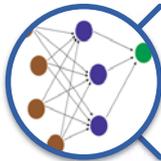




# COMUNICACIÓN

Mercè Martínez

Departament de Cognició, desenvolupament i psicologia educativa  
Universitat de Barcelona



Informar y comunicar



Comunicar y hablar



Dimensión cognitiva



Dimensión social – pragmática



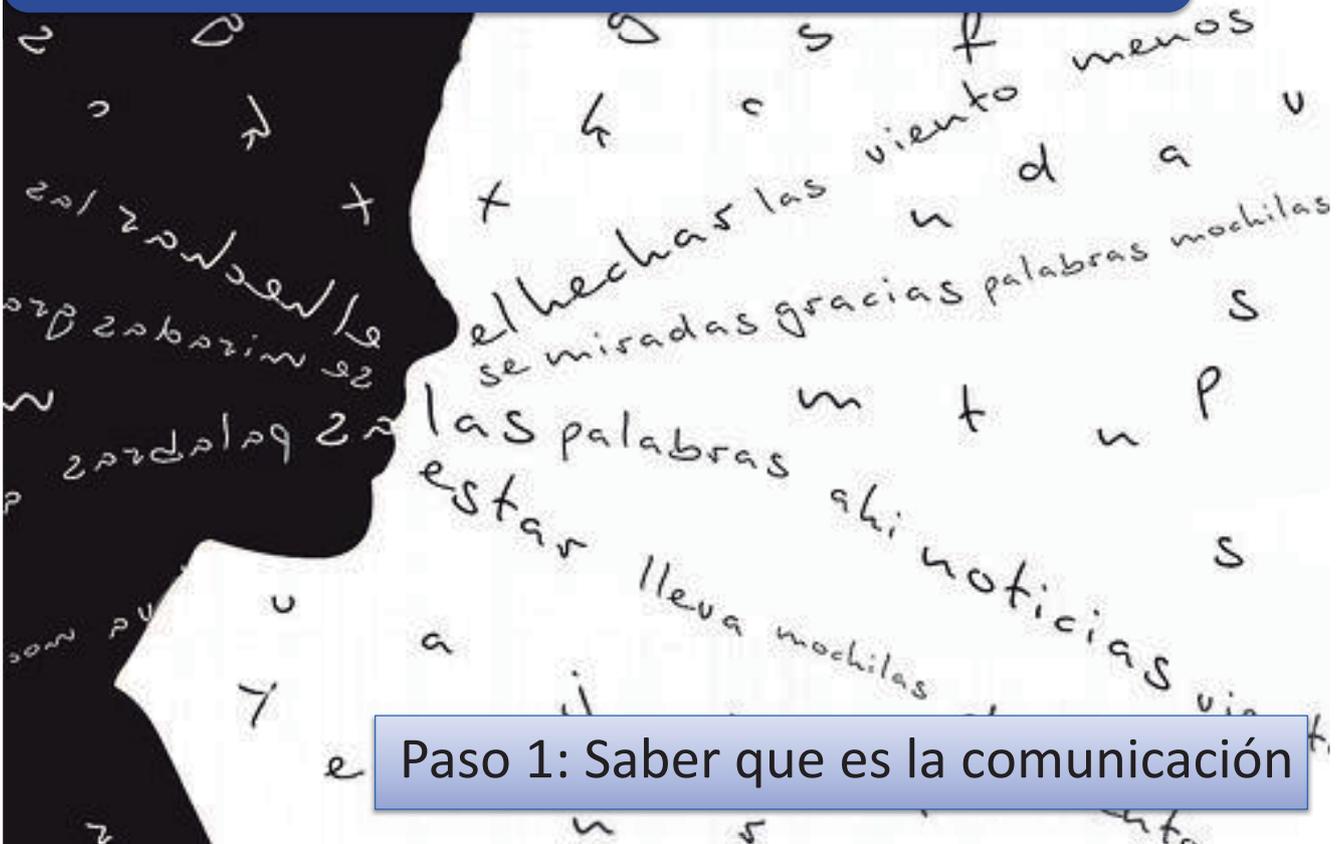
Dimensión semiótica

Parafraseando el t3pico:



¿los buenos comunicadores nacen o se hacen?

¿Podemos comunicarnos mejor?



Paso 1: Saber que es la comunicaci3n

# Comunicación



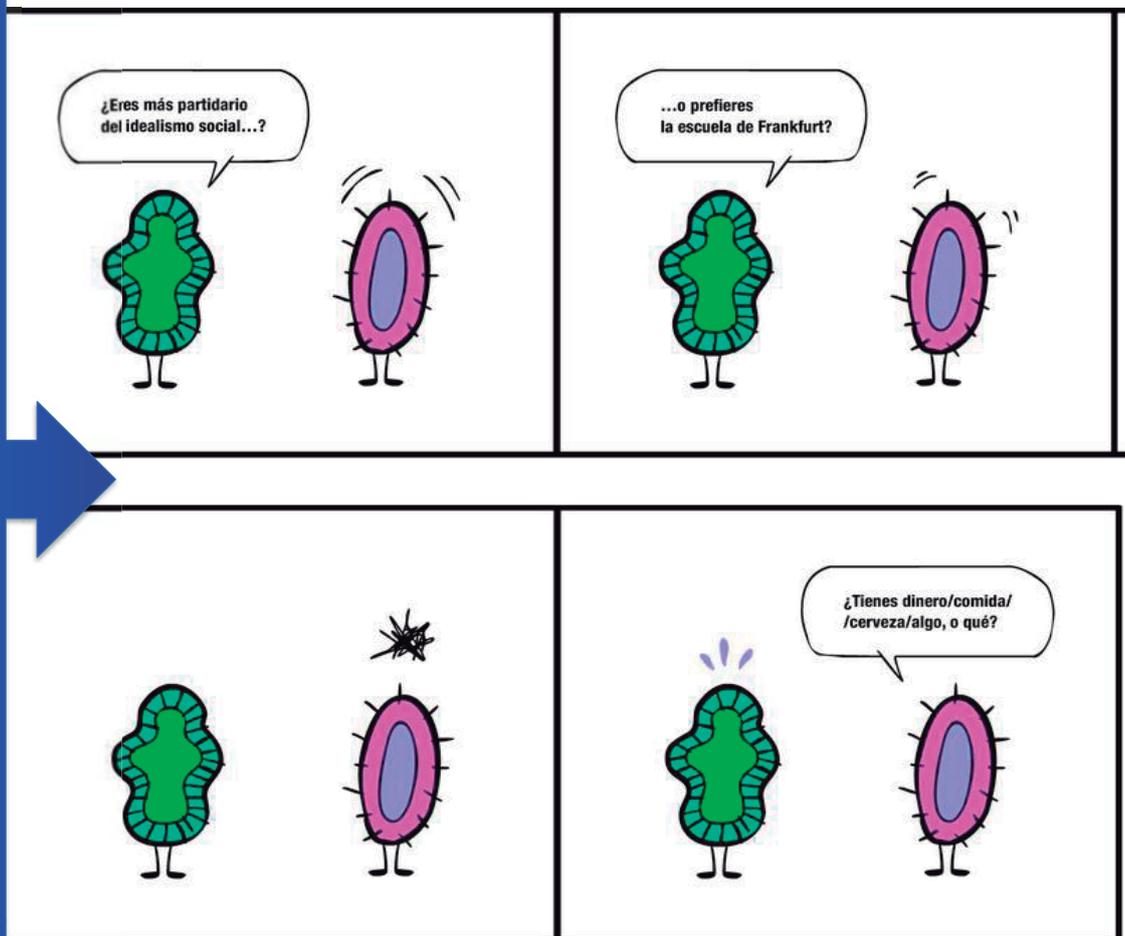
SENSODYNE

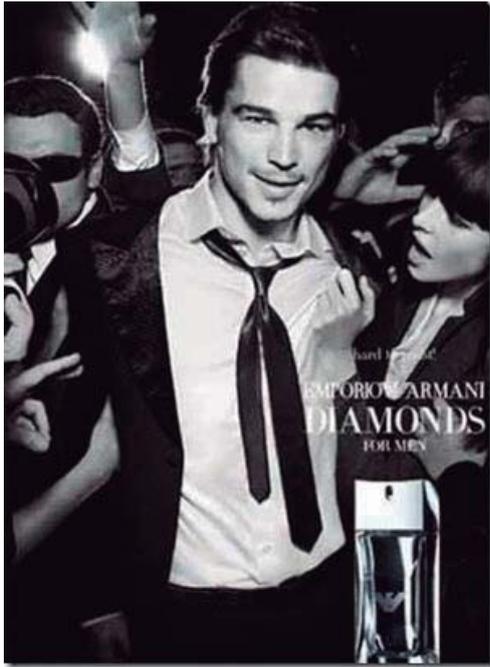
La comunicación es tal vez una de las funciones psicológicas más evidente del ser humano.



Éste comunica ideas, intenciones, deseos, afectos, actitudes, instrucciones, incluso antes de desarrollar un instrumento privilegiado de la comunicación humana, el lenguaje.

En su sentido más amplio la noción de comunicación se confunde prácticamente con la de interacción entre organismos vivos





O como afirman Watzlawick, Beavin y Jackson para el ser humano lo difícil es no comunicar.

"No importa qué haga uno para intentarlo, puede **no** comunicar... La actividad y la inactividad, las palabras y los silencios tienen el valor de un mensaje; influyen a otros y estos otros, a su vez, no pueden **no** responder a estas comunicaciones comunican ellos también"

(Watzlawick, Beavin y Jackson, 1968/1981, p. 48)



Watzlawick, P., Beavin, J.B. and Jackson, D.D. (1981). *Teoría de la comunicación humana*. Barcelona: Herder.

#### Y NOS MORIMOS DE COMUNICACIÓN

Una de las limitaciones que frecuentemente han sufrido los modelos de comunicación

ha sido reducir todo el proceso comunicativo a

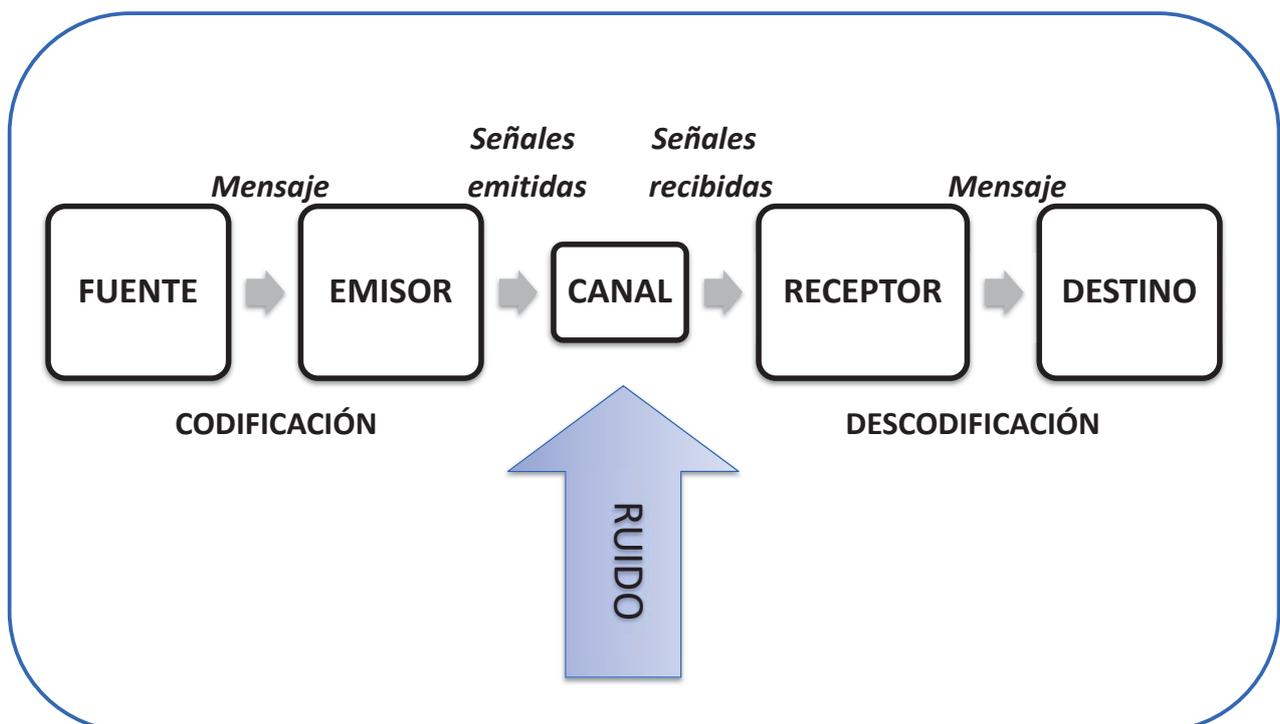
un proceso de transmisión-recepción de información



