



HABILIDAD - COMUNICACIÓN





HABILIDAD – COMUNICACIÓN

APUNTAR

El propósito de la comunicación es compartir información, ideas o sentimientos entre el emisor y el receptor.



HABILIDAD – COMUNICACIÓN

OBJETIVOS



Informar – transmitir hechos, datos o instrucciones (por ejemplo, una noticia, un informe).



Expresar: expresar sentimientos, emociones u opiniones (por ejemplo, poesía, conversación personal).



Persuadir: convencer al interlocutor para que adopte una idea o actúe de una determinada manera (por ejemplo, publicidad, discurso).



Establecer una relación: crear o mantener vínculos sociales (por ejemplo saludos, conversaciones cotidianas).



HABILIDAD – COMUNICACIÓN


¿QUÉ ES LA COMUNICACIÓN?


La comunicación es el proceso de intercambiar información, ideas, sentimientos o mensajes entre dos o más personas, con el objetivo de crear algo en común entre ellas.

En otras palabras, comunicar es compartir significado: es hacer que lo que está en la mente de una persona sea comprensible para otra.



COMUNICACIÓN VERBAL VS. NO VERBAL

 La comunicación verbal utiliza palabras habladas o escritas para transmitir un mensaje de forma clara y directa.

 La comunicación no verbal, por otro lado, se produce a través de gestos, expresiones faciales, postura, tono de voz y otras señales que complementan, refuerzan o incluso contradicen lo que se dice con palabras.

Si bien la comunicación verbal es más precisa, la comunicación no verbal es esencial para expresar emociones y actitudes, haciendo que la interacción sea más completa y rica.

Más del 90% de la comunicación emocional es no verbal.



TIPOS DE ESTILOS DE COMUNICACIÓN

Verbal (oral/escrito): utiliza palabras para comunicarse.

No verbal: Utiliza gestos, expresiones y señales.

Visual: Utiliza imágenes y diseño.

Digital: Mediado por la tecnología (computadoras, internet).

Interpersonal: Comunicación directa entre personas.

Masa: Comunicación con grandes audiencias.

Corporativo: Comunicación dentro y fuera de una organización.



Comunicación digital

La comunicación digital implica el uso de tecnologías digitales y medios electrónicos (como Internet, dispositivos móviles, correos electrónicos, aplicaciones y redes sociales) para enviar, recibir y compartir información.

Características:

Mediada por dispositivos tecnológicos: La comunicación ocurre a través de herramientas digitales como teléfonos inteligentes, computadoras y redes.

Inmediato e interactivo: Facilita la comunicación en tiempo real. comunicación (por ejemplo, mensajería instantánea, videoconferencia).

Multimodal: integra texto, imágenes, vídeo y audio (por ejemplo, vídeos de YouTube, podcasts, chats con bots).



La comunicación digital ha transformado la forma en que nos conectamos e interactuamos en el mundo moderno. Es rápida, accesible y permite compartir información.

globalmente y en tiempo real.

Comunicación interpersonal

La comunicación interpersonal se produce directamente entre dos o más personas, ya sea verbal o no verbalmente. Implica el intercambio de mensajes, ideas, sentimientos e información.

Características:

Personal y directo: Puede ser presencial o a través de dispositivos como el teléfono.

Recíproco: Ambas partes (emisor y receptor) pueden actuar como emisores y receptores de mensajes.



La comunicación interpersonal es esencial para crear y mantener relaciones sociales, tanto personales como profesionales. Facilita la comprensión, fortalece vínculos y ayuda a resolver conflictos.

Comunicación de masas

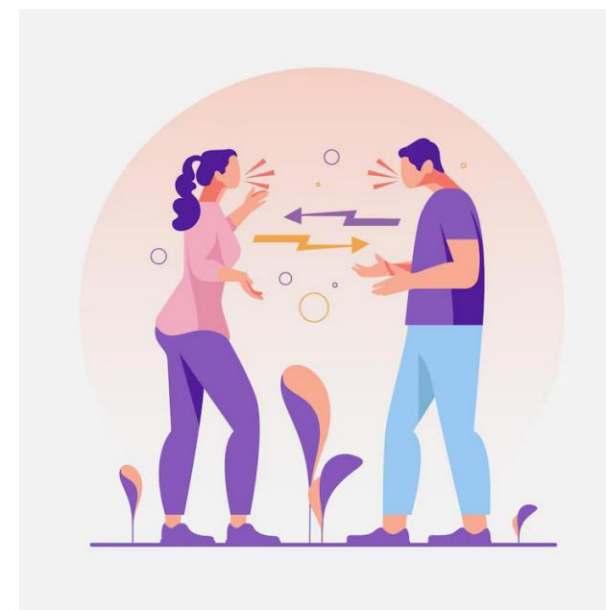
La comunicación de masas se refiere a la transmisión de información de una única fuente a una gran audiencia a través de medios de gran escala como la radio, la televisión, los periódicos, las revistas y, más recientemente, las plataformas digitales.

