**FORMATO PARA EL DESARROLLO DE COMPONENTE FORMATIVO**

|  |  |
| --- | --- |
| PROGRAMA DE FORMACIÓN | Comunicación oral y escrita |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| COMPETENCIA | 240201524. Desarrollar procesos de comunicación oral y escritos en forma eficaz y efectiva, teniendo en cuenta situaciones de orden social, personal y productivo. | RESULTADOS DE APRENDIZAJE | 240201524-1. Analizar los componentes de la comunicación según sus características, intencionalidad y contexto. |

|  |  |
| --- | --- |
| NÚMERO DEL COMPONENTE FORMATIVO | 01 |
| NOMBRE DEL COMPONENTE FORMATIVO | Comunicándonos |
| BREVE DESCRIPCIÓN | La comunicación es una capacidad innata del ser humano, quien, movido por la necesidad natural de interactuar, de ser con el otro y consigo mismo, recurre a múltiples formas de expresión, tanto verbales como no verbales. Comunicar no puede entenderse como un proceso simple y lineal, reducido únicamente a los elementos de emisor, mensaje y receptor. Por el contrario, se trata de un fenómeno circular y complejo, que surge de la reflexión, la crítica, la fe o la duda, del intercambio de emociones, de la posible incoherencia entre lo que se piensa, se siente y se actúa, o de la incomprensión en la relación con el otro, sea quien sea este. Estas son solo algunas de las múltiples dimensiones que dan forma a la necesidad humana de expresión. |
| PALABRAS CLAVE | Comunicación verbal y no verbal, emisor, receptor |

|  |  |
| --- | --- |
| ÁREA OCUPACIONAL | 4 - CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN, SERVICIOS GUBERNAMENTALES Y RELIGIÓN |
| IDIOMA | Español |

# TABLA DE CONTENIDOS

**1. La comunicación**

**1.1 Naturaleza de la comunicación**

**1.2 Procesos de la comunicación**

**1.3 Contextos comunicativos y actitudes frente a la comunicación**

**2.** **Comunicación verbal y no verbal**

**2.1 La expresión y la voz como herramienta**

**2.2 Escuchar con los sentidos**

**2.3 Importancia del discurso oral - características de una charla y exposición**

**2.4 Habilidades de un comunicador eficaz**

**Síntesis**

**Glosario**

**Actividad didáctica**

**Material complementario**

**Referencias bibliográficas**

**Créditos**

# INTRODUCCIÓN

La comunicación es un proceso inherente a la condición humana, esencial para la construcción de sentido, la socialización y la constitución del sujeto. Desde una mirada académica, se entiende como un fenómeno multidimensional que abarca aspectos lingüísticos, psicológicos, sociales y culturales. No se limita a la simple transmisión de información, como lo planteaban los modelos lineales clásicos de la Escuela de Palo Alto (Shannon y Weaver, 1949), sino que implica una constante construcción e interpretación de significados en contextos específicos.

Autores como Paul Watzlawick et al. (1971) han planteado que “es imposible no comunicarse”, reconociendo que toda conducta (verbal o no verbal, consciente o inconsciente) posee un carácter comunicativo. De esta manera, la comunicación se configura como un proceso circular, donde los roles de emisor y receptor son intercambiables y donde el contexto influye directamente en la forma y el contenido del mensaje.

Desde la perspectiva sociocultural, Mikhail Bakhtin (1981) resalta el carácter dialógico del lenguaje, en tanto que todo acto comunicativo está atravesado por voces previas, interacciones pasadas y estructuras de poder. Así, la comunicación no solo transmite información, sino que construye realidades y subjetividades. A su vez, Habermas (1984), en su teoría de la acción comunicativa, enfatiza la necesidad de una comunicación orientada al entendimiento, basada en la racionalidad, la reciprocidad y la validez de los argumentos, como base para la vida democrática y el consenso social.

Por tanto, reflexionar sobre la comunicación desde una perspectiva académica supone reconocer su complejidad estructural y funcional. Esta se manifiesta en múltiples niveles: intrapersonal, interpersonal, grupal y social; y en diversos lenguajes: verbal, no verbal, simbólico, estético, tecnológico, entre otros. Además, implica considerar sus implicaciones en campos como la educación, la salud, la psicología y la política, en donde el acto de comunicar condiciona el bienestar individual y colectivo.