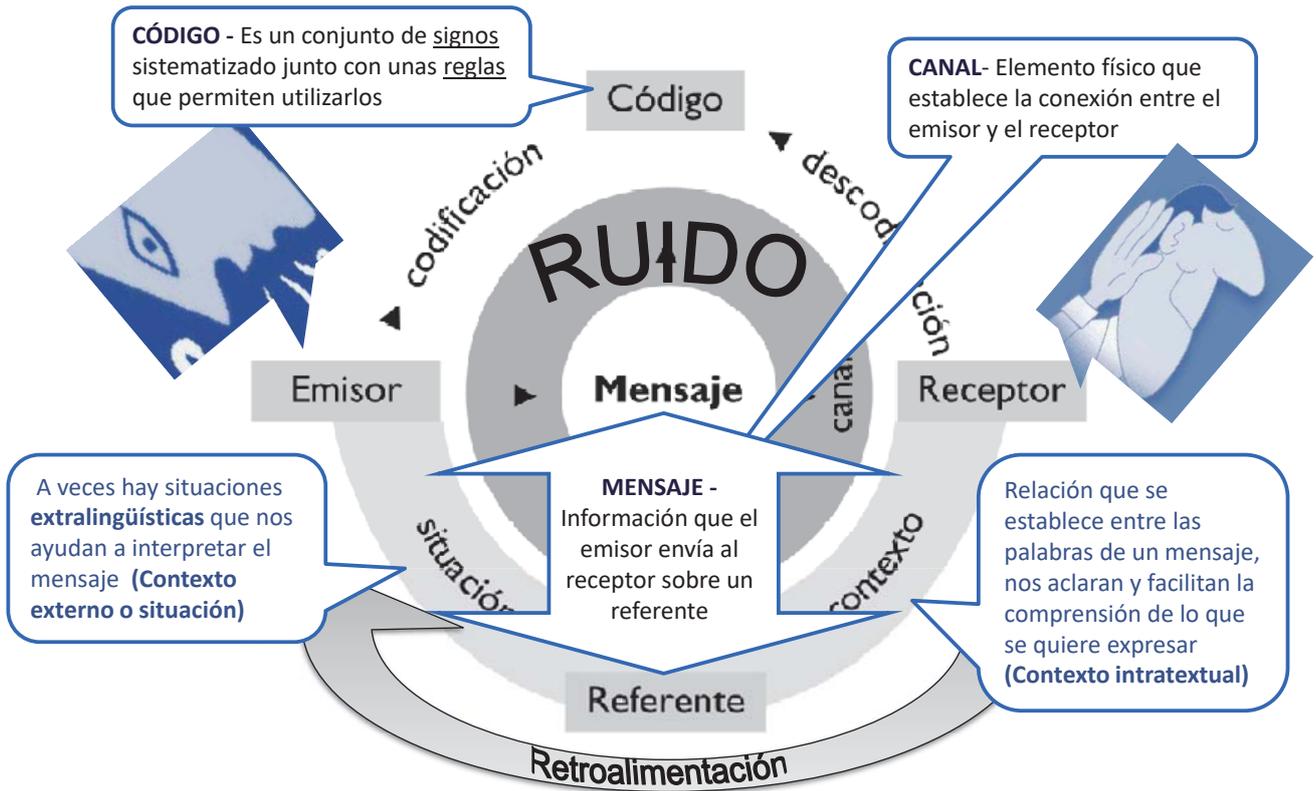
# Modelos de comunicación



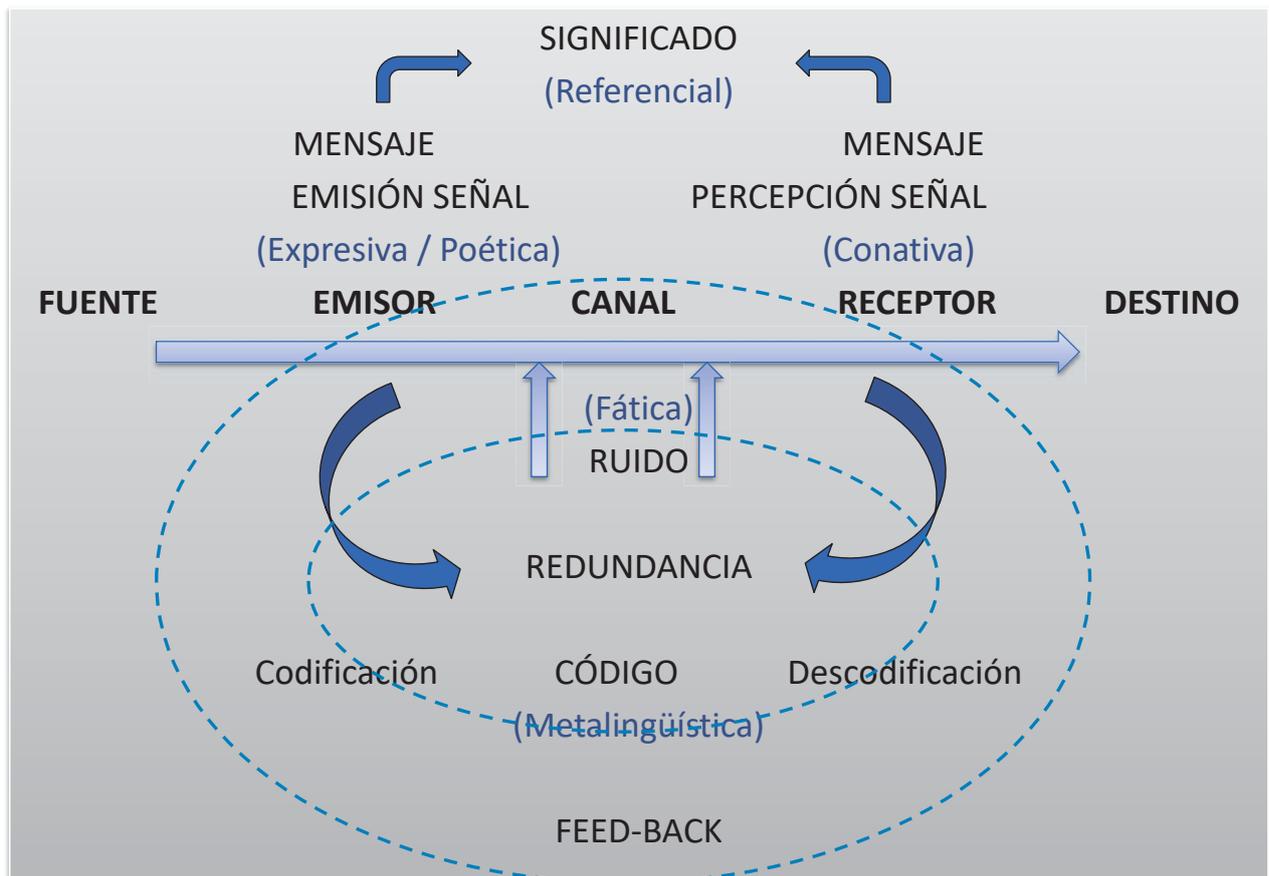
## Modelo clásico de Shannon (1948)



### Adaptación del modelo matemático de Shannon-Weaver (1949)



### Modelo de factores de comunicación y funciones del lenguaje Jakobson (1960)



# Funciones del lenguaje/comunicación

- **la referencial o denotativa** es la relativa al contenido informativo del mensaje (sitúa o contextualiza sin hacer valoraciones)

Está orientada al contenido del mensaje, la información que transmite debe ser objetiva, observable y verificable.

Por ejemplo, la famosa frase que acompaña los anuncios de **Nocilla**: “Leche, cacao, avellanas y azúcar, Nocilla”.

*Publicidad informativa*



# Funciones del lenguaje/comunicación

- **la expresiva o emotiva**, corresponde a la expresión directa de la actitud del hablante ante aquello de lo que está hablando (sus emociones e intenciones)

A través de esta función se pone de manifiesto las emociones, la intención comunicativa del emisor, dando pistas del mensaje connotado.

*Publicidad emotiva*



## Funciones del lenguaje/comunicación

- **la conativa**, está dirigida al destinatario o receptor del mensaje, a modo de apelación o persuasión, para que éste atienda los requerimientos transmitidos y dé una respuesta.

Pretende influir sobre el *receptor*, intentando persuadirlo. Esta función puede dirigirse tanto a la inteligencia como a la afectividad del receptor.

*Tiene la finalidad de transformar al destinatario en participante.*



## Funciones del lenguaje/comunicación

- **la fática** que establece, prolonga y mantiene abierto el canal comunicativo
- **la metalingüística**, que implica el conocimiento y capacidad de análisis del propio código utilizado.

Su contenido comunicativo es escaso o nulo. Su finalidad es mantener el canal de la comunicación abierto para evitar la distracción o la pérdida de la atención del receptor.

Centrada en el código, pone en relación el mensaje con el código. El mensaje tiene la intención de hacer alguna aclaración sobre el código (lenguaje) en el que está configurado.

# Funciones del lenguaje/comunicación

- **la poética** está centrada en la organización de la forma del lenguaje con fines lúdicos, expresivos o artísticos



Está centrada en el *mensaje* y define la relación entre el mensaje y su expresión. Esta función aparece cuando se pretende que el receptor preste su atención a la forma en que se ha codificado el mensaje, que se fije en cómo se dice más que en qué se dice.

- a) es un modelo mecanicista de la comunicación (estático y lineal)
- b) no tiene en cuenta el significado
- c) en la versión original aunque la fuente y el destino son intercambiables no contempla la retroalimentación.

