TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN

La comunicación es la acción de intercambiar información, ya sea entre dos o más personas, teniendo como fin la transmisión y la recepción de informaciones (escrita, emocional, etc.). La persona (o personas) que envía la información es el emisor, y la persona que lo recibo el receptor. El medio por el que se transmite el mensaje es el canal.

Ser un buen comunicador es clave para las relaciones personales, en el éxito de tu carrera profesional y, además, la salud emocional de las personas. Dicho de otro modo, ser un comunicador competente es necesario para desenvolverse con éxito en esta vida.

Para dominar la actividad comunicativa es necesario que seamos conscientes de todas las diferentes formas de comunicación que existen, porque de otro modo estaremos ciñéndonos a una definición muy reduccionista de este concepto y, por ello, perderemos oportunidades de conectar con los demás de una manera eficaz. Esto puede ocurrir porque hay ciertas clases de comunicación que son más populares o vistosas que las demás, aunque eso no significa que las que quedan fuera de ese foco sean menos importantes o útiles.

A lo largo del día, las personas necesitamos comunicarnos unos con otros por muy diferentes motivos y la comunicación que se produzca será muy diferente en función de la persona con la que se trate o de la situación en la que nos encontremos.

No es lo mismo si vamos a transmitir nuestro mensaje a nuestro jefe que si lo hacemos con un compañero de trabajo. Al igual que no es lo mismo si vamos a hablar con una persona que si debemos hacerlo delante de 40.

Comunicar es un proceso que se va aprendiendo y en cada situación debemos adaptarnos para que sea eficaz.

Habilidades comunicativas

* Escucha activa
* Empatía
* Validación emocional
* Lenguaje no verbal
* Resolución de conflictos
* Negociación
* Lenguaje verbal
* Leer
* Escribir
* Respeto
* Capacidad de persuasión
* Credibilidad

Tipos de comunicación

Tal y como hemos visto, más allá del esquema básico del proceso de transmisión de un mensaje existen distintos tipos de comunicación, pues los emisores pueden ser diferentes y la información que se envía y el canal por el cual circula ésta también.

Comunicación verbal y no verbal

Dos tipos de comunicación de los que se suele hablar mucho son la comunicación verbal y la no verbal. Esta clasificación dicotómica se refiere a si el mensaje es verbalizado o no.

**1. Comunicación verbal**

La comunicación verbal se caracteriza por el uso de las palabras en la interacción entre el emisor y el receptor. A su vez, se cree que es un tipo de comunicación exclusivo del ser humano, ya que, aunque hay animales que utilizan sonidos que pueden ser asociados a conceptos bastante concretos de su entorno (como ocurre, por ejemplo, con los perritos de las praderas), no son usados siguiendo normas de una gramática ni se les da nuevos significados dependiendo del contexto.

Existen dos tipos de comunicación verbal, pues las palabras o el lenguaje puede ser expresado de manera hablada o escrita:

Comunicación oral: se realiza a través de signos orales o palabras habladas. Los gritos, el llanto o la risa también son comunicación oral.

Comunicación escrita: se realiza a través de códigos escritos. Los jeroglíficos, alfabetos o logotipos también pertenecen a este tipo de comunicación.

Aunque la comunicación verbal sea la más explícita y evidente, dado que está regulada por una serie de normas y significantes (es decir, las palabras que dan forma a un idioma) que tardamos varios años en aprender y que nos permiten transmitir unidades de significado relativamente claras y muchas veces incluso concisas, hay que tener en cuenta que tras ella también hay otra tan o más importante que esta que, además, puede modificar el significado de la primera. Se trata de la comunicación no verbal, que veremos a continuación.

**2. Comunicación no verbal**

Este tipo de lenguaje se lleva a cabo sin el uso de palabras y, en muchos casos de forma inconsciente. Los movimientos corporales, las posturas, la mirada, la forma de sentarse o de andar son algunos ejemplos.

En la mayoría de los casos, tanto la emisión de mensajes como la interpretación de estos son procesos realizados de manera automática, incluso involuntaria. Esto es así porque este tipo de comunicación es el que ha tenido más importancia a lo largo de nuestra historia evolutiva, en etapas de la evolución en las que aún no existía el uso de las palabras.

Sin embargo, los mensajes vinculados a la comunicación no verbal son relativamente ambiguos y difíciles de interpretar, ya que, a diferencia del anterior tipo, no se rige por normas consensuadas y aprendidas de manera explícita.

de que una persona se dirige a la otra en su discurso, se pretende causar un efecto no en ella, sino en el resto de la gente.

¿Qué es la comunicación eficaz?

Para poder hablar de lo que significa la comunicación eficaz, primero debemos entender qué es la comunicación.

La comunicación es la forma en que se establece el contacto con los demás, a través de ideas, hechos, pensamientos o conductas, con el objetivo de buscar la reacción o respuesta de aquel que recibe el mensaje emitido por el receptor.