# DESARROLLO DE CONTENIDOS

**1. La comunicación**

Hablar de comunicación es hablar del ser humano como ser social, pero también como individuo configurado por su historia, su cultura y su genética. Estos factores influyen profundamente en su manera de percibir el mundo y de relacionarse con él, haciendo de cada persona un ser único en la conexión entre el pensar, el sentir y el actuar. Abordar la comunicación implica reconocer no solo sus elementos, sino también los procesos y contextos en los que ocurre. En este sentido, se puede afirmar que: “la comunicación es el factor individual más importante que afecta la salud y las relaciones de una persona con los demás” (Pinto, 2011).

Desde esta visión compleja de la comunicación, es fundamental considerar los diversos contextos en los que el ser humano interactúa a lo largo de su vida, y cómo estos influyen en su manera de expresarse. Dependiendo de las circunstancias y experiencias, las personas pueden adoptar formas de comunicación pasivas o silenciosas, agresivas con matices de violencia, o asertivas, en las que se expresan de manera clara, tranquila y directa, articulando con coherencia sus pensamientos. Como bien lo señala Quintero (1997), “el hombre está siempre dispuesto a comunicar de manera verbal o explícita, o de forma no verbal o implícita”.

**1.1 Naturaleza de la comunicación**



La naturaleza de la comunicación abarca diversos aspectos que determinan cómo los seres humanos interactúan, intercambian ideas y construyen significados. Se trata de un proceso fundamental que está presente en todos los ámbitos de la vida humana, desde la comunicación interpersonal hasta los medios masivos y digitales. Para comprender mejor su naturaleza, podemos desglosarla en varios elementos clave:

**Interactividad:** la comunicación es un proceso interactivo entre emisor y receptor. Ambos roles pueden cambiar, y la comunicación puede ser tanto unidireccional como bidireccional, lo que implica que el receptor también puede influir en el mensaje a través de retroalimentación. Esta retroalimentación es esencial, ya que permite la corrección, adaptación o enriquecimiento del mensaje en función de la respuesta del receptor.

**Simbolismo:** la comunicación se basa en símbolos (palabras, gestos, imágenes, etc.) que tienen un significado compartido. Estos símbolos no son inherentemente significativos por sí mismos; su significado depende del contexto cultural y social en el que se utilicen. Así, el lenguaje verbal y no verbal son herramientas clave para transmitir y recibir información.

**Contextualidad:** la comunicación siempre ocurre dentro de un contexto específico que influye en su significado y efectividad. Este contexto incluye factores como el entorno cultural, social, histórico y personal de los interlocutores. El mismo mensaje puede tener diferentes interpretaciones dependiendo de estos elementos.

**Relacionalidad:** la comunicación no solo transmite información, sino que también establece relaciones entre los individuos. A través de la forma en que nos comunicamos, expresamos nuestras emociones, actitudes y valores, creando o reforzando lazos de confianza, cooperación o conflicto.

**Intencionalidad:** aunque parte de la comunicación puede ser no verbal o involuntaria, una gran parte de ella tiene una intención consciente, como la persuasión, la educación, el entretenimiento o la expresión de emociones. Las intenciones guían el contenido y la forma del mensaje.

**Multidimensionalidad:** la comunicación es compleja y tiene múltiples dimensiones. Aparte de la dimensión verbal, también está la no verbal (gestos, postura, tono de voz) que transmite emociones y actitudes, y el paralenguaje (cómo decimos algo, más que lo que decimos). Esta complejidad contribuye a que la comunicación sea una actividad rica y multifacética.

**Proceso continuo:** la comunicación no es un evento aislado, sino un proceso continuo y dinámico. A lo largo de la interacción, los mensajes se modifican, reinterpretan y responden. Es un flujo constante de información que evoluciona en función de las interacciones y el contexto.

**1.2 Procesos de la comunicación**

La comunicación es un proceso complejo y bidireccional que involucra la interacción entre al menos dos participantes: el emisor y el receptor. Sin embargo, en la práctica, ambos roles son intercambiables y dinámicos, ya que los interlocutores pueden alternar funciones a lo largo del proceso comunicativo. Este ciclo de interacción se explica a través de varias teorías clave que resaltan su naturaleza fluida y susceptible de cambios.