No puede negarse la influencia de la teoría de la información de Shannon (1948), como modelo para la descripción de la comunicación humana

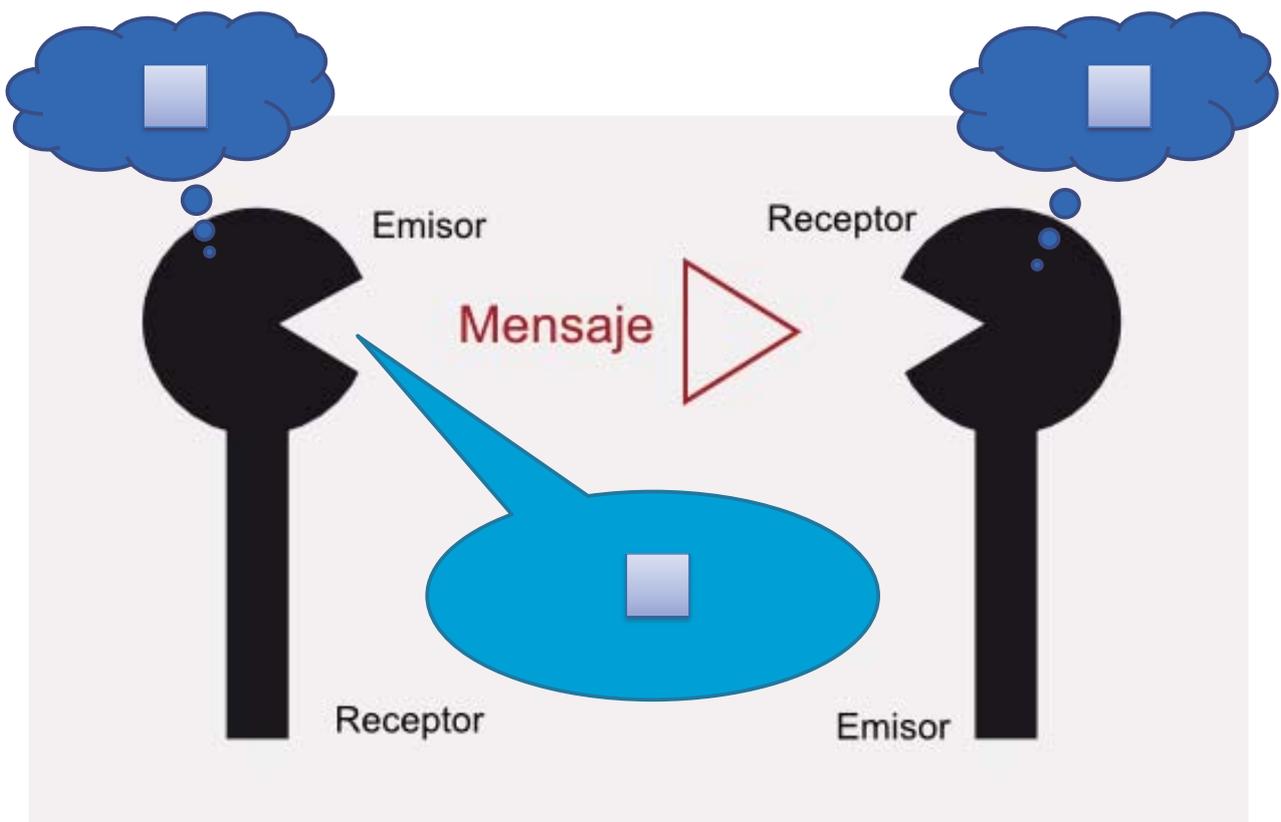
En especial la adaptación hecha por Jakobson (1963/ 1980) y que pone en correspondencia los elementos implícitos en todo acto comunicativo con algunas funciones del lenguaje e introduce “conexión psicológica” e “intención”

**Se les ha denominado MODELOS CENTRADOS EN EL CÓDIGO**



Algunas ideas erróneas

¿INFORMACIÓN = COMUNICACIÓN?



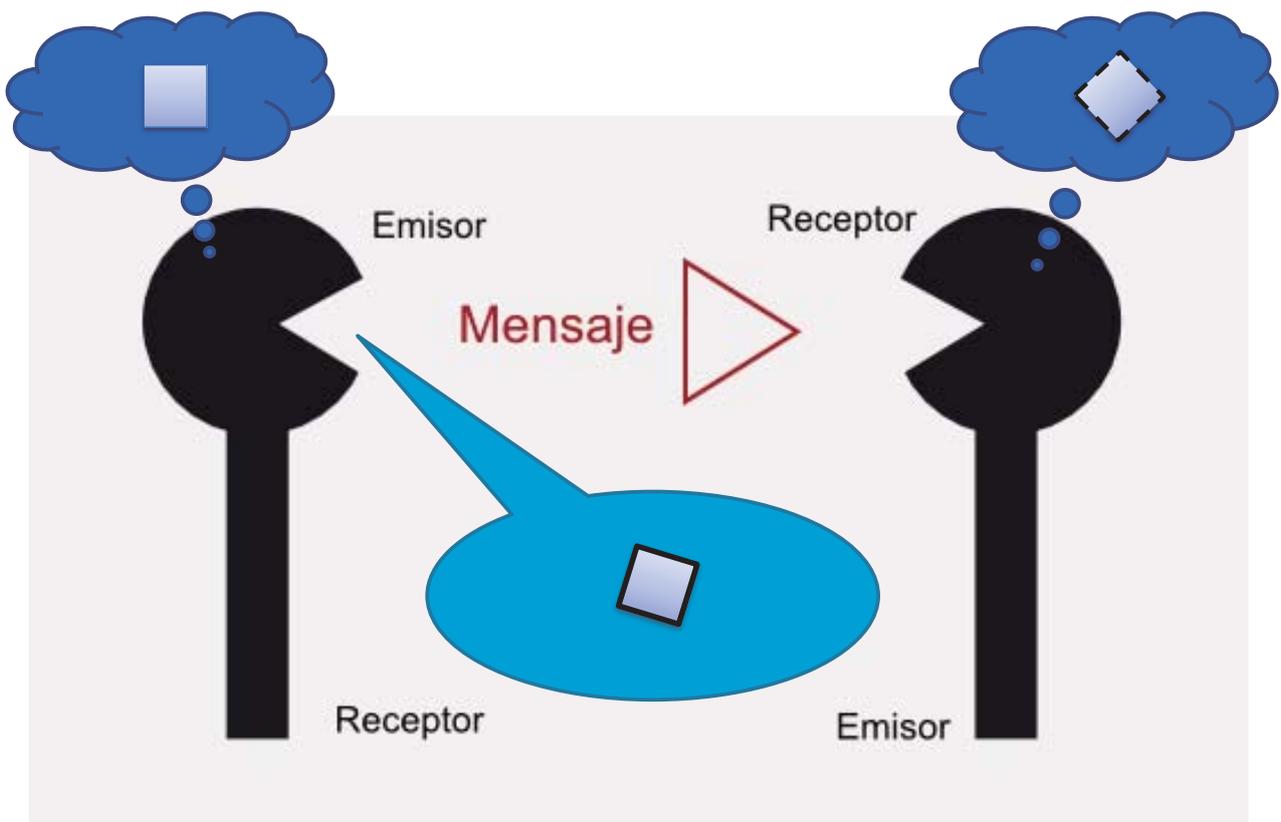
# ACTIVIDAD 1



Transmitir información

RESPONSABILIDAD NO COMPARTIDA

¿INFORMACIÓN  $\neq$  COMUNICACIÓN?



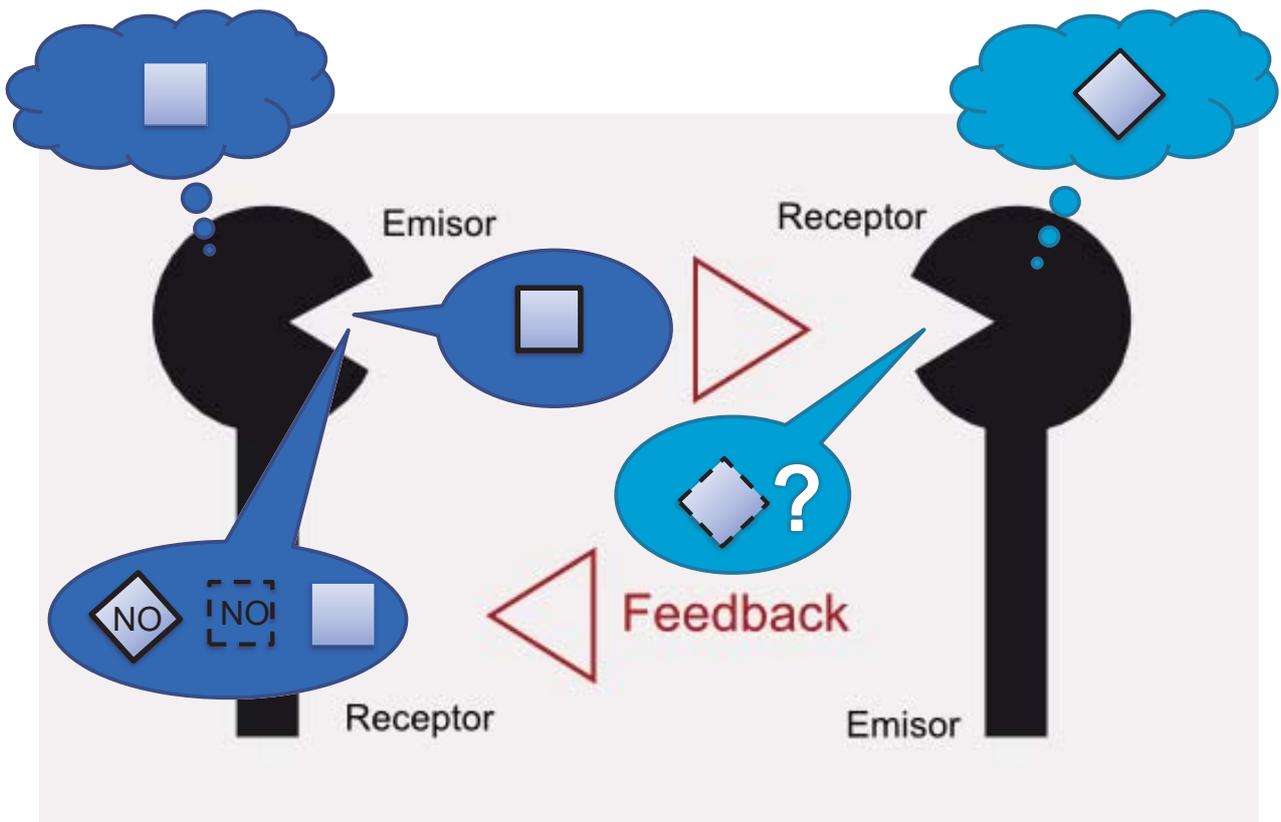
# ACTIVIDAD 1



Transmitir información

RESPONSABILIDAD COMPARTIDA

## INFORMACIÓN $\neq$ COMUNICACIÓN



# ACTIVIDAD 2



Transmitir información

PERDIDA DE INFORMACIÓN

**INFORMACIÓN EMITIDA  $\neq$  INFORMACIÓN RECIBIDA**

EMISOR	Lo que pienso decir	RECEPTOR
	Lo que digo realmente	
	Lo que el otro escucha	
	Lo que el otro entiende	
	Lo que el otro responde	

# Lo que se dice vs. lo que se comunica

*El alumno YXZ ha cursado los estudios de Grado en la Facultad de Psicología de la Universidad de Barcelona. El curso 2013-14 fue alumno mío en la asignatura Lenguaje y Comunicación, en la que llevó a cabo un trabajo sobre Argumentación. Aprobó la asignatura ese mismo año. De trato amable, es muy apreciado entre sus compañeros.*

