

Curso de




# Competencias Laborales Básicas: Comunicación Efectiva

Consejo de Capacitación y Formación Profesional de Rosario y su Región (CCFP-R)










**CCFP**

Consejo de Capacitación  
y Formación Profesional  
de Rosario y su Región













## Estructura modular del curso Comunicación Efectiva

-  Novedades Foro
-  Foro de Presentación
-  Introducción y objetivos del curso de Comunicación












### Módulo 1 - Introducción a la comunicación






-  Introducción al Módulo 1- Introducción a la Comunicación.
-  Lección 1.1 - ¿Qué es la comunicación?
-  Evaluación Lección 1.1 - Cuestionario
-  Lección 1.2- Las cuatro aptitudes de comunicación
-  Evaluación Lección 1.2 - Cuestionario
-  Lección 1.3 - Las aptitudes de comunicación en situaciones cotidianas de trabajo.
-  La comunicación en el trabajo.
-  Evaluación Lección 1.3 - Cuestionario
-  Conclusiones del Módulo 1.

### Módulo 2 - Mejorando la comprensión auditiva y la expresión oral

-  Introducción al Módulo 2 - Mejorando la comprensión auditiva y la expresión oral.
-  Lección 2.1 - La comprensión auditiva: estrategias y técnicas confiables.
-  Evaluación Lección 2.1- Cuestionario
-  Lección 2.2 - ¿Qué es la Reacción Comunicacional?
-  Evaluación Lección 2.2 - Cuestionario
-  Lección 2.3 - La Reacción Comunicacional y las Aptitudes de Expresión Oral
-  Identificación de Sensaciones y Reacción Comunicacional Positiva
-  Evaluación Lección 2.3 -Cuestionario
-  Los rumores en el lugar de trabajo.
-  Lección 2.4 - Mejorando la Expresión Oral.
-  Evaluación Lección 2.4 - Cuestionario
-  Conclusiones del Módulo 2

### Módulo 3 - Lectura efectiva y el proceso de escritura

-  Introducción al Módulo 3 - Lectura efectiva y el proceso de escritura.
-  Lección 3.1 - Estrategias de Lectura Efectiva.
-  Evaluación Lección 3.1 - Cuestionario.
-  Lección 3.2 - El proceso de Escritura.
-  Evaluación Lección 3.2 Cuestionario
-  Lección 3.3: Cómo describir, dar instrucciones y persuadir mediante texto escritos.
-  Práctica de texto 1.
-  Redacte un texto descriptivo.
-  Práctica de texto 2.
-  Redacte un texto instructivo.
-  Práctica de texto 3.

-  Redacte un texto persuasivo.
-  Conclusiones del Módulo 3.
-  Finalización Módulos Comunicación.
-  Encuesta al alumno.
-  Contenido para descargar.

## INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS DEL CURSO DE COMUNICACIÓN

La comunicación tiene como objetivo intercambiar y compartir información, por lo que su carácter es social y se aprende en diferentes ámbitos: la familia, la escuela, los lugares de trabajo, etc. Es parte del bagaje cultural de la humanidad.

La comunicación surge a partir de los primeros seres vivos que poblaron el planeta. Para poder subsistir y desarrollarse, los seres humanos se organizaron en comunidades y ello implicó la necesidad de relacionarse entre sí. Las primeras formas de comunicación fueron a través de símbolos y signos no verbales: (gestos, chillidos, voces), para luego evolucionar hacia formas de comunicación más complejas como lo son el lenguaje verbal y la escritura.

Los estudiosos de las teorías de la Comunicación consideran que sólo los seres humanos nos comunicamos racionalmente y que toda comunicación es un proceso dinámico, en continuo movimiento: se necesitan mínimamente dos personas para establecer un proceso comunicativo y no se limita sólo a quien habla o a quien escucha, sino que en esa relación se genera un intercambio de ideas, pensamientos, sensaciones.

El significado más importante para los objetivos de este curso es que la comunicación sirve a las personas para cooperar entre sí: **es fundamental para la resolución de problemas y el desarrollo del trabajo en equipo, ayuda a la toma de decisiones en la medida en que existe información y beneficia a las personas en sus relaciones sociales y personales.**

Esta breve introducción le permitirá a usted comprender mejor los objetivos del curso de Comunicación.

### Objetivos del Curso de Comunicación

Al finalizar el curso Comunicación usted estará en condiciones de:

- Comprender el esquema básico de la comunicación y cómo funciona.
- Reconocer la importancia de escuchar y leer de manera inteligente para poder comprender y expresarse claramente en forma oral y escrita.
- Aplicar técnicas introductorias apropiadas para la comprensión auditiva y la expresión oral, la comprensión lectora y la expresión escrita.
- Reconocer la importancia de las cuatro aptitudes básicas de comunicación para el trabajo en particular, y para el aprendizaje a lo largo de la vida, en general.
- Utilizar la comprensión auditiva y las aptitudes orales para obtener una reacción comunicacional efectiva.

### Metodología

El curso de Comunicación es teórico-práctico, por lo cual usted tendrá la oportunidad de conocer, profundizar, practicar y aplicar las estrategias y técnicas de la comunicación efectiva. Su estructura es modular y se divide en lecciones que incluyen ejercicios prácticos que el alumno deberá realizar para aprobar el curso.

El módulo I está compuesto por tres lecciones y se enfoca en aspectos teóricos de la comunicación para luego centrarse en puntos clave de la comunicación en el mundo del trabajo.

El Módulo II abarca cuatro lecciones, en las que los alumnos podrán identificar técnicas de “reacción comunicacional”, también de poner en práctica sus habilidades para identificar las aptitudes de expresión oral efectiva, relacionando ambos conceptos. A su vez, los ejercicios de este módulo permitirán a los alumnos desarrollar sus propias estrategias de comprensión auditiva.

El Módulo III contiene tres lecciones y orienta a los alumnos a que identifiquen estrategias de lectura efectiva. Al mismo tiempo, podrán desarrollar sus capacidades de escritura.

## INTRODUCCIÓN AL MÓDULO 1- INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN

Este módulo está compuesto por tres lecciones, en la primera nos enfocaremos en aspectos teóricos de la comunicación para comprender el esquema básico de la comunicación y cómo funciona. En el segundo, veremos las cuatro aptitudes básicas de comunicación para la vida en general, y en la tercera para el trabajo en particular, tomando puntos clave de la comunicación en el mundo del trabajo.

### LECCIÓN 1.1 - ¿QUÉ ES LA COMUNICACIÓN?

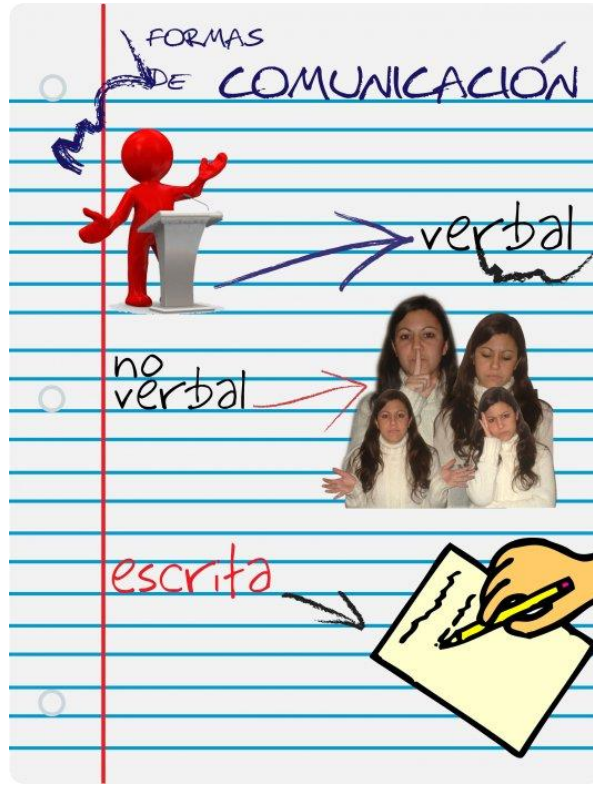
Existen muchas definiciones de comunicación.

En este curso limitaremos el concepto de Comunicación **al proceso de intercambio que ocurre entre una o más personas para enviar o recibir información, ideas y pensamientos que tiene algún efecto.** La palabra **comunicar** viene del latín "*communicare*" que indica participar en común, colocar en relación, compartir.

Es imposible no comunicarnos, siempre estamos comunicando algo a otras personas, es parte de nuestra cultura y de nuestra vida en sociedad. La comunicación se expresa de distintas maneras. La forma en que nos comunicamos puede ser **verbal**, **no verbal** y a través de **la escritura**.

#### Formas de comunicación

- Verbal: a través de la palabra.
- No verbal: a través de movimientos del cuerpo como por ejemplo, el movimiento de la cabeza o de las manos, la mirada, etc.
- Escrita: a través de símbolos escritos.



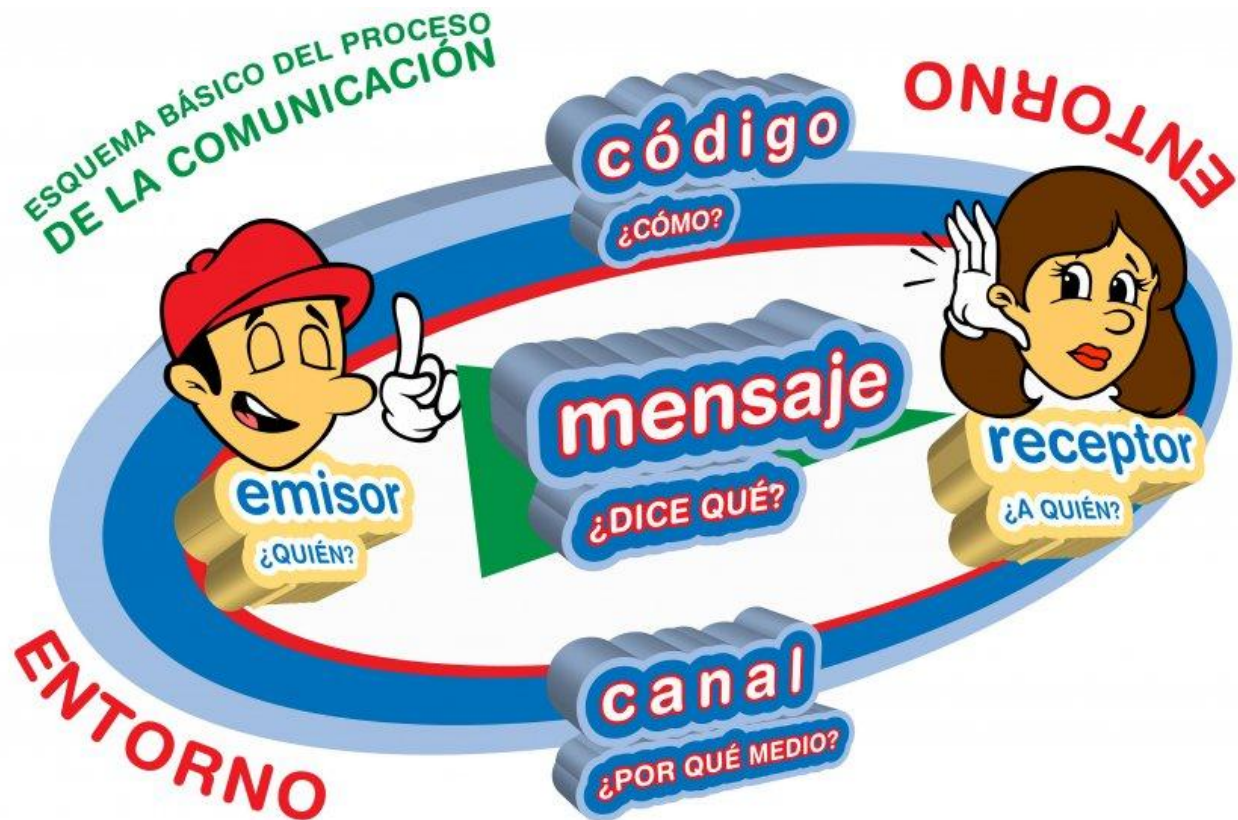
Otras formas de comunicar y transmitir ideas en nuestra sociedad es a través de diferentes *lenguajes simbólicos*: las modas, la manera de vestirnos; el estilo y el uso del lenguaje, también expresan modos de comunicación de una determinada cultura. Por ejemplo, a través de los mensajes por celular, la juventud crea sus propias reglas de uso del lenguaje.



Además de la comunicación interpersonal que se genera entre una persona y otra u otras, hay otra forma de comunicación que distingue a los seres humanos. Se trata de la comunicación intrapersonal, que es la capacidad de comunicarse consigo mismo a través del pensamiento. También existe la comunicación grupal o colectiva donde participa un grupo de personas como la familia o grupos de amigos y donde cada uno tiene la misma condición de participación.

Hay varios elementos que intervienen en la comunicación. El modelo más aceptado sobre la comunicación lo desarrolló el publicista norteamericano Harold Laswell, quien ideó un esquema basándose en una serie de preguntas clave para comprender el proceso de la comunicación. Laswell construyó su conocido esquema preguntándose **quién, dice qué, a quién, por qué medio y con qué efectos**.

### Esquema Básico del Proceso de la Comunicación



Siguiendo el paradigma de Laswell, cada interrogante se relaciona con un elemento que interviene en el proceso de la comunicación y a su correspondiente definición, como sigue:



Si la pregunta es...	Se refiere a...	y corresponde a...
¿Quién?	El emisor	La persona que transmite algo a otra
¿Dice qué?	El mensaje	La información que el emisor traspa al receptor
¿A quien?	El receptor	Es la persona o grupo de personas que recibe o escucha el mensaje
¿Por que medio?	El canal	El medio físico por donde circula la información (teléfono, internet, periódico, carta, la voz, etc.)
¿Cómo?	El código	Simbolos o señales compartidos por el emisor y el receptor que permite descodificar el mensaje. el más común es el idioma.
¿Con que efectos?	El resultado	La consecuencia o fruto que se obtiene del mensaje transmitido

Como politólogo y publicista, Lasswell se interesó especialmente en los efectos provocados en las audiencias a las que se dirige un anuncio o propaganda. Si analizamos las comunicaciones interpersonales que establecemos diariamente en nuestro trabajo, en nuestra condición de estudiante e incluso en las relaciones entre padres e hijos, veremos que también se buscan determinados resultados.

Si un supervisor le dice a un empleado: *“Necesitamos despachar este pedido mañana a las 9 a.m.”*, el efecto que el emisor quiere provocar en el receptor del mensaje es que éste tome las medidas para que el pedido esté listo a tiempo.

Si una profesora le dice a sus alumnos: *“En la próxima evaluación, tomaremos los temas y ejercicios de la página 15 a la 46 del libro de matemáticas”*, lo que la docente quiere lograr es que sus alumnos estudien concienzudamente y aprueben el examen.

Si un padre llama la atención a su hijo diciendo: *“Portate bien, si no, no te compraré un helado”*, es probable que el pequeño se tranquilice al menos por un tiempo.

Si una hija le dice a sus padres: *“Me gustaría tener un nuevo celular para mi cumpleaños”*, la hija sabe que esos padres con seguridad harán todo lo posible para satisfacer sus deseos.

Usted encontrará en su vida personal y laboral otras muchas muestras de los efectos que los mensajes buscan provocar en el receptor. Piense en las conversaciones que usted mantuvo hoy y encontrará otros tantos ejemplos como los anteriores.

No necesariamente el emisor es siempre una persona. Puede ser una organización, una empresa o un grupo de personas. Los programas de radio, el periódico, o la televisión también emiten mensajes. En estos casos, los receptores pueden ser miles de personas que están viendo un programa televisivo o leyendo un periódico por Internet. El mensaje también

presenta distintas formas de expresión: quien recita un poema o canta una canción, también está emitiendo un mensaje.



El **emisor** es quien elige y selecciona los signos adecuados para transmitir su mensaje, esto es, los codifica para poder enviarlo de manera que el receptor pueda interpretarlo adecuadamente. El **receptor**, por su parte efectúa un proceso inverso al del emisor ya que descifra lo que el emisor quiere dar a conocer.

