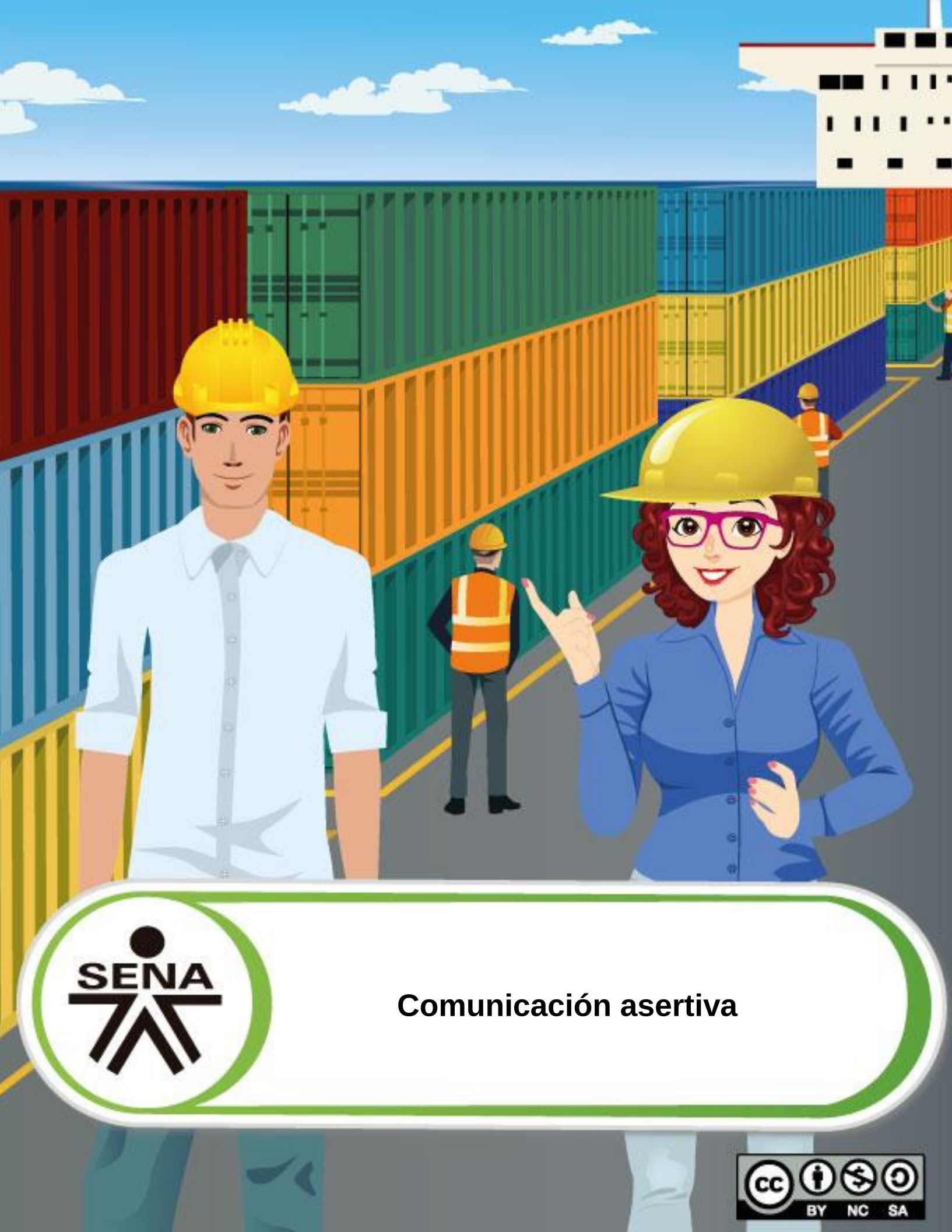


Comunicación asertiva

CC BY NC SA

Tabla de contenido

Introducción **1**

Mapa conceptual **2**

1. La comunicación **2**
Definición de comunicación 2
Elementos del proceso de la comunicación 3
Clases de comunicación 3
Niveles de la comunicación 4
La escucha 5
Barreras más frecuentes en la comunicación 6

2. Características de una buena comunicación **6**
¿Cómo lograr una comunicación efectiva y eficiente? 7
Claves para una comunicación exitosa 8

Referencias **9**

Introducción



Fuente: Pixabay (2015)

La comunicación en las empresas es la oportunidad de encuentro con el otro, en el que se plantea una amplia gama de posibilidades de interacción; a través de la comunicación es como se logra el entendimiento, la coordinación y la cooperación, que posibilitan el crecimiento y el desarrollo de las organizaciones.