## INFORMACIÓN ≠ COMUNICACIÓN



Comunicar es mucho más que codificar – descodificar un mensaje

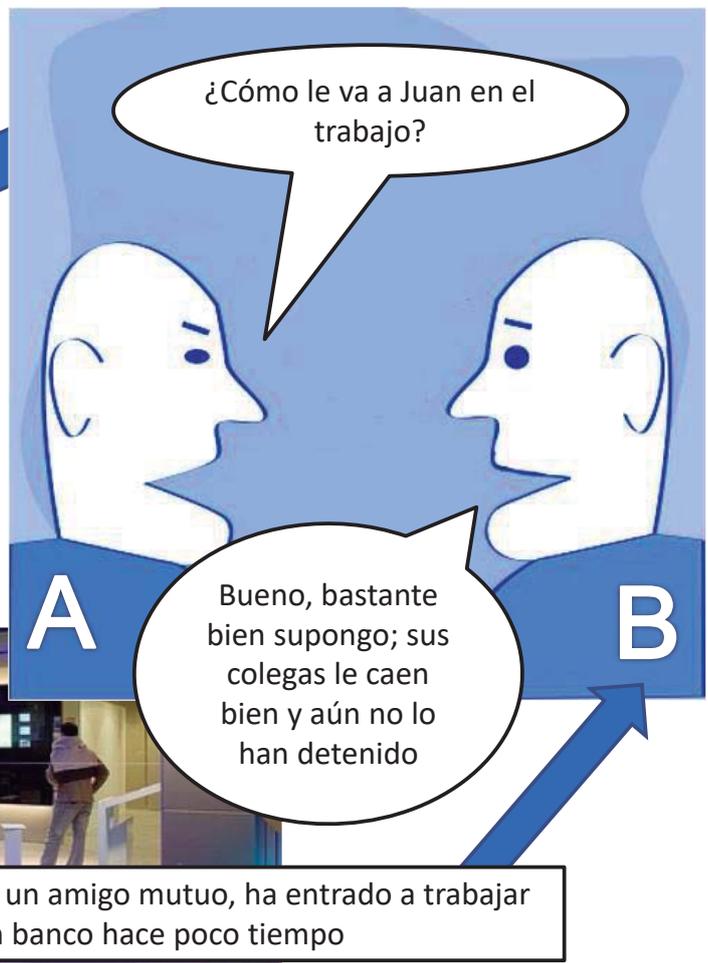
¿Tiene B una buena opinión de Juan?

(Función expresiva)

¿Qué puede entender A?

(Función conativa)

Qué B piensa que Juan es un delincuente



## COMUNICACIÓN ≠ INFORMACIÓN

- Se ha destacado el **carácter intencional de la comunicación** y, consecuentemente, la necesidad de dar cuenta no sólo del valor referencial de los mensajes, sino además del significado intencional de los mismos.
- La comunicación descansa tanto sobre la concepción de un mensaje como sobre su transmisión puesto que un mensaje adecuado **ha de ser adaptado** no únicamente al referente, sino también al interlocutor y a la situación
  - Ello le confiere una dimensión cognoscitiva y psicosocial que distingue claramente la comunicación humana de la realizada entre máquinas o entre animales.



Algunas ideas erróneas



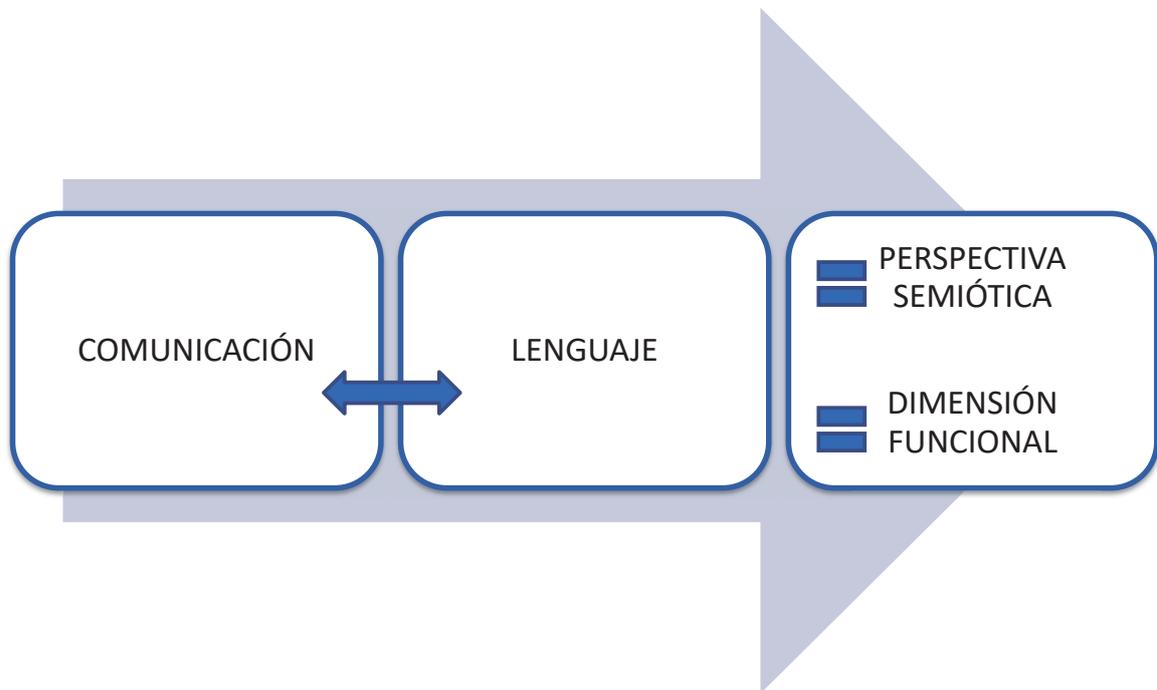
COMUNICACIÓN = LENGUAJE

# Lo que se dice vs. lo que se comunica

## *Es tarde*

- Seguro que has pronunciado este enunciado en muchas ocasiones.
- ¿Qué querías decir?
- Cuando te lo han dicho a ti, ¿qué es lo que te querían decir?
- ¿Lo entendiste?





La perspectiva lingüística, centrada especialmente en los procesos microestructurales de producción y comprensión, está tan anclada en la descripción formal del lenguaje que ha obviado la función comunicativa del mismo.

## CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNICACIÓN

### INTENCIONAL

- significado intencional del mensaje

### INFERENCIAL- REPRESENTACIONAL

- Se añaden representaciones al contenido explícito en el proceso de interpretación (interpretación que hace el receptor del mensaje y la intención del emisor) [Vídeo](#)

### COOPERATIVA

- Coordinar perspectivas diferentes para alcanzar un fin. [Vídeo](#)

### SITUADA

- Los participantes se comunican enviando y recibiendo señales, a veces simultáneamente, en un contexto relacional, situacional y cultural

# Comunicación

- Aparecen, por lo menos, tres de las dimensiones que deben tenerse en cuenta:
  - **una dimensión cognitiva**, ya que la información transmitida esta representada de alguna forma en la mente del que transmite y también debe representarse en la mente del receptor para ser comprendida y decodificada;
  - **una dimensión social**, ya que todo el sistema se apoya en reglas arbitrarias y convencionales que regulan el intercambio de información y la interpretación de las intenciones comunicativas del otro; y, finalmente,
  - **una dimensión semiótica (el propio código utilizado)** -sea lingüístico o no- tiene características propias que deben ser descritas y analizadas en tanto que instrumento de mediación de conceptos e intenciones.

## Comunicación – Dimensión cognitiva

- La comunicación incluye la codificación de pensamientos en mensajes que pueden ser transmitidos a otros, como si se tratara de un puente entre las palabras de distintas personas.

La conciencia que se posee de la propias representaciones del mundo pueden diferir entre los sujetos y ello reviste importancia en el proceso de comunicación

↳ un mensaje sólo será efectivo si procura la información que otra persona necesita para comprender



Representación e intención



¿Qué ves?

Interpretar implica leer la mente del otro

## Comunicación – Dimensión cognitiva

- **Comprender el estado intencional**, esto es, representacional, supone tener en consideración los pensamientos, deseos, intenciones y sentimientos que entran en juego en la expresión de una conducta.
- **Los procesos de inferencia** sobre lo que el otro cree, piensa, desea, etc. son esenciales para la comprensión y la producción de mensajes, **ya que más allá de la interpretación literal del significado de los mismos, debemos comprender el sentido y la intención comunicativa de nuestro interlocutor.**



Representación e intención

# Comunicación – Dimensión Social

**Implica una dimensión social**, ya que todo el sistema se apoya en reglas arbitrarias y convencionales que regulan el intercambio de información y la interpretación de las intenciones comunicativas del otro.

Presupone un compromiso recíproco entre hablantes, es un compromiso complejo que incluye un conjunto de **convenciones compartidas para establecer la intención del hablante y la disposición del que escucha.**

# Comunicación – Dimensión Social



En ausencia de reglas explícitas, se rige por una serie de convenciones implícitas relativas al uso social del lenguaje y varían en función de la cultura.

Es una acción conjunta en la cual las personas actúan en mutua coordinación, para lo cual se establecen “turnos de conversación”

Existen ciertos indicadores verbales y no verbales de la apertura, la posesión o cambio de turno o el cierre de las conversaciones.

# Usar el lenguaje



## Actos de palabra (speech act):

### LOCUTORIO

Donde simplemente se articulan y combinan los sonidos, independientemente del contexto, tal como ha venido estudiando la lingüística tradicional.

### ILOCUTORIO

Unidad básica de la comunicación lingüística. Cuando se expresa la intención y como debe ser entendida.

### PERLOCUTORIO

Este es secundario para Austin y se entiende como los efectos (con o sin intención) que causa la producción verbal sobre el interlocutor.

# Usar el lenguaje



- Esta organizado entorno a una **INTENCION** (o interacción de intenciones) percibida o atribuida.
- ¿Qué se pretende dar a entender?
- ¿Cómo descodificamos el significado real de la escena?
- ¿Qué implica desde el punto de vista pragmático?
- El contexto se basa en una **lectura convencionalizada de la SITUACION.**

# Usar el lenguaje

- **Existe un sistema de reglas o máximas de la pragmática.** Se relacionan con el momento, las condiciones, la intención y la manera como debemos hablar.
- Para Austin, todo enunciado dirigido a un interlocutor cumple simultáneamente **tres actos de palabra (speech act)**
- **Grice considera que la conversación se rige por un principio de cooperación** entre los interlocutores y que puede enunciarse de este modo:



*Haz que tu contribución a la conversación se ajuste a lo que se pide, en el momento en que se pide, de acuerdo al objetivo o dirección del intercambio en el que tomas parte (Grice 1975, 45).*