**Interactividad y circularidad**

La comunicación no es un proceso unidireccional, sino más bien circular. Esto significa que tanto el emisor como el receptor tienen roles activos y pueden influir mutuamente en el curso de la comunicación. Cuando el receptor responde al mensaje del emisor, se convierte a su vez en emisor, lo que provoca una retroalimentación constante entre los participantes. Este concepto se relaciona con el modelo de Shannon y Weaver (1949), que, aunque inicialmente planteaba un modelo lineal, también reconocía la importancia de la retroalimentación como un mecanismo que permite ajustar el mensaje durante el proceso de transmisión.

**La influencia del medio en el individuo**

El medio a través del cual se transmite el mensaje tiene un impacto significativo en la forma en que el individuo percibe y responde a la comunicación. Según el modelo de comunicación de la Escuela de Palo Alto, encabezado por Paul Watzlawick, la comunicación es un proceso continuo, y cualquier interacción siempre es una forma de comunicación, ya sea verbal o no verbal. Este enfoque subraya que el medio y el contexto (como el cultural, social y tecnológico) determinan en gran medida el significado de los mensajes, lo que sugiere que la comunicación está en constante cambio y es sensible a los diferentes factores que influyen en la interacción.

**Roles de emisor y receptor**

Siguiendo la perspectiva de Quintero (1997), es fundamental comprender los roles de los interlocutores en el proceso comunicativo. El emisor es el encargado de transmitir el mensaje, mientras que el receptor lo recibe y, en muchos casos, responde a él. Sin embargo, como se mencionó antes, estos roles no son estáticos. En el modelo de comunicación propuesto por Roman Jakobson (1960), se destaca la función de la retroalimentación, que convierte al receptor en emisor en un ciclo continuo. Es a través de esta interactividad que la comunicación puede ser efectiva, ya que permite ajustes en tiempo real basados en la recepción del mensaje y las respuestas generadas.

**Responsabilidad y reflexividad**

La responsabilidad del receptor en la comunicación es crucial. Según el modelo interaccionista de la comunicación de Herbert A. Simon, los participantes no solo deben emitir y recibir mensajes, sino también interpretar, filtrar y, en muchos casos, alterar la información para ajustarla a su propio contexto o perspectiva. La habilidad del receptor para reflexionar sobre el mensaje, entender su contexto y responder de manera adecuada contribuye a la efectividad de la comunicación. La reflexividad, entendida como la capacidad de reconocer y ajustar los procesos comunicativos, es vital para la construcción de sentido.

**El modelo de comunicación transaccional**

En lugar de ver la comunicación como una secuencia de pasos estáticos (emisor-mensaje-receptor), el modelo transaccional de Barnlund (1970) propone que los interlocutores están continuamente enviando y recibiendo mensajes al mismo tiempo, sin una distinción clara entre emisor y receptor. Ambos participan activamente en la creación del significado, lo que hace que la comunicación sea más fluida y adaptable. Esto refleja una visión de la comunicación como un proceso dinámico y co-creado.

**1.3 Contextos comunicativos y actitudes frente a la comunicación**

Hay que decir que en los procesos comunicativos varía la forma de emitir el mensaje o responder a él, según el contexto interactivo del individuo, ya sea laboral, social, familiar y personal, toda vez que, según el nivel de confianza, la cultura organizacional, familiar o social se condiciona no solo la expresión literal del mensaje, sino la forma en que se emite. Sumado, el individuo, según lo mencionado, asume actitudes pasivas, agresivas o asertivas.

**Actitud pasiva**

La persona asume una actitud pasiva en el momento en que calla ante el maltrato que recibe, se suma a otra tesis, así no esté de acuerdo, no cree en sus conocimientos o no le es fiel a estos, se deja llevar por lo que digan los demás, le condiciona la baja autoestima, siendo esta una de las barreras más comunes en los procesos de comunicación.

**Actitud agresiva**

Se asume una actitud agresiva, cuando la persona desde su cultura, su crianza y la forma de percibir al otro, piensa la violencia como recurso para solucionar problemas o sortear situaciones que estime van en contra de su lógica, dado que se aferra tanto a esta que desconoce otras formas de pensar.