El receptor es pasivo cuando no puede interactuar con el emisor, como por ejemplo, cuando asistimos a alguna conferencia magistral, escuchamos la radio, vemos la televisión o cuando leemos algún libro.

El receptor activo es quien participa de una conversación interpersonal, interviene en una charla o contesta un mensaje a través del chat. Es por eso que además de recibir el mensaje, lo interpreta, lo almacena, y por lo general ofrece una respuesta. En este caso, el receptor se transforma a su vez en emisor al producir y codificar un nuevo mensaje para ser enviado al emisor que ahora ocupa el rol de receptor. Es por eso que, si bien una persona puede iniciar el proceso comunicativo, los roles de emisor y receptor se intercambian permanentemente. Esto es lo que denominaremos **reacción comunicacional** y que también se conoce como feed-back o retroalimentación en comunicación.

El **código** en comunicación se refiere a un conjunto de símbolos y signos que deben ser conocidos por los protagonistas del proceso de la comunicación. ¿puede alguien que no sabe hablar alemán, entender lo que un alemán expresa en su lengua materna? El desconocimiento de un código, limita la posibilidad de comprender lo que el otro quiere expresar. El código es pues, lo que permite que los mensajes puedan ser transmitidos y correctamente interpretados.

Aunque el código de la lengua o el idioma sea el más usado, existen varios otros códigos, como por ejemplo, aquellos que se basan en imágenes (carteles, avisos publicitarios, señales de tránsito). Otro ejemplo es el sistema de señas que utilizan las personas sordomudas para comunicarse. Hay códigos gestuales (levantar los hombros señala desconocimiento, saludar agitando la mano, colocarse un dedo en los labios para solicitar silencio), códigos de forma y color (el semáforo), y muchos otros. Y al igual que los códigos verbales, los no verbales también son diferentes en cada cultura.

Conocer **el canal** o el medio físico por el que circula la información también es importante: la voz se transmite a través del aire, pero en este caso, Internet posibilita que esta lección llegue a usted como receptor. Un periódico, una película, un programa de radio, el teléfono, son importantes canales por donde circula la información. El canal también puede ser la vista, el oído, el tacto, el olfato y el gusto.

Para que se produzca una auténtica comunicación, deben cumplirse algunos requisitos básicos:

1. Debe existir entre el emisor y el receptor la **intención** de comunicarse.
2. El código debe **ser conocido** por el emisor y el receptor.
3. el canal debe **funcionar** adecuadamente.

Debemos tener en cuenta que la comunicación es un proceso dinámico y que no se limita a la comunicación oral o a la escritura: Si iniciamos un acto comunicativo preguntando una dirección a alguien, la comunicación comenzó mucho antes, al ver a la persona, al acercarse prudentemente a la distancia mínima, al mirar a la persona a los ojos o al insinuar que le quiere hablar. Se establecerá entonces un complejo proceso de interacción mutua.

Además de intercambiar información, ideas, pensamientos o sentimientos, la comunicación entre seres humanos busca la aceptación del otro, la comprensión y el entendimiento. Es por eso que la comunicación es la base de toda convivencia social.

La forma de comunicarse varía de una sociedad a otra: hay factores socioculturales que influyen, ya que lo que es de uso común en una comunidad para otra puede no serlo, como por ejemplo saludarse dando la mano o a través de un beso. Por lo tanto al comunicarnos también debemos considerar el **entorno** o **contexto sociocultural** donde ella se produce.

Por último, toda comunicación sucede en un **contexto situacional** que contribuye a dar al mensaje su significado y que se refiere a los datos del entorno físico inmediato y de la propia situación reconocidos por los participantes de una conversación.

Es necesario tenerlo en cuenta para que el mensaje pueda ser adecuadamente decodificado. Por ejemplo, si alguien dice "*cierre la ventana, por favor*", tiene que haber una ventana en el lugar y además tiene que estar abierta, entre otras cosas. Una señal de tránsito en medio de un lago, no emite ningún mensaje porque le falta contexto.

Hay mensajes que contradicen el sentido común y deben ser reinterpretados por los receptores para decodificarlos adecuadamente. Vea los siguientes ejemplos:



La sociedad actual nos exige capacidades y destrezas crecientes para comunicarnos tanto en forma oral como escrita. Como transmisores o bien como destinatarios de la información, debemos reflexionar sobre la manera de aumentar nuestras habilidades comunicativas, desarrollar una determinada actitud en los procesos comunicativos en los que estamos involucrados y también tener conocimiento sobre el tema que se está tratando.

*Tenga en cuenta que:*

*Expresarse de forma clara y coherente a través de la palabra o de la escritura, incrementarán sus posibilidades de desarrollo profesional y favorecerán sus relaciones personales.*

## LECCIÓN 1.2- LAS CUATRO APTITUDES DE COMUNICACIÓN

Quienes aspiran a perfeccionar sus capacidades de comunicación, deben tener en cuenta que este es un proceso de aprendizaje continuo y que siempre se enfrentarán a nuevos desafíos para desarrollar más y mejores habilidades comunicacionales. Para poder hacerlo, deberán conocer y aplicar las estrategias y técnicas de comprensión auditiva, lectura efectiva, proceso de escritura y expresión oral efectiva.

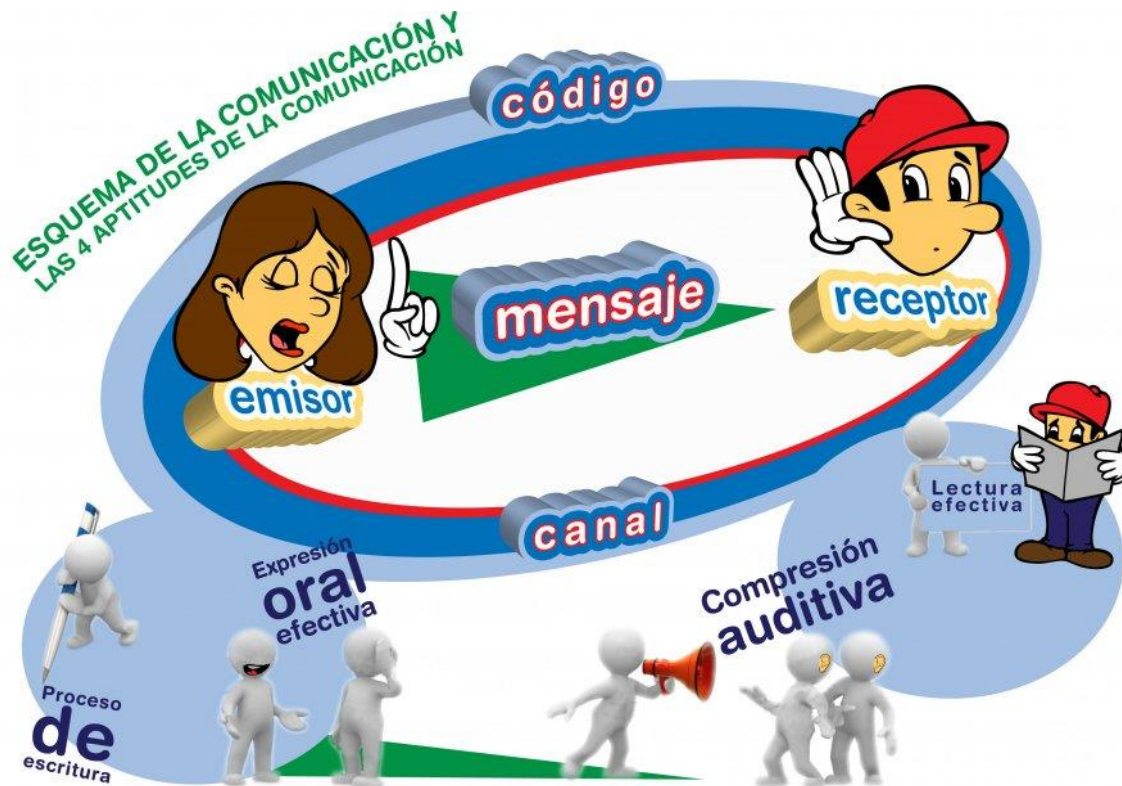




En el proceso de escritura y en las estrategias de expresión oral efectiva usted estará actuando como emisor, mientras que en el aprendizaje de las estrategias de comprensión auditiva y delectura efectiva usted estará desarrollándose como receptor. Considere, sin embargo, que en el proceso de comunicación estos roles se intercambian continuamente.

En el siguiente esquema, le presentamos el Esquema de la Comunicación y su relación con las cuatro aptitudes de comunicación que desarrollaremos en este curso.

### Esquema de la comunicación y las cuatro aptitudes de comunicación



Veamos brevemente qué significado tiene cada una de estas aptitudes. En las próximas lecciones usted podrá conocer las técnicas y estrategias que le ayudarán a desarrollarlas y ponerlas en práctica

### Comprensión auditiva

Son las destrezas activas referidas a interpretar razonablemente lo que escuchamos. No sólo comprende entender la información contenida en las palabras de quien nos habla, sino también decodificar la intención con la que fueron dichas y la actitud adoptada por el emisor al exteriorizarlas. Para eso no sólo oímos lo que se dice, sino que utilizamos lo que sabemos del contexto en que se enmarca el discurso oral, la experiencia y los conocimientos que tengamos sobre el tema.

### Lectura efectiva

La lectura es un medio muy importante para extraer y desarrollar conocimientos, además de comprender e interpretar un texto escrito. El proceso de lectura se identifica con el proceso de pensar. Saber leer significa identificar las ideas básicas, captar los detalles más significativos y ser capaces de desarrollar un juicio crítico sobre lo que se está leyendo.

### Expresión oral

A través de la expresión oral damos a conocer nuestras ideas, opiniones o sentimientos en una conversación, entrevista, discurso o discusión. Está compuesta por un conjunto de técnicas que dan las pautas generales a seguir para comunicarse oralmente con efectividad. Además del conocimiento adecuado del idioma, la expresión oral contiene también varios elementos no verbales que entregan claves para el significado final de lo que queremos expresar.

### Proceso de Escritura

Las nuevas tecnologías (chat, correo electrónico, redes sociales) han revalorizado la expresión escrita y sin embargo, nos encontramos con que a muchas personas les resulta dificultoso escribir. Existen técnicas específicas para facilitar la redacción de textos que agilizan la tarea.

Las aptitudes de comunicación son útiles por muchos y diversos motivos, dependerá de cada quien determinar los motivos que tiene para desarrollarlas. Así por ejemplo, la **comprensión auditiva** puede servir a las personas para conectarse con otra gente y sus ideas, aprender de otras personas, disfrutar de los entretenimientos o también disminuir tensiones, escuchando música por ejemplo.

Una buena **expresión oral** hace que compartamos opiniones e ideas, desarrollemos nuestras relaciones sociales (conversando con amigos, familiares, hablando en grupos) o crear una identidad personal por medio de un estilo de expresión oral propio.

Por su parte, la **escritura** también nos permite conectarnos con otras personas, reducir el estrés (escribiendo un diario, por ejemplo) o dejar registro de lo que tenemos para expresar. La escritura representa un método de comunicación a través de letras o símbolos que tiene una **ventaja única**: permanece en el tiempo y no se pierde como en el caso de la comunicación oral. Gracias a la escritura contamos con una enorme información sobre nuestra historia, el desarrollo científico y tecnológico a través del tiempo y las manifestaciones del arte y de la cultura, por lo que es un vehículo esencial del conocimiento y de la cultura.

La **lectura efectiva** también puede ser importante para reducir el estrés (leyendo libros tales como ciencia-ficción, cuentos de misterio, poesía, etc.), brindar asistencia a otros (ayudando a gente que no puede leer, como niños muy pequeños, gente ciega o anciana) o para entender mejor algún tema específico (leyendo textos de información científica o humanística).

*Independientemente de las motivaciones que podamos tener, podemos acrecentar nuestras cuatro aptitudes de comunicación.*

*...¡Reflexione sobre ellas y descubra cuál o cuáles son sus motivaciones para desarrollar sus propias habilidades comunicativas!....*

### LECCIÓN 1.3 - LAS APTITUDES DE COMUNICACIÓN EN SITUACIONES COTIDIANAS DE TRABAJO

¿Cuántas veces hemos tenido la sensación que en el trabajo los jefes no entienden lo que tratamos de expresar? ¿Cuántas veces le pedimos algo a alguien y no logramos lo que queremos o necesitamos?

En las organizaciones, pero también entre amigos o familiares, muchas veces el mensaje se distorsiona a medida que va pasando de un emisor a un receptor y de éste a otros receptores. Probablemente usted haya participado alguna vez en el juego del teléfono descompuesto. El modo en que intercambian las personas, el uso adecuado de la comprensión auditiva y de la expresión oral, resultan fundamentales en nuestro trabajo y en nuestras actividades cotidianas



Vea lo que pasó en una empresa donde una instrucción oral precisa terminó en una gran equivocación.

### **El teléfono descompuesto**

De: PRESIDENTE

Para : GERENTE GENERAL

El lunes próximo, a eso de las siete de la tarde el cometa Halley se hará visible. Es un acontecimiento que ocurre cada 78 años. Reúna a todo el personal en el patio de la fábrica, todos usando casco de seguridad, que allí les explicaremos el fenómeno. Si llueve, este raro espectáculo no podrá ser visto a ojo desnudo, en ese caso entraremos al comedor donde será exhibido un documental sobre ese mismo tema.

De: GERENTE GENERAL

Para : JEFE DE PRODUCCIÓN

Por orden del presidente, el lunes a las siete aparecerá sobre la fábrica el cometa Halley. Si llueve reúna a los empleados con cascos de seguridad y llévelos al comedor, donde tendrá lugar un raro espectáculo, que sucede cada 78 años a ojo desnudo.

De: JEFE DE PRODUCCIÓN

Para: SUPERVISOR

A pedido de nuestro gerente general, el científico Halley de 78 años, aparecerá desnudo en el comedor de la fábrica usando casco, porque va a ser presentado un documental sobre el problema de la seguridad en días de lluvia.

De: SUPERVISOR

Para : ASISTENTE

Todo el mundo desnudo sin excepción, deberá estar en el patio el lunes a las siete, donde el famoso músico Halley mostrará el vídeo bailando bajo la lluvia. El show se presenta cada 78 años.

De: ASISTENTE

Para : PERSONAL DE PLANTA

El jefe cumple 78 años el lunes y habrá una fiesta en el patio y el comedor con el famoso conjunto Bill Halley y sus cometas. Todo el que quiera puede ir desnudo pero usando casco, porque se va a armar una flor de fiesta aunque llueva.

Aunque este ejemplo puede parecer exagerado, refleja sin lugar a dudas fallas en la comunicación.

¿Qué falló en este caso?

Probablemente el supervisor y quienes continuaron con la cadena informativa no prestaron atención a las ideas clave, el gerente emitió un mensaje algo confuso y obviamente falló la



interpretación en el marco del contexto situacional propio de la empresa. Tal vez el supervisor debería haber tomado nota de las instrucciones o bien haberse transmitido la información a través de un comunicado escrito.

Todos hemos vivido situaciones donde el mensaje primario se distorsiona cuando pasa por varios receptores que a la vez se convierten en emisores. Y es que, las percepciones, la información anterior con la que contamos, el canal inadecuado que elegimos para comunicarnos, el hecho de centrarnos más en quién lo dice y no en qué se dice, puede llevarnos a situaciones de este tipo.

Algo similar ocurre con la lectura efectiva y el proceso de escritura, más aún cuando utilizamos un lenguaje técnico que implica traducir términos de otros idiomas. Hay que prestar especial atención a lo que leemos o creemos leer antes de formarnos una opinión y también cuando tenemos que escribir sobre algún tema.

En resumen, ejemplos exagerados o divertidos grafican, sin embargo, las consecuencias de una mala comunicación en el trabajo.

Lo importante es que tengamos presente que nuestras cuatro aptitudes de comunicación nos serán de utilidad para nuestra vida privada, pero también para nuestra vida laboral. En este sentido:

- la **lectura efectiva** nos dará herramientas para entender mejor los procedimientos de trabajo escritos y, por ejemplo, disminuir los riesgos en cuanto a seguridad;
- la **comprensión auditiva** nos permitirá manejarnos eficientemente a la hora de recibir instrucciones;
- el manejo de la **expresión oral** nos dará la posibilidad de aportar información importante o llamar la atención de inmediato sobre ciertas situaciones que pueden conducir a equívocos;
- por último, el desarrollo de la **comunicación escrita** nos brindará la oportunidad de dejar asentadas nuestras ideas u opiniones.