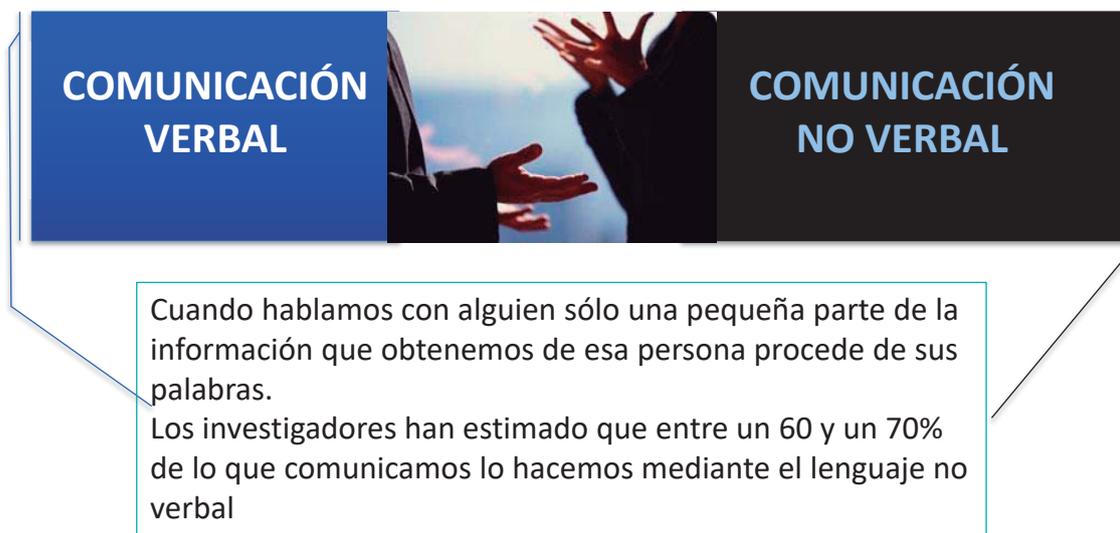
# Usar el lenguaje

Hay **MAXIMAS DE COOPERACION** que deben ser respetadas (Grice,1975) en la conversación y que implican:

- **Máxima de cantidad:** Se refiere a la cantidad de información proporcionada. Se subdivide en:
  - a) Dar la información que se precise
  - b) No dar más información de la precisa
- **Máxima de calidad:** Se refiere a la veracidad de la información. Se subdivide en:
  - a) No diga lo que cree que es falso
  - b) No diga aquello para lo que carezca de evidencia adecuada
- **Máxima de relevancia:** Se refiere a la pertinencia de la información
- **Máxima de modo:** Se refiere a la manera como se da la información. Se subdivide en: a) Evitar la oscuridad de la expresión; b) Evitar la ambigüedad; c) Ser breve y, d) Ser organizado

# Comunicación – Dimensión semiótica

- **una dimensión semiótica (el propio código utilizado)** -sea lingüístico o no- tiene características propias que deben ser descritas y analizadas en tanto que instrumento de mediación de conceptos e intenciones.



# Comunicación – Dimensión semiótica

Muchos autores presuponen que la competencia lingüística es suficiente para comunicar eficazmente, pero se ha demostrado ampliamente que no es así.

El lenguaje es una más de las competencias precisas para la comunicación pero para comunicar de forma eficaz son precisas otras habilidades.

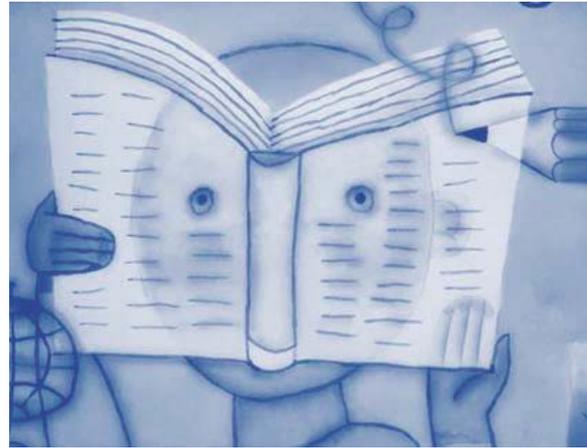
Así pues la comunicación no puede limitarse al estudio de la expresión y la comprensión verbal, sino que debe incluir otros niveles no verbales.

## Lecturas recomendadas

Martínez, M. (2012). *Psicología de la Comunicación*. Col·lecció OMADO. Dipòsit Digital de la UB.

<http://hdl.handle.net/2445/30802>.

Cap. 1 i 2



## Referencias bibliogràfiques

Escandell, M. V. (2014). *La comunicació. Lengua, cognició y sociedad*. Madrid: Akal. Cap. 1.

Martínez, M. (2012). *Psicología de la Comunicación*. Col·lecció OMADO. Dipòsit Digital de la UB.  
<http://hdl.handle.net/2445/30802>. Cap. 1 i 2

Renkema, J. (1999). *Introducció a los estudios del discurso*. Barcelona: Gedisa Ed. Cap. 2 i 3.

## Comunicación no verbal



Mercè Martínez Torres  
Facultad de Psicología- UB

# Comunicación no verbal



¿Qué pasa cuando nos enamoramos?

[Vídeo](#)

## PRESENTACIÓN

Parece probable que los fenómenos de conducta no verbal sean los que causen mayor impacto emocional en el receptor.

- **A veces se ha definido la comunicación no verbal como un acto de transmisión de una conducta no verbal de persona(s) a persona(s).**
- En la comunicación no verbal se pueden incluir desde aspectos paralingüísticos como el tono de voz o la velocidad del habla a aspectos como el vestuario o el gesto, e incluso los silencios y las pausas pueden tener una finalidad comunicativa, por tanto hay que matizar que entendemos por conducta no verbal.

*"No confío plenamente en el teléfono, porque por teléfono no puedo estar segura de lo que realmente quiere decir la otra persona. Si no puedo verla, ¿cómo puedo adivinar sus sentimientos? Y si no lo sé, ¿qué importa muchas veces lo que diga?"*

*Flora Davis*

## Hasta el momento los criterios de clasificación de la CNV podrían agruparse en cuatro grupos según:

**La especificidad de la modalidad** (en relación con la modalidad o canal de transmisión de la información)

óptico-visual,  
cinético-táctil,  
químico-olfativo,  
térmico

### Los sistemas de señales no verbales

mirada, expresión del rostro, actitud corporal, movimiento corporal, orientación corporal, espacio personal y territorialidad, aspecto externo y vestimenta, vocalización no verbal y entorno

### Clasificaciones parasemánticas

o de relación con los significados verbales

sustitución, amplificación, contradicción y modificación

### El tipo de código

signos expresivos (acciones corporales),

signos artificiales (manipulación de objetos externos, simbólicos o reales),

signos de mediación,

signos de contexto (utilización del tiempo y del espacio)

## Quinésica – cinésica

... Lo que dice el cuerpo

La conducta cinésica incluye muchos aspectos, tales como:

postura del cuerpo

gestos,

movimientos corporales,

movimientos de las extremidades,

movimientos de la cabeza;

expresiones faciales

la conducta ocular





# Postura corporal

---

La postura es la disposición del cuerpo o sus partes en relación con un sistema de referencia que puede ser, bien la orientación de un elemento del cuerpo con otro elemento o con el cuerpo en su conjunto, bien en relación a otro cuerpo.

En la interacción son susceptibles de ser interpretadas las señales que provienen de la posición, de la orientación o del movimiento del cuerpo.

---

Las posiciones corporales se definen por la disposición del cuerpo a aceptar a otros en la interacción.

# Postura corporal

Por ejemplo podemos hablar de posiciones más abiertas o más cerradas

**Una posición abierta** implica que brazos y piernas no separan a un interlocutor de otro.

**Una posición cerrada** implicaría utilizar las piernas, brazos o manos bien en forma de protección bien del propio cuerpo bien en forma sirva de barrera para que otro se introduzca en una interacción que mantenemos.

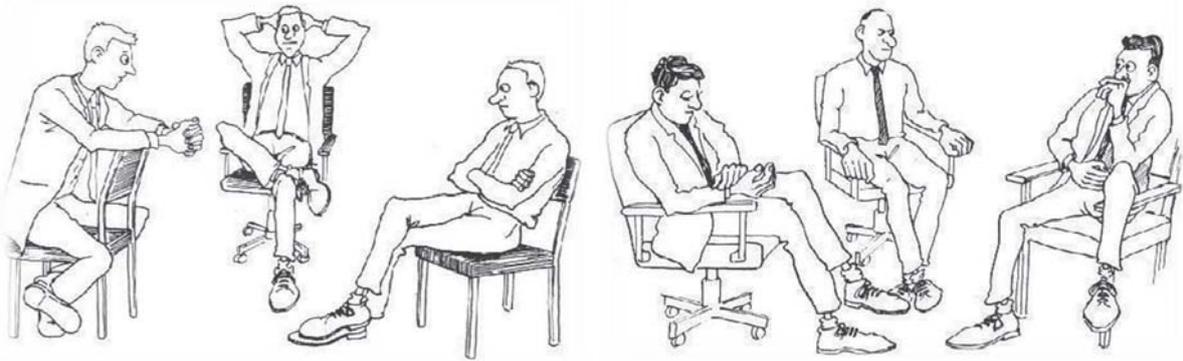
---



# Postura corporal

La orientación es el ángulo con el que el cuerpo está dirigido a los demás (uno puede ponerse frente a frente, una al lado de otra, en ángulo recto, o de espaldas).

Cuando las personas esperan competir, generalmente se sientan enfrente; si esperan cooperar, lo hacen una al lado de la otra, mientras que para conversar normalmente lo hacen en ángulo recto.



# Postura corporal

El ángulo de la postura al sentarse puede disuadir la aproximación de otros, ya que, por ejemplo, éstos serán más recios a tener que pasar por encima de unas piernas estiradas para acercarse a una persona o introducirse en la conversación de dos personas o un grupo.



# Postura corporal

---

El ángulo de orientación puede regular el grado de intimidad de una conversación

---

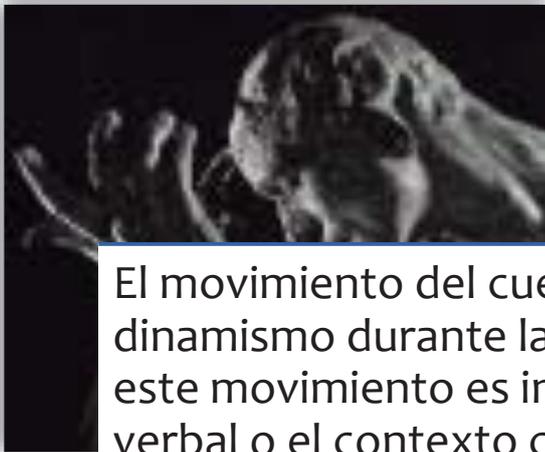
Existe una tendencia a mostrar una orientación directa hacia el otro, no sólo cuando más nos agrada sino también cuando más amenazante nos ha resultado.

---

Por el contrario, nuestra orientación tiende a ser menos directa cuando tenemos intención de no continuar la interacción, cuando la persona no nos agrada o cuando la percibimos como alguien inferior o poco peligroso.



Fig. 124: ¿Cuántas señales de cortejo advierte usted?



# Postura corporal

---

El movimiento del cuerpo puede transmitir energía y dinamismo durante la interacción, si bien cuando este movimiento es incongruente con el contenido verbal o el contexto comunicacional, normalmente tiene el efecto de distraer la atención del interlocutor.

---

Un exceso de movimiento incongruente puede producir impresión de inquietud, o nerviosismo, mientras que la escasez de movimiento incongruente puede transmitir una impresión de excesiva formalidad.