**Actitud asertiva**

La actitud asertiva frente a la comunicación denota contundencia enmarcada en el respeto por el otro desde la demarcación de límites en la relación, implica tolerar lo intolerable sin la expectativa de que el otro sea tolerante. La asertividad implica tranquilidad consigo mismo y con el otro, implica gestión de emociones y por tanto inteligencia emocional. La persona asertiva se da el tiempo para pensar, sentir y actuar, a la vez que sin aferrarse a sus impulsos acepta y comprende la diferencia del otro complejizando sus miradas en diversos contextos.

**2. Comunicación verbal y no verbal**

Desde una perspectiva general, la comunicación no verbal constituye la forma más utilizada por los seres humanos para interactuar, incluso por encima del lenguaje verbal. Tal como lo afirmaban los investigadores de la Escuela de Palo Alto, “es imposible no comunicarse” (Watzlawick, Beavin y Jackson, 1967). Esta afirmación subraya que, incluso en el silencio o en la aparente inacción, las personas emiten mensajes constantemente a través de su comportamiento, postura, expresiones faciales o gestos.

La comunicación no verbal comprende un amplio conjunto de elementos que incluyen la kinesia (movimientos corporales, gestos, expresiones faciales), la proxemia (uso del espacio personal), la paralengua (entonación, volumen, pausas) y la háptica (comunicación mediante el tacto), entre otros. Todos estos componentes contribuyen de manera decisiva a la interpretación de los mensajes, ya que muchas veces el significado real de una interacción se encuentra más en la forma en que se dice algo que en las palabras mismas.

En el contexto actual, la comunicación no verbal ha adquirido nuevas formas gracias al desarrollo tecnológico. A pesar de la aparente “ausencia” del cuerpo en medios digitales, la no verbalidad se adapta y se expresa en otros formatos: el uso de emojis, *gifs*, *stickers*, silencios digitales (como el visto sin respuesta), los tiempos de respuesta, la elección de tipografías, e incluso los colores o formatos de mensajes en redes como Twitter, WhatsApp o correos electrónicos. Estos elementos, aunque digitales, también comunican actitudes, emociones o intenciones, y permiten que la comunicación no verbal continúe desempeñando un papel fundamental en los entornos virtuales.

Este fenómeno se afianza aún más si consideramos que el ser humano es, por naturaleza, un ser social. Vive en constante interacción con los otros y, en consecuencia, comunica incluso desde acciones tan sutiles como una mirada, una postura corporal, una sonrisa o incluso un gesto de indiferencia. Al ofrecer una limosna, por ejemplo, no solo se comunica un acto de generosidad, sino también una postura frente a la desigualdad social, una intención empática o, en algunos casos, una actitud de cumplimiento social. Lo mismo ocurre al prestar atención o ignorar a alguien: ambos son mensajes no verbales cargados de sentido.

Es importante destacar que, en muchos casos, la comunicación no verbal tiene un mayor impacto emocional que la verbal. Estudios en psicología social, como los de Albert Mehrabian, sugieren que el 93 % de la comunicación emocional se transmite a través de canales no verbales (55 % por lenguaje corporal y 38 % por el tono de voz), mientras que solo el 7 % corresponde al contenido verbal. Aunque esta proporción varía según el contexto, pone en evidencia la relevancia del componente no verbal en la construcción de significados.

**2.1 La expresión y la voz como herramienta**

La voz constituye una de las principales herramientas de la comunicación verbal. Más allá de ser un recurso natural, es también un instrumento que, bien utilizado, potencia la claridad, el impacto y la intención del mensaje. La forma en que una persona se expresa (su tono, ritmo, intensidad y timbre) es tan importante como el contenido del mensaje mismo. Por ello, es fundamental desarrollar una conciencia plena sobre el uso adecuado de la voz en los distintos contextos comunicativos.