Para entenderlo mejor, definimos la comunicación como un proceso por el cual se transmiten y reciben contenidos, en el que nos encontramos varios elementos que intervienen, los cuales vamos a ver a continuación.



Como vemos en el dibujo, existe un contenido que es el mensaje

«¿Se escucha muy alto?»,

es aquello que queremos transmitir, a través del cual, el emisor (hombre) quiere hacer llegar al receptor (mujer) dicho mensaje, por medio de un canal que es el medio físico por el que se transmite el mensaje (en este caso es el aire por el que se transmiten las ondas del sonido) y a través de un código que en este caso es el idioma español.

Todo envío de información tiene una intención por parte del emisor, que produce un efecto en el receptor, es por eso por lo que se debe intentar conseguir el máximo de comunicación con nuestro oyente, si lo que esperamos es una repuesta positiva o lo que llamamos feed back positivo, es decir, que el receptor le devuelva información positiva al emisor, después de haber recibido su mensaje.

Son muchos los objetivos por los que queremos comunicarnos con los demás, pero los principales por los que se produce el proceso de comunicación en general son porque queremos informar, entretener, también persuadir o influir en nuestro oyente y puede ser también porque queremos que quien nos está escuchando actúe.

Podemos decir que la comunicación eficaz es aquella en la que nosotros como emisores o hablantes, conseguimos mediante nuestro mensaje, que nuestro oyente o receptor crea en nosotros.

Si estamos en el trabajo, necesitamos saber comunicarnos, ya sea con los clientes o con los proveedores, con los jefes, con los compañeros y nuestra comunicación habrá tenido éxito, si finalmente hemos conseguido influirles o convencerles mediante nuestro proceso de comunicación, de aquello que pensamos o deseamos obtener.

Cuando se impide la comunicación eficaz, es porque se ha producido lo que se llama ruido, el cual consiste en una perturbación del mensaje durante el proceso de comunicación.

Puede que sea por poca convicción en nuestro mensaje, por usos incorrectos del código, tono no adecuado, exceso de información y toda aquella deficiencia que no permite lograr una buena comunicación en la que se logre nuestro objetivo y un feed back positivo por parte de nuestro receptor.

**Modelo de Berlo**

El modelo de Berlo supone que la comunicación constituye un proceso. Es decir, una estructura cuyos elementos se interrelacionan en forma dinámica y mutuamente influyente. En el proceso de comunicación no podemos identificar un principio o fin estable y constante a través del tiempo, por lo cual el modelo desarrollado corresponde al proceso de comunicación detenido arbitrariamente en un momento dado del tiempo. En el proceso de comunicación podemos distinguir los siguientes componentes:

1. Fuente de comunicación: corresponde a una persona o grupo de personas con un objetivo y una razón para comunicar.  
2. Codificador: corresponde al encargado de tomar las ideas de la fuente y disponerlas en un código.  
3. Mensaje: corresponde al propósito de la fuente expresado de alguna forma.  
4. Canal: corresponde al medio o portador del mensaje, al conducto por donde se trasmite el mensaje.  
5. Decodificador: corresponde a lo que traduce el mensaje y le da una forma que sea utilizable por el receptor.  
6. Receptor: corresponde a la persona o grupo de personas ubicadas en el otro extremo del canal y que constituyen el objetivo de la comunicación. Si no existe un receptor que responda al estimulo producido por la fuente, la comunicación no ha ocurrido.

<https://youtu.be/MoljvsSnGCM>

Diagrama, Esquemático

Descripción generada automáticamente

**Modelo Shannon y Weaver**

En 1948, Shannon y Weaver lanzaron una teoría matemática de la comunicación. Su primera versión apareció en el Bell System Technical Journal de octubre de 1948.

Se trata de un modelo de comunicación o, más exactamente, de una teoría de la información pensada en función de la cibernética, la cual es el estudio del funcionamiento de las maquinas, especialmente, las máquinas electrónicas. Cuando Shannon habla de información, se trata de un término con un sentido completamente diferente del que nosotros le atribuimos en general (noticias que nos traen a diario la prensa, la radio y la TV). Se trata para él de una unidad cuantificable que no tiene en cuenta el contenido del mensaje.

El modelo de Shannon se aplica entonces a cualquier mensaje independiente de su significación. Esta teoría permite, sobre todo, estudiar la cantidad de información de un mensaje en función de la capacidad del medio.

Objetivos de este modelo

Mejorar la eficacia en la transmisión de información, a través de:

1) La velocidad en la creación y transmisión de los mensajes.  
2) La capacidad de los canales de la comunicación  
3) La codificación eficaz de los mensajes, que evite la ambigüedad y los ruidos entre emisor y receptor.