El siguiente artículo le permitirá comprender mejor la importancia de la buena comunicación en el trabajo. **¡Léalo atentamente!**

## LA COMUNICACIÓN EN EL TRABAJO

Luigi Keynes

La inmensa mayoría de profesiones y ocupaciones precisan de una continua y particular tarea: la comunicación con los demás. Comunicación con clientes, proveedores, usuarios; o comunicación con personas que trabajan en la misma empresa: el equipo del departamento, el jefe, los colaboradores. O con personal de otros departamentos, que nos piden o nos dan informaciones para poder realizar su labor y para que hagamos correctamente la nuestra.

Podría pensarse que la comunicación sólo forma parte del trabajo de quienes desempeñan tareas comerciales y que están en contacto con el cliente. Pero el operario de una máquina, que debe informar de la productividad de la misma a su supervisor, de los problemas de funcionamiento o mantenimiento y de los resultados de un control de calidad, emplea la comunicación en su trabajo.

¿Y el médico con sus pacientes? ¿Y el guardia con los ciudadanos? ¿Y qué decir de la telefonista y el personal de recepción? ¿Y de todo jefe con sus colaboradores? ¿Y los técnicos que van a la empresa o al domicilio de sus clientes para prestar asistencia técnica o efectuar reparaciones? ¿Alguien no emplea hoy la comunicación en su trabajo? Sin duda, casi nadie puede decir que la comunicación no forma parte de su trabajo.

Decir “comunicación” equivale a decir “influencia mutua” entre las personas que se comunican. En el proceso de comunicación una persona pregunta, la otra responde, una ofrece una información y solicita de la otra su punto de vista, una pide una aclaración y la otra resuelve las dudas. Pues, para que haya comunicación, las dos personas deben estar en disposición activa de ofrecer sus puntos de vista respecto al tema objeto de la comunicación.

Comunicar no es llegar y decir simplemente “haz esto”, y volverse por donde se ha venido. Eso es “mandar”. Comunicar es llegar, decir “debes hacer esta tarea antes de ...”, añadir “¿podrás hacerlo?”, y esperar la respuesta.

Estudios sobre problemas en el trabajo demuestran que cuatro de cada cinco problemas son causados por una mala o deficiente comunicación.

La experiencia nos demuestra que muchas personas, incluso excelentes profesionales “técnicos”, personal con una enorme valía en su “oficio” son pésimos comunicadores. En muchos casos no son conscientes de la importancia de la comunicación en su trabajo. Les interesa el tornillo, el proyecto, el producto, el dato, pero no demasiado las personas que deben apretar el tornillo, realizar el proyecto, acabar el producto, anotar el dato.

Si esas personas, que pueden ser jefes o trabajar en un ámbito donde se maneja mucha información necesaria para otras personas, no tienen conciencia de que la comunicación forma parte de su trabajo, estarán en una posición privilegiada para generar múltiples problemas.

¿Por qué razón en bastantes casos esa falta de conciencia del papel de la comunicación genera conflictos y problemas? Sucede que hay personas que informan pero no escuchan, personas que mandan pero no dirigen, personas que creen que lo importante “es lo suyo” y lo de los demás es secundario y puede esperar.

Ignorar el papel de la comunicación produce errores, fallos, retrasos, esperas, disculpas, pretextos, mala o nula atención al cliente, problemas o conflictos con compañeros del grupo de trabajo, con jefes o subordinados, con personal de otros departamentos.

Si somos conscientes del papel de la comunicación, es decir, que trabajamos hablando, pidiendo información, preguntando, respondiendo, pidiendo opiniones y valoraciones,

recibiendo y analizando demandas y necesidades para otras personas, será posible neutralizar una parte importante de dificultades, y mejorando la comunicación, mejorar el ambiente y los resultados del trabajo.

¿Cómo mejorar nuestra comunicación?

Para desarrollarla, escuche para comprender, no para responder. No interrumpa salvo en un caso límite (si lo confunden con otra persona, por ejemplo).

Identifique las sensaciones y emociones de la persona con la que se comunica. Algo básico: confirme que le dice todo aquello que le quiere decir. Para ello debe dar confianza. Sonría. Sea afable.

Trate de evitar confundir comunicación con “ser orador”. La oratoria es “hablar bien”. Comunicar es también “escuchar mejor”: dejar hablar y saber callar.

## CONCLUSIONES DEL MÓDULO 1

Reflexionar sobre el esquema de las preguntas quién, dice qué, a quién, por qué medio y con qué efectos, nos ayuda a ser conscientes de los obstáculos que impiden decodificar adecuadamente el mensaje cuando queremos comunicarnos.

Estos obstáculos pueden ser superados al conocer y aplicar las estrategias y técnicas de comprensión auditiva, lectura efectiva, proceso de escritura y expresión oral efectiva, las cuales incrementarán sus posibilidades de desarrollo profesional y favorecerán sus relaciones personales. Profundizaremos cada uno de estos aspectos en los módulos siguientes.

## INTRODUCCIÓN AL MÓDULO 2 - MEJORANDO LA COMPRENSIÓN AUDITIVA Y LA EXPRESIÓN ORAL

Este módulo abarca cuatro lecciones, en las que ud. podrá identificar técnicas de “reacción comunicacional”, poner en práctica sus habilidades para identificar las aptitudes de expresión oral efectiva y desarrollar sus propias estrategias de comprensión auditiva.

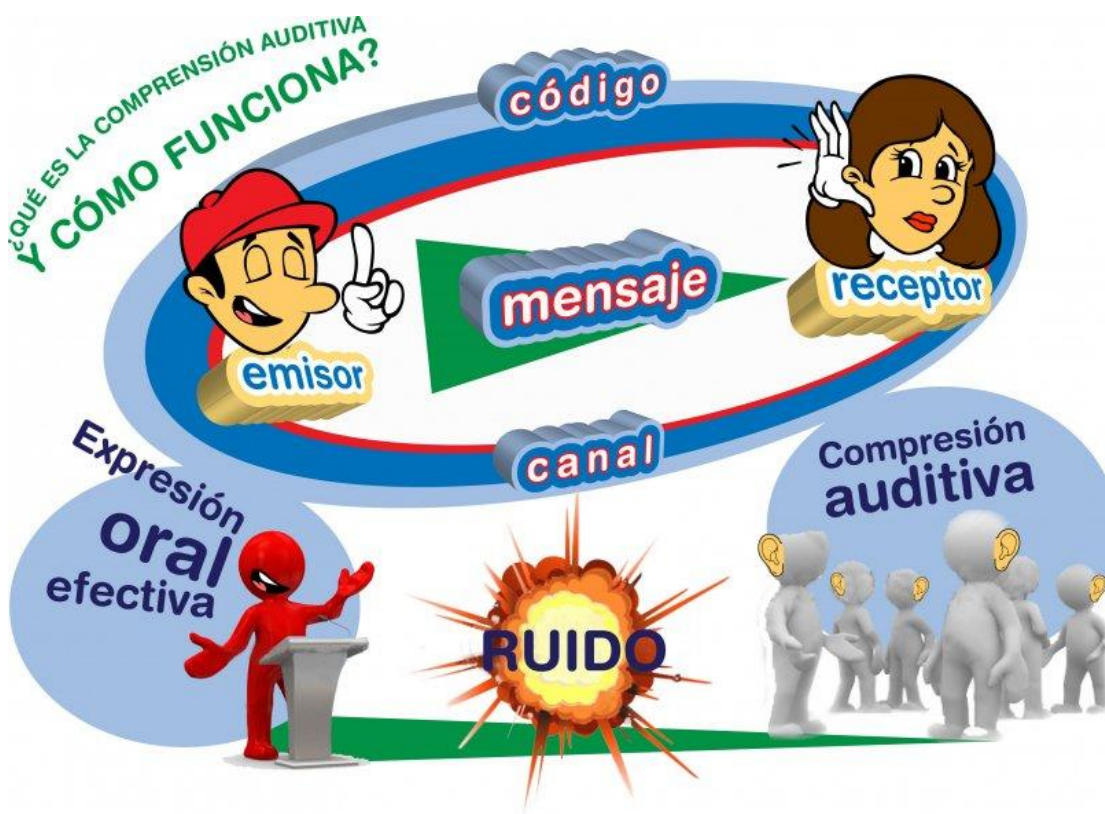
Para comenzar a reflexionar sobre la importancia de la escucha activa, y a modo de introducción en el tema, sugerimos el siguiente video:



### LECCIÓN 2.1 - LA COMPRENSIÓN AUDITIVA: ESTRATEGIAS Y TÉCNICAS CONFIABLES

Esta lección le permitirá identificar las estrategias y las técnicas de comprensión auditiva y cómo funcionan en la práctica. Debemos proponernos desarrollar herramientas para escuchar activamente y esta es una buena base para "armar" nuestras estrategias y técnicas de comprensión auditiva y desarrollar nuestras habilidades comunicacionales que nos sean útiles en nuestra vida personal, social y laboral.

¿Cómo funciona la comprensión auditiva? La siguiente imagen le servirá de orientación:



La comprensión auditiva o comprensión oral indica la capacidad de las personas de interpretar correctamente el mensaje que nos envía el emisor. No es suficiente, sin embargo, entender cada palabra de la persona que nos está hablando y muchas veces ello ni siquiera es necesario. Se trata de desarrollar otras habilidades, como por ejemplo, relacionar lo que se oye con lo que sabemos sobre el tema y en el marco de la situación o contexto en que se emite el mensaje.

En otras palabras, la comprensión auditiva es interpretar la información contenida en las palabras, la intención con que fueron dichas y la actitud adoptada por el emisor al decirlas.

¿Cómo lograr mejorar la comprensión auditiva? Para ser un oyente activo, hay una serie de estrategias que pueden serle útiles; veamos:

### - Estrategia 1: Aprenda a escuchar para mejorar su comprensión auditiva

Considere que oír no es lo mismo que escuchar: Oír refleja una actitud pasiva donde nuestros oídos simplemente detectan sonidos. Cuantas veces oímos la radio o tenemos encendido el televisor y no prestamos atención a lo que se está transmitiendo. En cambio, escuchar es un proceso activo que implica el deseo de entender lo que se está oyendo. Esto que parece obvio, no lo es tanto; usted comprobará que escuchar es un proceso más complejo de lo que parece: Escuchar es, en primer término, aprender a callar.



### **- Estrategia 2: Trate de entender la idea principal de lo que está escuchando**

Uno tiene que entender y extraer la idea principal de lo que se está escuchando. Considere que el emisor puede tener en ese momento sus ideas algo confusas o dar rodeos para llegar al punto principal de un asunto que se está tratando. Intente resumir lo que ha escuchado. Si lo puede hacer en una sola frase, seguramente habrá entendido correctamente lo que escuchó.

### **- Estrategia 3: Sitúese en el contexto en el que se desarrolla la conversación**

El contexto en que se desarrolla la conversación le permitirá comprender mejor su significado. Por ejemplo, si usted escucha a un amigo decir “A Miguel le gustan mucho los alfajores”. Puede significar varias cosas: Si estamos de vacaciones en Mar del Plata, que podemos comprar alfajores como regalo para Miguel, pero en otro contexto podemos interpretar que Miguel está gordo y que debe dejar de comer alfajores.

### **- Estrategia 4: Capte las emociones y las opiniones que se expresan**

Captar las emociones y las opiniones que se expresan no es tarea fácil. Preste atención a la persona que habla y a las señales no verbales de comunicación que manifiesta a través de sus expresiones faciales, su mirada, los movimientos de cabeza, lo que hace con las manos. El tono en el que habla la otra persona, los cambios de volumen y ritmo junto con las diferentes inflexiones de voz también son importantes y ayudan a comprender lo que se escucha. El lenguaje corporal que muestra el emisor agrega valor a lo que dice y le darán pistas acerca de lo que su interlocutor desea transmitirle.

### **- Estrategia 5: Bloquee el “ruido” que pueda interferir la comunicación**

El ruido es cualquier falla que origina una pérdida de información o que dificulta la comprensión del mensaje alterando, interfiriendo, o produciendo una situación confusa en la comunicación. Puede darse cuando el receptor no está prestando atención (ruido interno), o cuando el mensaje es distorsionado por otros sonidos ambientales, como por ejemplo, alguien que interrumpe una conversación (ruido externo). Se produce ruido en la comunicación también cuando alguien habla demasiado bajo, o el receptor no escucha bien, o está cansado y por lo tanto, no interpreta bien al emisor.

Es indispensable que usted aprenda a identificar los “ruidos” en la comunicación y trate de esquivarlos o minimizarlos: pida que se apague la radio o el televisor, solicite ir a una oficina o lugar más tranquilo para conversar, o invite a apagar los celulares en una reunión de trabajo, por ejemplo.

Hay otras muestras de “ruido” en la comunicación que pueden complicar la comprensión de lo que se oye. A modo de ejemplo, enumeraremos algunas de las variables que interfieren en la comunicación

- El emisor habla demasiado rápido.
- Dos o más personas hablan al mismo tiempo.
- Hay sonidos ambientales de fondo (una radio, máquinas funcionando, bocinas).
- Existen otras distracciones, como televisores encendidos.
- El emisor y/o el tema que se discute es tedioso.

- Hay falta de concentración en lo que se escucha, el receptor está pensando en otra cosa.
- Existe falta de conocimiento acerca del tema de conversación y/o de la terminología que se usa.
- Se usa el vocabulario inadecuado y se construyen frases u oraciones complicadas.

Lo más probable es que usted se enfrente con varias de estas situaciones al mismo tiempo. Estos “ruidos” en la comunicación dificultan el correcto traspaso de la información y la posibilidad de escuchar activamente. Usted seguramente podrá dar otros tantos ejemplos basados en su propia experiencia: conviene escribirlos y desarrollar sus propias técnicas para reducir el “ruido” en la comunicación.

*En esencia, si presta atención a la persona que habla, se concentra en entender lo que dice, pone atención al tono que utiliza y es capaz de resumir en una frase lo que escuchó, mejorará rápidamente la manera en que escucha.*

***¡Empiece a practicar ahora!***

Reflexione sobre las 5 estrategias que hemos visto, le serán útiles para escuchar eficazmente. Veamos ahora algunas técnicas concretas que podemos aplicar para desarrollar nuestras capacidades como oyente activo. Manejarlas y ponerlas en práctica harán que las personas que hablan con usted se sientan cómodas y valoradas y eso también es importante en el proceso de comunicación.

## Técnicas de comprensión auditiva

Al identificar las técnicas de comprensión auditiva, tenga en cuenta que toda habilidad se desarrolla mediante el ejercicio y la práctica y que su aplicación le llevará tiempo y esfuerzo. Veamos cuales son las diez mejores y las diez peores técnicas de comprensión auditiva:

Las peores técnicas de comprensión auditiva	Las mejores técnicas de comprensión auditiva
1. Considerar que el mensaje es “aburrido”.	1. Ver qué hay en el mensaje que se pueda aprovechar.
2. Criticar el estilo del orador, su aspecto personal, etc.	2. Decidir centrarse sólo en el mensaje (qué se dice, no quién lo dice).
3. Preparar su respuesta antes de que el orador haya finalizado.	3. Oír a la persona hasta el final antes de juzgar el mensaje.
4. Estar atento sólo a los datos.	4. Estar atento a las ideas principales.
5. Subestimar lo que oye.	5. Escuchar durante dos o tres minutos antes de reaccionar
6. Escuchar sin atención.	6. Escuchar con atención para poder aprovechar al máximo el mensaje.
7. Distraerse mientras el mensaje es transmitido.	7. Evitar las distracciones (por ejemplo, cerrando la puerta).
8. Dejar de lado los temas difíciles.	8. Prestar suma atención a los temas difíciles.
9. Molestarse por palabras o frases que no le gusten.	9. Tratar de liberarse de emociones negativas.
10. Dejar que sus pensamientos (que van más rápido que las palabras) se adelanten al orador.	10. Retrasar sus pensamientos para poder “quedarse” con el orador.