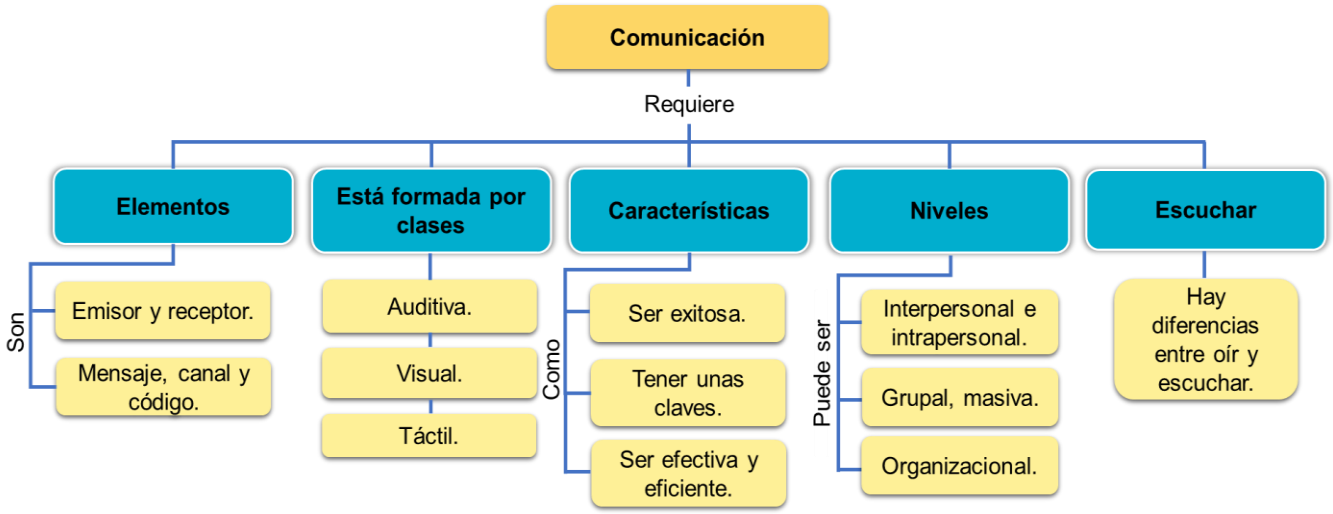
Por lo anterior, con los procesos de la comunicación se asignan, se delegan funciones, se establecen compromisos y se le encuentra sentido a ser parte de ella, ¿de qué otra manera se predicen e interpretan comportamientos, se evalúan y planifican estrategias que movilicen el cambio?

También, a través de la comunicación se proponen las metas individuales y grupales de beneficio común, en todo caso se necesita que la comunicación sea buena, exitosa, efectiva y eficiente. Por lo mismo, en este material de formación se exponen las características, las claves y algunas recomendaciones para lograr una buena comunicación.

Aspectos que son de interés, entendiendo que la carencia de estrategias comunicativas al interior de las organizaciones, la falta de canales o la subutilización de los mismos, genera lentitud en los procesos y en las acciones, retardo en las respuestas y desinformación acerca de las políticas, lo cual imposibilita la verdadera interacción a nivel interno.

Mapa conceptual

En el mapa conceptual que se comparte a continuación, se evidencia la interrelación temática del contenido que se plantea en este material de formación.