Aunque el uso de la voz es un privilegio que acompaña a gran parte de la humanidad, existen ciertos principios que orientan su correcto empleo. Es importante hablar con tranquilidad y seguridad, adecuando el tono y la forma de expresión al tiempo, modo y lugar. La voz debe ser audible, empática y agradable, transmitiendo el mensaje de forma coherente con la intención del hablante y las expectativas del interlocutor. Para lograr estos propósitos, se proponen las siguientes recomendaciones:

**Recomendación 1: autorregulación emocional previa al habla**

Antes de entablar cualquier acto comunicativo, especialmente en contextos que generan ansiedad, miedo o estrés (como hablar en público, participar en una entrevista o exponer en contextos personales, familiares o laborales), se recomienda realizar ejercicios de autorregulación emocional. Estas prácticas ayudan a equilibrar el cuerpo y la mente, facilitando una voz más clara, segura y asertiva.

La falta de control emocional se manifiesta en la voz: puede tornarse temblorosa, entrecortada, demasiado aguda, grave o incluso llorosa, proyectando inseguridad o transmitiendo un mensaje distinto al que realmente se desea comunicar.

Explora el siguiente video: Oratoria, Curso para Hablar en Público: 7 Ejercicios para Mejorar la Voz | Técnicas de Volumen #147. [enlace](https://www.youtube.com/watch?v=4lQoCP_wN6k&ab_channel=VictorToscanoTV)

**Recomendación 2: consciencia vocal**

Es esencial desarrollar consciencia sobre los elementos que componen la voz, los cuales interactúan como los instrumentos de una orquesta al momento de emitir el mensaje. Estos son:

**Intensidad:** se refiere al volumen con el que se emite la voz. Depende directamente de la respiración diafragmática, la cual proporciona el soporte adecuado para proyectar la voz con fuerza y sin esfuerzo excesivo.

**Tono:** también llamado tonía, es la sensación perceptiva relacionada con la frecuencia de vibración de las cuerdas vocales. El tono puede ser grave o agudo, y está determinado por las características físicas de las cuerdas vocales (longitud, tensión y grosor). Una modulación natural del tono genera credibilidad, mientras que un tono fingido puede resultar poco convincente y afectar la autenticidad del mensaje.

**Entonación:** es la variación rítmica del tono de voz a lo largo del discurso. A través de la entonación se puede enfatizar palabras o frases clave, evitar la monotonía y mantener la atención del oyente. Incluir pausas adecuadas, cambios de ritmo y volumen contribuye a una comunicación más efectiva y dinámica.

Explora el siguiente video: ORATORIA: Cómo Mejorar La Voz Para Hablar Fuerte | Técnicas Para Hablar Bien y Tener Expresión Oral. [enlace](https://www.youtube.com/watch?v=jDTU8FAkWV0&ab_channel=VictorToscanoTV)

**Timbre:** es la cualidad única de cada voz que la hace reconocible. Permite distinguir dos voces con el mismo tono e intensidad. El timbre es personal y está relacionado con la configuración fisiológica de cada individuo; puede ser melodioso, suave, áspero o tímido, y es parte esencial de la identidad vocal de cada ser humano.

**Preparación del discurso y uso de apoyos**

Además del dominio técnico de la voz, es indispensable preparar con anticipación el contenido del mensaje. El conocimiento profundo del tema, el uso de ayudas audiovisuales y el entrenamiento previo permiten proyectar seguridad y claridad al momento de hablar. Se recomienda:

* Redactar previamente el discurso, especialmente en contextos formales.
* Leerlo en voz alta varias veces, idealmente frente a un espejo, para corregir errores y familiarizarse con el tono y el ritmo.
* Practicar la entonación y los énfasis necesarios para destacar las ideas clave.
* Familiarizarse con el uso de herramientas tecnológicas o materiales de apoyo, en caso de emplearlos durante la exposición.

**La oratoria como competencia en formación profesional**

En el marco de la formación profesional impartida por el SENA, los aprendices tienen la oportunidad de desarrollar y fortalecer sus habilidades comunicativas, incluyendo la oratoria. Esto implica mucho más que saber hablar: la oratoria es el arte de expresarse de forma clara, estructurada y persuasiva ante un público, como lo expresa conceptos (2020):

"La oratoria no es solo oralidad; es decir, no se trata simplemente del acto de hablar ante otros, sino que implica el dominio de técnicas, principios y recursos que permiten construir un discurso eficaz y conectar con la audiencia."

Así, desde una mirada autocrítica, cada aprendiz puede descubrir y potenciar al orador que hay en sí mismo, desarrollando competencias esenciales no solo para la vida académica y laboral, sino también para la interacción social y el liderazgo en diversos contextos.

