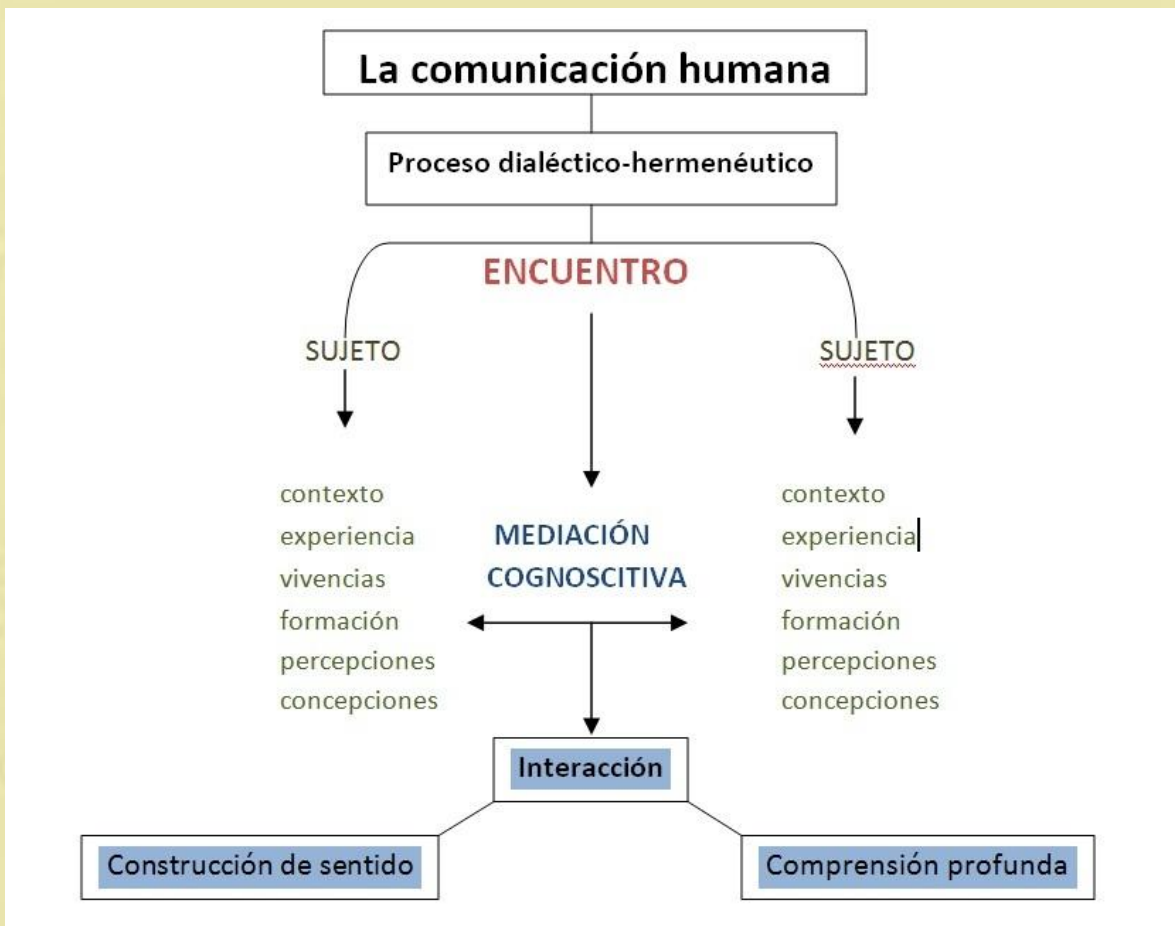


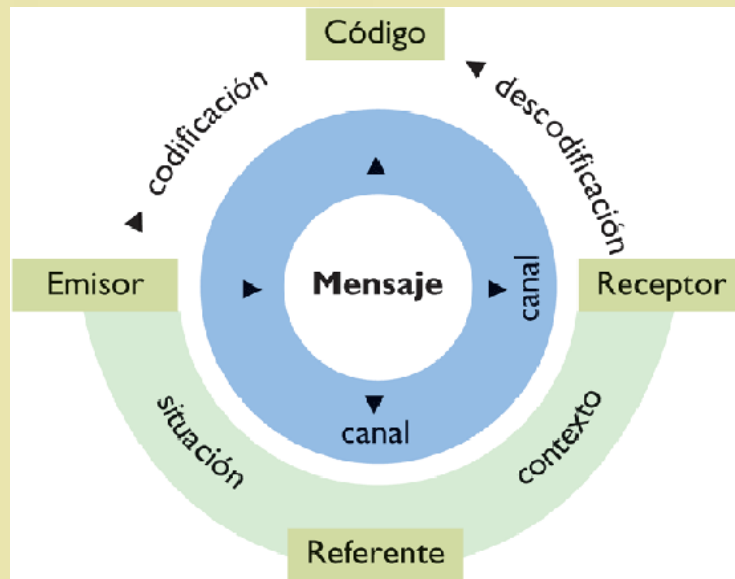
Se trata de un proceso en el que se establecen relaciones de carácter dialéctico-hermenéutico, como se muestra en el esquema:



En nuestro sistema social y cultural, los conocimientos, las competencias o habilidades y las actitudes también definen el proceso de comunicación. La comunicación humana implica la participación activa, cooperativa (intercambio) e intencional de los participantes, al tiempo que asumen la toma de conciencia, criterios y decisiones autónomas e individuales en la construcción y comprensión de significados, su debate y negociación.

Para que ocurra un proceso de comunicación deben participar un emisor (o destinador), el mensaje, el canal y el receptor (o destinatario). Es decir, la información es emitida por un sujeto y se canaliza hacia otro u otros sujetos que reciben ese mensaje a través del medio para ser decodificado y reaccionar ante la información y generar una respuesta.

Elementos de la comunicación



1. Emisor

Es quien trasmite un mensaje con una intención determinada. Es la fuente de la información, es quien va a exteriorizar la comunicación, por lo que deben tenerse en cuenta los siguientes detalles:

- Presentará el contenido informativo lo más apegado a la realidad. Separando los hechos reales de las opiniones subjetivas.
- Habilidad, recursos culturales, escolares, etc., y calidad de la persona que haga las veces de receptor.
- El mensaje será transmitido con la mayor exactitud, claridad y sencillez, de manera que la reacción producida por el impacto de este sea decisiva y liquide toda posible resistencia al cambio o cualquier otro mecanismo de defensa del receptor.

2. Mensaje

Es el conjunto de ideas que se quieren transmitir. Una vez establecido el primer elemento de la comunicación, conviene definir con precisión lo que se tiene que decir; conocerlo a fondo, tan completamente que se esté en posibilidad de transmitir la misma idea con diferentes palabras.