Características:

Monólogos: El emisor envía el mensaje a una audiencia amplia sin obtener necesariamente una respuesta inmediata.

Unidireccional: La comunicación tiende a ser unidireccional, con poca o ninguna retroalimentación de la audiencia (aunque las redes sociales han cambiado esto un poco).

Amplio alcance: puede llegar a un gran número de personas en diferentes ubicaciones geográficas.



La comunicación de masas es crucial para difundir información a grandes audiencias, influir en la opinión pública y moldear actitudes y comportamientos a gran escala. También es vital para la publicidad y las campañas políticas.

Comunicación corporativa

La comunicación corporativa se refiere al intercambio de información dentro de una organización y también entre esta y sus grupos de interés (clientes, proveedores, accionistas, medios de comunicación y público en general). Se centra en la imagen de la empresa y su relación con su público.

Características:

Interna y externa: La comunicación corporativa implica tanto la comunicación interna (entre empleados y departamentos) como la comunicación externa (con clientes, inversores, medios de comunicación).

Formal: A menudo sigue un patrón formal e institucional, especialmente en las comunicaciones externas.

Gestión de la imagen empresarial: Busca crear y mantener una buena imagen institucional y una relación positiva con los grupos de interés.



La comunicación corporativa es fundamental para el éxito de las organizaciones, ya que garantiza que todos en la empresa estén bien informados, además de cultivar una imagen positiva en el mercado y con los clientes.

Por qué es importante ser asertivo

Ser asertivo al hablar es esencial para mantener la claridad, el respeto propio y las relaciones saludables.

Nos permite expresar nuestras necesidades y opiniones sin ser agresivos ni pasivos. La asertividad conduce a una comunicación más efectiva , menos estrés y un mayor sentido de empoderamiento personal, tanto en nuestra vida personal como en el ámbito profesional.



escucha activa

La escucha activa es crucial para construir relaciones sanas y efectivas, resolver conflictos, promover la empatía y comunicarse eficazmente. Demuestra respeto por las ideas y sentimientos de los demás, lo que a su vez mejora la calidad de cualquier interacción, ya sea personal, profesional o social. contexto.

Practicar la escucha activa significa escuchar con la mente abierta, sin interrupciones, sin juzgar y con plena atención a lo que se dice. Esto crea un ambiente de diálogo genuino, donde todas las partes pueden expresarse con mayor apertura y sinceridad.



BARRERAS PARA UNA COMUNICACIÓN EFICAZ

Las barreras a una comunicación efectiva pueden ser causadas por factores como el ruido, las emociones o las diferencias culturales. Para superar estas barreras, es necesario escuchar atentamente, mantener la calma, utilizar un lenguaje claro y estar abierto a las diferencias de los demás.



COMUNICACIÓN EN CONTEXTOS DE EQUIPO

La comunicación eficaz en un entorno de equipo es crucial para la colaboración, la productividad y el logro de objetivos compartidos.

Claridad y concisión de retroalimentación
Cultura
Apertura y transparencia
Registros y actualizaciones frecuentes
Fomento de la participación
Adaptabilidad
Utilización de las herramientas adecuadas



COMUNICACIÓN BAJO ESTRÉS

Comunicarse bajo estrés es una habilidad crucial, especialmente en entornos de alta presión. Cuando los niveles de estrés aumentan, puede ser más difícil pensar con claridad, mantener la paciencia y comunicarse eficazmente.

La comunicación eficaz bajo estrés no se trata solo de gestionar la conversación, sino también de gestionarte a ti mismo y tus respuestas. Manteniendo la calma, la concentración y la empatía, puedes crear un entorno comunicativo que fomente la resolución de problemas y la resiliencia, incluso bajo presión.

Practique hacer pausas, respirar y conectarse a tierra antes de hablar.





HABILIDAD – COMUNICACIÓN

RESUMEN

La comunicación es una habilidad, no sólo un hábito.

Practica la presencia, la empatía y la claridad en cada conversación.

“Comunicar es mucho más que simplemente decir palabras; es crear entendimiento”.

– John Powell

“En tiempos de crisis, el silencio puede interpretarse como desinterés; comuníquese honestamente”.

– Simón Sinek

“La mayoría de las personas no escuchan con la intención de comprender; escuchan con la intención de responder”. – Stephen R. Covey





Referencias

- Rosenberg, M. (2003). Comunicación no violenta. PuddleDancer Press.
- Brown, B. (2018). Atrévete a liderar. Random House.
- Goleman, D. (2006). Inteligencia social. Bantam Books.





WWW. _____

www.facebook.com/ _____

Aviso legal: Esta publicación se ha elaborado con el apoyo del Programa Erasmus+ de la Unión Europea. El contenido de esta página es responsabilidad exclusiva de los socios y no refleja en ningún caso las opiniones de la AN ni de la Comisión.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