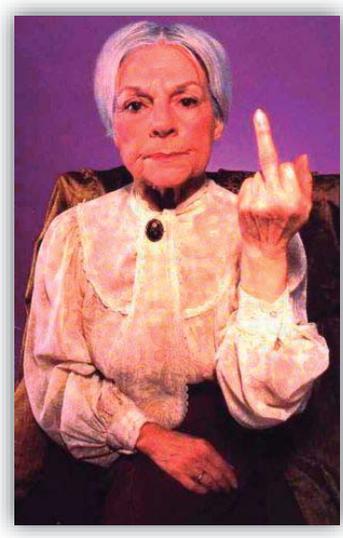


---

**Emblemas**, que son actos no verbales que admiten una transposición oral directa o una definición.

---

Hay variaciones culturales y un mismo gesto puede significar cosas distintas en culturas distintas





---

**Ilustradores**, que son actos no verbales que acompañan o ilustran lo que se dice.

---

**Muestras de afecto**, que se refiere a aquellas configuraciones faciales, y otras conductas no verbales que expresan estados emocionales, pueden ser intencionales o no, y en algunas ocasiones contradecir los mensajes verbales.

---

**Reguladores**, que son actos no verbales que mantienen y regulan la participación en una interacción.



---

**Adaptadores**, que se denominan así porque se cree que se desarrollan en la primera infancia como un esfuerzo de adaptación para satisfacer necesidades, ampliar acciones, dominar emociones, iniciar contactos sociales, etc., de hecho tienen una función autoreguladora.

Tenemos tendencia a reprimir este tipo de gestos cuando estamos en situaciones sociales, por ello es más fácil observarlos en el entorno privado del individuo o cuando la situación (por ejemplo en situaciones de ansiedad) provoca que no controlemos este tipo de gestos.

# La expresión facial



---

La expresión facial es el medio más rico e importante para expresar emociones y estados de ánimo, junto con la mirada.

---

Además de la expresión de emociones, la expresión facial se utiliza para dos cosas: para regular la interacción, y para reforzar nuestra intención comunicativa hacia el receptor.

---

Podemos observar que tienen tanta importancia para la transmisión emocional y la captación de impresiones y juicios del otro:

---



los movimientos faciales perceptibles (cambio de posición de las cejas, de los músculos faciales, de la boca, etc.)

---

como de los imperceptibles (contracción pupilar, ligera sudoración)

Intenta realitzar este ejercicio:

(a) (b) (c)

**FIGURA 3.3**

1. Escriba en el espacio previsto la emoción que se expresa en cada uno de los rostros que usted ha observado.  
A ..... B ..... C .....
2. Escoja de entre las listas siguientes la emoción que mejor describa el rostro A, el rostro B y el rostro C.  
A. Enfado      B. Felicidad      C. Tristeza  
    Cólera      Alegría            Desesperación  
    Ira            Delicte            Solemnidad  
    Indignación    Diversión          Desaliento  
    Resentimiento    Placer            Melancolía
3. Seleccione, de la siguiente lista de emociones, la que mejor describa el rostro A, el rostro B y el rostro C: felicidad, tristeza, sorpresa, miedo, cólera.

No mires las preguntas 2 y 3 hasta completar la 1.  
¿Fácil? No tanto

---

La investigación ha determinado la existencia de seis expresiones faciales principales, las cuáles son indicadores de emociones como: alegría, tristeza, asco, enfado, temor e interés. Son prácticamente las únicas emociones que tienen probabilidad de ser reconocidas por la mayoría de nosotros cuando las vemos expresadas en los demás.

---

La expresión facial también ha sido estudiada como medio de expresión de la personalidad, de las actitudes hacia los demás, la atracción sexual y el atractivo personal, el deseo de comunicarse o iniciar una interacción y el grado de expresividad durante la comunicación.

---

La expresión facial está en continuo cambio durante la comunicación. Entre los cambios que las nuevas técnicas de investigación nos han permitido identificar podemos citar las denominadas expresiones faciales 'micromomentáneas'. Su duración es de una fracción de segundo y suelen reflejar los verdaderos sentimientos de una persona.



## La mirada

---

La mirada se estudia aisladamente, aunque forma parte de la expresión facial por la gran importancia que tiene en la comunicación no verbal por si sola.

---

Se le atribuyen un importantísimo papel en la percepción y expresión del mundo psicológico. La variedad de movimientos posibles que podemos llevar a cabo con los ojos y su área próxima resulta ínfima si la comparamos con la de las expresiones faciales.

# Indicadores

**La dilatación de las pupilas** es un indicador de interés y atractivo. Nuestras pupilas se dilatan cuando vemos algo interesante. Además nos gustan más las personas que tienen pupilas dilatadas que las que tienen pupilas contraídas. Permite establecer la actitud de una persona hacia algo y el cambio de actitudes.

**El número de veces que se parpadea** por minuto está relacionado con la tranquilidad y el nerviosismo. Cuánto más parpadea una persona, más inquieta se siente.

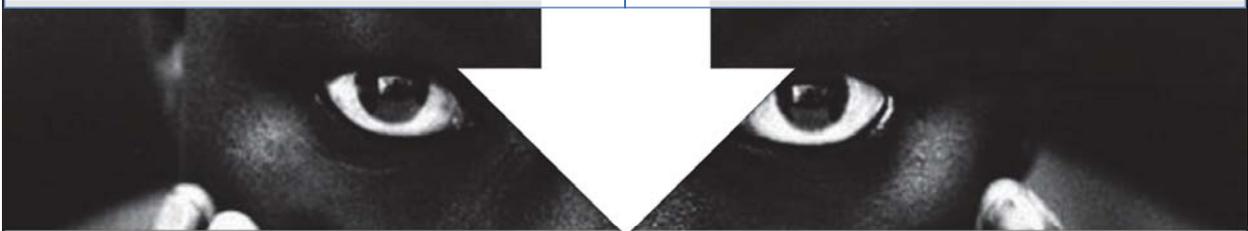
**El contacto ocular** consiste en la mirada que una persona dirige a la mirada de otra. Aquí se estudian dos aspectos: la frecuencia con la que miramos al otro, y el mantenimiento del contacto ocular. El feedback es muy importante cuando dos personas hablan entre sí.

**La frecuencia con la que miramos al otro** es un indicador de interés, agrado o sinceridad. La evitación de la mirada o el mirar a los otros sólo fugaz y ocasionalmente impide recibir retroalimentación, reduce la credibilidad del emisor y da lugar a que se atribuyan a éste características negativas.

**El mantenimiento ocular** se refiere a cuánto tiempo prolongamos el contacto de nuestra mirada con la de la otra persona. Las miradas prolongadas sin parpadear se usan cuando se intenta dominar, amenazar, intimidar o influir sobre otros. También las utilizan las personas que se agradan mucho, pero en este caso la frecuencia de parpadeo es mayor.

Un prolongado contacto ocular se considera, generalmente como manifestación de superioridad (o al menos la sensación de que así es), falta de respeto, amenaza o actitud amenazante y ganas de insultar.

Un contacto ocular poco prolongado suele ser interpretado como falta de atención, descortesía, falta de sinceridad, falta de honradez, inseguridad o timidez. El dejar de mirar a los ojos, bajando la vista suele ser tomado como signo de sumisión.



La comunicación entre dos personas será más efectiva cuando su interacción contenga una proporción de contacto ocular que ambos consideren apropiada a la situación.

Es importante señalar que los resultados obtenidos sobre la mirada, pueden cambiar o ser matizados en interacciones interculturales.

# Conducta táctil

La conducta táctil puede considerarse o no dentro de la categoría de conducta cinética.



**A diferencia de los aspectos que hemos considerado hasta ahora, en la conducta táctil existe un contacto con el otro.**

Puede incluir muchos aspectos como: caricias, golpes, guía de los movimientos del otros, etc.

En realidad se estudia ¿Quién toca a quien, dónde y en que medida?



El acto de tocar o ser tocado por otro puede ser impactante en función de quién y cuándo, aún cuando el toque no sea intencionado, puede provocar respuestas muy variadas.

En algunos casos, puede ser el método más efectivo para comunicarse.

En otros, puede provocar una reacción negativa e incluso violenta.

---

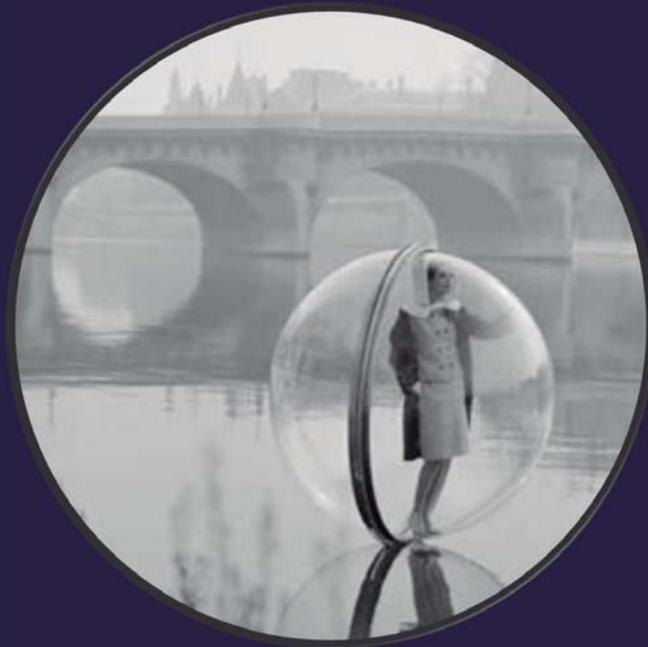
El significado varía en función de la parte del cuerpo tocada, del tipo de toque, del sexo, de la cultura y, por supuesto, del tipo de relación o vínculo entre las personas que se tocan.

---

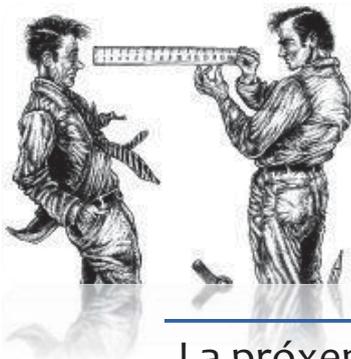
Algunos autores distinguen diversos tipos de conducta táctil: funcional-profesional (por ejemplo, del médico hacia el paciente); social-cortés (por ejemplo, un apretón de manos); amistad-calidez (por ejemplo, un abrazo como expresión de afecto); amor-intimidad (muestras de cariño muy particulares de cada pareja); y, excitación sexual.



# Conducta proxémica



- Comunicarse con el uso del espacio y del tiempo



---

La próxemica es el estudio del uso y la percepción del espacio social y personal. El ser humano, como el animal, hereda genéticamente la noción de territorio, por tanto, tiene tendencia a marcar el territorio personal (intocable).

---

Según el antropólogo Edward T. Hall, el espacio interpersonal o la "burbuja" es diferente para unos o para otros, es decir, depende de la cultura.

---

También el manejo del espacio interpersonal difiere en función del sexo o de la relación entre las personas.

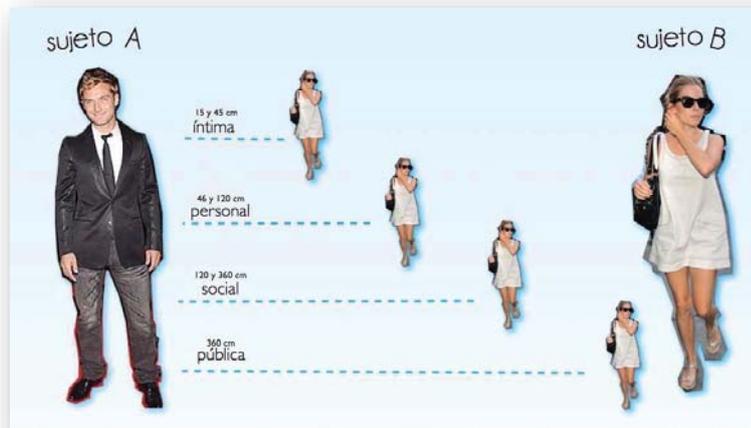
Hall hizo una interesante división del territorio de cada individuo en cuatro zonas de distancia

Distancia íntima (relaciones amorosas y familiares)

Distancia personal (reuniones sociales o calle)

Distancia social (oficinas, tiendas, hoteles)

Distancia pública (políticos, conferenciantes, profesores)



Otro modo de verlo

La preocupación principal de Hall era el malentendido que puede dar lugar el hecho de que personas de culturas diferentes tengan una burbuja de tamaño diferente.