Los elementos de Shannon y Weaver

El modelo de Shannon (Gráfico) se representa por un esquema compuesto por cinco elementos: una fuente, un transmisor, un canal, un receptor, un destino. Dentro de este modelo incluimos el ruido, que aporta una cierta perturbación.

a) Fuentes: El elemento emisor inicial del proceso de comunicación; produce un cierto número de palabras o signos que forman el mensaje a transmitir. Por ejemplo, puede ser la persona que, habiendo descolgado el teléfono y marcado el número comienza a hablar. Puede ser, del mismo modo, la persona que habla a través del radio o televisión.  
b) El transmisor: Es el emisor técnico, esto es el que transforma el mensaje emitido en un conjunto de señales o códigos que serán adecuados al canal encargado de transmitirlos. Así en nuestro ejemplo, el transmisor transformará la voz en impulsos eléctricos que podrán ser transmitidos por el canal.  
c) El canal (Señal en el Gráfico): Es el medio técnico que debe transportar las señales codificadas por el transmisor. Este medio será, en el caso del teléfono, los cables, o la red de microondas por la empresa telefónica en comunicaciones internacionales.  
d) El receptor: También aquí se trata del receptor técnico, cuya actividad es la inversa de la del transmisor. Su función consiste entonces en decodificar el mensaje transmitido y conducirlo por el canal, para transcribirlo en un lenguaje comprensible por el verdadero receptor que es llamado destinatario. En este caso, es entonces el aparato telefónico, el receptor de radio o el televisor.  
e) El destinatario: Constituye el verdadero receptor a quien está destinado el mensaje. Será entonces la persona a quien se dirige el llamado telefónico o el conjunto de persona-audiencia de radio o de TV.  
f) El ruido: Es un perturbador, que altera en diverso grado la señal durante su transmisión: «nieve» en la pantalla de TV, «fritura» o «lloro» en un disco, ruidos de interferencia en la radio, también la voz demasiado baja o cubierta por la música; en el plano visual puede ser una mancha sobre la pantalla, un cabello en el objetivo del proyector, una falla de registro gráfico, etc. También se debe considerar, muy especialmente, el ruido no técnico. Esto es, aquel que proviene del contexto psicosocial. Todos los elementos precedentes son considerados como ruidos que pueden, entonces, provenir del canal, del emisor, del receptor, del mensaje, etcétera.

El modelo de Shannon y Wever es muy atractivo debido a su relativa sencillez y flexibilidad. No obstante, análisis más detenidos muestran que en realidad no es mucho más que un modelo E-R ampliado. Dicho modelo explica poco sobre la comunicación humana.

**¿Qué es la comunicación escrita?**

La comunicación escrita es aquella que se establece a través de las palabras o de cualquier otro código escrito. El emisor y el receptor deben compartir el conocimiento de ese código en cuestión, para que la comunicación sea efectiva.

En esta clase de comunicación, el emisor escribe mientras que el receptor lee. Siempre, como canal, habrá un dispositivo físico, que puede ser un papel o la pantalla de una computadora o incluso una pared.

La comunicación escrita más antigua fue a través de pictogramas: son signos o dibujos que representan un concepto o idea.

Características de la comunicación escrita

No es simultánea. No se recibe el mensaje a medida que se va produciendo como sucede en una conversación en la que mientras que el emisor habla, el receptor escucha. Está claro que el tiempo varía de acuerdo con el tipo de comunicación: en un chat es mucho más acotada esa brecha en un diario impreso.

Permanece en el tiempo. A diferencia del mensaje oral, el escrito logra perpetuarse. A las palabras no “se las lleva el viento”.

Debe respetar reglas. El mensaje debe adaptarse a reglas gramaticales u ortográficas para que el contenido cobre sentido y sea efectivo.

Las distancias no son un impedimento. A diferencia de una conversación cara a cara, los mensajes escritos pueden dar la vuelta al mundo. Las distancias no son un problema para ellos.

Los mensajes son planificados. El emisor debe planificar, por más mínima que sea la comunicación, de qué manera formulará el contenido para que tenga cohesión y coherencia.

Tipos y ejemplos de la comunicación escrita

Las comunicaciones escritas pueden ser personales o estar diseñadas para un público masivo. Además, pueden tener diferentes objetivos como informar, convencer o entretener.

Algunos ejemplos de comunicación escrita pueden ser los siguientes:

**Folletos o volantes.** Por medio de ellos se comunican mensajes vinculados a la propaganda o a la publicidad. En general, buscan convencer al receptor de algo. Se suelen repartir en espacios públicos y tener poco texto. Además, suelen contar con recursos para hacerlos atractivos a la lectura: varios colores, distintos tipos de tipografía, imágenes, texto en negrita.

**Cartas.** El mensaje se escribe en un papel que se coloca en un sobre para que el correo lo haga llegar a destino. A diferencia de los folletos, son mensajes personalizados y, dependiendo de la relación entre el emisor y el receptor, existen más o menos formalismos.

**E-mails.** Son la versión moderna de las cartas, que se envían a través de la web, resguardan la intimidad y son personalizados. La ventaja es que, a diferencia de las cartas, permiten adjuntar archivos que por medio de un sobre podría resultar mucho más costoso y complicado. Su contenido, al igual el de las cartas, puede ser de lo más variado: personal, laboral, comercial, informativo.