1. La comunicación

Definición de comunicación

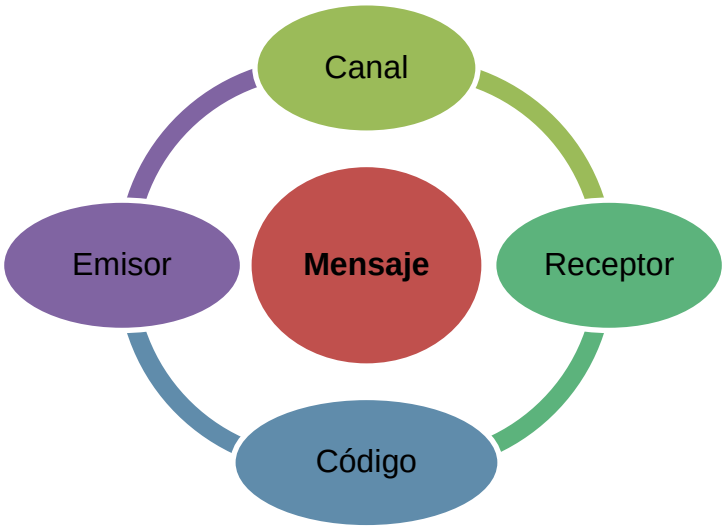
La comunicación se entiende como una actividad inherente a la naturaleza humana, que implica la interacción y la puesta en común de mensajes significativos a través de diversos canales y medios, para influir de alguna manera en el comportamiento de los demás. Ella debe ser entendida como factor fundamental y una herramienta clave para el éxito de las negociaciones.



La dinámica de la comunicación es posible gracias al intercambio de información entre los distintos niveles y posiciones del medio. Comúnmente, entre las partes de una negociación se establecen patrones típicos de comportamiento comunicacional en

función de variables sociales, lo que supone que cada persona cumpla con un rol comunicativo específico.

Para resumir, se puede decir que la comunicación es la transmisión de un mensaje de un emisor a un receptor a través de un canal y usando un determinado código.



Elementos del proceso de la comunicación

- **Emisor:** el que transmite el mensaje.
- **Receptor:** el que recibe el mensaje.
- **Mensaje:** designa lo que transmite el emisor al receptor, en el acto de la comunicación.
- **Canal:** modo físico a través del cual circulan las señales desde el emisor, hasta el receptor.
- **Código:** conjunto de signos que se utiliza para transmitir un mensaje.

Clases de comunicación

- **Auditiva:** es la comunicación desarrollada a través de sonidos producidos por el emisor.
- **Visual:** consiste en la comunicación que el receptor percibe por la vista.

- **Táctil:** se considera aquella donde el emisor y el receptor entran en contacto físico.

Niveles de la comunicación



Fuente: Pixabay (2016)

Comunicación intrapersonal: es la comunicación que tiene lugar dentro del individuo, en otras palabras, es hablar con uno mismo. Una persona puede ser emisor y receptor simultáneamente en su interior.

Comunicación interpersonal: esta comunicación también llamada interindividual tiene lugar en forma directa entre dos o más personas físicamente próximas, con una retroalimentación inmediata, sus características son las siguientes:

- La participación de dos o más personas físicamente próximas.
- Existe un solo foco de atención cognitiva visual.
- La interacción se da mediante un intercambio de mensajes en el que los participantes se ofrecen recíprocamente algunas señales.
- La interacción es cara a cara.
- El contexto interpersonal es en gran parte no estructurado, es decir son regidos por pocas reglas.

Comunicación grupal: es la que ocurre cuando un conjunto de personas conforman una unidad prácticamente identificable, y realizan transacciones de mensajes para la interacción, convivencia y el desarrollo del grupo, en busca del cumplimiento de sus metas.

Comunicación masiva: es la comunicación de difusión o de masas, recurre a la ayuda de la tecnología moderna bajo la forma de medios masivos; no debe confundirse la presencia de estos instrumentos, con el proceso mismo.

