



# Modulo 1: Comunicación



Lifelong  
Learning



# 1. Introducción

# 2. Contenidos

- 2.1 ¿Qué es la comunicación?
- 2.2 Elementos del proceso
- 2.3 Barreras para una comunicación eficaz
- 2.4 Consejos para una comunicación eficaz

# 3. Actividades

- 3.1 ¡Comunícate!
- 3.2 Lluvia de ideas
- 3.3 K-W-L. Saber-Querer-Aprender  
(Know-Want to know-Learned )

# 4. Resumen

# Indice



# 1. Introducción

Este módulo tiene el objetivo de facilitarte una serie de técnicas para:

- Aprender nuevas formas de comunicación
- Usar una comunicación efectiva



❖ En resumen, **escuchar, pensar y comunicarse** de una manera más creativa.

Al finalizar el módulo, **serás capaz de...**



- Definir lo que es comunicación
- Identificar los elementos principales de la comunicación
- Entender el proceso de comunicación
- Reconocer la comunicación eficaz
- Identificar las barreras de la comunicación
- Mejorar y aumentar las actitudes comunicativas en el trabajo

**\*Video introductorio en Castellano con subtítulos en inglés. [LINK!](#)**



# 1. Introducción



Este módulo te ofrece **diferentes actividades** para conseguir los siguientes objetivos:

- La actividad “**¡Comunícate!**” pretende provocar el pensamiento creativo y potenciar la adopción de diferentes perspectivas y enfoques al pensar de las personas participantes.
- La actividad “**Lluvia de ideas**” está enfocada para generar de manera espontánea un gran número de ideas para la resolución de un problema y compartir diferentes puntos de vista.

Como **actividad complementaria** encontrarás la actividad **K-W-L. Saber-Querer-Aprender (Know-Want to know-Learned)** ; en ella serás guiado/a para pensar activamente mientras lees y entiendes un texto.

La duración del módulo: 60 min





## 2. Contenidos

2.1 ¿Qué es la comunicación?

2.2. Elementos del proceso

2.3 Barreras de una comunicación eficaz

2.4 Consejos para una comunicación eficaz



Lifelong  
Learning

## 2.1 ¿Qué es la comunicación?



### La comunicación es:

- Un **proceso** doble para llegar a el **mutuo entendimiento**, en el cual las personas involucradas no sólo intercambian (codificar-decodificar) información, noticias, ideas y sentimientos sino que también crean e intercambian significado.
- En general, la comunicación es un asunto de **conexión entre personas y lugares**.
- En las empresas, es un aspecto clave en la gerencia y la dirección de equipos; **una organización no puede gestionarse y funcionar sin comunicación** entre departamentos, áreas y trabajadoras/es.

#### Más información en:

1.- Business dictionary. <http://www.businessdictionary.com/definition/communication.html#ixzz3PunQL6xA>

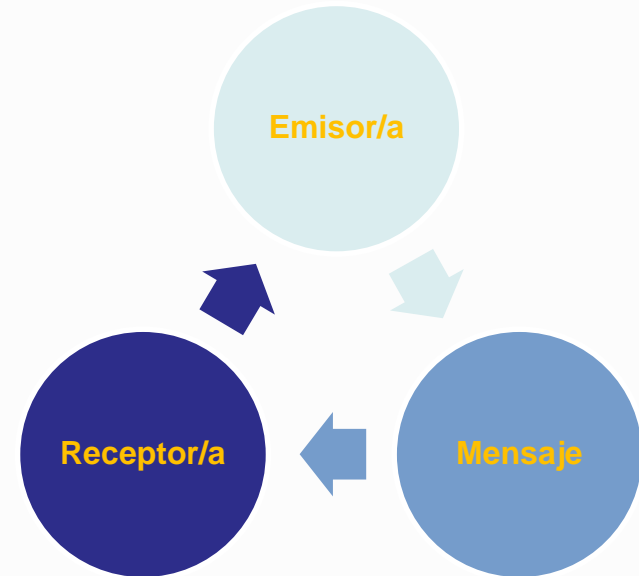
2.- What is Organizational Communication? (full version).

<https://www.youtube.com/watch?v=e5oXyglGMuY>. **VIDEO!**



## 2.2 Comunicación: elementos del proceso

- **El emisor/a** envía un mensaje con una intencionalidad.
- **El receptor/a** del **mensaje** intenta entender e interpretar el mensaje enviado.
- Entonces, él o ella dan un **feedback** a el emisor/a quien nuevamente interpretará el mensaje recibido.



**Este proceso,**  
Repetido continuamente, constituye  
la comunicación



## 2.2 Comunicación: **más** elementos del proceso

1. **Emisor/a:** La **persona** que se propone transmitir el mensaje con la intención de pasar información e ideas a otras personas.
2. **Ideas:** Este es el **contenido** de la comunicación: una opinión, actitud, sentimientos, puntos de vista, ordenes o sugerencias. (**Mensaje**).
3. **Codificación:** Desde que el contenido de la comunicación es teórico e intangible, su transmisión requiere de la utilización de ciertos **símbolos como palabras, acciones o imágenes**. La conversión del contenido en esos símbolos es el proceso de codificación.
4. **Canal de comunicación:** La persona que está interesada en comunicar tiene que elegir el canal por el que enviar la información e ideas necesarias. Esta información es transmitida por el emisor a través de **diferentes canales que pueden ser formales o informales**.