**Diarios y revistas**. Sus contenidos suelen estar vinculados con la actualidad, están escritos por periodistas y se imprimen cada cierto lapso de tiempo. En general, abarcan temáticas específicas, por lo que los lectores los compran de acuerdo a sus intereses. Una vez leídos, estos mensajes se desechan, salvo que formen parte de alguna colección. Su función es informar o entretener al público.

**Libros.** A diferencia de los diarios o revistas, no tienen una periodicidad y no están pensados para ser descartados. Contienen los géneros más variados y, salvo excepciones, no pierden vigencia. La principal función de los libros es entretener y difundir conocimiento.

**Internet y todas sus variantes**. Más allá del e-mail, con Internet llegó una serie de medios escritos incalculable: desde portales web hasta redes sociales como WhatsApp o Twitter. Desde la red de redes, las palabras escritas llegan de manera mucho más veloz, en forma más masiva y económica. Para algunos, es un avance clave en la democratización del conocimiento.

**Importancia de la comunicación escrita**

La comunicación escrita representa un antes y un después para la humanidad. A continuación, algunas claves que permiten dilucidar su importancia:

Permite la difusión del conocimiento. Con la redacción y publicación de contenidos de todo tipo, el conocimiento ya no está en manos de unos pocos. La comunicación escrita rompió con el monopolio de la información.

El tiempo ya no es un obstáculo. Los mensajes se pueden almacenar y ser difundidos de generación en generación. Ya no quedan limitados a una etapa de la historia.

Las distancias se rompen. Al igual que con el tiempo, las distancias ya no son un impedimento para la difusión del conocimiento.

Ayuda a los vínculos personales. Las cartas primero y luego los mails, chats o redes sociales han ayudado a las personas a mantenerse en contacto o incluso, a recomponer vínculos que el paso del tiempo y la distancia habían roto.

Enriquece la cultura. Gracias a la comunicación escrita surgieron nuevos tipos de expresión y géneros que van desde la novela hasta la poesía, pasando por los cuentos y las obras de teatro.

Elementos de la comunicación escrita

Dentro de los elementos que componen a la escritura se pueden mencionar tres:

Estructura. Como su nombre indica, es la manera en que el emisor ordena o estructura aquello que quiere comunicar. Puede ser en párrafos, capítulos, diálogos, ítems, por poner algunos ejemplos.

Estilo. Es la manera en que redacta el contenido en cuestión. Puede ser formal o informal, personal o impersonal.

Contenido. Es aquello que se quiere comunicar. Puede ser conocimiento, las cualidades de un producto que se quiere vender, una historia de ficción, entre tantos otros.

Ventajas de la comunicación escrita

A nivel social, la comunicación escrita también trajo ciertas ventajas:

Permite la organización. A través de la escritura se pueden reglamentar leyes y códigos que estructuran y controlan a una sociedad.

Fomenta la reflexión. Antes de escribir, la persona debe pensar en aquello que quiere comunicar. Disminuyen la distorsión. La escritura acota los niveles de interpretación y manipulación que un intermediario puede introducir.

**Claves de la comunicación escrita eficaz**

Dado que en la comunicación escrita no se tiene al interlocutor delante, se nos escapa todo lo relacionado con la comunicación no verbal. Esto tiene como consecuencia que muchos mensajes no sean entendidos de forma correcta.

Ser capaz de comunicarse por escrito de forma eficaz es una habilidad imprescindible en todas las empresas. En el puesto de un asistente de dirección es fundamental porque serás tú la persona que redacte muchas de las comunicaciones de tu directivo y/o tu empresa.

Normas de la comunicación escrita eficaz

**Clara**

Debes explicar con claridad para qué estás escribiendo, qué es lo que quieres conseguir. El destinatario de tu mensaje no debe tener que adivinar, intuir o leer entre líneas. De esta forma evitas también ambigüedades y confusiones.

Cuanto más sencillo sea el lenguaje, mejor entenderán los demás tu mensaje.

Por ejemplo, las frases en voz pasiva y con palabras demasiado técnicas, rimbombantes y anglicismos hacen que otras personas no entiendan el mensaje.

Otro ejemplo es cuando se escribe la hora de una reunión o un evento, se debe utilizar el formato de 24 horas. No es lo mismo una reunión a las 06:00 que a las 18:00.

**Concisa**

El mensaje debe ser breve y preciso, evitando lo innecesario. La brevedad no consiste en enviar correos electrónicos en plan telegrama o incluso sin mensaje cuando se adjunta un documento.

Para escribir un mensaje conciso debes utilizar:

Palabras comunes y evitar las innecesarias

Reduce al máximo el uso de adjetivos y adverbios (sobre todo los terminados en -mente)

Frases sencillas: evitar la voz pasiva de los verbos y las frases subordinadas. Las frases sencillas son más rápidas de leer y de comprender

Párrafos cortos: cada idea ser expresada en un párrafo. Cada párrafo no debería exceder de cinco líneas.