Comunicación organizacional: fluye a través de los canales institucionales de la organización, de arriba hacia abajo y viceversa, además, circula horizontalmente entre niveles jerárquicos. Esta comunicación puede ser escrita, oral o no verbal, circula por los canales formales, pero también puede formar cadenas que se salgan de ellos.

La escucha



Fuente: Pixabay (2016)

Existen grandes diferencias entre oír y escuchar, pues oír es un fenómeno de orden fisiológico, la estructura biológica permite percibir sonidos en mayor o menor grado. Oír es simplemente percibir vibraciones de sonido, es algo pasivo, no se puede dejar de oír, a menos que haya una discapacidad o se tapen los oídos.

Por otro lado, escuchar significa entender, comprender y dar sentido a lo que se oye, es la capacidad de recibir, atender, interpretar y responder a los mensajes verbales,

visuales o táctiles. Escuchar pertenece al mundo interpretativo del lenguaje, implica la compresión e interpretación personal del lenguaje; la capacidad de escucha se extiende a la estructura interna de la persona, incluso cuando no hay sonidos.

Por ello, se escuchan los silencios del otro, los gestos y las posturas para tener una interpretación personal, se dice que escuchar es un proceso psicológico y activo, porque se puede dejar de escuchar cuando se quiera.

Es común encontrar teoría que expresa que escuchar no es simplemente estar callado, la escucha es, en realidad, la suma de tres cosas, arte, ciencia y cualidad social, y todo está soportado por una base que es la actitud, una actitud positiva hacia la importancia que tiene el hecho de escuchar.

La persona que sabe escuchar aprende a practicar la autodisciplina, a evitar o reducir los malentendidos y a encontrar el momento oportuno para hacer una pregunta o una afirmación.

Barreras más frecuentes en la comunicación

- **Barreras institucionales:** falta de planeación de la comunicación, clima organizacional inadecuado, desconfianza, temor, amenaza, incomodidad, evaluación prematura o selección de un medio inadecuado.

- **Barreras sociales:** valores, costumbres, distorsiones semánticas del lenguaje, clima social y político inadecuado.

- **Barreras individuales:** personalidad, valores, costumbres, prejuicios, distorsiones semánticas del lenguaje, dificultad para escuchar y ajuste insuficiente.

Las anteriores barreras u obstáculos se dan a nivel de emisor y receptor, y por tanto deben ser tenidas en cuenta cuando se traten de mejorar los sistemas de comunicación en la organización.

2. Características de una buena comunicación

Claridad: exponer ideas concretas y definidas, con frases bien construidas y terminología común, al alcance de los destinatarios. Cuando hay que emplear palabras que puedan generar dudas al receptor, lo mejor es explicarlas a profundidad para que puedan ser comprendidas.

Concisión: utilizar las palabras justas y huir de la palabrería, no hay se debe ser lacónico, pero tampoco emboscar al destinatario en una farragosa oratoria por más que sea minuciosa.

Coherencia: construir los mensajes de forma lógica, encadenando ordenadamente las ideas, remarcando lo que son hechos objetivos y lo que son opiniones, bien sea del orador o de otras personas.

Sencillez: tanto en la forma de construir el mensaje, como en las palabras empleadas.

Naturalidad: tal vez lo más difícil de lograr porque requiere una expresión viva y espontánea, lo que no implica vulgaridad o descuido. Es la prueba del dominio del lenguaje y el camino para lograr la naturalidad, precisamente por una cuidadosa preparación de la intervención. Vale la pena resaltar que solo con preparación y con ensayo, se puede asegurar que el mensaje llegue a sus destinatarios de forma precisa y fácilmente comprensible.

¿Cómo lograr una comunicación efectiva y eficiente?

No existe una fórmula exacta para lograr una comunicación eficiente, pero el proceso será eficiente si se logra crear el campo común de experiencia, que permita que el mensaje sea entendido teniendo en cuenta las siguientes recomendaciones:

- Identificar las características de la población objetivo del mensaje.
- Planear la estrategia de comunicación.
- Clasificar las ideas antes de comunicarlas.
- Examinar el propósito de la comunicación.
- Identificar las características del ambiente organizacional en el cual el mensaje será recibido.
- Considerar las posibles consecuencias del mensaje.
- Seleccionar el medio adecuado para enviar un mensaje, preocuparse por la presentación, la estructura, la longitud y si es el caso, la ilustración.
- Escoger el momento adecuado para comunicar individualmente o en grupo.
- Hacer seguimiento porque la comunicación efectiva lo exige.