El mantenimiento de la distancia es algo importantísimo para todas las personas y muchas veces el hecho de que alguien nos caiga mal o nos haga sentir amenazado es debido simplemente a una diferencia del uso de la distancia mínima entre la otra persona y nosotros.

La noción de espacio es pues muy diferente para japoneses y árabes, norteamericanos, latinoamericanos y mediterráneos. Una nueva clasificación de Hall establece el orden siguiente entre diferentes grupos étnicos, teniendo en cuenta sus relaciones de distancia (de culturas de alto contacto a conductas de bajo contacto):



Flora Davis ha observado ciertas diferencias de comportamiento territorial entre hombres y mujeres. Ellos, aglomerados en un lugar exiguo, se tornan desconfiados, incluso agresivos, mientras que las mujeres, en idéntica situación, tienden a intimar y a consolidar lazos de amistad.

En las relaciones de esferas territoriales está la posibilidad o no de **tocarse**, según las diferentes culturas. En la zona mediterránea de Europa, el tocarse acompaña continuamente la conversación, es una forma más, por parte del hablante, de apoderarse de la atención del interlocutor, mientras que el miedo a tocarse de las culturas anglosajonas inhibe el contacto. Esta facilidad para tocarse se observa más en las clases populares que en las clases altas y más en mujeres que en hombres.

La tendencia más o menos gregaria de cada civilización se muestra no sólo en lugares públicos, sino también en **el hábitat**. Los árabes, aunque posean casas espaciosas, prefieren concentrarse y hasta dormir en la misma estancia y tienen numerosas alfombras y divanes destinados a este fin.

## Apariencia física y artefactos

*“En la mayoría de las situaciones de comunicación, un cierto grado de atractivo habrá de interactuar con otros factores que pueden compensar o alterar las percepciones de la apariencia, por ejemplo, el contenido de los mensajes verbales que se emiten”*



# La apariencia física

La belleza exterior o atractivo físico desempeña un papel muy influyente en la determinación de las respuestas en una amplia gama de encuentros personales; en la persuasión y/o manipulación (tribunal, clase, entrevista, presentación pública).

Su evaluación se suele centrar en:	El aseo y la compostura del sujeto
	La naturalidad y la desinhibición de su comportamiento
	El carisma o atractivo
	Su forma de vestir
	Un cabello y piel sanos
	Una sonrisa agradable
	Estatura y partes del cuerpo proporcionadas
	Otras: olor corporal, peso, altura, color de la piel, etc.

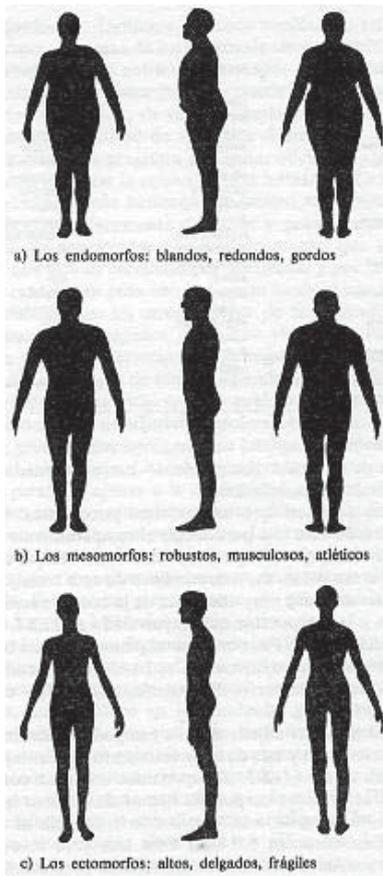
## Algunos estudios dicen...

Mills y Aronson hallaron que una mujer atractiva puede modificar las actitudes de los estudiantes varones en mayor medida que una no atractiva.

Widgery y Webster ofrecen datos que prueban que una persona atractiva, independientemente del sexo, será objeto de una elevada evaluación en cuanto a escalas de credibilidad.

Incluso lo que nosotros pensamos de nuestro aspecto, la autoimagen, es un sistema básico a partir del cual se desarrolla y florece toda nuestra conducta de comunicación manifiesta. Extensión de las experiencias acumuladas que han acabado por construir nuestra comprensión de nosotros mismos. Lo que somos, o creemos ser, organiza lo que decimos y hacemos.

El llamado olor natural parece tener una importancia bajísima a estas alturas de nuestro desarrollo cultural, pero no nos negamos a comprar un producto comercial que nos dé un olor pretendidamente “natural o sexy”.



#### ESTEREOTIPOS ASOCIADOS A LA FORMA DEL CUERPO

**ENDOMORFO:** Dependiente, sosegado, relajado, complaciente, contento, perezoso, plácido, pausado, cooperativo, afable, tolerante, afectuoso, cálido, comprensivo, simpático, compasivo, generoso, bondadoso, sociable, de temperamento blando.

**MESOMORFO:** Dominante, jovial, confiado, enérgico, impetuoso, eficiente, entusiasta, competitivo, decidido, comunicativo, discutiador, conversador, activo, dominante, valiente, emprendedor, audaz, dogmático, optimista, fogoso.

**ECTOMORFO:** Aislado, tenso, ansioso, reticente, autoconsciente, meticuloso, reflexivo, preciso, concienzudo, considerado, tímido, torpe, frío, suspicaz, introspectivo, serio, diplomático, sensible, apartado, de temperamento apacible.

## Vestido y otros artefactos

Para comprender la relación entre forma de vestir y comunicación debemos familiarizarnos con las diversas funciones que la vestimenta puede cumplir: decoración, protección (física y psicológica), atracción sexual, autoafirmación, autonegación, ocultamiento, identificación grupal y exhibición de estatus o rol. Algunos investigadores han estudiado el modo en que el vestido no sólo desempeña una función particular, también el modo en que afecta a la conducta con los otros.

Algunos de los eventuales atributos personales que la ropa puede comunicar son: edad, sexo, nacionalidad, la relación con el otro sexo, el estatus socioeconómico, la identificación con un grupo específico, el estatus profesional u oficial, el humor, la personalidad, las actitudes, los intereses y los valores.

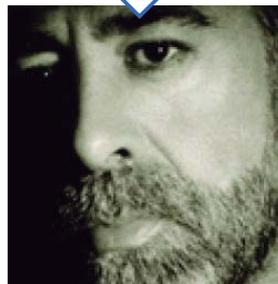
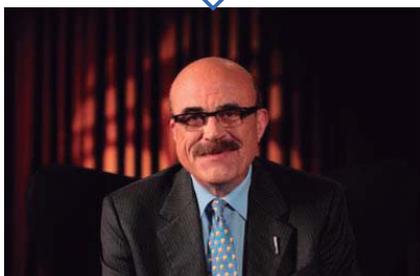
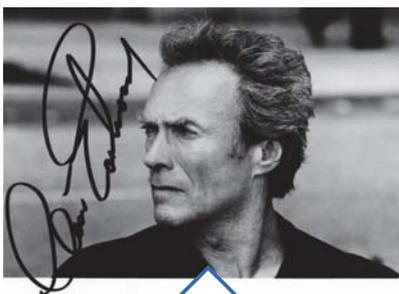
Se consideran artefactos todos aquellos elementos que usamos para presentarnos a los demás, de algún modo son elementos que modifican nuestro aspecto personal y también nos identifican como pertenecientes a un determinado grupo social. La forma de vestir es quizás el más evidente pero también lo son el maquillaje, el perfume, etc.

... pero las apariencias a veces engañan

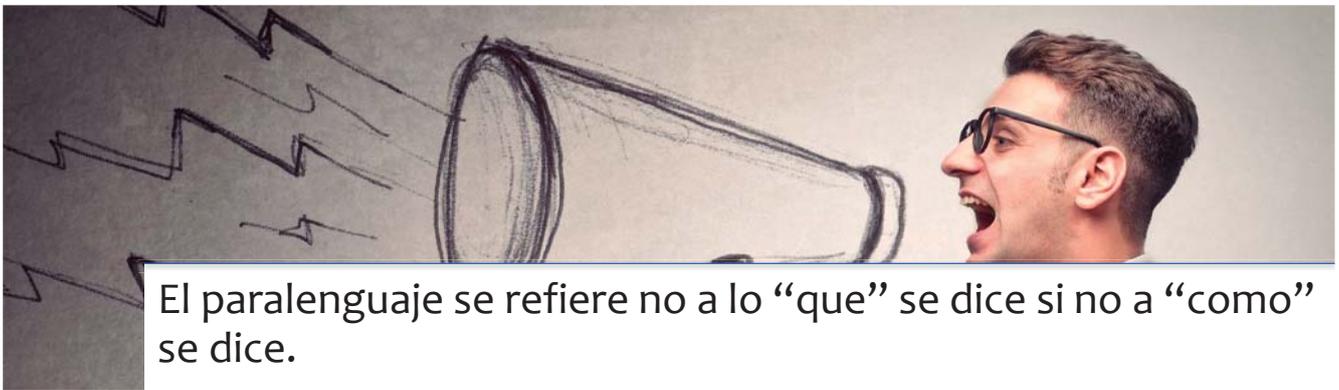


- <http://www.youtube.com/watch?v=yD1qKymPov8>

## PARALENGUAJE



El paralenguaje es un conjunto de cualidades no verbales y modificadores de la voz y sonidos y silencios independientes con los que apoyamos o contradecemos las estructuras verbales y cinéticas simultáneas o alternantes



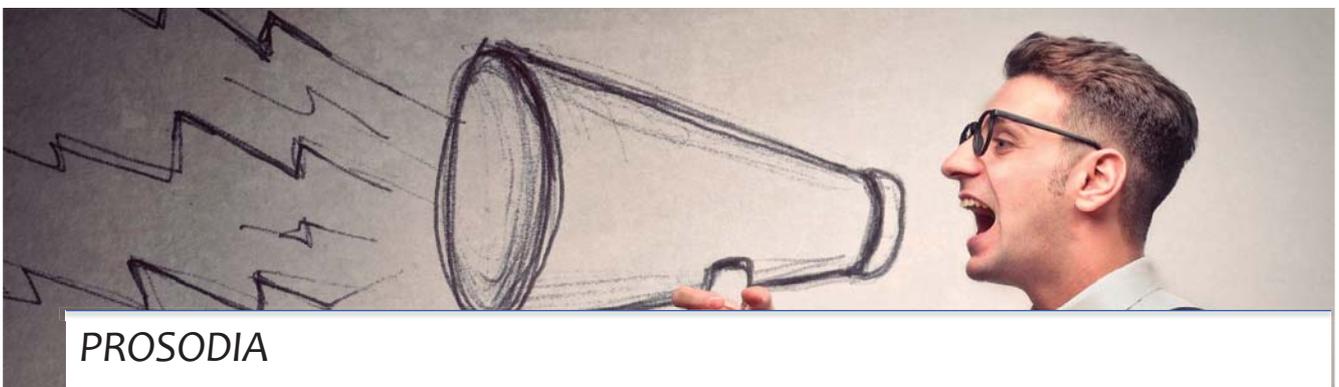
El paralenguaje se refiere no a lo “que” se dice si no a “como” se dice.