Seis son los requisitos que debe contener un mensaje, a fin de evitar toda posible deformación de lo que verdaderamente se desea transmitir:

- Credibilidad. O sea, que la comunicación establecida por el mensaje presentado al receptor, sea real y veraz, de manera que este descubra fácilmente el

objetivo de nuestra labor y elimine actitudes PRE- concebidas que deformarían la información.

- **Utilidad.** La finalidad de nuestra comunicación será dar información útil que sirva a quien va dirigida.
- **Claridad.** Para que el receptor entienda el contenido del mensaje será necesario que la transmitamos con simplicidad y nitidez.
- **Continuidad y consistencia.** Para que el mensaje sea captado, muchas veces es necesario emplear la repetición de conceptos, de manera que a base de la continuidad y consistencia podamos penetrar en la mente del receptor para vencer las posibles resistencias que este establezca.
- **Adecuación en el medio.** En el proceso para establecer comunicación con los receptores en una organización será necesario emplear y aceptar los canales establecidos oficialmente, aun cuando estos sean deficientes u obsoletos.
- **Disposición del auditorio.** Es válido el siguiente principio: la comunicación tiene la máxima efectividad, cuando menor es el esfuerzo que realiza el receptor para captar. De tal manera, una comunicación asequible dispone al auditorio a captar la noticia, una forma oscura, que implique grandes esfuerzos por parte del receptor, lo predispone negativamente a los mensajes.

3. Receptor

Es la persona que recibe e interpreta el mensaje o la información transmitida; se debe tener en cuenta, por tanto, que existe en toda recepción la tendencia a desarrollar mecanismos de defensa; sobre todo cuando las informaciones llevan a cabo alguna modificación del status quo en que se vive y se actúa; de ahí que todo lo que significa cambio puede correr el riesgo de ser rechazado, produciéndose conscientemente o inconscientemente barreras que obstaculizan la verdadera información, o en su defecto, la modifican de manera que esto sea aceptable.