Textos de poca extensión. P.ej. un email no debe ocupar más de la pantalla del ordenador. Si hay que deslizarse con el ratón hacia abajo, es demasiado largo.

**Concreta**

Debes centrarte en el tema que quieres comunicar. Evita proporcionar detalles que no tienen nada que ver con el asunto y repetir ideas. Revisa y elimina frases que no aportan nada al objetivo de tu mensaje.

Un mensaje breve también es una muestra de respeto hacia el tiempo de los demás.

**Correcta**

Las faltas de ortografía y gramaticales son intolerables en el ámbito laboral.

Todos los programas de edición de textos tienen la opción de revisión gramatical y ortográfica. Cuando escribes mal una palabra se marca en rojo al instante. No corregirla puede hacer que el mensaje se vuelva incomprensible y, por tanto, que pierda eficacia.

No corregir las faltas gramaticales y de ortografía, indica a los demás que eres una persona descuidada, que no prestas atención al detalle y que tienes escasa preparación. Causarás mala impresión y eso afecta a tu prestigio profesional.

**Coherente**

La comunicación escrita tiene que estar estructurada y llevar un orden lógico de ideas, datos o información.

Por ejemplo, si estás preparando una presentación sobre la evolución de las ventas de la empresa en el año pasado, no puedes empezar con las de diciembre, saltar a enero, continuar con el mes de julio y acabar con los datos de septiembre.

**Completa**

Cuánto más completo sea tu mensaje, más posibilidades tendrás de que la otra persona lo entienda y te dé la respuesta que esperas. Por tanto, debes incluir toda la información relevante y necesaria. Si omites detalles relevantes, la otra persona no entenderá parte o nada de tu mensaje.

**Cortés**

Toda comunicación escrita debe ser educada, respetuosa y amable.

El tratamiento será más o menos formal según el destinatario del mensaje. Aunque exista cierta cordialidad o confianza con la otra persona, nunca se pueden escribir emails en el mismo tono que lo harías con un amigo.

Se debe evitar la jerga, palabras rimbombantes, acrónimos y palabras en otros idiomas que la otra persona no puede entender. Por ejemplo, muchas personas utilizan abreviaturas de palabras inglesas que otras no entienden, como FYI (for your information), ASAP (as soon as possible), IMO (in my opinion).



Imagen diseñada con Freepik

**¿Qué es la comunicación oral?**

La comunicación oral es la transmisión de información entre dos o más individuos a través del habla y del código contemplado en un idioma. Generalmente se contrapone a la comunicación escrita, en la cual la información se halla inscripta en algún soporte material para resistir al paso del tiempo.

La comunicación oral es probablemente la forma más temprana de intercambio de información de nuestra especie, que tuvo su origen en la invención misma del lenguaje verbal.

Su elemento fundamental es el habla, que consiste en el empleo de nuestro aparato fonador (y parte del respiratorio) para producir una cadena de sonidos articulados en distintos puntos del recorrido del aire hacia afuera, a través de la participación de distintas partes de nuestra anatomía: la lengua, los labios, los dientes, etc.

Sin embargo, el habla no podría existir sin su contrapartida, la lengua o idioma, en la que están contenidos los códigos mentales necesarios para convertir una cadena articulada de sonidos en signos lingüísticos, o sea, en información reconocible. Así, juntas, lengua y habla, componen una enunciación o acto de habla, o sea, la materialización de una porción de información codificada de acuerdo con las normas del idioma.

Muchos filósofos e historiadores concuerdan en que la gran capacidad de comunicación oral de nuestra especie fue un factor determinante en su éxito biológico y en el inicio de nuestra civilización, ya que nos permite alcanzar niveles de organización más vastos, complejos y profundos que cualquier otra especie conocida. Además, permite la transferencia y conservación de la información de manera muy eficaz, de una generación a otra.

**Características de la comunicación oral**

La comunicación oral se caracteriza por lo siguiente:

Emplea ondas sonoras, esto es, el sonido propagado en algún medio físico (aire, por ejemplo) para transmitir la información de un hablante a otro.

Es efímera e inmediata, o sea, se desvanece en el tiempo, ya que las ondas sonoras pasan y no se preservan en el aire. Lo dicho, como reza el proverbio, “se lo lleva el viento”.

Es presencial y directa, lo cual se deriva del punto anterior, y quiere decir que requiere de la presencia (espacial y temporal) simultánea de los interlocutores. Es imposible hablar con alguien del otro lado del mundo (al menos no sin la ayuda de algún artefacto o tecnología), o con alguien que existió en el siglo XV.

Es de naturaleza social, es decir, vincula a los interlocutores y les permite crear nexos sociales de distinto tipo. Toda comunidad humana posee mecanismos propios de comunicación y un código que responde a su manera de pensar y de ver el mundo.

Cuenta con elementos de apoyo, que no forman parte del idioma, como la gestualidad o el contexto. Esto contribuye a que no pueda pensarse fuera del momento específico en el que ocurre.

