



CAPACITARTE

Es ser líder de tu vida



Curso de Comunicación Eficaz

Módulo 2

La Comunicación Verbal

La comunicación verbal es cualquier tipo de comunicación que está basada en el lenguaje verbal, es decir las palabras. En este modo de comunicación se utilizan signos para construir los mensajes y se articulan las palabras de forma tal que la otra persona entienda de lo que se está hablando o comunicando. La comunicación verbal puede darse de forma oral y también de forma escrita.

Comunicación Oral:

En la comunicación oral, el diálogo se da a través de signos orales y palabras habladas. Este tipo de comunicación funciona, además, con elementos de comunicación no verbal, es decir gestos, tonos de voz y movimientos del cuerpo, entre otros. En líneas generales, la comunicación oral es más espontánea e inmediata que la escrita. Esto significa que el emisor, aunque pueda rectificarse de algo que dijo, no puede borrarlo. El que habla elabora y emite su mensaje de manera simultánea a que es recibido y comprendido por el receptor. Por su parte, el receptor debe ir comprendiendo el mensaje a medida que éste es emitido. Y otra característica de la comunicación oral es que es más efímera que la escrita, no sólo porque los sonidos los escuchamos en forma momentánea y luego desaparecen, sino también porque la memoria de los destinatarios y de los emisores es incapaz de recordar todo lo hablado.

Comunicación Escrita:

La comunicación escrita está basada en la transmisión de mensajes utilizando la escritura, a partir de una serie de reglas y símbolos que permiten transmitir información. Tiene la particularidad de ser elaborada y diferida. Esto significa que el emisor puede revisar y corregir su mensaje antes de que llegue al receptor. A su vez, el receptor puede decidir el tiempo que se tomará para leer el texto y volver a leerlo cuantas veces quiera.

Diferencias entre Comunicación oral y escrita

En la comunicación escrita hay un tiempo de reflexión previa antes de emitir un mensaje y la retroalimentación no es tan inmediata como en la comunicación oral. Además, en la comunicación escrita no está presente la comunicación no verbal, con la posibilidad de interpretar gestos, tonos de voz etc. como en la comunicación oral. Otra diferencia es que la comunicación escrita tiene permanencia, lo que comunicamos en un mensaje escrito queda y tiene existencia a través de diferentes tipos de documentos.

Tipos de textos:

Narración: consiste en un relato de sucesos reales o imaginarios, desarrollados en un lugar y a lo largo de un tiempo, y con personajes que también pueden ser reales o de ficción. Hay una estructura básica que sirve para ordenar: introducción, nudo y desenlace, donde finalmente el conflicto encuentra solución.

Descripción: es el que busca hacer una representación verbal real de un objeto, persona, paisaje, animal, emoción, y prácticamente todo lo que pueda ser puesto en palabras. Esta descripción enumera los rasgos físicos o abstractos de algo y pretende que el lector obtenga una imagen exacta de la realidad que estamos transmitiendo en palabras, una especie de “pintura verbal”.

Exposición: Presentan una idea o cuestión con la intención de hacerla comprensible a quien escucha. El objetivo de estos textos es transmitir información mediante una explicación basada en datos. Algunos elementos que se suelen usar en estos textos son:

las descripciones, definiciones, comparaciones y los ejemplos que ilustren lo que estamos explicando.

Argumentación: Tiene el objetivo de convencer y para esto, el emisor hace uso de distintos elementos que apoyan sus ideas, como datos, opiniones, pruebas, etc. Estos serán sus argumentos.

Extrovertidos / Introversos:

Las personas extrovertidas se caracterizan por tener un mayor interés por el mundo exterior (por la gente y las cosas que los rodean), que los lleva a buscar experiencias y sensaciones nuevas, y por esto suelen estar al tanto de diversas informaciones.

La personalidad extrovertida se caracteriza por la apertura a lo nuevo, el optimismo, la curiosidad, la amabilidad (en los casos que no son impulsivos), la capacidad para expresar lo que piensan y sienten sin inhibición y la tendencia al liderazgo.

Las personas introvertidas se caracterizan por ser sujetos más reservados, distantes, introspectivos, previsores y autocontrolados. Por lo general, los introvertidos se interesan más por su mundo interior (sus sentimientos y pensamientos). Aunque sean un poco más cerrados son capaces de desarrollar vínculos y una vida social activa con personas cercanas.

Las características de las personas introvertidas que pueden facilitar la comunicación, son la tolerancia y la capacidad de no perder la paciencia en una discusión, el control al momento de emitir opiniones de manera que los otros no se sientan atacados, la reflexión y la pausa antes de decir lo primero que se viene a la mente.

Expresión eficaz:

- Qué se comunica (el mensaje), a quién (destinatarios), cuándo y cómo (la mejor forma de comunicar lo que quiera contar).
- Jerarquizar la información y elegir una idea como la principal. Para que el mensaje tenga fuerza, es necesario hacer una selección y no intentar transmitir mucha información al mismo tiempo, porque si no el mensaje pierde fuerza y se diluye. Así, lograremos mensajes breves, concisos y con un mayor impacto en los receptores.