## 2.2 Comunicación: **más** elementos del proceso

5. **Receptor:** El receptor es la persona que recibe el mensaje o para quien el mensaje ha sido pensado. Es el receptor quien trata de entenderlo de la mejor forma posible para conseguir los objetivos planteados.
6. **Decodificación:** La persona que recibe el mensaje o símbolo del emisor/a trata de transformarlo de tal manera que pueda extraer todo el significado para poder entenderlo.
7. **Feedback:** Feedback es el proceso por el cual aseguramos que el receptor ha recibido el mensaje y lo ha entendido en el mismo sentido, con el mismo significado, que el emisor le dio.

### Más información en:

- 1.- Introduction to communication. <http://www.oum.edu.my/oum/v3/download/OUMH1203.pdf>
- 2.- 7 Major elements of Communication Process. <http://www.yourarticlelibrary.com/business-communication/7-major-elements-of-communication-process/25815/>



## 2.3 Barreras de comunicación:



1. **El uso de la jerga.** Términos excesivamente complicados, no familiares y/o técnicos.
2. **Barreras emocionales y taboos.** Algunas personas pueden encontrar difícil expresar sus emociones y hablar sobre algunos temas pueden estar totalmente “fuera de contexto” o ser taboo.
3. **La falta de atención, de interés, distracciones o falta de consideración hacia el receptor.**
4. **Diferencias en las percepciones y puntos de vista distintos.**
5. **Discapacidad física:** como problemas de oído o dificultades al hablar.
6. **Barreras físicas para la comunicación no verbal.** No poder ver las señales de comunicación no verbal, gestos, postura y en general el lenguaje corporal puede hacer que la comunicación sea menos efectiva.



## 2.3 Barreras de comunicación:



7. **Diferencias lingüísticas** y la dificultad de entender acentos no familiares.
8. **Expectativas y prejuicios** que pueden llevarnos a falsas premisas o a caer en estereotipos. Las personas a menudo oímos lo que queremos oír y no lo que se está de hecho diciendo por lo que podemos llegar a conclusiones incorrectas.
9. **Diferencias culturales.** Las normas de convivencia sociales varían mucho en las diferentes culturas, entre ellas la forma en las emociones son expresadas. Por ejemplo, el concepto de espacio personal varía según las culturas y los diferentes ambientes sociales.

### Más información en:

1.- Communication: The process, barriers and improving effectiveness.

<http://www.nationalforum.com/Electronic%20Journal%20Volumes/Lunenburg,%20Fred%20C,%20Communication%20Schooling%20V1%20N1%202010.pdf>

2.- Barriers to effective communication.

<http://www.skillsyouneed.com/ips/barriers-communication.html>

3.- The nature of communication in organizations.

[http://my.ilstu.edu/~lilipper/com329/mccroskey\\_chapter.pdf](http://my.ilstu.edu/~lilipper/com329/mccroskey_chapter.pdf)





## 2.4 Consejos para una comunicación eficaz

- Presta atención a tu **lenguaje corporal**, puede comunicar más de lo que piensas.
- No intentes transmitir **demasiados mensajes/información cruzada**. Las personas no retenemos más de tres ideas de una exposición o diálogo.
- **Usa la comunicación cara a cara (face-to-face)** lo más posible ya que generalmente las personas preferimos este tipo de comunicación.
- Estate atento al riesgo de los malos entendidos o interpretaciones en **contextos multiculturales**.



## 2.4 Consejos para una comunicación eficaz



### Helpful Tips

- La comunicación eficaz es oportuna y abierta.
- **Comparte el pensamiento** no sólo la conclusión.
- Si no hay malas noticias o problemas, **no quiere decir que no haya nada que comunicar.**
- **Comunicación es un proceso** no un producto. (La comunicación necesita interacción).

Reference: [http://aslect.eu/documents/case1\\_Doing2learn/Doing2learn\\_Communication\\_Handbook.pdf](http://aslect.eu/documents/case1_Doing2learn/Doing2learn_Communication_Handbook.pdf)

### Más información en:

- 1.- The importance of effective communication. <http://www.flexstudy.com/catalog/schpdf.cfm?coursenum=95027>
- 2.- Effective communication. Group works. <http://www.umext.maine.edu/onlinepubs/PDFpubs/6103.pdf>
- 3.- Effective Communication in the Workplace. <http://www.fmlink.com/a/31179>
- 4.- Effective Communication Skills. <http://www.maximumadvantage.com>. **VIDEO!**
- 5.- Stop communicating INEFFECTIVELY. <https://www.youtube.com/watch?v=m2upjBWRfU>. **VIDEO!**





## 3. Actividades

3.1 ¡Comunícate!