**2.2 Escuchar con los sentidos**

Por otra parte, la oratoria no se puede simplificar al proceso del habla, toda vez que hablar implica escuchar activamente, lo que a su vez requiere activar todos los sentidos en este ejercicio y así lograr leer la emoción del otro, cualquiera que este sea (público, grupo pequeño o persona), conectarse con sus necesidades y lógicas, aceptar la diferencia, conversar y crecer con ella, en fin, llegar a ser empático con las demás personas en los diferentes contextos en que se interactúa.

**Estrategias para mejorar la escucha**

1. **Prestar atención**  
   Concéntrate en lo que te están diciendo.
2. **Evita juzgar**  
   Cada uno de nosotros tiene sus propias creencias y juicios. Trata de ser imparcial.
3. **Tranquiliza tu mente**  
   Si tus pensamientos se van de un lado a otro, vuelve a traerlos a la conversación.
4. **No des consejos**  
   Antes de dar un consejo, primero pregunta si la persona está buscando un consejo.
5. **No interrumpas**  
   Evita mostrar que tu tema es más importante que el que estás escuchando.
6. **Guarda silencio**  
   El silencio ayuda a la concentración y favorece la calma.
7. **Fíjate en el lenguaje corporal**  
   Observa el lenguaje corporal, dice más que las palabras.
8. **Confirma lo escuchado**  
   Resume la conversación, confirma lo escuchado para verificar que lo entendiste bien.

**2.3 Importancia del discurso oral - características de una charla y exposición**



El discurso oral constituye una herramienta fundamental para la transmisión de ideas, conocimientos y emociones en diversos contextos sociales, académicos y profesionales. A través de la palabra hablada, las personas logran establecer conexiones significativas, influir en los demás, generar aprendizajes y resolver conflictos. En este sentido, desarrollar habilidades de expresión oral no solo mejora la comunicación interpersonal, sino que también fortalece la seguridad, el liderazgo y la capacidad argumentativa del hablante.

Dentro del ámbito comunicativo, la charla y la exposición se destacan como dos formas estructuradas de discurso oral. Ambas tienen como propósito principal informar, explicar o desarrollar un tema ante un público determinado. Sin embargo, presentan diferencias en su estilo y nivel de formalidad. La charla suele ser más informal y cercana, con un tono conversacional que facilita la participación del oyente; en cambio, la exposición requiere una preparación más rigurosa y sigue una estructura lógica que incluye introducción, desarrollo y conclusiones.

Tanto en la charla como en la exposición, es indispensable cuidar elementos como la claridad del mensaje, la organización del contenido, el uso adecuado del lenguaje verbal y no verbal, y la adaptación al contexto y al público. Además, el dominio de técnicas oratorias como la modulación de la voz, la entonación, el manejo del ritmo y las pausas, así como el contacto visual y el uso de apoyos visuales, contribuyen a una presentación efectiva y memorable.

**2.4 Habilidades de un comunicador eficaz**

A continuación, una lista de chequeo que le permitirá al aprendiz, desde una mirada autocrítica, ver sus fortalezas y los aspectos a mejorar.

1. Soy consciente de que todo en mí comunica, incluso cuando no utilizo palabras.
2. Reconozco que el proceso de comunicación es dinámico, circular y profundamente complejo.
3. Según el contexto en el que me encuentre, puedo adoptar una actitud pasiva, agresiva o asertiva, procurando siempre la más adecuada.
4. Entiendo que la voz es una herramienta sensible que puedo modular a través del tono, la intensidad y la entonación.
5. Durante una presentación ante el público, manejo de manera intencionada las variaciones en la voz para mantener el interés y la claridad del mensaje.
6. Al dialogar con una o varias personas, involucro todos mis sentidos para lograr una comunicación más efectiva.
7. Soy capaz de “escuchar” también con los ojos y con la piel, reconociendo el valor del lenguaje no verbal.
8. He aprendido a controlar el miedo escénico y a gestionar mis emociones al momento de hablar en público.
9. Cuando debo realizar una exposición, me preparo con dedicación y compromiso para asegurar una comunicación clara y efectiva.
10. Planifico cuidadosamente mis discursos, cualquiera sea su finalidad, para transmitir con coherencia, seguridad y propósito.