Suele ser improvisada, y también más coloquial, menos formal y rígida, aunque existan también ocasiones en que tienda a lo contrario, como a la hora de dar una conferencia.

Suele ser bidireccional, esto es, que emisor y receptor suelen intercambiar sus roles, lo cual permite que la información vaya y venga entre ambos a voluntad.

Permite la rectificación, ya que al estar presentes los interlocutores, siempre pueden aclararse los términos de la comunicación, explicarse malentendidos, añadir información necesaria y así garantizar que la información haya sido comprendida. Esto no ocurre, en cambio, a la hora de leer un texto, en el que estamos a solas frente a lo escrito.

**Elementos de la comunicación oral**

La comunicación oral consta de dos tipos de elementos, que son:

Elementos lingüísticos. Aquellos que son propios del lenguaje verbal, tales como:

Un canal, que son las ondas sonoras que transportan los sonidos.

El mensaje que contiene la información transmitida.

El código o idioma que los codifica y decodifica para crear un sistema de representación común entre emisor y receptor. Si alguno no habla el mismo idioma, por ejemplo, la comunicación es imposible.

Los interlocutores, esto es, un emisor (que codifica el mensaje) y un receptor (que lo decodifica) y que normalmente intercambian sus roles.

**Elementos extralingüísticos.**

El contexto, es decir, el momento y espacio en el que tienen lugar la conversación y que puede plantear ciertos retos comunicativos o entorpecer la comprensión del mensaje.

Los gestos y elementos pragmáticos, que no tienen que ver con lo dicho sino con cómo se lo dice, qué cara se pone, qué se hace con las manos, qué tan cerca se dice del otro, y todo un conjunto de información que no forma parte del idioma, pero que modifica significativamente la información transmitida.

Las capacidades personales de cada interlocutor, esto es, su capacidad personal y particular para comunicarse: el funcionamiento de su anatomía, su competencia lingüística, su formación lingüística, etc.

Tipos de comunicación oral

En general, la comunicación oral se puede clasificar en:

Comunicación oral espontánea, de tipo informal, casual, libre e improvisada, en la que los elementos extralingüísticos cobran mayor relevancia y lo dicho puede organizarse de manera más o menos caótica. Es lo que ocurre, por ejemplo, en una conversación en el bar.

Comunicación oral planificada, de tipo formal, organizada, preparada y que toma lugar según mandatos prediseñados, más estrictos y exigentes, por lo que requiere de mayor foco en los elementos del lenguaje. Es lo que ocurre, por ejemplo, en una clase magistral.

**Ejemplos de comunicación oral**

Son ejemplos de comunicación oral las siguientes situaciones:

* Una conversación entre varios amigos en un restaurante.
* Una conferencia de un investigador en un instituto.
* Una clase magistral de un profesor en un aula.
* Una cita romántica en que dos personas intentan conocerse.
* Un debate público entre dos candidatos presidenciales.
* Una discusión acalorada entre dos personas en la calle.
* Una rutina de stand up comedí en vivo en un bar.
* Una obra de teatro en la que los actores recitan sus parlamentos al público presente.

**Consejos para hablar en público**

* Prepárate. Thomas Edison dijo que la genialidad es 1 % inspiración y 99 % transpiración, es decir, sudor y trabajo duro. Por tanto, lo primero que se debe evitar ante un público es abandonarse a la improvisación. Hay dos riesgos: no transmitir el mensaje con eficacia y aburrir. Además, sin la preparación adecuada, responder preguntas rápida y fácilmente podría resultar difícil y hacer que el orador parezca poco profesional.
* Conoce a la audiencia. Saber a quién va dirigido el discurso es una regla fundamental para hablar en público, porque conocer al objetivo se traduce en una conversación capaz de captar inmediatamente su atención e interés.
* Ve al grano. La ansiedad de hablar frente a una audiencia, junto con el deseo de mostrar los conocimientos del orador puede llevar a exponer demasiado contenido a la vez. Para que sea efectiva, la comunicación debe apuntar directamente a la meta y hacer de la síntesis su mejor aliada. Dicho esto, no tengas prisa, no hables rápido para terminar lo antes posible, de hecho, aprende a insertar pausas en tu discurso.
* Habla claro. La imaginación puede resultar muy útil en la fase de preparación del discurso. Fingir que la audiencia esté formada por un amigo o un familiar inexperto sobre el tema del discurso es la mejor forma de aprender a utilizar un lenguaje llano y comprensible. Prescindir de tecnicismos hace que la conversación sea más amena e intuitiva. El mensaje debe ser simple, pero no simplista.
* Comunicación verbal, paraverbal y no verbal. El equilibrio entre la comunicación verbal, paraverbal y no verbal es la base del hablar en público. Por ejemplo, sonreír ayuda a crear una atmósfera positiva que transmite entusiasmo e influye en el estado de ánimo del oyente. Las manos a la vista, por otro lado, comunican apertura y honestidad, mientras que el tono y el volumen de la voz deben variar según el tema que se esté debatiendo.
* Crea un diálogo con la audiencia. Hay dos protagonistas a la hora de hablar en público: el que habla y el que escucha. El orador debe crear un diálogo con la audiencia si no quiere perder su atención. Es importante detectar cualquier signo de aburrimiento o fatiga por parte de los oyentes para cambiar el rumbo y no perder el contacto.
* Di algo sobre ti. Uno de los métodos más efectivos para captar la atención del público es compartir historias personales. Para el locutor, contar episodios de su vida familiar o profesional es una excelente forma de generar empatía, sobre todo si se le añade una pizca de humor, tal vez confesando la ansiedad que le genera hablar en público.
* Elige el look adecuado. La ropa que eliges influye en el resultado de la ponencia y es sinónimo de credibilidad. La vestimenta debe ser adecuada al contexto y sin complementos que distraigan al público. Vístete no según el puesto que ocupas, sino según el que quieres ocupar.
* La regla de 3. Este estratagema se basa en tres pilares: captar la atención, dar tiempo a la audiencia para memorizar el mensaje y elaborar las preguntas, cerrar el discurso con un eslogan que, si se está promocionando un producto (incluso electoral) incite a la acción (call to action). Evita finales bruscos, el público quiere que le acompañes: aclara el guión de tu discurso desde el principio y recuérdalo varias veces durante la exposición como si fuera un mapa. En resumen, dale ritmo a la exposición y crea énfasis alrededor del final.
* Evita el perfeccionismo. Buscar la perfección en cualquier contexto es una fuente de estrés y ansiedad. Algo saldrá mal, eso es seguro: la bombilla del proyector se quemará o las imágenes del power point estarán equivocadas. Prepara bien el discurso, pero una vez en la arena, aprende a lidiar con los imprevistos y no pretendas la perfección.