Aplique las técnicas siguiendo los siguientes **consejos**:



1. Ocurre que en ciertas situaciones puede parecernos que lo que está expresando el emisor es aburrido. Ante eso es mejor pensar que siempre hay algo que se puede aprender del otro y que nuestro interlocutor tiene algo para ofrecernos. Vea que puede rescatar del mensaje.
2. Los prejuicios pueden en muchos casos distorsionar positiva o negativamente el mensaje que escuchamos. No prejuzgue a la otra persona. ¡Cuántos vendedores han perdido importantes ventas prejuzgando al comprador por la forma en que se expresa o se viste! Son los casos donde el vendedor le dice al cliente que el producto es muy caro, sin haber indagado qué es lo que realmente quiere el comprador. Por eso, céntrense en lo que se dice y no en quién lo dice.
3. Escuche pacientemente lo que la otra persona tiene para decir, aún cuando piense que no está en lo correcto o lo que expresa es irrelevante. Lo habitual en estos casos es que interrumpamos a quien nos está hablando y esto no ayuda a captar la clave principal del mensaje. Escuche hasta el final, antes de juzgar el mensaje.
4. En un intercambio oral muchas veces prestamos más atención a los hechos o a una situación que nos describe el emisor que a la idea principal contenida en el mensaje, es decir, cuál es la conclusión de la conversación. Trate de captar la idea principal del mensaje.
5. Suele suceder que un receptor conoce el tema que se está tratando y tiene mucho que decir al respecto. En estos casos, queremos demostrar nuestros conocimientos y exponer nuestras capacidades porque eleva nuestra autoestima y pensamos que nuestro interlocutor nos valorará más. ¡Pare de hablar! Escuche un par de minutos antes de reaccionar, su interlocutor le respetará más.
6. Tenga en cuenta que para escuchar correctamente, es necesario “suprimir” de nuestras mentes cualquier pensamiento que no esté relacionado con lo que se está hablando en ese momento. Esto no es sencillo: a diario enfrentamos diversas situaciones en el ámbito laboral, familiar, personal, de estudio e incluso emocional que tenemos que resolver. La sociedad actual nos obliga a estar en muchas cosas a la vez y ello puede ser un obstáculo para comunicarnos eficazmente. Borre de su mente lo que no está relacionado con el mensaje y escuche con atención.
7. Trate de no distraerse con los “ruidos”. Es preferible que en esos casos interrumpa al emisor y le proponga conversar en un lugar más tranquilo. Sea consciente de los múltiples “ruidos” que pueden interferir en la comunicación y evite las situaciones de distracción.
8. Los temas difíciles como diferencias de criterio, opiniones divergentes o problemas que pueden afectarnos directamente por múltiples motivos, bloquean a veces la buena disposición del receptor. Lo más apropiado para resolver problemas es analizar la situación, ver posibles alternativas de resolución y buscar una solución al conflicto. Para esos efectos, es primordial mantener la calma, escuchar y ponerse en el lugar del otro para abrir la mente a alternativas.

Hay también temas difíciles que pueden surgir del desconocimiento del receptor sobre el tema o situación que se está tratando. Frente a una situación así, siempre está la alternativa

de informarse más o estudiar sobre el tema. En consecuencia, preste suma atención a los temas difíciles.

9. Evite, en la medida de lo posible, involucrarse emocionalmente. No perder el equilibrio emocional frente a temas difíciles y llegar al fondo de la situación facilita la comunicación. Las emociones bloquean el pensamiento analítico e impiden por tanto, una negociación efectiva de su parte en caso necesario.

El equilibrio emocional le permitirá entender la posición de su interlocutor y le dará la tranquilidad necesaria para resolver situaciones difíciles. Algunas veces nos guiamos por hechos anteriores que han dificultado la comunicación con alguien en particular y “cerramos” nuestra mente y sentidos de manera que no podemos escuchar activamente al otro. Controle sus emociones, procure enfrentar positivamente las situaciones complicadas y contar hasta 10 si se siente molesto con alguna opinión.

10. Nuestros pensamientos van más rápido que las palabras que escuchamos, precisamente porque vamos relacionando el mensaje con un determinado contexto y nuestra imaginación va construyendo una situación que tiene que ver con nuestra propia percepción de las cosas. Adelantarse a lo que el emisor nos intenta transmitir puede llevarnos a conclusiones equivocadas, por ello, intente retrasar sus pensamientos y “quédese” con el orador, de lo contrario pueden suceder situaciones con consecuencias “inesperadas” como la siguiente:



*Estas técnicas le darán algunas claves para mejorar su capacidad de escuchar a otros. Le sugerimos imprimirlas y reflexionar sobre ellas. Piense en las situaciones que usted ha visto o vivido donde un proceso comunicativo se frustró por el uso de las malas técnicas de comprensión oral. Repase las mejores técnicas cada vez que lo considere necesario y empiece a aplicarlas desde ahora.*

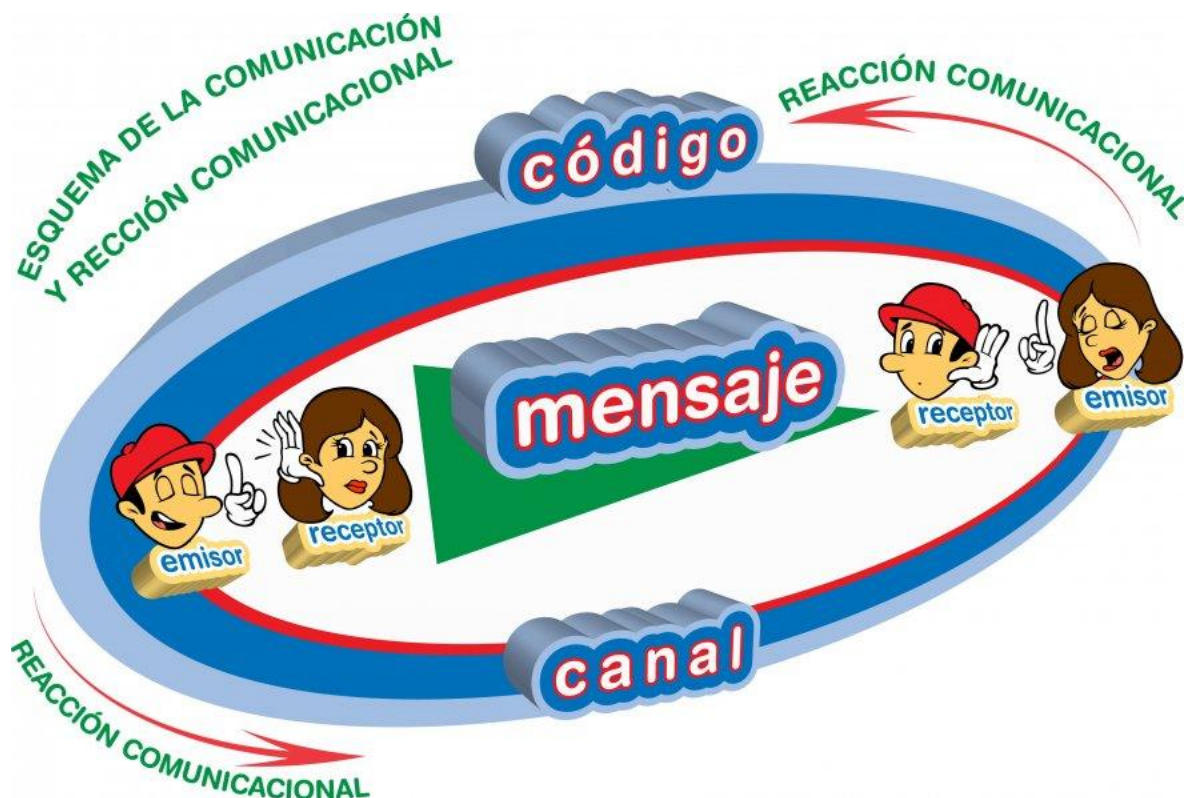
## LECCIÓN 2.2 - ¿QUÉ ES LA REACCIÓN COMUNICACIONAL?

La Reacción Comunicacional se refiere a la situación en la cual comienza el proceso comunicativo a partir de algo que dice el emisor, lo que a su vez provoca en la persona que está escuchando una “reacción” que le transmitirá al emisor inicial del mensaje; y comienza a darse un proceso en el que los roles de emisor y receptor se intercambian. Por eso la llamamos “Reacción Comunicacional”.

En otras palabras, cuando recibimos un mensaje, normalmente damos una respuesta como reacción a lo que se nos está transmitiendo. Al dar una respuesta (puede ser una contestación verbal o a través de una conducta o un comportamiento), el receptor asume el rol de emisor. Por lo general, el proceso de comunicación es bi-direccional, ya que intervienen al menos dos personas para que la comunicación pueda producirse.

La reacción comunicacional es la información de vuelta que el receptor brinda al emisor y se denomina también retroalimentación. Si no se produjera una reacción comunicacional por parte del receptor, entonces habrá información, pero no comunicación.

El siguiente esquema muestra como funciona la reacción comunicacional:



La reacción comunicacional permite no sólo la comprensión del mensaje, sino el control de las comunicaciones, ya que ayuda a eliminar las tergiversaciones o la mala interpretación del mensaje inicial.

Por medio de la retroalimentación el receptor, a través de preguntas o de la confirmación de lo que escucha, “valida” la recepción del mensaje. Por su parte el emisor, al recibir la reacción del receptor, controla que el mensaje emitido haya sido correctamente interpretado.

Nuestras percepciones subjetivas pueden distorsionar el mensaje original: interpretaremos el mensaje desde una óptica personal basada en nuestra propia experiencia, nuestros modelos mentales, nuestros enfoques, paradigmas y valores. Esto nos puede conducir a entender algo muy distinto de lo que realmente se nos quiso transmitir.

Por ejemplo:

- Alguien dice: “*yo digo las cosas como son*” puede ser percibido como “arrogante”.
- Alguien considera que actuó con audacia, el otro puede considerar que actuó con imprudencia.
- Una persona amable puede ser percibida como seductora.
- Un empleado puede decir “*estoy cansado*” y el jefe interpretar que no quiere trabajar.
- 

Por eso es tan importante evitar los juicios de valor y no llegar a conclusiones unilaterales, buscando dar comunicación reaccional lo más objetivamente posible y comprobar que lo que escuchamos coincide con lo que hemos interpretado. Recordemos que los objetivos de la comunicación son **unir y compartir** un significado común.

La reacción comunicacional debe circunscribirse al tema que se está tratando y, muy importante, situarse en la realidad. Por ejemplo, sería poco realista que un supervisor respondiese a un empleado sobre cómo realizar un trabajo en forma más rápida antes de que el empleado haya recibido, en primer lugar, la capacitación sobre la manera de realizar el trabajo.

Para que sea efectiva, la reacción comunicacional debe ser constructiva. Es decir, si el objetivo de la reacción comunicacional es apoyar a la persona que la recibe, ella debe fomentar el proceso de comunicación entre las partes y no bloquearlo. Una reacción comunicacional negativa es cuando por ejemplo, buscamos cambiar el tema que se está tratando o directamente finalizar la comunicación: “bueno, ya entendí, ahora estoy muy ocupado”.

### **Estrategias y técnicas de Reacción Comunicacional Positiva**

Como vimos anteriormente, Reacción Comunicacional Positiva refiere a que el mensaje no sólo llegó a destino, sino que además lo hizo con la menor cantidad de ruido o interferencias. Por el contrario, la Reacción Comunicacional Negativa, significa que el mensaje, por algún motivo, no pudo llegar (ruidos, interferencias, estados anímicos, etc.).

Veamos algunas estrategias de reacción positiva en la comunicación:

### **Estrategia 1: Use la reacción comunicacional como herramienta de control**

Para que exista una comunicación realmente efectiva, es muy útil que el receptor del mensaje resuma lo que el emisor dijo y de esa forma puedan verificar en conjunto que el significado del mensaje sea el mismo para ambos. Si recibe una instrucción, use la reacción comunicacional para controlar que usted entendió la instrucción. Si le toca a usted dar una instrucción, asegúrese que su interlocutor entendió lo que usted le transmitió.

Ejemplo: *“La reunión de mañana es importante, te pido que seas puntual”* Conteste: *“La reunión se hace a las 9 en la sala de reuniones, ¿verdad?”*

### **Estrategia 2: Céntrese en qué le dice el emisor más que en por qué se lo dice.**

En general es posible observar y concordar con el “qué” de una situación, mientras que a menudo no es posible con el “por qué”. Permanecer en el “qué” más que en el “por qué” hará más objetiva la situación de reacción comunicacional.

Ejemplo: *“ayer cuando te dije lo que pensaba que había que hacer, no me respondiste”...* en vez de *“ayer cuando te dije lo que había que hacer no me respondiste, seguro que te pareció poco importante”...*

### **Estrategia 3: Concéntrese en la conducta y no en la persona y permanezca en el “aquí y ahora” más que en el “allá y después”.**

El juzgar la personalidad del otro y las actitudes de crítica no tienen cabida en el proceso de reacción comunicacional. Discuta sólo sobre los comportamientos o asuntos que se pueden cambiar. No traiga el pasado al presente. Lo que está sucediendo ahora es lo que interesa.

Ejemplo 1: *“Llegaste tarde dos veces la semana pasada”,* en vez de *“eres irresponsable”*

Ejemplo 2: *“Vamos a hablar con los padres nuevamente para tratar de que este estudiante cambie de actitud”.* En vez de, *“ya hablamos con los padres el año pasado y este alumno no mejora en nada”.*

### **Estrategia 4: Sea específico más que general**

Cuando entregue reacción comunicacional, dé fechas, horarios y descripciones exactas de lo que se ha hecho o dicho.

Ejemplo: *“Tengo planificado entregar el informe el próximo viernes; el informe contiene el análisis de los resultados de la capacitación en base a las encuestas de satisfacción hecha a los alumnos y la evaluación de los docentes”,* en vez de *“veré si termino el informe el viernes próximo.”*

### **Diez Técnicas para mejorar la Reacción Comunicacional**

1. Trate de entender el sentimiento o la emoción que la otra persona trata de expresar así como el contexto intelectual en el que se desenvuelve la conversación. **¡Póngase en el lugar del otro!**



2. Recapitule brevemente y de manera precisa lo que la otra persona expresa. En conversaciones largas o complicadas, puede responder con breves preguntas o frases que resuman lo hablado hasta el momento. **¡Haga preguntas!**
3. Permita que la conversación siga sin interrupciones y trate de no distraer la atención del tema principal que se está tratando. Trate de no hacer catarsis y céntrese en el presente antes que en el pasado. **¡Manténgase en el aquí y el ahora!**
4. Cuando una persona toque un tema del cual quiera saber más, puede repetir algunas frases en forma de pregunta y estimular a la otra persona a proporcionar más información. Por ejemplo, si alguien dice: “Hay problemas de calidad en el producto y eso está afectando las ventas”, y usted quiere saber cuáles son los problemas de calidad, puede responder “¿Te parece que las ventas están mal por problemas de calidad?”, esto hará que la otra persona hable más del tema. **¡Consiga toda la información necesaria!**
5. Escuche lo que no se dice. La evasión de puntos evidentes o la omisión de información relevante, muchas veces le pueden dar una pista para entender mejor la conversación y la finalidad de la misma. **¡Siga haciendo preguntas!**
6. Si la otra persona le pide su opinión, désela de manera **sincera** y **honesta**; pero mientras está escuchando, espere antes de expresar sus opiniones y puntos de vista para evitar influenciar o inhibir lo que la otra persona quiere expresar.
7. **Comparta ideas** y evite dar o recibir consejos.
8. Mantenga la situación de reacción comunicacional como un “camino de ida y vuelta”. Éste no es el momento para que una persona critique a otra en forma negativa. **¡No prejuzgue!**
9. Generalmente existen varias formas de hacer las cosas. **Busque formas diferentes** (y a veces nuevas) **de solucionar problemas**. Puede ayudarse haciendo el curso de Resolución de Problemas de competencias laborales básicas.
10. Elija un momento y lugar adecuados para dar y recibir reacción comunicacional. Mantenga las situaciones de reacción comunicacional en forma privada. Si es posible, trate de llevar a cabo la discusión en una oficina pequeña. **¡Evite interrupciones y “ruidos”!**
11. Discutir **qué** se hizo y dijo, en vez de **por qué** se hizo o dijo. **¡Céntrese en el objetivo!**

Al igual que lo visto en el módulo anterior, usted podrá encontrar más técnicas de reacción comunicacional positiva que se adapten a su estilo y personalidad. Las personas con las que usted intercambia sentirán que usted es un buen oyente, que se compromete con los demás y con las situaciones.