De manera general, se puede afirmar que la comunicación es efectiva cuando logra cumplir con los fines para los cuales fue concebida. Según Stoner (1996, p. 375), esta efectividad depende de factores como la codificación, la decodificación y el ruido presente en el proceso comunicativo. Por su parte, Robbins (1996) se refiere al concepto con el término “fidelidad” y señala que existen cuatro factores esenciales en la fuente emisora que contribuyen a aumentar dicha fidelidad:

**1. Las habilidades comunicativas**

Robbins identifica cinco habilidades fundamentales. Dos de ellas corresponden a la codificación del mensaje: hablar y escribir; otras dos son decodificadoras: leer y escuchar. La quinta, y quizás la más relevante, es la capacidad de reflexión o pensamiento, pues esta permite estructurar el mensaje con claridad y coherencia.

**2. Las actitudes**

Se refiere a tres tipos de actitudes que influyen en el proceso comunicativo: las actitudes hacia uno mismo, las que se tienen respecto al tema tratado y las actitudes hacia el receptor. Estas determinan el tono, la intención y el nivel de empatía con el que se transmite el mensaje.

**3. El nivel de preparación**

El conocimiento que tenga el emisor sobre el tema es un factor decisivo para lograr una comunicación clara y efectiva. No se puede transmitir con éxito aquello que se desconoce o, por el contrario, si se domina un tema profundamente, es necesario saber simplificarlo y expresarlo de forma comprensible para el receptor.

**4. El sistema sociocultural**

Las diferencias sociales y culturales condicionan el estilo y la forma en que las personas se comunican. Las interpretaciones y modos de expresión pueden variar considerablemente según el entorno cultural, lo que exige sensibilidad y adaptabilidad por parte del comunicador.

Por su parte, Stoner (1996, pp. 376-410) añade que la diferencia entre una comunicación efectiva e inefectiva puede estar en la manera en que las partes involucradas gestionan las diferencias de percepción, ya que las personas interpretan los mensajes según sus conocimientos, experiencias y contexto. Además, las emociones como la ira, el miedo, el amor o el odio también afectan la forma en que se recibe y procesa un mensaje, influyendo directamente en la comprensión y en la calidad del intercambio comunicativo.

# SÍNTESIS

La comunicación es un proceso fundamental mediante el cual los seres humanos intercambian información, pensamientos, emociones y conocimientos. Este proceso implica la participación de al menos dos elementos esenciales: el emisor, quien transmite el mensaje, y el receptor, quien lo recibe e interpreta. Para que la comunicación sea efectiva, debe existir un código común, un canal adecuado, y debe lograrse la correcta codificación y decodificación del mensaje.

La comunicación puede ser verbal, cuando se usan palabras habladas o escritas, o no verbal, cuando intervienen gestos, posturas, expresiones faciales, tono de voz, entre otros. Ambos tipos se complementan para enriquecer el mensaje. Además, el proceso comunicativo está influenciado por factores como el contexto sociocultural, las actitudes, las emociones, y el nivel de preparación del emisor.

Una comunicación efectiva se logra cuando el mensaje llega de forma clara, precisa y comprensible al receptor, permitiendo una retroalimentación que confirma la comprensión. En este sentido, habilidades como la escucha activa, la asertividad y la reflexión juegan un papel clave. Asimismo, la comunicación no es lineal, sino circular y dinámica, ya que los roles de emisor y receptor se intercambian constantemente.

En conclusión, la comunicación es mucho más que hablar: es construir puentes de entendimiento, influir, expresar y conectar con los demás, siendo una competencia esencial en la vida personal, académica y profesional.

.