**COMPOSIÓN Y REDACCIÓN**

Una buena composición produce contenidos coherentes, que forman un todo, una unidad.

Una buena redacción produce contenidos cohesionados, con una forma conveniente, y adecuados a un propósito y una situación comunicativa determinada.

Por lo tanto, la composición y la redacción tienen que producir textos, discursos o contenidos bien estructurados (coherentes), bien resueltos formalmente (cohesionados) y adaptados a cada situación comunicativa (adecuados).

Consejos para una buena redacción:

Para escribir se necesita una hoja de papel, una pluma y algo que se quiera decir. Pero el qué se quiere decir siempre debe de tener un modo, o si no el mensaje mismo puede sufrir. Escribir mal una palabra, colocar mal un signo de puntuación, falta de lógica en lo escrito, dice mucho de nuestra educación y de nosotros como persona.

Te compartimos algunos consejos que puedes poner en práctica para mejorar tu escritura.

1. ¿Qué quieres decir? El primer paso, incluso antes de empezar a escribir, es saber qué es lo que quieres decir, a quién lo quieres decir, y cómo vas a decirlo. Esto ayudará a que tu texto tenga una congruencia y lógica, haciendo que tus opiniones se comuniquen con mayor facilidad. Hazte estas preguntas antes de comenzar: ¿Qué quiero decir? ¿Cuál es el argumento central de mi texto? ¿Para quién es mi texto? ¿Por qué lo quiero escribir? y ¿Cómo lo quiero comunicar?

2. Conoce a tu lector. El estilo del texto depende a quién vaya dirigido. Un texto académico debe ser serio, bien fundamentado, siguiendo las estructuras de los géneros, la redacción y ortografía debe ser impecable, etc. Si, en cambio, se trata de una carta personal el tono puede ser humorístico, con un vocabulario casual, incluso se pueden utilizar abreviaciones coloquiales.

3. Atrápalos con el título. La primera frase de cualquier texto es el título, y es éste el que debe atraer y cautivar la atención del lector. Se aconseja que sea sencillo, relacionado con el tema y que cree interés.

4. No olvides la estructura. La mayoría de los textos escritos tienen una estructura predeterminada, y más cuando se tratan de trabajos escolares o presentaciones profesionales; es importante conocer la estructura básica de ellos, incluso cuando se realiza un texto creativo es importante que tenga una estructura reconocible para su lector. La estructura es la base que da coherencia al texto y permite que los otros puedan acceder a cualquier texto sin problema.

El ensayo es el tipo de texto más utilizado, recuerda que su estructura es la siguiente:

Introducción del tema central, la tesis o el problema a tratar. Una pequeña presentación que mencione qué tema y cómo se va a tratar el tema.

Desarrollo o cuerpo: exposición de los argumentos y contra-argumentos del tema principal. Puede constar de algunos o varios párrafos; recuerda que cada párrafo debe desarrollar una sola idea.

Conclusión: síntesis de lo expuesto, en la que se debe dar una propuesta, resultado u opinión.

5. Respeta el ordena de las oraciones. El orden básico de una oración es sujeto-predicado. Recuerda que el sujeto y el verbo nunca deben estar separados por una coma. Es común encontrar oraciones muy extensas en las que se difumina esta estructura y provoca confusión, es preferible construir frases cortas y concisas.