**¡Ejercítese y verá pronto muy buenos resultados en sus relaciones personales!**

## LECCIÓN 2.3 - LA REACCIÓN COMUNICACIONAL Y LAS APTITUDES DE EXPRESIÓN ORAL

Es indiscutible que la reacción comunicacional está íntimamente relacionada con nuestras habilidades para expresarnos verbalmente. De hecho cuando estamos respondiendo a una información que nos fue proporcionada, asumimos el rol de emisores para luego volver a ser receptores, por eso es que se dice que toda comunicación es circular: pasa del emisor al receptor y de éste al emisor y así sucesivamente en forma continua.

Nuestra responsabilidad al retroalimentar información es que el mensaje que enviemos “de vuelta” sea eficiente y lo será en la medida que el receptor nos interprete correctamente. El desarrollo de las aptitudes de expresión oral le serán útiles para asegurarse que su reacción comunicacional sea efectiva.

Las siguientes técnicas para retroalimentar a nuestro interlocutor han demostrado ser efectivas:

Técnicas para mejorar la expresión oral	
Técnica	Por qué es útil
✓ Sea exacto	Usted dice lo que quiere expresar
✓ Hable con claridad	Facilita el ser escuchado
✓ Mantenga contacto visual	Se muestra seguro de sí mismo
✓ Sonría (por lo menos para usted mismo)	Su tono de voz se vuelve agradable
✓ Trate de evitar los gestos de nerviosismo	No distrae a la persona que lo escucha

Usted habrá observado que a excepción de las dos primeras, el resto tiene que ver con las aptitudes de comunicación no verbal y si usted reflexiona sobre cómo reacciona ante los demás, encontrará otras tantas técnicas efectivas a las que podrá recurrir. Veamos las técnicas de reacción comunicacional efectivas en detalle:

### 1. Ser exacto

Tanto para quien da reacción comunicacional como para quien la recibe, es recomendable decir lo que realmente se piensa y lo más exactamente posible cuidando, por supuesto, de

no herir los sentimientos del otro. Trate de hacer una lista de lo que va a decir en su mente (necesitará un breve tiempo para ello).

En ocasiones, antes de hablar, es conveniente escribir lo que se desea decir (puede ser una ayuda memoria o un borrador con el esquema principal de su intervención o ideas). Anotar las claves de lo que vamos a decir cuando nos corresponda hablar en una reunión, es útil para que no se nos “escapen” los pensamientos y digamos lo que realmente queremos expresar.

## **2. Hablar en forma clara**

Es difícil para otra persona entender si usted habla en voz baja o en forma entrecortada. Trate de hablar lo suficientemente alto como para que el otro pueda escuchar, aunque sin exagerar. No se tape la boca con la mano, no coma mientras habla.

## **3. Mantener contacto visual**

Será un orador más efectivo si mira directamente a los ojos de la persona con la que está hablando. A algunas personas esto les puede resultar incómodo. Si no está cómodo mirando a los ojos de su interlocutor, elija un lugar para fijar su mirada justo arriba del labio superior. La persona no notará la diferencia y usted parecerá más seguro de lo que está diciendo.

## **4. Sonreír mientras se habla (al menos para uno mismo)**

La sonrisa hace que el tono de voz sea más agradable. Un tono de voz agradable hace que la otra persona quiera escuchar más de lo que usted está diciendo; más aún, de esa forma usted incentivará a su interlocutor a coincidir con lo que usted está expresando.

## **5. Tratar de minimizar los gestos de nerviosismo**

Mientras hablan algunas personas muestran su nerviosismo moviendo las manos, arreglándose el cabello, jugando con un bolígrafo o golpeando un pie o tamborileando con los dedos de la mano. Esto distrae a quien lo escucha. Si se da cuenta de que hace alguna o varias de estas cosas, trate de detenerse antes de que lo que hace se vuelva más importante que lo que dice.

*La práctica de estas sencillas técnicas le permitirán también afrontar mejor una entrevista de trabajo o manejarse mejor en una discusión.*

## **Aplicación de las técnicas de reacción comunicacional**

Si puede, trate de aplicar estas técnicas en el ámbito familiar, con amigos o algún compañero de trabajo, les será útil a todos. Invítelos a realizar un juego de roles que le presentamos a



continuación o elija algún otro que a usted le parezca apropiado, como por ejemplo presentarse a una entrevista de trabajo donde uno será el entrevistador y el otro el entrevistado. Luego cambie los roles. El resumen adjunto de las técnicas y el cuadro resumen de Aptitudes de Expresión Oral y Reacción Comunicacional le servirán de guía para autoevaluarse, como se muestra en el siguiente ejemplo:

<b>Nombre del compañero</b>	<b>Cosas positivas que observé</b>	<b>Cosas negativas que observé</b>	<b>Cosas positivas que observé</b>
Sandra	Brindó información exacta	Sin contacto visual	Escuchó todo el tiempo
Miguel	Escuchó atentamente	No habló en forma muy clara: no dio ejemplos específicos	Hizo preguntas
Andrea	Se mantuvo sonriente	Gesto de nerviosismo: tocarse la cara	Mantuvo contacto visual
Yo (evaluado por otros)	....	....	....

Anote luego las aptitudes de reacción comunicacional que desea mantener o mejorar después de haber recibido la evaluación de sus compañeros o amigos y empiece a ejercitarse.

### La comunicación no verbal o el lenguaje del cuerpo

Comunicarse bien pareciera ser bastante simple si en las relaciones humanas no intervinieran además de las palabras otros factores como las actitudes, los sentimientos, las emociones y las sensaciones que son inherentes a todo ser humano. No caben dudas de que juegan un importante papel a la hora de comunicarnos. Es preciso entonces que reconozcamos lo que otros sienten frente a nuestras acciones y manejemos también nuestras propias emociones en la reacción comunicacional.

¿Cómo reconocer y manejar las emociones y sensaciones en la reacción comunicacional?

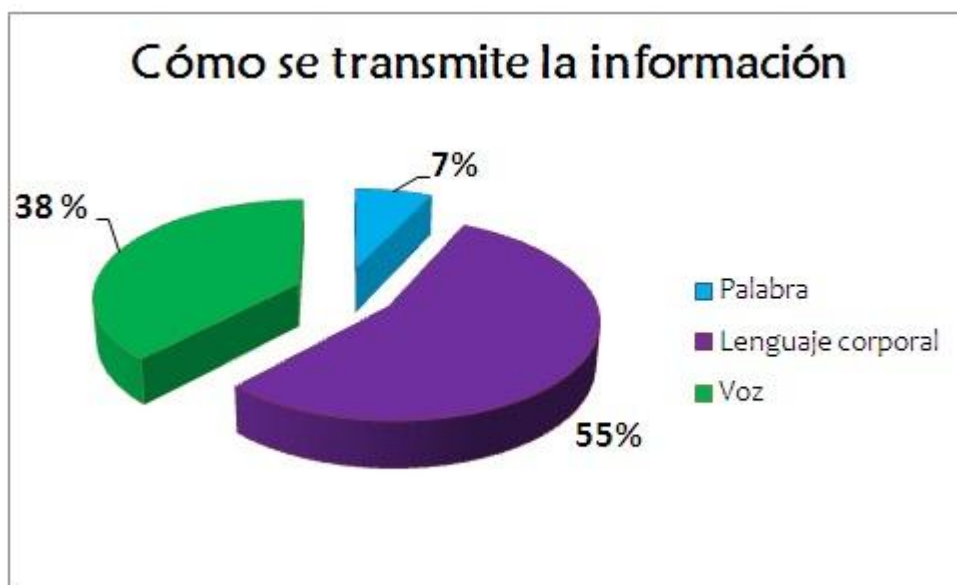
Si alguien le solicita que lo llame, el mensaje tendrá para usted un significado distinto según el acento que la persona ponga en alguna de las palabras; por ejemplo:

- ¡Por favor, llámame mañana sin falta!
- ¡Por favor, llámame mañana sin falta!
- ¡Por favor, llámame mañana sin falta!

La entonación de la voz le indicará a usted el modo en que expresa su solicitud en cada caso: un pedido, un ruego, una orden imperativa. Si a esas palabras le sumamos la forma en que nuestro interlocutor nos mira (la mirada es dura o frunce el seño o, por el contrario, expresa más bien una esperanza), el modo en que inclina la cabeza y hace otro tipo de gestos corporales (se cruza de brazos, mueve las manos de una determinada manera, etc.), podremos interpretar los sentimientos y el sentido del mensaje.

Por otra parte, el contexto situacional en que se desenvuelve la conversación nos dará pistas para evaluar que lo que el otro dice tenga correlación con lo que hace, lo cual es muy importante para la credibilidad que podamos dar a sus palabras.

Hay estudios que avalan la importancia del tono de voz y las posturas corporales en la comunicación interpersonal. El destacado psicólogo Albert Mehrabian, profesor emérito de UCLA, llevó a cabo experimentos sobre las actitudes y los sentimientos en casos donde la comunicación verbal es ambigua y encontró lo siguiente:



En el gráfico podemos observar que sólo el 7% de la información se atribuye a las palabras, mientras que el 38% se atribuye a la voz (entonación, proyección, resonancia, tono, etc) y el 55% al lenguaje corporal (gestos, posturas, movimiento de los ojos, respiración. etc).

Si bien estos estudios deben ser considerados con sumo cuidado, demuestran la importancia que la comunicación no verbal tiene a la hora de intercambiar con otros. A continuación usted podrá, a través de ejercicios, identificar lo que una persona siente cuando comunica algo y practicar la reacción comunicacional positiva.

### La reacción comunicacional positiva en situaciones laborales

En situaciones de trabajo, tanto para empleados como para supervisores, la reacción comunicacional es sin dudas la forma que tenemos para trabajar en equipo, poder desempeñarnos de forma óptima y cooperar con nuestros compañeros. Es muy poco frecuente que una persona trabaje sola y cada vez más las empresas y los expertos en Recursos Humanos buscan mejorar las comunicaciones internas y externas de las instituciones porque es clave para lograr buenos resultados.

Frente a cualquier tarea o proceso de trabajo, una comunicación deficiente o inadecuada entre compañeros o bien con supervisores o jefes suele costar tiempo y dinero. Eso no favorece a nadie, como lo muestra el siguiente video:



La comunicación eficiente en el trabajo brinda a las organizaciones información acerca de los efectos de sus acciones anteriores permitiendo que puedan controlarse y corregir acciones futuras, minimizando las fallas y logrando los objetivos establecidos.

Por eso es que en nuestro trabajo, independientemente de cual sea nuestra posición y funciones, debemos tomar algunas precauciones a la hora de comunicarnos:

- Para comenzar, lo correcto en situaciones de trabajo sería enfocarse en el desempeño y en las conductas y no en la persona. Recuerde que la diversidad es lo que nos caracteriza y eso hay que aceptarlo. Sería muy aburrido que todos fuéramos iguales.
- Evite el uso de adjetivos calificativos (débil, tonto, viejo, fuerte, malo, etc.), no son necesarios y pueden herir los sentimientos de sus compañeros.
- Cuando alguien se comunica con usted y debe brindarle reacción comunicacional, no haga deducciones que puedan conducirlo a conclusiones falsas: primero escuche; luego, observe y por último, sea lo más concreto posible en la información o ideas que usted entregue.
- Será inútil y hasta contraproducente si activa mecanismos de defensa, se pone agresivo o intenta dar consejos ambiguos y no va a lo específico. Sus compañeros o superiores preferirán “huir” de usted.

No se focalice en aspectos que no se pueden modificar en el corto plazo. Hay cosas que son difíciles de cambiar en las organizaciones, porque se necesita un proceso del que todos participen y en el que estén dadas las condiciones para hacerlo. Por ejemplo, si un lugar de trabajo no tiene ventanas, la iluminación es deficiente y los reglamentos municipales impiden su construcción, lo que será más fácil de conseguir a corto plazo es una buena iluminación artificial que permita desempeñarse mejor, sin dañarse la vista.

Cuando brinde comunicación reaccional, diga primero lo positivo y luego transmita lo que piensa que se puede mejorar. Por ejemplo:

- *“tienes razón en lo que dices...”*
- *“me parece correcto...”*
- *“está bien...” “...pero creo que habría que considerar también...”*
- *“...yo pienso que podríamos...”*
- *“no es un asunto de fácil solución, habría que tener en cuenta que...”*

La reacción comunicacional generalmente es un proceso de tres pasos. Así, en toda conversación podemos **dar**, **recibir** o bien **solicitar** reacción comunicacional para mejorar la comunicación. En situaciones laborales, brindar, obtener o solicitar reacción comunicacional dependerá de quien inicie la conversación y de las funciones que uno ocupe en la empresa, ya que las responsabilidades son diferentes.

Veamos algunos ejemplos de los modos en que pueden actuar **los empleados frente a sus supervisores o jefes**:

1. Para los empleados es importante saber cómo se está evaluando su trabajo. Algunos supervisores son reacios a dar reacción comunicacional; otros no saben cómo hacerlo. En estos casos, el empleado debe tomar la iniciativa y obtener la reacción comunicacional que necesita preguntando al supervisor directamente sobre el asunto.

2. Cuando un empleado necesita saber más de un procedimiento o tarea, puede hacer las preguntas específicas acerca de ello. Lo importante en este caso es que el empleado

escuche en forma efectiva para obtener beneficios de la reacción comunicacional que recibe del supervisor.

3. Si el supervisor le da a un empleado cierta información, el empleado puede solicitar más información si es necesario. El empleado tendrá que decidir cuándo y cuánta reacción comunicacional utilizar en este caso.

Por su parte, **quienes supervisan deben tener en cuenta que:**

1. Muchos empleados se sienten inseguros sin reacción comunicacional, por lo que los supervisores la deben ofrecer regularmente.

2. Deben brindar información sobre comportamientos específicos y deben ser positivos en su enfoque.

3. Deben solicitar reacción comunicacional al empleado, escuchándolo en forma efectiva para obtener beneficios de su reacción comunicacional.

En los casos en que los empleados trabajen en grupos sin supervisión, una combinación de los procesos del empleado/supervisor funciona correctamente.

## LOS RUMORES EN EL LUGAR DE TRABAJO

Rumores en el lugar de trabajo: manejarlos y prevenirlos

(Traducido de [Rumors in the Workplace](http://www.mindtools.com), en [www.mindtools.com](http://www.mindtools.com))

Rumores: si no ha sido una víctima, puede que haya participado de uno. Los susurros cuando un colega es despedido. Las miradas de entendimiento cuando dos compañeros de trabajo se quedan juntos hasta tarde para “ponerse al día con el papeleo”. Los mails que van y vienen conjeturando qué área sufrirá los mayores recortes presupuestarios.

Es difícil no involucrarse en los chismes del trabajo. Después de todo, a la gente le gustan los chismes y las partes *interesantes* de la información: sólo hay que fijarse en las revistas sobre la vida de las celebridades para notar que tenemos un apetito voraz por la vida de los otros. En el trabajo, sin embargo, este tipo de interacción es dañina y costosa. Desperdicia tiempo, daña reputaciones, promueve divisiones, crea ansiedad y destruye la moral.

Entonces por qué la gente crea y desparrama rumores? Mucho tiene que ver con nuestra necesidad de dar sentido a lo que sucede a nuestro alrededor. Para entender qué sucede, las personas se comunican mutuamente. Juntos rellenamos los agujeros del relato con algo de hechos y mucho de suposiciones. Esta nueva versión se propaga, y se van añadiendo más piezas en el camino, hasta que tenemos un rumor fuera de control extendiéndose en toda la organización.

## Por qué comienzan los rumores

Los rumores usualmente crecen porque a la gente le gusta estar enterada. El conocimiento es poder, y por ello las personas con las más pequeñas porciones de poder en una organización pueden ser aquellos que inician y distribuyen rumores. Los puede hacer sentir importantes si se muestran sabiendo cosas que los demás no saben.