En tal situación, podemos hablar del receptor en términos de sus habilidades comunicativas. Si este no posee la habilidad de escuchar, leer y pensar, no estará capacitado para recibir y comprender los mensajes que la fuente ha transmitido. La cultura y situación en el sistema social del receptor, su status y su conducta afectan la recepción e interpretación de los mensajes.

Muy importante es la reacción o respuesta (o carencia de ella) del receptor ante la comunicación. Si no se afecta en el sentido planeado pueden existir barreras o distorsiones, de las cuales nos ocuparemos en el punto siguiente. Para determinar si la respuesta es o no la deseada resulta indispensable observar la conducta del receptor. Precisa que el emisor obtenga cierta "retroalimentación".

4. Canal

Por canal de comunicación se entiende el medio físico por el que se transportan e intercambian los mensajes: memoranda, cartas, teléfono, radio, periódicos, películas,

revistas, conferencias, juntas, etc. Los canales pueden ser personales y la comunicación es directa. Puede darse de uno a uno o de uno a varios. Pero también pueden ser masivos como: escrito, radial, televisivo e informático.

Los sujetos ocupan estos canales para diversas funciones:

- Recibir y transmitir mensajes, retener información.
- Obtener conclusiones acertadas con base en informaciones verídicas.
- Reconstruir el pasado y prever ciertos eventos.
- Influir y dirigir a otras personas y ciertos eventos externos.

Por su dirección los canales de comunicación se dividen en:

Canales verticales descendentes

Se basan en la autoridad que tiene quien manda a otros, sobre lo que deben o no deben hacer; siempre provienen de un jefe y se dirigen a uno o varios subordinados. Ejemplos: órdenes, circulares, boletines, etc.

Canales verticales ascendentes

Se basan en la doble urgencia que todo humano siente de expresarse, y de la necesidad de que el jefe obtenga información sobre los intereses y labores del empleado. Ejemplos: informes, reportes, quejas, sugerencias, etc. Con frecuencia se presta gran atención a los canales descendentes y se descuida los ascendentes.

Canales horizontales o de coordinación

Se basan en la necesidad de transferir e intercambiar dentro de un mismo nivel jerárquico, información sin deformación, ideas, puntos de vista, conocimientos, experiencias, etc.

Es evidente que estos tres tipos de comunicación se complementan.

5. Código

El código es la forma (combinación de elementos con significado) que toma la información. Por ejemplo, el alfabeto, los pictogramas, los jeroglíficos, los caracteres chinos, la clave Morse, las señales de humo

6. Contexto

El contexto se refiere a la situación o el entorno o contexto extralingüístico en el que se desarrolla el acto comunicativo. Por ejemplo, un acto de comunicación se puede desarrollar en una clase de agronomía, una reunión política, una conversación en la calle, un foro en Internet, un correo electrónico, etc.

Saga 2

Tipos y técnicas de comunicación: la comunicación en el contexto UNED

A continuación, repasaremos los tipos de comunicación y las técnicas de comunicación con el fin de contextualizarlas en los procesos de enseñanza-aprendizaje que se llevan a cabo en la UNED.

Tipos de comunicación

Existen 4 tipos básicos de comunicación: verbal u oral, no verbal o gestual, escrita y audiovisual.

Tipos de comunicación

Comunicación verbal



Característica
Es la comunicación en la cual se utiliza el lenguaje oral. Se usa la voz para transmitir la información.

Sesión virtual
Menos usada: sirve de apoyo y complemento

Sesión presencial
Muy usada: forma principal de comunicación

Comunicación no verbal



Es la comunicación en la cual se utilizan gestos, mirada y la postura del cuerpo para transmitir la información.

Menos usada: sirve de apoyo y complemento

Muy usada: forma principal de comunicación

Comunicación escrita



Es la comunicación en la cual se utiliza el lenguaje escrito. Se utiliza un conjunto de letras y signos para transmitir la información.

Muy usada: forma principal de comunicación

Menos usada: sirve de apoyo y complemento

Comunicación audiovisual



Es cualquier intercambio de mensajes entre personas a través de un sistema tecnológico sonoro o visual, por ejemplo radio, cine, televisión, videoconferencias, etc.