# ACTIVIDADES DIDÁCTICAS

# MATERIAL COMPLEMENTARIO

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Tema | Referencia APA del Material | Tipo de material  (Video, capítulo de libro, artículo, otro) | Enlace del Recurso o  Archivo del documento o material |
| Inteligencia emocional | Goleman, Daniel. 1995. Inteligencia emocional. | Libro | <https://zajuna.sena.edu.co/Repositorio/Titulada/institution/SENA/Transversales/OVA/Comunicacion_oral_y_escrita/CF1_Comunicandonos/media/documentos/Inteligencia_Emocional.pdf> |
| La comunicación | Gómez, F. S. J. (2016). La comunicación. Salus, 20(3), 5-6. | Libro | <https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s1316-71382016000300002> |

# GLOSARIO

|  |  |
| --- | --- |
| TÉRMINO | SIGNIFICADO |
| Asertividad | capacidad para expresar opiniones, sentimientos o derechos de manera firme pero respetuosa. |
| Canal | medio físico o virtual por el que se transmite el mensaje (voz, papel, teléfono, redes sociales, etc.). |
| Código | conjunto de signos y reglas que se utilizan para elaborar y descifrar un mensaje (idioma, gestos, símbolos, etc.). |
| Codificación | proceso mediante el cual el emisor convierte su idea en un mensaje utilizando un código comprensible para el receptor. |
| Comunicación | proceso mediante el cual se transmite información de un emisor a un receptor a través de un canal y con un mensaje determinado. |
| Contexto | circunstancias físicas, sociales, culturales o psicológicas que rodean y afectan el proceso comunicativo. |
| Decodificación | proceso mediante el cual el receptor interpreta y comprende el mensaje recibido. |
| Emisor | persona o entidad que produce y envía el mensaje dentro del proceso comunicativo. |
| Escucha activa | habilidad para prestar atención completa al mensaje del otro, interpretarlo correctamente y responder con empatía y comprensión. |
| Fidelidad comunicativa | grado en que el mensaje recibido se interpreta tal como lo quiso transmitir el emisor, sin distorsiones. |
| Intención comunicativa | propósito o finalidad con la que se emite un mensaje (informar, persuadir, entretener, pedir algo, etc.). |
| Lenguaje no verbal | conjunto de gestos, posturas, expresiones faciales, tono de voz, entre otros, que complementan o sustituyen el lenguaje verbal. |
| Lenguaje verbal | uso de palabras habladas o escritas para comunicar ideas. |
| Mensaje | contenido de la comunicación que se transmite de un emisor a un receptor. puede ser verbal, no verbal o mixto. |
| Oratoria | arte de hablar en público de forma clara, persuasiva y eficaz. |
| Percepción | interpretación personal que cada individuo hace del mensaje, influida por su experiencia, cultura y emociones. |
| Receptor | persona o entidad que recibe, interpreta y responde al mensaje enviado por el emisor. |

# REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

Anda, C. (2015). Escuchar es una actitud. <https://studylib.es/doc/5795567/escuchar-es-una-actitud-cal>

Conceptos.de (2020). Concepto de oratoria. <https://concepto.de/oratoria/>

Matínez, A. (2020). Estrategias para mejorar la escucha.

Ortega, E. (2002). Cómo lograr que los demás se salgan con la nuestra. Técnicas de persuasión, negociación y oratoria.

Pinto, H. (2011). Modelo de comunicación según Virgini Satir.

Quintero, Á, M. (1997). Trabajo Social y Procesos Familiares.

Robbins, S. (1996) Administración Teoría y Práctica. Prentice Hall. Hispanoamericana, S.A: México.

Rodríguez, P. (2020) Comunicación oral y escrita. Documento adjunto.

Stoner, J. (1996). Administración. Edit Prentice Hall, S.A. Edición. México.

Toscano V. (2017). ORATORIA: Cómo Mejorar La Voz Para Hablar Fuerte | Técnicas Para Hablar Bien y Tener Expresión Oral.

Toscano V. (2016). Oratoria, Curso para Hablar en Público: 7 Ejercicios para Mejorar la Voz | Técnicas de Volumen #147.

# CONTROL DEL DOCUMENTO

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha |
| Autor (es) | Elba Patricia Rodríguez | Experta técnica | Regional Distrito Capital - Centro de Gestión Industrial | Diciembre de 2020 |
| Zvi Daniel Grosman | Diseñadora Instruccional | Regional Distrito Capital - Centro de Gestión Industrial | Febrero 2022 |

# CONTROL DE CAMBIOS

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha | Razón del Cambio |
| Autor (es) | Erika Fernanda Mejía Pinzón | Evaluadora para contenidos inclusivos y accesibles | Regional Santander - Centro Agroturístico | Abril 2025 | Adecuaciones a 2025 |