Criterios para comunicar mensajes comprensibles

Claridad: los mensajes deben ser claros para que puedan ser comprensibles.

Precisión: la información transmitida debe ser completa y precisa, para que no genere desconfianza en los destinatarios.

Veracidad: el contenido de los mensajes debe ser auténtico para facilitar la credibilidad por parte de los receptores.

Oportunidad: los mensajes deben emitirse en el momento útil y necesario, ni antes ni después.

Atractivo: si se quiere generar una reacción positiva en los destinatarios, el mensaje tendrá que ser interesante.

Tipos de mensajes

Según el contenido: los mensajes pueden ser informativos, argumentales o testimoniales.

Según el modo: estos pueden ser coloquiales o informales, humorístico, o bien formales.

Argumentación

Existen dos modos de razonamiento a la hora de argumentar:

Lógico racional: busca persuadir al destinatario apelando a su capacidad de raciocinio.

Emotiva – afectiva: Apela a los sentimientos y emociones del destinatario con el objetivo de lograr conmover y provocar una reacción de simpatía o rechazo.

Tipos de argumentos:

En el modo de argumentación lógico racional, los tipos de argumentos son:

POR ANALOGÍAS

En este tipo, se sustentan los argumentos a través de la semejanza entre dos ideas o conceptos o entre personas y objetos.

POR SIGNOS

Se refiere a la argumentación que utiliza indicios, señales o signos para verificar o indicar la existencia de un fenómeno, son descripciones que caracterizan a algo.

POR GENERALIZACIÓN

Se toman dos o varias situaciones parecidas y se estructura una tesis general y común, que permita reconocer otras situaciones de las mismas características.

POR CAUSA

Se establece una relación causal entre dos situaciones o hechos, los que ayudan a la formulación de la tesis.

POR AUTORIDAD

Se exponen distintas opiniones de expertos en un tema tratado, para fundamentar y avalar la propia argumentación con la experiencia de expertos que funcionan como un respaldo.

En la ARGUMENTACIÓN EMOTIVA-AFECTIVA, los tipos de argumentos son:

ARGUMENTOS CONCRETOS o ARGUMENTOS POR EJEMPLOS

Se refiere a la utilización de ejemplos conocidos por los destinatarios, que sirvan de apoyo a las ideas que estamos exponiendo. El uso de argumentos familiares para el público o nuestros interlocutores sirve para acercarse a ellos, captar su atención y posible aceptación.

ARGUMENTOS DE CONFIANZA

En este caso, el emisor se dirige a los destinatarios “poniéndose de su lado” intentando generar empatía. Es común, por ejemplo en los discursos políticos, pero eso no implica que no se encuentren en otros casos más cotidianos.

ARGUMENTO DE SLOGAN

Es cuando se utilizan frases conocidas por el público como recursos argumentativos, con el objeto de causar cercanía en el auditorio y hacer que éste acepte la idea planteada.

ARGUMENTO DE MASAS

Busca convencer argumentando que la mayoría lo cree, lo usa o prefiere.

ARGUMENTOS DE PREJUICIOS

Se refieren a ideas preconcebidas o juicios que se emiten sobre ciertas personas, hechos u objetos, con la idea de convencer.

Estilos de comunicación: Pasivo, agresivo y asertivo

Pasivo:

El estilo pasivo es común en las personas que buscan evitar llamar la atención, prefieren no confrontar y plegarse a lo que opinan y deciden los demás. Por eso, no defienden sus puntos de vista sino que responden de forma pasiva, sin implicarse en el tema o mostrando conformidad con todo aquello que se plantea. Es una forma de “no expresarse” y no correr riesgos, dejando hacer a los demás. Este estilo de comunicación pasiva a simple vista es más cómodo porque no implica esfuerzos. Sin embargo, puede llevar a tener la sensación constante de ser incomprendidos o manipulados por los demás.

Agresivo:

Es el estilo propio de la persona que busca conseguir sus objetivos sin preocuparse por el otro. Solo se preocupa por conseguir sus objetivos, busca satisfacer los intereses propios y no tiene en cuenta los sentimientos, ideas, emociones, pensamiento de los demás. En muchos casos, utiliza estrategias como el sentimiento de culpabilidad, intimidación o enojo. Suelen ser personas que se orientan hacia un comportamiento egocéntrico, y por lo tanto, generan relaciones conflictivas y producen rechazo en los demás.

Asertivo:

Por último, el estilo asertivo es el estilo óptimo y el que mejores vínculos de comunicación e interacción genera. Las personas asertivas expresan lo que quieren y desean de forma adecuada, directa y honesta. Se caracterizan por la expresión de las ideas y los sentimientos, respetando los derechos de los demás y los propios. En ese sentido, logra un equilibrio entre el respeto por los demás y la capacidad de hacerse respetar. La persona

busca defender sus ideas pero si los demás están en desacuerdo podrá comprender y aceptar distintos puntos de vista.