Muy usada: forma principal de comunicación

Menos usada: sirve de apoyo y complemento

Técnicas de comunicación

La comunicación es una gran necesidad para la sociedad y sobre todo en un proceso educativo. Así que se debe tener muy claro dónde, cómo, cuándo, por qué y quiénes van a participar en un proceso de comunicación.

Los procesos educativos están muy relacionados con la comunicación y más si se trabaja en una institución como la UNED. Algunas técnicas pueden potenciar estos procesos.

La técnica se refiere a un conjunto de pasos, normas, reglas que se aplican para lograr un resultado determinado. No garantizan el éxito del proceso comunicativo, o bien, educativo; sin embargo nos permiten organizar mejor el tiempo, los recursos, los esfuerzos, los procesos y los productos que se desean alcanzar.

No existe una técnica perfecta. Todas tienen características y ventajas que pueden volverse en nuestra contra si, por ejemplo, se improvisa (solo para "rellenar" un espacio), se utiliza sin conocer los pasos o materiales requeridos, es una técnica inapropiada, se hicieron cambios sin pensarse en las consecuencias; no se tenía claro el objetivo que se quería lograr, no se tomó en cuenta las características de los participantes, por citar algunos casos.



Sesión presencial

Una presentación oral de un tema puede hacerse en la presencialidad, en forma individual o colectiva. Hay diferentes maneras de realizar una actividad de comunicación oral, siguiendo procedimientos diversos, formales e informales que facilitan el proceso, dependiendo del objetivo, del tema, y público, entre otros.

1. Técnicas de participación oral individual

- charla
- conferencia
- discurso

2. Técnicas de participación oral colectiva

-debate
-diálogo
-discusión

-entrevista
-foro
-mesa redonda

-panel
-seminario
-simposio

Igualmente, para una buena comunicación oral se requiere

3. Aprender a hablar

- Sea sencillo en el discurso.
- Emplee un mínimo de palabras.
- Hable en forma concisa y lógica.
- Utilice fuerza expresiva.
- Considere que quien escucha es un ser humano.

4. Aprender a escuchar

- ¡Deje hablar!
- Muestre su interés al escuchar.
- Elimine distracciones.
- Póngase en los zapatos del otro.
- Sea paciente (no interrumpa).
- Controle sus emociones.
- No caiga en la tentación de la crítica.
- Pregunte.

5. Superar las barreras de la comunicación

- Escuche todo lo que la otra persona le esté comunicando, aunque le disguste.
- No emita un juicio sobre el mensaje a partir de sus prejuicios o estado emocional.
- Escuche todos los puntos de vista de quienes intervengan en la discusión.
- Planifique la forma en que va a comunicar su mensaje.
- No exprese una opinión si no está seguro de lo que está diciendo.
- Verifique el efecto que su comunicación produce en el receptor.
- Trate de ser lo más objetivo posible cuando exprese una opinión.
- No exagere sus sentimientos para tratar de convencer a la otra persona.

Fuentes consultadas

Arango, M. (2003). *Foros virtuales como estrategia reaprendizaje*. Bogotá: Universidad de los Andes.

Centro de Capacitación en Educación a Distancia. (2009). Módulo cero del curso *Enseñar y Aprender en entornos virtuales*. San José: CECED, Universidad Estatal a Distancia.

Claves de la netiqueta. Recuperado el 4 de mayo 2010, de <<http://www.dreig.eu/caparazon/2008/01/13/9-claves-de-la-netiqueta-la-etica-del-blogger>>

El correo electrónico. Recuperado el 4 de mayo 2010, de <<http://www.uv.es/ciuv/cas/correo/email.html#pasos>>

Hernández, R. (2006). *Comunicación oral y escrita*. 5ª reimpresión de la primera edición de 1999. San José: Editorial de la Universidad Estatal a Distancia (EUNED).

Monografias.com. "La comunicación, niveles y las relaciones humanas". Recuperado el 3 de mayo de 2010, de <<http://www.monografias.com/trabajos25/comunicacion/comunicacion.shtml#nivel>>

Wikipedia. *Comunicación*. Recuperado el 3 de mayo de 2010, de <<http://es.wikipedia.org/wiki/Comunicar>>