Este conocimiento es el centro del por qué y el cómo los rumores circulan. El conocimiento insuficiente y la información incompleta son en general los culpables. Considere estos ejemplos:

- Las personas no saben por qué un colega fue despedido, entonces crean una razón basándose en algún conocimiento limitado o dato insignificante: “El otro día lo vi a Juan cancelando transacciones en la caja sin el supervisor presente. A lo mejor se llevó plata y por eso lo echaron”:
- Las personas ven un patrón de comportamiento entre dos individuos y agregan su propia explicación “José y Amanda pasan mucho tiempo juntos después de hora “poniéndose al día con los papeles”. Y ayer se sentaron uno pegadito al otro en la reunión. Me parece que no sólo hacen los papeles después de la hora de salida!”.
- Las personas saben que se están llevando adelante reuniones de presupuesto, tras puertas cerradas, y hay mucho silencio. Para lidiar con el stress, las personas tratan de tomar algo de control y predecir el resultado. “Cuando Esteban salió de la reunión hoy, estaba muy enojado. El otro día dijo que estaba nervioso por la presentación a la junta. Seguro que tuvo errores y le cortaron el presupuesto”.

Estos rumores son las típicas cosas que usted puede enfrentar en su lugar de trabajo, y circulan por la falta de información precisa. Entonces, la mejor manera de luchar contra los rumores es con buena comunicación. Cuando usted se comunica bien, su equipo sabe qué está sucediendo, y confía en que usted los mantendrá informados. La buena comunicación dentro del equipo significa además que usted se percatará de cualquier rumor que se esté incubando, y podrá abordarlo rápida y efectivamente.

Lidiar con rumores requiere atacar en dos frentes distintos. En primer lugar, se necesita construir un clima en el que los rumores no tiendan a iniciarse. En segundo lugar, debe establecer un patrón de comunicación abierta que le permita mantenerse al tanto de lo que se dice.

## Prevenir los rumores

- **Mantenga a los trabajadores informados.** Cuando los trabajadores saben lo que sucede en una organización, no necesitan adivinar tanto. Utilice boletines, reuniones semanales, o actualizaciones regulares vía intranet para hacer saber a la gente lo que está sucediendo.

- **Comunique.** Especialmente cuando enfrenta tiempos adversos para el negocio, mantenga las líneas de comunicación disponibles. Son los momentos de mayor stress, por la que la reacción comunicacional es fundamental para comunicarse claramente.
- **Sea abierto y honesto.** Si usted no puede revelar toda la información sobre cierta situación o evento, dígalos, sea franco al respecto. La gente se da cuenta cuando no le dan toda la información. Corte los rumores de cuajo explicando que va a proveer mayor información cuando tenga todos los detalles.
- **Establezca una transparencia sistémica.** Desarrolle un proceso de promoción y ascensos claro y justo. Mantenga reuniones tras puertas cerradas sólo cuando sea absolutamente necesario. Comparta informes sectoriales y datos sobre el rendimiento de la compañía. Más entienden las personas, más confían.
- **No se aisle en su oficina.** Más cerca esté de su equipo y de otros trabajadores, más fácil es brindar reacción comunicacional y más grande es la sensación de confianza. Esto también le da la oportunidad de escuchar los rumores cuando comienzan, en vez de enterarse cuando ya están fuera de control.
- **Hágale saber a las personas que los rumores son inaceptables.** Establezca una política para lidiar con rumores y chismes. Diagrama que hará para prevenir que surjan los rumores, y defina cómo lidiará con las personas que participan en ellos. Hable sobre los efectos de los rumores en el lugar de trabajo. Mayor sea la comprensión de que este comportamiento es dañino, mayor la probabilidad de que las personas midan su propia participación en él.
- **Construya una cultura que promueva la cooperación antes que la competencia.** Poner a las personas en competencia directa con otras por la recompensa o el reconocimiento crea una oportunidad para el conflicto y el resentimiento. Esto forma un cimiento de desconfianza entre personas y áreas, y facilita a los rumores comenzar y crecer. Es una buena idea monitorear el nivel de competitividad dentro de su organización regularmente, y hacer ajustes cuando sea necesario.

## Manejar los rumores

- **Lidie con los rumores inmediatamente.** Los rumores pueden extenderse rápidamente, y cambiar y crecer hasta alejarse muchísimo de la pequeña parte de verdad que los causó. Cuando escuche un rumor, hable con las personas involucradas. Mientras sea apropiado, haga una reunión para abordar el rumor, y luego comunique la verdad. Si no puede proveer todos los detalles, sea honesto y reestablezca su política sobre rumores en el lugar de trabajo.
- **Dé el ejemplo.** Cuando alguien venga con una historia “interesante” o entretenida, rehúse involucrarse. Cuando escuche una historia contada por alguien que no es la fuente directa, haga preguntas. Haga todo lo que pueda para averiguar la verdad. Hable con su jefe sobre lo que escuchó. Esto mantiene las líneas de comunicación disponibles entre los diferentes canales, y ayuda a parar los rumores.



- **Busque patrones en los rumores.** Si un cierto tipo de rumor continua circulando, esto puede significar que hay que proveer mayor información o más actualizaciones. Si una persona en particular parece ser la que crea rumores frecuentemente, aborde la situación directamente. Trate al problema como un problema de rendimiento.
- **Monitoree habitualmente su propio comportamiento en torno a los rumores .** Y estimule a su equipo a que haga lo mismo. Piense en lo que pudo haber hecho en el último mes o meses para hacer circular rumores. Pregúntese por qué participó. Prepare un plan de acción para estar menos tentado a hacerlo en el futuro. Si todos se hacen un poco más responsables por los rumores en el lugar de trabajo, la frecuencia y las consecuencias negativas disminuirán.

### Puntos clave

Los rumores en el trabajo no tienden a desaparecer. Queremos saber lo que sucede a nuestro alrededor, y cuando no tenemos la información completa, llenamos los espacios en blanco con suposiciones que pueden no ser exactas. Afortunadamente, un poco más de información precisa ayuda mucho a detener la necesidad de propagar rumores.

Enfóquese en la comunicación abierta, honesta y habitual. También es importante construir una cultura de respeto mutuo e integridad. Los rumores son distribuidos por personas, por lo que usted puede detenerlos en su origen hablando de sus efectos negativos y dando a conocer sus expectativas. Probablemente nunca terminará con los rumores por completo, pero puede utilizar estas estrategias para crear más armonía y confianza dentro de su equipo de trabajo.

### ACTIVIDAD. IDENTIFICACIÓN DE SENSACIONES Y REACCIÓN COMUNICACIONAL POSITIVA.

Recuerde que la comunicación no sólo está formada por palabras.

A continuación, brindamos una serie de grabaciones a partir de las cuales usted podrá analizar las sensaciones expresadas por el emisor de acuerdo a lo que usted percibe.

- Desarrolle y escriba su propia respuesta de reacción comunicacional positiva para cada situación.

Ejemplo: Supervisor a la empleada: (AUDIO)

Sensación (o sensaciones) expresadas (S.E.): Está frustrado; quizás enojado.

Reacción Comunicacional Positiva (R.C.P.): Entiendo que esté molesto por esto. ¿Tiene unos minutos para que podamos discutir por qué es tan complicado para mí llegar a las 6:45 a.m.?"



Cuando escriba su respuesta, al principio de la línea introduzca a qué situación se refiere (A, B, C, D, E, F, G, H, I o J).

Nota: Recuerde que este tipo de ejercicio requiere devolución de su tutor.

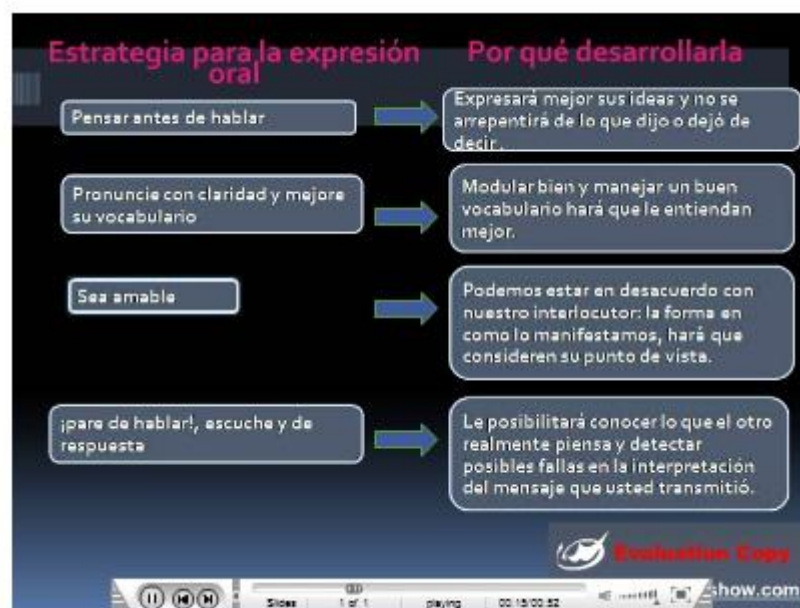
(AUDIOS)

## LECCIÓN 2.4 - MEJORANDO LA EXPRESIÓN ORAL

Mucho hemos comentado a lo largo de este curso en referencia a que las habilidades de comunicación se van desarrollando, puliendo y mejorando con la práctica cotidiana. Esta lección nos permitirá desarrollar técnicas y estrategias para mejorar nuestras aptitudes de expresión oral en una conversación y daremos algunas pistas de cómo manejarnos en caso de tener que hablar frente a un público.

A diario debemos expresarnos oralmente y en situaciones que pueden ser muy diversas: una conversación, una entrevista de trabajo, un debate o discusión de un grupo de personas o mediante una exposición o un discurso, en cuyo caso debemos manejar técnicas de oratoria. Hay estrategias y técnicas para mejorar nuestras habilidades de expresión oral que son comunes a muchas de esas situaciones.

Considere las siguientes estrategias para mejorar su expresión oral:



### **Estrategia 1: Piense antes de hablar**

Una conversación es la forma más directa de hacer llegar un mensaje y por lo general se produce espontáneamente. Tiene, por tanto, la característica de que lo que se dice no se puede revisar y mejorar como cuando escribimos un texto. Por eso es tan importante pensar lo que se va a decir antes de empezar a hablar.

El empleo de la voz como medio de comunicación produce importantes efectos, pues las vibraciones o entonaciones que le damos a nuestra voz pueden llegar a conmover y emocionar a toda una audiencia. Además de hacerse comprender, la comunicación a través de la palabra sirve para motivar, persuadir o seducir, incluso cuando el receptor no está físicamente presente como es el caso de una comunicación telefónica.

### **Estrategia 2: Pronuncie con claridad y mejore su vocabulario**

Las destrezas de expresión oral tienen que ver también con la forma en que pronunciamos las palabras y construimos nuestro mensaje, con el manejo del vocabulario y la gramática de la lengua, pero también con nuestros conocimientos sociales y culturales y por supuesto con nuestro carácter y personalidad. Para mejorar el vocabulario, lo mejor es la lectura.

### **Estrategia 3: Sea amable**

Se trata de encontrar formas de mostrar acuerdo o desacuerdo y expresarlo de tal manera que nuestra opinión sea reconocida por otros. En otras palabras, saber cómo aportamos información y damos opiniones de la mejor forma posible para que se nos comprenda e interprete correctamente.

### **Estrategia 4: Pare de hablar, escuche y dé respuesta**

Si usted le presta suficiente atención a detectar cómo reacciona su interlocutor al momento de recibir su mensaje, podrá resolver errores de interpretación de lo que usted quiso transmitir, solicitando reacción comunicacional. Advierta en qué momento es pertinente hablar y en cuáles no: no siempre el que habla último tiene la razón.

### **¿Cuál es su propio estilo de expresión oral?**

Cada persona tiene una forma de comunicación propia y particular. Esa diversidad hace más rica, creativa e interesante la relación con los demás. Piense usted en su propio estilo de comunicación y escúchese a sí mismo cuando se expresa: ¿qué palabras utilizo?, ¿cómo construyo las oraciones? ¿qué tipo de lenguaje corporal y tono de voz estoy usando?

Parece difícil cambiar nuestra forma de expresarnos, sobre todo si consideramos que llevamos años comunicándonos de una forma determinada y que fue una de las primeras cosas que aprendimos como seres humanos. Sin embargo, podemos hacer esfuerzos por salir de la rutina y mejorar nuestro modo de comunicarnos ajustando o tomando en consideración a quién o quiénes nos dirigimos.

En la lección sobre comprensión auditiva vimos el concepto de “ruido” en la comunicación que se refiere a las interferencias que pueden darse en un proceso comunicativo en determinadas situaciones. Pero hay otros elementos que crean dificultades en la comunicación y que reciben el nombre de barreras de la comunicación. Analizaremos esas barreras porque están directamente relacionadas con las técnicas de expresión oral efectiva.

Las principales barreras identificadas por los especialistas son las siguientes:

**Barrera 1:** Las percepciones entre las personas son muy distintas. Una misma situación será percibida de distintas maneras. Influye en ello el sexo, la edad de la persona, el nivel de conocimientos y experiencia, entre otras muchas del mismo orden. Así por ejemplo, los abuelos de un estudiante joven que según los padres estudia poco, considerarán que la situación no es tan grave (ellos ya hicieron la experiencia como padres) y el joven estudiante, por su parte, estará convencido de que tiene mucho tiempo por delante para asumir responsabilidades.

**Técnica superadora:** Es clave aquí que el emisor sienta empatía por el receptor (ponerse en el lugar del otro). Ello no significa que dejemos de decir lo que pensamos, sentimos u opinamos desde nuestra perspectiva, sin embargo tenemos que considerar estos factores para lograr que nuestro receptor también sienta empatía hacia nosotros y comprenda nuestro punto de vista.

**Barrera 2:** Las diferencias culturales y de lenguaje. Un músico autodidacta tendrá una percepción de la música distinta de alguien que estuvo 8 años estudiando en un conservatorio de música. Uno no es peor ni mejor que el otro: las experiencias sin embargo, son muy distintas. En el lenguaje las expresiones que identifican algo pueden variar de un país a otro (por ejemplo, la palabra gua-gua en Chile es un bebé, en Cuba un colectivo y en Argentina no tiene significado alguno). Ello también hace que un mensaje pueda ser mal entendido por quien escucha.

**Técnica superadora:** La clave para superar las barreras culturales y de lenguaje es que como emisores, pensemos siempre en quién es nuestro receptor y estructuremos el contenido de nuestro mensaje a partir de ahí. Es esencial enviar mensajes claros, comprensibles, que se adecuen a las posibilidades del receptor y emplear palabras que "faciliten" la comunicación, evitando las que la "obstruyen". También es muy importante que su interlocutor retroalimente el mensaje que usted transmitió para que puedan coincidir en la información.

**Barrera 3:** Como vimos en la lección anterior, los sentimientos y emociones son propios de todo ser humano. La inseguridad, los temores, la irritación, el afecto, la simpatía, la amistad y los estados de ánimo entre otros muchos, influyen en la interpretación de un mensaje y pueden distorsionar lo que intentamos comunicar.

**Técnica superadora:** En primer término, intentaremos controlar nuestras propias emociones y en segundo lugar, trataremos de bajar las defensas del interlocutor siendo amables,

manteniendo la congruencia entre el lenguaje verbal y el no verbal, aunque haya desacuerdos. Es conveniente que pidamos reacción comunicacional al receptor después de comunicarle lo que teníamos para decir y en lo posible, hacer que repita el mensaje para evitar equivocaciones, de tal modo que se puedan aclarar las diferencias en las percepciones, sobre todo si se trata de instrucciones.

**Barrera 4:** Las relaciones interpersonales no siempre son buenas con todo el mundo y por lo tanto, las malas relaciones también forman una barrera para la comunicación: la desconfianza, los prejuicios, celos, la falta de empatía pueden afectar la efectividad de la comunicación.

**Técnica superadora:** Es difícil modificar los prejuicios que los otros puedan tener de uno. Una forma de enfrentar las malas relaciones interpersonales es tener paciencia y demostrar al otro que se puede superar los malos entendidos. A veces es preferible enfrentar al otro directamente para desarmarlo: “*Noto que estás molesto. ¿Puedo saber que te pasa?*” o bien, “*Me da la impresión que no nos estamos entendiendo, ¿podemos ponernos de acuerdo en este punto?*” El desconfiado o prejuicioso se lo agradecerá y bajará las defensas.

