** permiten obtener información precisa, pero para no perder datos valiosos, dan opción al informante para profundizar en sus repuestas. Por ejemplo:

¿Le gustaría incorporarse al Consejo de Participación Social?

Sí ☐ Posiblemente ☐ No ☐

¿Por qué? _____

Preguntas Clarificadoras

¿Puedes Elaborar un poco más?

¿Puedes darme un ejemplo?

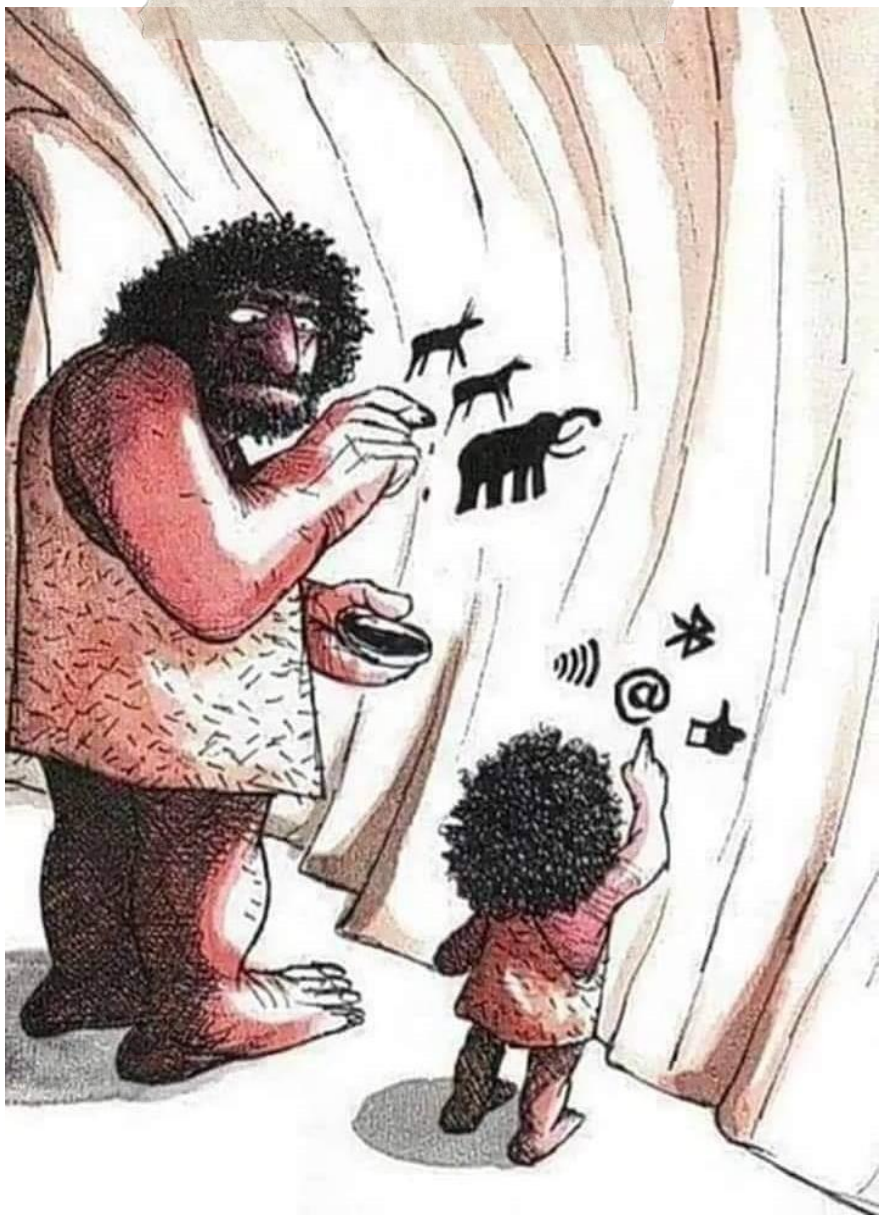
Preguntas Directas

¿Cuántos eran? ¿A qué hora?
¿Cuan lejos?



CHECKPOINT

- Me gustó aprender acerca de esto porque...
- Lo que más me interesó del tema fue...
- La parte en donde empecé a tener problemas fue...



¡Gracias!