3.2 Lluvia de ideas



¡Vamos a practicar!



Lifelong  
Learning



# Actividad 1: ¡Comunícate! (25')



Lifelong  
Learning

## Actividad 1: ¡Comunícate!

Para esta actividad, tienes que **crear una breve historia** usando imágenes como punto de partida, basado en la técnica “Cinco cartas de Flickr” ([Five Card Flickr](#)).

Tienes que escribir una breve historia (aproximadamente de unas 50-100 palabras) **basándote en las imágenes** que encontrarás en el Flickr especificando la etiqueta “**metalworking**”:

<https://www.flickr.com/search/?sort=relevance&text=metalworking>

¡Elige 5 de ellas y crea tu historia!

**Recuerda, tienes 25’**

Puedes encontrar un ejemplo aquí: <http://5card.cogdogblog.com//show.php?id=34932>

**Piensa de forma  
creativa**

Adopta **diferentes  
perspectivas** cuando  
piensas.





¡Enhorabuena! Acabas de concluir la primera actividad!

¡Ahora vamos a por la Actividad 2!





# Actividad 2: Lluvia de ideas (25')



## Las normas para la lluvia de ideas son: Actividad 2: Lluvia de ideas

### 1ª: Centrarse en la cantidad

Esta regla es un medio para aumentar la producción divergente, con la intención de llegar a la solución de problemas con la máxima "***la cantidad alimenta la calidad***"

La idea es que cuanto mayor número de ideas generemos, mayor opciones para llegar a una solución definitiva y eficaz.

### 2ª: Rechazar la crítica

Everyone's contributions are valued and **criticism of ideas is put 'on hold'**. By absence of judgment, you will **feel free to generate unusual ideas**.


### 3ª: Bienvenidas las ideas inéditas y originales

Para conseguir una buena y larga lista de ideas, las ideas inéditas y originales son bienvenidas. Estas pueden ser generadas adoptando nuevas perspectivas, enfoques y abandonado los supuestos.

### 4ª: Combinar y mejorar ideas

**Buenas ideas** tienen que ser combinadas para formar una mejor idea, como propone el slogan: "**1+1=3**".





¡Piensa fuera de la caja!

Encontrarás **un tema de debate**, e.j.: “El sector invisible”, para comunicar las fortalezas del sector metalúrgico, nuevos productos en las industrias manufactureras del metal.

Por turnos, **cada participante aportará una idea** dando respuesta al tema propuesto. Se llevarán a cabo 5 rondas.

Después de estas 5 rondas, **una de las personas que ha participado ordenará las respuestas** en los resultados serán comentados por categorías.

❖ **Tiempo: 25'**

**Más información:**

[Brainstorming](#)

[Creative thinking skills](#)



¡Enhorabuena!

¡Acabas de terminar la segunda actividad!

Ahora si quieres practicar más puedes pasar a la actividad complementaria





# Actividad complementaria:

K-W-L. Saber-Querir-Aprender  
(Know-Want to know-Learned )  
(25')



Lifelong  
Learning

En esta actividad tendrás que trabajar con el capítulo 4 y 5 de la publicación:

*“Una mirada al sector “invisible” de Europa. La industria metalúrgica y de los productos metálicos.”, disponible en los siguientes enlaces: [English](#), [German](#), [Greek](#), [Italian](#), [Polish](#), [Portuguese](#) and [Spanish](#).*

*El tema a leer será [las oportunidades](#) , [amenazas](#), [retos](#) y [posibilidades del sector metalúrgico](#).*

La actividad consiste en los siguientes aspectos:

- 1°.- Qué se
- 2°.- Qué quiero saber
- 3°.- Qué he aprendido

Tendrás que empezar haciendo una lista sobre **lo que ya sabes** sobre las oportunidades , amenazas, retos y posibilidades del sector metalúrgico. Mete esta información en el primer campo del registro.

En un segundo momento, haz una lista con **todo lo que quieres aprender** sobre este tema. Escríbelo en la segunda fila.

Por último, lee los capítulos 4 y 5 del texto. Mientras lees o después haz la lista de **la información nueva que acabas de aprender**. (tercera fila).

Más información: [The KWL strategy](#)



## 4. Resumen



**una organización no puede gestionarse y funcionar sin comunicación** entre departamentos, áreas y trabajadoras/es.

Todos los elementos del proceso e comunicación son claves. Las personas que colaboraran en un proyecto común necesitan **aprender y mejorar su comunicación**.

Las barreras de comunicación se pueden solventar. **Podemos aprender a comunicarnos de una manera eficaz.**

Recuerda: **la comunicación es un proceso** no es un producto. Podemos ser parte de él.

**Para leer más:**

[http://www.slideshare.net/Antonia\\_Clare/creativity-in-eltslides](http://www.slideshare.net/Antonia_Clare/creativity-in-eltslides)

<http://www.sparringmind.com/creative-thinking/>