6. Los signos de puntuación son importantes. La puntuación es una herramienta esencial para dar claridad y fluidez a la lectura de tus ideas. Las confusiones ocurren, en su mayoría, por el mal o nulo uso de los signos de puntuación, por ejemplo la siguiente frase tiene significados totalmente disímiles:

¡Vamos a comer niños!

¡Vamos a comer, niños!

A continuación, una lista de los signos de puntuación más utilizados y cuando deben ser utilizados:

El punto se utiliza para separar oraciones o ideas distintas.

La coma indica una leve pausa en la enunciación de la idea completa. Siempre se deben utilizar en los siguientes casos: para separar dos o más palabras o ideas, para limitar una aclaración y después de las siguientes locuciones como son: en efecto, es decir, de acuerdo, en fin, por consiguiente, no obstante, sin embargo, entre otras.

El punto y coma es una pausa en la oración sin suponer su fin. ¿También se utiliza para enumerar elementos extensos que deben separarse o que contienen en si? mismos una coma.

Dos puntos se emplean al final de una oración cuando se quiere empezar una enumeración, cuando se desea escribir una cita textual y antes de expresar una enunciación.

Puntos suspensivos se utilizan a manera de una pausa inesperada en una frase y cuando hay lo siguiente: duda, ironía, temor, expectación o al comienzo de una cita no textual.

Signos de exclamación se utilizan para enfatizar una idea, dar una orden o mostrar sorpresa.

Signos de interrogación enmarcan una duda o pregunta.

Las comillas se utilizan para enmarcar citas textuales, destacar expresiones, señalar términos incorrectos, encerrar significados o traducciones y citar títulos de obras literarias.

Los paréntesis se utilizan para aclaraciones, referencias bibliográficas, traducciones de expresiones extranjeras y para introducir siglas o acrónimos.

7. Procura tener un vocabulario variado. Repetir las mismas palabras o frases a lo largo del texto o incluso dentro del mismo párrafo puede aburrir o desinteresar a tu lector. Una manera de lograr esto es recurrir al uso de sinónimos; si no eres bueno con esto, hay muchos diccionarios en línea que te pueden ayudar:

8. Utiliza nexos. Es importante que tus oraciones y párrafos estén bien relacionados unos con otros, pues esto evita interrupciones bruscas entre una idea y la siguiente; además cuando son bien utilizados facilitan la tarea de escritura. Los más frecuentes son: y, que, ya, pero, si no, sin embargo, es decir, esto es, mientras que, como, de tal modo, por lo que, aunque.

9. No uses adjetivos de más. Si bien los adjetivos sirven para hacer un texto más descriptivo, en el extremo, resultan abrumadores. Pero ¿cómo saber cuándo son o no son necesarios?, hazte las siguientes preguntas: ¿El adjetivo describe de manera adecuada al sustantivo? Si la respuesta es sí, ¿es preciso ese adjetivo para que el lector comprenda la idea?

10. Sé preciso. Evita el uso de palabras vagas o genéricas como: cosa, algo, asuntos, bueno o rico para referirte a objetos o situaciones. La gran mayoría de estas palabras pueden ser sustituidas por una palabra más precisa que comunique mejor la idea.

ENLANCES

* <https://psicologiaymente.com/social/tipos-comunicacion-caracteristicas>
* <https://marianvalencia.com/tecnicas-de-comunicacion-eficaz/>
* <https://teorias-de-la-comunicacion08.webnode.com.co/modelo-de-berlo/#:~:text=El%20modelo%20de%>
* <https://teoriacomunicacion1.wordpress.com/modelos-de-comunicacion/modelo-de-shannon-y-weaver/>
* <https://concepto.de/comunicacion-escrita/#:~:text=La%20comunicaci%C3%B3n%20escrita%20es%20aquella,mientras%20que%20el%20receptor%20lee>.
* <https://negotiantis.com/las-7-claves-de-la-comunicacion-escrita-eficaz/>
* <https://concepto.de/comunicacion-oral/>
* <http://redaccio-digital.recursos.uoc.edu/es/3-los-tres-principios-de-la-composicion-y-la-redaccion/#:~:text=Componer%20significa%20%C2%ABFormar%20(un%>
* <https://latam.cengage.com/como-tener-una-buena-redaccion-10-consejos-basicos/>
* <https://www.universia.net/es/actualidad/habilidades/el-arte-de-hablar-en-publico-consejos-expertos-1153617.html>

Presentaciones:

* <https://www.canva.com/templates/EAFM8JiaASo-blue-pitch-deck-business-presentation/>
* <https://www.canva.com/templates/EAFQ_BiDQvM-minimal-and-professional-startup-pitch-deck-presentation/>
* <https://www.canva.com/templates/EAEoD_r0bkY-blue-and-purple-casual-corporate-app-development-startup-digital-brainstorm-presentation/>