**Barrera 5:** Prejuicios relacionados con los enfoques y los paradigmas. Los estereotipos que tengan los participantes usualmente bloquean la comunicación. La resistencia al cambio es muy normal: a Cristóbal Colón le costó mucho convencer a los poderosos de su época que el mundo era redondo. Todos tenemos en nuestras cabezas una forma de interpretar la realidad y muchas veces necesitamos aferrarnos a los paradigmas porque son a menudo eficaces para identificar problemas, y a veces nos proporcionan métodos de éxito. Por eso es que, como dijo Albert Einstein, “es más fácil desintegrar un átomo que un prejuicio”.

**Técnica superadora:** Nunca se burle de los pensamientos o descalifique la manera de ver la realidad de su receptor. Tendrá que desarrollar al máximo sus técnicas de persuasión para convencerlo y darle muchos otros puntos de vista de esa realidad como le sea posible. Sea positivo al expresar sus opiniones: “*ten en cuenta que...; es cierto, pero...; tu idea es buena, podríamos considerar también...*”

Evidentemente no es lo mismo expresarse en familia, con amigos, compañeros de trabajo o estudio que con los supervisores o los jefes, por lo cual deberemos adaptar nuestro estilo de expresión oral de acuerdo a quién va dirigida nuestra comunicación. Sin embargo, las barreras en la comunicación son comunes a todo proceso comunicativo.

Sus habilidades de expresión oral, tanto en una conversación como si tiene que exponer en público, progresarán si considera lo siguiente:

- Además de modular bien, practique varios tonos y vea si está expresándose demasiado rápido. Mantenga la cohesión de las ideas: no divague. Intente resumir antes de lanzar una idea de manera de asegurarse que ella tenga sentido.
- Asegúrese que durante una conversación o frente a una audiencia los movimientos, la postura del cuerpo y el estilo de su discurso coincidan.

- Diríjase a las personas con las que habla por su nombre, verá que le prestarán más atención; mire al público que lo escucha.
- Los llamados “conectores” son muy apropiados para mejorar el contenido de nuestros mensajes, incorpórelos a su forma de hablar. Por ejemplo:

Si necesita...	Use conectores de...	Ejemplos:
Argumentar	Causa y consecuencia	por lo que, porque, por consiguiente, por esta razón, puesto que, por lo tanto, de modo que, por eso, en consecuencia, esto indica, dado que.
Explicar	Ampliación	es decir, dicho de otra manera, en otras palabras
Enumerar una argumentación	Orden	en primer lugar, después, para terminar
Contar algo	Tiempo	al poco tiempo, después de un tiempo, unas horas después, posteriormente
Diferenciar ideas	Contraste	Por otra parte, en cambio, por el contrario, de otra manera, por otro lado
Confirmar algo	Reafirmación	Con todo, decididamente, en efecto, en realidad, decisivamente, a pesar de todo, de todos modos, justamente.
Añadir algo	Adición	Y, también, además, más, aún, por otra parte, sobre todo, otro aspecto

Podemos aprender de otros: observe a personas que usted considera que tienen buenas aptitudes de comunicación y estudie las razones que los hace buenos comunicadores: habrá dado el primer paso para pensar y mejorar sus habilidades de expresión oral. Compare ese estilo con el suyo y tome conciencia de su propio estilo de comunicación. ¿Qué hace que una determinada persona sea escuchada por los demás, qué hace que otra persona no sea escuchada? ¿Cómo dice las cosas? ¿Habla rápido, habla pausado? ¿Escucha atentamente? ¿Piensa antes de hablar?

Compruebe e implemente en la práctica con amigos, familiares, con sus colegas de trabajo o superiores la utilidad de las técnicas de expresión oral.

## CONCLUSIONES DEL MÓDULO 2

La reacción comunicacional positiva, fundamental para lograr una comunicación eficiente y constructiva, requiere del desarrollo de habilidades para expresarnos verbalmente y convertirnos en oyentes activos y comprometidos.

Poner en práctica las estrategias y técnicas para la expresión oral efectiva y la comprensión auditiva nos ayudará a lograrlo, tanto en la vida cotidiana como en situaciones laborales: para trabajar en equipo, desempeñarnos en una discusión de forma óptima y cooperar con nuestros compañeros.

## INTRODUCCIÓN AL MÓDULO 3 - LECTURA EFECTIVA Y EL PROCESO DE ESCRITURA

En este módulo podrá desarrollar su capacidad de comunicación en medios escritos. Identificaremos las estrategias de lectura y escritura efectivas, y las técnicas para lograrlas. Tendrá también la oportunidad de practicar la escritura de textos según su función.

### LECCIÓN 3.1 - ESTRATEGIAS DE LECTURA EFECTIVA

#### Importancia de la lectura en la vida cotidiana y en el trabajo

Cuando leemos estamos aprendiendo, apropiándonos de las ideas o pensamientos de otros. La lectura estimula y satisface nuestra curiosidad intelectual y científica, proporcionándonos información y conocimientos, mientras que desarrolla nuestra capacidad de análisis y de espíritu crítico. La lectura despierta a su vez aficiones e intereses, amplía nuestro capital cultural, estimula la capacidad de razonar, mejora nuestra redacción, amplía el vocabulario y mejora la ortografía, entre otros muchos beneficios.

¿Qué significa leer en comunicación? La aptitud lectora no es otra cosa que la capacidad para interpretar y comprender un texto a través de la identificación de las ideas clave y de la asimilación de los detalles más importantes.

Es por eso que en esta lección le proponemos practicar con distintos tipos de textos para desarrollar esa capacidad. Pero antes de entrar en las actividades prácticas que le propondremos, es necesario identificar los tipos de lectura de acuerdo a su finalidad.

#### Tipos de lectura

Los textos escritos por lo general tienen una determinada intención y objetivos: pueden tener un carácter informativo o recreativo, o bien la finalidad de convencernos de algo. También hay lecturas de revisión y otras con fines de estudio. Los textos persuasivos se asocian generalmente a textos publicitarios, ensayos, artículos de opinión, solicitudes o cartas donde se quiere convencer a alguien de algo, mientras que la lectura de revisión tiene por objeto releer para corregir lo que uno ha escrito, repasar ideas con el fin de dar un examen o realizar una exposición. La lectura con fines de estudio sirve para dominar un determinado tema que trate un texto específico, para comprenderlo e interpretarlo. Se debe proceder de un modo sistemático a fin de que la ubicación de la idea central sea certera y eficiente.

La lectura recreativa es la que hacemos por placer en nuestro tiempo libre. Leemos, por ejemplo, críticas sobre cine o video, informes sobre personalidades o eventos deportivos, cartas al editor (diario o revista), una historia policial, historias de ciencia ficción, historias de terror o de aventuras, novelas, poesía.

La lectura informativa nos permite tener una visión de un tema en particular que pueda ser de nuestro interés (una noticia, un documental, una definición de algo, un texto de divulgación científica) y también para desarrollar nuestro trabajo o actividad. En los ambientes laborales la lectura informativa es imprescindible cuando se trata, por ejemplo, de normativas



generales, manuales de instrucciones, procedimientos de trabajo, métodos de producción, planillas de información, recomendaciones, informes, etc. En las organizaciones el carácter de los escritos internos suele ser informativo y especializado, ya que toca temas muy concretos que interesan sólo a quienes trabajan en ese lugar en particular. Los requerimientos de certificaciones de calidad de procesos y productos en las empresas exigen cada vez más de capacidades de comunicación lectora.

Además, la palabra escrita y, por tanto la lectura, se ha revitalizado como forma de comunicación a través de Internet, las redes virtuales de comunicación interna y los mensajes por celulares. Ello es así porque las comunicaciones escritas facilitan que el mensaje llegue a todos los involucrados en forma rápida y dan menos lugar a confusiones como puede suceder en las comunicaciones orales.

Por medio de la experiencia de la lectura informativa y recreativa las personas identificamos y ampliamos nuestros intereses, obtenemos conocimientos más profundos de nosotros mismos, de otros seres humanos y de la sociedad en la que vivimos.

Sin embargo, la lectura recreativa no es igual a la lectura informativa: hay diferencias de forma, de fondo y de criterios:

Lectura Informativa	Lectura Recreativa
El énfasis está principalmente en los <b>hechos</b>	El énfasis está principalmente en las <b>sensaciones</b>
Las <b>palabras</b> clave son a menudo <b>específicas</b> (sobre la industria, académicas o burocráticas)	Las <b>palabras</b> clave en la lectura recreativa son comúnmente <b>generales</b>
Los lectores deben identificar la idea principal	Los lectores no tienen que identificar la idea principal

### Identificación de las estrategias de lectura efectiva

Los buenos lectores se preparan para abordar un texto: primero hacen una lectura global del texto para hacerse una idea general de lo que está escrito. En segundo lugar registra el significado de cada palabra, oración o párrafo en el contexto de las demás ideas y reconoce lo que son las ideas principales y las secundarias y por último relaciona las ideas contenidas en el texto para realizar el análisis y síntesis de la información.

Para aprovechar al máximo (¡y disfrutar!) su lectura, aborde la lectura (en la página impresa o en la pantalla de la computadora) de esta manera:

ESTRATEGIA	CÓMO UTILIZARLA
<b>Buscar palabras clave</b>	<p>Una primera lectura sin demasiada profundidad permite tener una idea general del texto. Si el texto es muy largo a veces basta con atender al índice general (si es que lo hay) y al encabezamiento o a los capítulos.</p> <p>A menudo pasamos por alto los títulos y subtítulos y en ellos está precisamente la clave de lo que se quiere transmitir al lector.</p> <p>La mayoría de las organizaciones o empresas tienen palabras especiales acerca de lo que hacen y cómo lo hacen. Busque esas palabras clave que le indiquen a qué se refiere el texto.</p>
<b>Buscar la idea principal</b>	<p>Todos los párrafos contienen una oración que es más importante que las demás. Busque primero la oración importante.</p>
<b>Buscar detalles</b>	<p>Una vez encontrada la oración más importante, busque otras oraciones que brinden más información al respecto. Esas otras serán las oraciones con detalles.</p>

Si puede identificar las palabras clave, las ideas principales y detalles de un texto, probablemente tendrá una muy buena idea de lo que está leyendo. Y, seguramente, disfrutará más de la lectura.

Además hay algunas técnicas que le recomendamos a la hora de abordar un texto escrito:

- Concentre su **atención** en lo que está leyendo, evitando interrumpir la lectura con otras preocupaciones.
- Tenga una **actitud activa** ante la lectura. A veces es preciso releer el texto para encontrar la idea principal y verificar o preguntarse sobre lo leído con la mente activa y despierta.
- Abandone los **prejuicios** frente a ciertos temas que vaya a leer. Esto posibilita profundizar en los contenidos y por tanto en los detalles de la lectura que pueden ser importantes.
- Busque el **significado** de las palabras desconocidas: En la lectura pueden aparecer datos, palabras o expresiones que no conocemos y nos quedamos con la duda, esto bloquea el proceso de entendimiento. Podemos consultar el diccionario, internet o a otras personas.

Veamos ahora cómo identificar las palabras clave, las ideas principales y los detalles de un texto que le permitirá aplicar las estrategias de lectura efectiva.

Lea atentamente el párrafo siguiente:

Las actividades productivas se realizan en un galpón de aproximadamente 360 m<sup>2</sup> con cerramiento lateral hecho de tejido metálico y frente amurallado con portón metálico. La tecnología que utiliza la empresa es aún artesanal en el sentido de no contar con maquinaria que pueda hacer terminaciones y modelos con mucha elaboración como las grandes empresas de muebles. En lo que se refiere a la calidad, sus muebles son de diseños exclusivos, muy bonitos y resistentes.

Los productos que elabora Aloa Muebles son, entre otros, muebles de cocina, placares, muebles para dormitorios de niños, muebles y aberturas en general, según los pedidos que reciben de los clientes. Los productos de mayor demanda son los muebles de cocina y los placares.

Usted coincidirá en que el texto anterior es informativo y no recreativo.

1. ¿Cuáles serían las palabras clave del párrafo?

a) Elabora, muebles, aberturas

b) Tecnología artesanal

c) Diseños exclusivos

La idea principal del párrafo, corresponde a b; *"La tecnología que utiliza la empresa es aún artesanal en el sentido de no contar con maquinaria que pueden hacer terminaciones y modelos con mucha elaboración como las grandes empresas de muebles."*

2. Identifique dos (2) oraciones del párrafo que den detalles sobre la idea principal.

a) "Los productos de mayor demanda son los muebles de cocina y los placares"

b) "En cuanto se refiere a la calidad, sus muebles son de diseños exclusivos, muy bonitos y resistentes"

El texto se refiere más a hechos que a ideas y contiene algunas opiniones. Hay algunos trucos que pueden servirle para ejercitarse y mejorar sus habilidades de lectura:

Si usted elimina la que usted cree que es la frase principal, observará que el párrafo queda incompleto.

Los productos que elabora Aloa Muebles, son entre otros, muebles de cocina, placares, muebles para dormitorios de niños, muebles y aberturas en general, según los pedidos que reciben de los clientes. Los productos de mayor demanda son los muebles de cocina y los placares.

Las actividades productivas se realizan en un galpón de aproximadamente 360 m<sup>2</sup> con cerramiento lateral hecho de tejido metálico y frente amurallado con portón metálico. ~~La tecnología que utiliza la empresa es aún artesanal en el sentido de no contar con maquinaria que pueda hacer terminaciones y modelos con mucha elaboración como las grandes empresas de muebles.~~ En cuanto se refiere a la calidad, sus muebles son de diseños exclusivos, muy bonitos y resistentes.

Si usted excluye las frases secundarias, verá que el sentido del texto apenas variará:

Los productos que elabora Aloa Muebles son, entre otros, muebles de cocina, placares, muebles para dormitorios de niños, muebles y aberturas en general, según los pedidos que reciben de los clientes. ~~Los productos de mayor demanda son los muebles de cocina y los placares~~

Las actividades productivas se realizan en un galpón de aproximadamente 360 m<sup>2</sup> con cerramiento lateral hecho de tejido metálico y frente amurallado con portón metálico. La tecnología que utiliza la empresa es aún artesanal en el sentido de no contar con maquinaria que pueda hacer terminaciones y modelos con mucha elaboración como las grandes empresas de muebles. ~~En cuanto se refiere a la calidad, sus muebles son de diseños exclusivos, muy bonitos y resistentes.~~

Observe si hay palabras que se repiten a través de sinónimos o pronombres. En general, la idea principal tendrá alguna relación con esta palabra clave.

En los textos escritos normalmente encontramos palabras que nos indican el ritmo de lectura. Existen palabras que sugieren avance (y, también, además), palabras que indican retroceso (pero, por otra parte, sin embargo) y palabras indican frases aclaratorias (porque, que, por ejemplo, como).

### LECCIÓN 3.3: CÓMO DESCRIBIR, DAR INSTRUCCIONES Y PERSUADIR MEDIANTE TEXTOS ESCRITOS

Existe un sinnúmero de tipos de textos: jurídicos, periodísticos, literarios, científicos, humanísticos, publicitarios, etc. Para nuestros objetivos, estudiaremos aquí los textos “funcionales” que son los que cumplen un papel en la comunicación o, dicho de otra manera, persiguen un propósito específico de transmisión de información.

Hay tres tipos de textos que son funcionales al proceso de comunicación:

1. El texto descriptivo: entrega información sin intentar modificar la situación.
2. El texto instructivo: direcciona al lector a realizar correctamente alguna acción.
3. El texto persuasivo: pretende convencer y por eso expresa un punto de vista subjetivo.

Estar al tanto de las características principales de los tres tipos de textos le permitirá a usted aplicar las técnicas y estrategias para mejorar su manera de expresarse por escrito, por una razón muy sencilla: le ayudarán a establecer los objetivos de cada futura comunicación escrita que necesite redactar.

#### 1. El texto descriptivo

Una descripción proporciona detalles sobre algún asunto, como por ejemplo, la narración de sus últimas vacaciones, el tipo de trabajo que hace, las funciones que desempeña, ofrece información sobre las características de algún proceso productivo, etc. Las descripciones buenas proporcionan muchos detalles para que los lectores puedan "visualizar" lo que los escritores están tratando de decirles.