- Procurar que las decisiones y las acciones sean congruentes con la comunicación.

- Escuchar a los demás, quien sabe escuchar es por ende un buen comunicador; escuchar es un arte que se puede aprender.

- Crear un sistema de seguimiento y auditoría del sistema de comunicación de la organización. Seleccione los puntos críticos para hacer la auditoría, hacer revisiones periódicas del sistema, recibir y procesar la retroinformación.

Claves para una comunicación exitosa

No criticar, no condenar y no quejarse: bien es conocido el dicho de que si se quiere recoger miel, no se le debe dar puntapiés a la colmena, pues la crítica es inútil porque pone a la otra persona a la defensiva, la lleva a justificarse, despierta resentimientos, desmoraliza y no corrige. Ante esto, en lugar de censurar a la gente, la idea es tratar de comprender, cosa que resulta provechosa e interesante.

Demostrar aprecio, honradez y sinceridad: a toda persona le interesa ser atendida, escuchada y sentirse importante, por eso, la mejor forma de despertar el interés en los demás es mediante el aprecio y el aliento. Está claro que la adulación gratuita no da resultados con la mayoría de la gente ya que es algo falso, sin embargo, la diferencia entre una muestra de aprecio y la adulación es bastante sencilla, está en la sinceridad. Otra clave es hablar de lo que le interesa al otro, esto hará que la conversación avance positivamente porque el interlocutor se va a sentir importante.

Evitar discusiones: en cualquier conversación hay que evitar los momentos de tensión, aunque se pueda lograr a veces un triunfo, a la larga es ficticio porque jamás se obtendrá la buena voluntad del contrincante.

Lo mejor es aceptar el desacuerdo y buscar aquellas áreas donde puede haber puntos en común, hay que dejar aplazada cualquier lucha de poder; se debe mostrar respeto y jamás se le tiene que decir a una persona que está totalmente equivocada.

Escuchar, escuchar, escuchar: saber escuchar significa interesarse, ser paciente, atento, ¿cómo descubrir lo que la otra persona quiere decir realmente? Esto parece sencillo y natural, pero pocos lo hacen, es por ello que al escuchar hay que concentrarse en la forma de hablar del interlocutor, en las palabras que emplea, y no en lo que se quiere oír.

Referencias

- Brönstrup, S., Celsi, E. y Ribeiro, A. (2009). *Comunicación, lenguaje y comunicación organizacional*. Bogotá, Colombia: Red signo y pensamiento.
- Castro, A. (2014). *Comunicación organizacional: técnicas y estrategias*. Bogotá, Colombia: Autor.
- Díaz, S. (2014). *Una mirada a la racialidad desde la comunicación organizacional*. La Habana, Cuba: Editorial universitaria.
- Pacheco, R. (2006). *Competencias claves para la comunicación organizacional*. Quito, Ecuador: ProQuest ebrary.
- Pixabay (2015). *Comunicación*. Consultado el 09 de septiembre de 2016, en https://pixabay.com/
- Pixabay (2016). *Diálogo*. Consultado el 09 de septiembre de 2016, en https://pixabay.com/
- Pixabay (2016). *Reunión y comunicación*. Consultado el 09 de septiembre de 2016, en https://pixabay.com/
- Sayago, L. (2009). *Investigación en comunicación organizacional*. Córdoba, Argentina: El cid editor.

Control del documento

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor	Jairo Figueroa Chaparro	Experto Técnico	Centro de Servicios Empresariales y Turísticos Regional Santander	Junio de 2016
Adaptación	Leydi Johana Navarro Ríos	Guionista - Línea de producción	Centro Agroindustrial Regional Quindío	Septiembre de 2016