

Seminario Comunicación Eficaz Supera tus retos

Tema 1: Concepto y proceso de comunicación

Sesión presencial virtual

Jueves, 16 de abril de 2020 – 12.00 horas

Profesora: Ana M^a Aceituno

Miembro del Panel de Expertos Business Mentor en la Fundación

Conocimiento Madri+D

Coach ejecutiva certificada por Aecop

Business Mentor certificada por la Fundación Conocimiento Madri+D.

Experta en neurociencia aplicada al coaching y la formación.

Actividad profesional de formación, coaching y mentoring para potenciar la calidad de personas y organizaciones que apuestan firmemente por su crecimiento

Con más de 28 años de trayectoria profesional, ha desempeñado cargos directivos en empresas como Ferrovial, Broadnet Consorcio y Sacyr.

Licenciada en Ciencias de la Información. Master en Dirección de Marketing y Postítulo Neurociencias aplicadas a coaching.

Socia de DIRCOM (Asociación Directivos de Comunicación) y AECOP (Asociación Española de Coaching Profesional)



Ana Mª Aceituno
Entrenadora de la calidad humana

LA TECNOLOGÍA REINVENTARÁ
LOS NEGOCIOS, PERO **LAS RELACIONES
HUMANAS SEGUIRÁN SIENDO
LA CLAVE DEL ÉXITO.**

Stephen Covey



Imagen Aprendum

Comunicación

Nuestra vida social y desarrollo
personal y profesional

Habilidades sociales

Proceso bidireccional o multidireccional
(redes sociales)

Comunicación vs Información

Información

Transmisión de datos

Proceso unidireccional



Acumulación datos, RRSS

Tormenta tensiones políticas, conflictos entre países, religiones, culturas, desencuentro líderes, intolerancia ante las ideas ajenas, egoísmos y agresiones

Dispersión de atención

Falta de reflexión previa



Imagen Defensacentral

Infodemia



Imagen: Foto: ©Archivo Efe/Harish Tiagy

***Infodemia:* sobreabundancia de información (alguna rigurosa y otra falsa) sobre un tema**

OMS utiliza "***infodemic***" para referirse

- Exceso de información acerca de un tema
- Mucha información son bulos o rumores
- Dificultad de encontrar fuentes y orientación fiables cuando lo necesiten

Fuente: www.fundeu.es/recomendacion/infodemia/

Elementos de la comunicación



QUIÉN dice – QUÉ dice – POR QUÉ lo dice – A QUIÉN se dirige – CON QUÉ EFECTOS

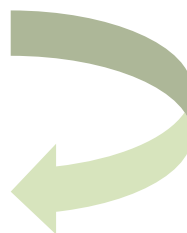
QUIÉN	→	Es el emisor.
QUÉ	→	Corresponde al tipo de mensaje que queremos lanzar.
POR QUÉ	→	Es el componente causal del proceso.
A QUIÉN	→	Es a la persona a la que se dirige el mensaje, es el receptor.
CON QUÉ EFECTOS	→	Es la finalidad que buscamos cuando enviamos el mensaje.

Emisor



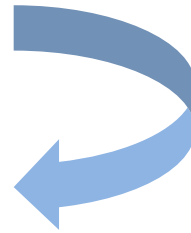
Objetivo claro e intención
en su comunicación

Receptor



La comunicación es **bidireccional**
Requiere la comprensión del receptor

Mensaje



Contenido de la información

Modo en que se transmite

Principios de la comunicación



Salir de nosotros mismos

Tener algo que transmitir

Emitir el mensaje adecuado a los receptores



Imagen Unsplash

Principios de la comunicación

Cada acto de comunicación es
único e irrepetible

Ser lo más objetivo posible

Provocar una relación con los
demás



Problemas de comunicación

Competencias entre mensajes

Tono del mensaje

No responde a expectativas

A más intermediarios, mayor
distorsión del mensaje

No se considera feedback

Se desatienden problemas
personales



Imagen Managers Magazine

"Toda la comunicación que hacemos puede ser distribuida en 360°.
Una vez que sale de nosotros, ya no la controlamos"

Isela Constantini, ex presidenta de Aerolíneas Argentinas

5ª Conferencia Internacional de RRPP
en Buenos Aires



Actuaciones para reducir problemas

1.	Tener en cuenta que el mensaje será posiblemente distorsionado.
2.	Hacer uso de la comunicación como algo habitual y cotidiano.
3.	Definir claramente los objetivos de la comunicación.
4.	Anticipar el posible comportamiento de los colaboradores.
5.	Reducir el número de eslabones, siempre que sea posible.
6.	Dedicarle el tiempo y la atención necesaria.
7.	Evitar los aspectos personales y los prejuicios.
8.	Fomentar y prestar atención al <i>feedback</i> .

Errores en el emisor

Actitud ante el receptor

Tendencia a evaluar

Imposición de ideas propias

Tendencia a buscar estrategias

Exceso de neutralidad

Actitud de superioridad

Actitud de certidumbre

Falta de empatía



Errores en el receptor

Estereotipos

Ciertas personas tienen imágenes preconcebidas en su mente que dificultan la visión objetiva de los hechos. Son opiniones y prejuicios que pueden afectar a la recepción e interpretación del mensaje.

El efecto del halo

Las personas tienden a evaluar hechos concretos en función de una impresión general. Es una variante del estereotipo.

Proyección

Proyectar en los demás aquellos rasgos que nos son propios.



Axiomas de la comunicación

- » Una persona **de una forma u otra, siempre comunica.**
- » En toda comunicación se produce un aspecto que tiene que ver con la **relación entre las personas** -metacomunicación- que transmite mensajes a través de la **actitud**, de la **expresión** o del **lenguaje no verbal**.
- » En el proceso de la comunicación las **secuencias**, forman **parte de un todo**, no son departamentos estancos, como si se tratase de una cadena de fabricación.
- » La comunicación puede darse por **vía analógica** (una fotografía) y **digital** (lenguaje).
- » Puede ser **simétrica** (dos empleados de una empresa dialogando) o **complementaria** (jefe y subordinado).

Fuente: Axiomas de Watzlawick