A continuación se encuentra un párrafo descriptivo típico. Observe que el escritor ha proporcionado un número de detalles sobre cómo la falta de acceso al agua potable afecta las condiciones de vida.

#### EL AGUA POTABLE EN LAS ZONAS URBANAS Y RURALES

Los gobiernos de los países subdesarrollados están dando prioridad al desarrollo del abastecimiento de agua potable en las zonas urbanas debido a las atroces condiciones higiénicas en las que viven muchos habitantes de barrios marginales, las cuales constituyen una afrenta a la dignidad humana y generan un enorme riesgo para la salud de una población de por sí vulnerable.

El creciente hacinamiento, la continuada ausencia de instalaciones de saneamiento, la deficiente eliminación de residuos y la falta de cantidades suficientes de agua para la higiene personal y doméstica básicas son factores que contribuyen al riesgo permanente de brotes

de enfermedades diarreicas epidémicas. No obstante, el desarrollo del abastecimiento de agua potable en zonas rurales continúa siendo muy inferior al de las zonas urbanas.

*La meta de los Objetivos de Desarrollo del Milenio relativa al agua potable y el saneamiento: el reto del decenio para zonas urbanas y rurales.* Organización Mundial de la Salud y UNICEF, 2007

## 2. El texto instructivo

La mayoría de los empleados en las empresas tienen que leer instrucciones. Algunos hasta tienen que escribirlas. Cuando usted trata de explicar algo en forma escrita, hágalo en orden lógico. Es decir, comience con lo que se hace primero, luego lo segundo, después lo tercero y así sucesivamente. Además de utilizar palabras o expresiones como primero, segundo y tercero, también puede utilizar algunas como en primer lugar, luego, a continuación, después de eso, recuerde y finalmente.

A continuación se encuentra un párrafo instructivo típico. Observe que el escritor explica paso por paso el proceso de reparación de una canilla que gotea.

### CÓMO REPARAR UNA CANILLA QUE GOTEA

Deshacerse de una canilla que gotea colocando arandelas nuevas es una tarea fácil y rápida. Primero, prepare las herramientas. Necesitará un destornillador, una llave inglesa pequeña, alguna cinta de teflón o algo de grafito y algunas arandelas nuevas. El próximo paso es cortar el agua ya sea cerrando las llaves cerca de la pérdida o cerrando el paso. Luego, saque la tapa de la canilla y afloje el tornillo que se encuentra debajo. La manivela se separará del vástago de la canilla.

Luego, fíjese en el tubo y ubique el vástago de la válvula. Se parece a una bujía. El vástago de la válvula tiene una tuerca chata en la mitad. Con la llave, afloje el vástago de la válvula. Sáquelo y reemplace las arandelas viejas con las nuevas. Recuerde envolver los dos extremos con roscas del vástago de la válvula con cinta de teflón o grafito. Luego reemplace el vástago de la válvula y ajústelo. Ubique la manivela sobre el vástago de la válvula. Reemplace el tornillo de la canilla y ajústelo. Finalmente, reemplace la tapa y abra el paso del agua.

El trabajo está hecho.



### 3. El texto persuasivo

Habrán momentos en su vida laboral y social en los que quizás quiera persuadir a alguien sobre alguna cosa. Por lo general, se toman más seriamente las sugerencias, ideas o propuestas cuando éstas están escritas, porque la lectura invita a reflexionar. En el texto persuasivo o argumentativo el autor plantea una hipótesis o toma una posición frente a algún tema con el objetivo de convencer y lograr la aprobación de su lector.

Algunas personas escriben notas a sus supervisores o presidentes de empresas; hay quienes regularmente escriben cartas al editor del diario local. Enviar una carta adjunta a una solicitud de empleo es un ejemplo típico de texto persuasivo. La clave de la escritura persuasiva es dar razones. Los escritores persuasivos le cuentan a los lectores por qué les deben prestar atención.

A continuación se encuentra un texto persuasivo típico. Observe que el escritor trata de persuadirlo de que usted haga uso del agua de forma responsable.

#### **CADA GOTA CUENTA**

Sólo el 3% del agua es potabilizable. Cuidémosla.

El agua es un recurso escaso y no renovable, por eso es esencial que tomemos conciencia y la cuidemos: reparando las pérdidas de canillas, depósitos, cañerías, tanques, no dejándola correr sin necesidad, teniendo cuidado cuando lavamos el auto, cuando regamos, cuando llenamos una pileta...

Usemos el agua con responsabilidad.

Aguas Argentinas

Un compromiso permanente con la vida

A modo de resumen, recuerde la función de cada tipo de texto:

<b>Tipo de Texto</b>	<b>Función</b>
<b>Descriptivo</b>	Ofrece detalles e informa sobre algo
<b>Instructivo</b>	Brinda pasos en orden o instrucciones para la acción
<b>Persuasivo</b>	Manifiesta razones y argumenta

*Recuerde al escribir:*

*una vez definidos sus objetivos, piense en quién o quiénes lo van a leer*

## **PRÁCTICA DE TEXTO 1.**

Anteriormente Ud. tuvo oportunidad de estudiar los tipos de textos y sus aplicaciones, vamos ahora a realizar un breve repaso, y al finalizar, Ud. deberá escribir un texto que será evaluado.

Recuerde que esta Lección, no suma puntaje para el curso, y puede realizarse las veces que quiera, es sólo una LECCION DE PRACTICA.

### **EL CORAZÓN**

El corazón humano está formado por un tipo de tejido muscular llamado "cardíaco", que tiene una contracción rápida pero independiente de la voluntad. En esto se diferencia de los músculos del esqueleto, que movemos cuando queremos. El tejido cardíaco forma las cuatro cavidades que constituyen el corazón: dos superiores, las aurículas, y dos inferiores, los ventrículos.

La aurícula derecha sólo se comunica con el ventrículo del mismo lado. Aurículas y ventrículos no se comunican entre sí, ya que están separados por una pared muscular gruesa llamada tabique interauricular e interventricular, respectivamente. En la zona de unión entre la aurícula derecha y el ventrículo derecho hay una válvula formada por tres repliegues llamada "tricúspide". Su función es evitar que la sangre que llegó al ventrículo vuelva a la aurícula. La válvula que está entre la aurícula y el ventrículo izquierdo cumple la misma función, y como está formada por dos repliegues se denomina "bicúspide" (o mitral).

Además, cada ventrículo tiene en la salida de las arterias otras válvulas llamadas "semilunares", que también evitan el retroceso de la sangre, una vez que ésta salió del corazón. El corazón está rodeado de vasos llamados "coronarios" que se encargan de llevar oxígeno y alimentos a las células musculares que lo forman. Cuando un vaso coronario se obstruye puede producir un infarto de miocardio.

Revel Chion, A. y Meinardi, Elsa, Ciencias Biológicas, Aique

¿Por qué (con qué propósito) se escribió este párrafo?

- Para persuadir a alguien sobre algo
- Para dar detalles sobre algo
- Para brindar opiniones sobre algo

## REDACTE UN TEXTO DESCRIPTIVO

Este ejercicio le permitirá aplicar el proceso de escritura a un párrafodescriptivo, así como también ejercitarse en el proceso de escritura. En el mismo usted deberá redactar una descripción de trabajo o actividad, aplicando el proceso de escritura estudiado. El trabajo o actividad no tiene por qué ser actual, lo importante es que conozca características y detalles del tema que va a describir.

Siga los pasos descriptos a continuación:

- Paso 1: Decida a quién va dirigida la descripción de trabajo que usted va a desarrollar (sus compañeros de trabajo, su jefe, su supervisor, etc.)
- Paso 2: Defina de quién es la descripción de trabajo que va a escribir. (¿La suya? ¿la de otra persona que Ud. conoce? ¿una imaginaria?).
- Paso 3: Usted ya sabe por qué está escribiendo esta descripción (es decir, para proporcionar detalles sobre un trabajo). Ahora decida cómo la va a escribir (es decir, qué clase de vocabulario va a utilizar).
- Paso 4: Decida qué detalles va a incluir en la descripción de trabajo y en qué orden aparecerán.
- Paso 5: Decida cómo va a escribir la primera oración.
- Paso 6: Lea toda la descripción de trabajo que ha escrito y asegúrese de que contiene algunos o todos los detalles siguientes:
  1. Calificaciones y aptitudes requeridas para el trabajo.
  2. Las tareas y/o responsabilidades asociadas a ellas.
  3. Las condiciones de trabajo.
- Paso 7: Revise su texto si es necesario y envíelo!!

## PRÁCTICA DE TEXTO 2.

Anteriormente Ud. tuvo oportunidad de estudiar los tipos de textos y sus aplicaciones, vamos ahora a realizar un breve repaso, y al finalizar, Ud. deberá escribir un texto instructivo que será evaluado.

Recuerde que esta Lección, no suma puntaje para el curso, y puede realizarse las veces que quiera, es sólo una LECCION DE PRACTICA.

### Después de un ataque cardíaco...

Cuando el flujo sanguíneo a una parte del corazón se bloquea por determinado tiempo, parte del músculo cardíaco se daña o muere. Luego de este episodio usted puede sentirse triste, puede sentirse ansioso y como si tuviera que tener mucho cuidado acerca de lo que hace. Todos estos sentimientos son normales y desaparecen después de 2 o 3 semanas para la mayoría de las personas. También puede sentirse cansado.

### Conozca los signos y síntomas

Puede sentir presión, dolor opresivo, ardor o rigidez en el pecho. También puede notar estos síntomas en los brazos, los hombros, el cuello, la mandíbula, la garganta o la espalda.

Las mujeres pueden sentir molestia en las espalda, los hombros y el área del estómago.

Puede tener indigestión o malestar en el estómago.

Puede sentirse cansado y con falta de aliento, sudoroso, mareado o débil.

### Cómo cuidar la cardiopatía

- Descanse durante las primeras cuatro a seis semanas de producido el episodio.  
Acuéstese temprano y duerma bien. Tomese de 30 a 60 minutos para descansar por la tarde durante las primeras cuatro a seis semanas.
- Manténgase activo pero evite el levantamiento de cosas pesadas. Reciba ayuda para los quehaceres de la casa.
- No retome su trabajo. El médico le indicará cuándo puede retornar.
- Planifique algún programa de rehabilitación cardíaca.
- No tome Viagra sin consultar primero con el médico.

- No tome alcohol. Pregúntele al médico cuando puede empezar.
- Suspenda el cigarrillo. No le permita a nadie fumar en su casa.
- Apártese de situaciones que sean estresantes.
- Aprenda más acerca de lo que debe comer para tener un corazón más saludable. Evite los alimentos salados y aléjese de los restaurantes de comida rápida.
- Tome los medicamentos en la forma en que el médico se lo indicó. Tómelos con agua. No deje de tomarlos repentinamente.
- Solicite información sobre cómo incrementar lentamente su nivel de actividad hasta retomar su vida normal.

en [www.nlm.nih.gov](http://www.nlm.nih.gov)

¿Por qué (con qué propósito) se escribió este párrafo?

- Para persuadir a alguien sobre algo
- Para describir algo
- Para dar instrucciones sobre algo

## REDACTE UN TEXTO INSTRUCTIVO

Elija el tema que prefiera, entre los siguientes, para desarrollar un texto instructivo:

**Tema 1:** Proponga en cinco pasos un plan de mejora para armonizar las relaciones humanas en su sector de trabajo.

**Tema 2:** Usted está próximo a ser trasladado. Brinde instrucciones de las tareas básicas que usted desarrolla en cinco pasos.

Paso 1: Decida a quién va a ir dirigida la explicación que usted va a realizar (a sus compañeros de trabajo, a la persona a quien designen en su lugar).

Paso 2: Recuerde que el texto instructivo proporciona pasos en orden para que el lector pueda realizar la acción. Ahora decida cómo lo va a escribir (es decir, qué clase de vocabulario va a utilizar).

Paso 3: Decida qué pasos va a incluir en la explicación y en qué orden aparecerán.

Paso 4: Decida cómo va a escribir el primer párrafo presentando el tema según el público elegido y a continuación el primer paso. Recuerde que tiene que enumerar los pasos a seguir.

Paso 5: Lea toda la explicación y asegúrese de que contiene todos los pasos necesarios para que el lector pueda actuar según las instrucciones que usted escribió.

Paso 6: Revise su texto, haga las correcciones y envíelo!!

### PRÁCTICA DE TEXTO 3.

Anteriormente Ud. tuvo la oportunidad de estudiar los tipos de textos y sus aplicaciones, vamos ahora a realizar un breve repaso, y al finalizar, Ud. deberá escribir un texto persuasivo que será evaluado.

Recuerde que esta Lección, no suma puntaje para el curso, y puede realizarse las veces que quiera, es sólo una LECCION DE PRACTICA.

*Clarín - Martes 29 de Julio de 1997- Editoriales*

#### **Donar órganos, un acto solidario**

No obstante lo conmovedores que suelen resultarles a la gente los casos concretos de personas que necesitan un trasplante para seguir vivos, ello no se traduce en un cambio de actitud generalizado hacia una postura más solidaria y consciente en materia de donación de órganos.

Por ende, la falta de suficientes donantes de órganos es un serio problema. Mientras viene aumentando en forma sostenida el número de los que esperan un órgano y son cada vez más exitosas las operaciones de trasplante, en los dos últimos años se está dando una preocupante merma en la disponibilidad de órganos y no se han producido avances significativos en el número de personas que aceptan registrarse como donantes para el día de su fallecimiento.

Para ser donante y registrarlo en un acta de Incucai o en los documentos, se requiere conciencia sobre el acto solidario que se está dispuesto a hacer y conocimiento de lo que ello significa. Por eso, para lograr que cada vez más personas se decidan a hacerlo hace falta una seria y sostenida campaña de difusión y esclarecimiento de los temores más comunes.

Por otra parte, los expertos saben que ante una muerte súbita e inesperada es muy difícil sentirse solidarios, y por ello destacan la necesidad de que la disposición a donar haya sido previamente conversada en las familias, cuando todavía es una mera hipótesis.

Las campañas públicas, entonces, deberían apuntar con mayor intensidad a lograr que se tome conciencia de lo que significa salvar otra vida. Porque nadie está exento de que esa vida mañana pueda ser la propia o la de un ser querido.

**Donar órganos salva vidas**



¿Por qué (con qué propósito) se escribió esta carta?

- Para describir algo
- Para dar instrucciones sobre algo
- Para persuadir a alguien sobre algo

## REDACTE UN TEXTO PERSUASIVO

Elija el tema que prefiera, entre los siguientes, para desarrollar un texto persuasivo:

- Tema 1: Una carta con su propio perfil solicitando una entrevista para postularse a un trabajo.
- Tema 2: Una carta al editor de un diario convenciendo a los lectores de algo en lo que usted cree.
- Tema 3: Un texto donde argumente a su jefe sobre un problema detectado y las razones para modificar el procedimiento.

### Considere estos pasos:

Paso 1: Decida a quién va dirigida la explicación que usted va a realizar (a un gerente de una empresa, al público en general, a sus jefes o supervisores.)

Paso 2: Recuerde que el texto persuasivo proporciona y da argumentos para convencer a alguien de algo. Ahora decida cómo la va a escribir (es decir, qué clase de vocabulario va a utilizar: formal, informal).

Paso 3: Decida qué ideas principales va a desarrollar en cada párrafo y la argumentación que va a acompañar cada una de esas ideas.

Paso 4: Decida como va a escribir el primer párrafo presentando el tema según el público elegido y a continuación desarrolle el o los argumentos para finalizar con alguna conclusión.

Paso 5: Lea el texto y asegúrese de que los argumentos desarrollados son lo suficientemente convincentes y motivadores para sus lectores.

Paso 6: Revise su texto, haga las correcciones y envíelo!!

## CONCLUSIONES DEL MÓDULO 3

La comunicación en medios escritos es fundamental para que nuestras ideas queden registradas y por lo tanto para conservar el pensamiento a través del tiempo y del espacio. Además, facilitan que el mensaje llegue a todos los involucrados en forma rápida y dan menos lugar a confusiones que las comunicaciones orales.

Es por ello que como lectores debemos desarrollar la aptitud lectora identificando las palabras clave, las ideas principales y los detalles de un texto. Y al escribir, debemos considerar a la escritura como proceso: por qué decir algo, cómo decirlo y a quién.