Debemos distinguir los siguientes componentes:

**Cualidades de la voz:** registro, control del volumen y del ritmo, articulación, resonancia, etc.

**Vocalizaciones:** caracterizadores vocales (risa, llanto, estornudo ...); calificadores vocales (intensidad de la voz -fuerte  $\Rightarrow$  suave-, tono -agudo  $\Rightarrow$  grave-); extensión o velocidad del habla.

**Segregaciones vocales:** sonidos que se utilizan como marcadores o pausas(hum, m-hm, ah...)



## PROSODIA

*La entonación* o secuencia de rasgos tonales que conforman la curva melódica de la voz.

*La acentuación* que representa la marca expresiva y que tiene por finalidad realzar una determinadas sílabas con respecto al resto del grupo acentual para poner de relieve en el oyente los elementos más significativos del mensaje.

*El ritmo y la velocidad* del habla incluido el uso de las pausas.

# Cualidades de la voz

---

## La intensidad

es la fuerza o potencia de emisión de la voz, dependiente de la presión que el aire ejerce sobre las cuerdas vocales.

---

## La duración o cantidad

es la cualidad de la voz por la que los sonidos se extienden durante un determinado período de tiempo, lo cual los convierte en perceptibles.

---

## El tono

es la altura o elevación de la voz que resulta del número de veces por segundo en que vibran nuestras cuerdas vocales.

---

## El timbre

es la personalidad o el color de la voz, es decir, es la cualidad por la que distinguimos a las personas únicamente escuchando su voz. Es una de las cualidades más complejas puesto que surge de la suma de todas las demás. El timbre se puede modificar adaptando los órganos resonadores a las características vocales de la persona que, por ejemplo, queremos imitar

---



## Contexto

---

El contexto, afirma Hall: *“Nunca tiene una significación concreta. Sin embargo, la significación del mensaje depende siempre del contexto”*. Esto conlleva la posibilidad de tratar un contexto en relación con el significado.

---

La contextualización es también un importante procedimiento para manejar la gran complejidad que implican las transacciones humanas, de tal forma que el sistema funcione y no se sufran los inconvenientes de una sobrecarga de información.

---

Si bien el código lingüístico puede analizarse en algunos niveles con independencia del contexto en la vida real el código, el contexto y el significado sólo pueden verse como distintos aspectos de un acontecimiento comunicativo.



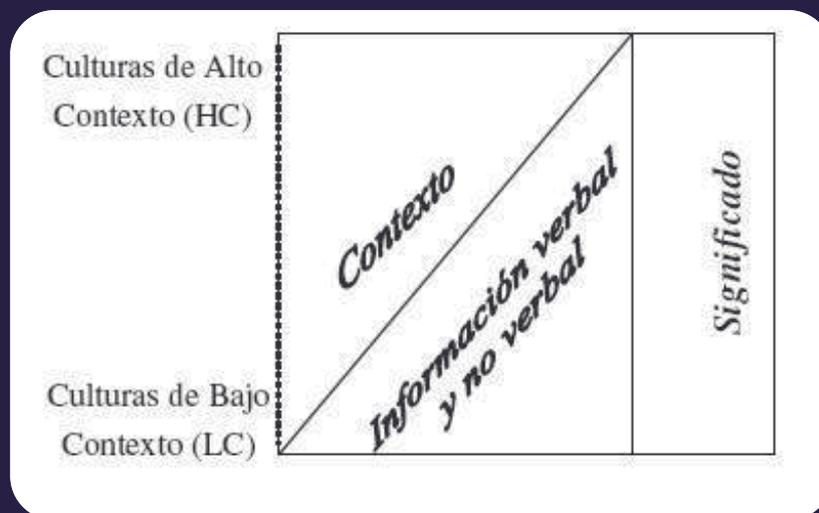
# Contexto

Comunicaciones o mensajes de contexto alto que son aquellas en las cuales la mayor parte de la información está en el contexto físico o bien interiorizada en la persona, mientras que hay muy poca parte codificada, explícita y transmitida en el mensaje

Comunicaciones o mensajes de contexto bajo que son exactamente lo contrario, es decir, la gran masa de la información se vuelca en el código explícito.

Estas categorías son los extremos de un *continuum*. Hay culturas en las que con pocas palabras uno puede ser entendido, ya que el sistema de comunicación está saturado de sentido, hay muchos conocimientos compartidos (culturas de contexto alto); mientras que otras, en las que predomina el individualismo y que están tecnológicamente muy avanzadas, predomina el uso de comunicaciones de contexto bajo en las que todo debe ser explicitado verbalmente para evitar conflictos (culturas de contexto bajo).

Hall señala que las CNV siempre deben ser interpretadas en el contexto; ya que de hecho son una parte destacada del mismo donde se sitúa la parte verbal del mensaje.



Contexto (LC)

Contexto de Alto

<https://www.youtube.com/watch?v=8tUiiYX56E>

---

**La  
CNV  
puede  
servir  
como:**

**repetición:** la comunicación no verbal puede, meramente, repetir lo que se dijo verbalmente. Por ejemplo, explicarle a una persona una dirección mientras se le señala el camino.

---

**contradicción:** si recibimos mensajes contradictorios en los niveles verbal y no verbal, haremos mejor en confiar y creer en el no verbal. Éste es más espontáneo, más difícil de manipular y simular. Pensemos en que señal no verbal es más difícil de fingir.

---

**sustitución:** la conducta no verbal puede sustituir a los mensajes verbales. A veces, cuando la conducta no verbal sustitutiva fracasa, el comunicante retrocede al nivel verbal.

---

---

**La  
CNV  
puede  
servir  
como:**

**complementariedad:** la conducta no verbal puede modificar o elaborar mensajes verbales. Las funciones complementarias de la comunicación no verbal sirven como señal de las actitudes e intenciones de una persona respecto de la otra.

---

**acentuación:** el comportamiento no verbal también actúa sobre el mensaje verbal como las comillas, la letra cursiva, las mayúsculas y las exclamaciones. Son los movimientos de cabeza o manos los que sirven para este fin.

---

**regulación:** las conductas no verbales también se utilizan para regular los flujos de comunicación entre los interactuantes.

---



---

El control de la CNV no siempre es consciente y, por tanto, es útil para establecer las intenciones reales de nuestro interlocutor.

---

Debemos ser cautos al interpretar la CNV de nuestro interlocutor, no fijarnos en algo concreto sino en el conjunto de su comunicación.

---

También debemos tener en cuenta las diferencias culturales, ya que frecuentemente dan lugar a malentendidos.

### Lecturas recomendadas

- Knapp, M.L. (1984). *La comunicación no verbal. El cuerpo y el entorno*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Cap. 1 i 2
- +



### Referencias bibliográficas

- Davis, F. (1993). *La comunicación no verbal*. Madrid: Alianza Editorial. 19a. Edición.
- Hall, E.T. (1978). *Más allá de la cultura*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili, S.A.
- Hall, E.T. (1989). *El lenguaje silencioso*. Madrid: Alianza Editorial.
- Knapp, M.L. (1984). *La comunicación no verbal. El cuerpo y el entorno*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Poyatos, F. (1994). *La comunicación no verbal*. Madrid: Itsmo.



## Competencia Comunicativa

Mercè Martínez Torres

---

### Para recordar

En capítulos anteriores



Comunicamos más allá de lo que decimos



La comunicación es cooperativa e intencionada



Somos seres inferenciales. Atribuimos e interpretamos intenciones



La comunicación es situada (contexto físico, socio-cultural e interpersonal)

# Para recordar

En capítulos anteriores



Interpretamos las intenciones comunicativas y los estados emocionales de nuestro interlocutor por lo que dice (CV) y hace (CNV)



Para transmitir nuestra intención comunicativa utilizamos recursos no verbales



Somos menos conscientes de nuestros mensajes no verbales y tenemos menos control sobre ellos.



Numerosos estudios señalan que el impacto emocional de la CNV es superior al de la CV, pero sin duda son complementarias e inseparables



¿Cómo se entiende la competencia comunicativa?

Gran parte de los estudios sobre comunicación se han centrado en el concepto de "competencia comunicativa", es decir, en las habilidades necesarias para comunicar con eficacia y el desarrollo de las mismas con la edad y la experiencia.

---

# Competencia comunicativa

Desde la tradición sociolingüística la competencia comunicativa ha sido interpretada básicamente como "adaptación al interlocutor y al contexto comunicativo"

Desde la tradición referencial se ha enfatizado "la eficacia comunicativa" entendida como la capacidad de codificar/descodificar información sobre un referente y distinguirlo de otros no referentes.

Finalmente, desde la tradición del discurso o habla comunicativa (*speech communication*) el foco de atención se ha centrado en la habilidad para controlar la respuesta del otro, es decir, el aspecto persuasivo de la comunicación.



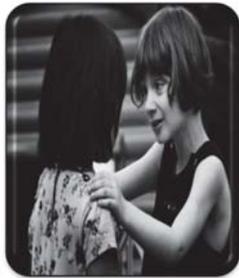
Habilidades comunicativas

Cómo mejorarlas

## La habilidad de -role-taking-



Implica la capacidad para adaptar la comunicación a la perspectiva y necesidades del interlocutor, haciendo abstracción de su propio rol.



**Incluye la empatía.** Ya que el análisis no es sólo cognitivo sino también del estado emocional del otro.

[Otra manera de verlo ;-\)](#)

## La habilidad de -role-taking-

Para dominar esta habilidad debemos:

tener conciencia de que existen perspectivas diferentes de la nuestra

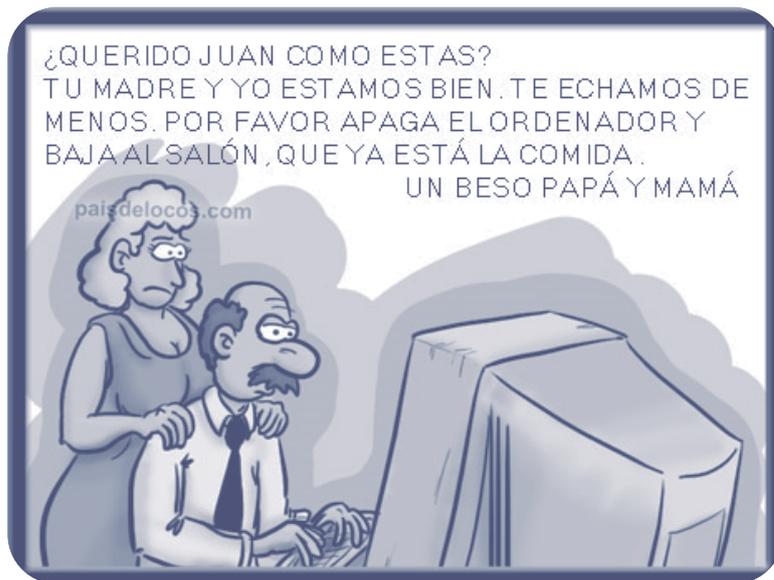
desear analizar la perspectiva de nuestro interlocutor

discriminar los atributos del interlocutor en relación a la tarea

comparar nuestra perspectiva con la del interlocutor

recoger las inferencias sobre la perspectiva del interlocutor en un mensaje verbal eficaz

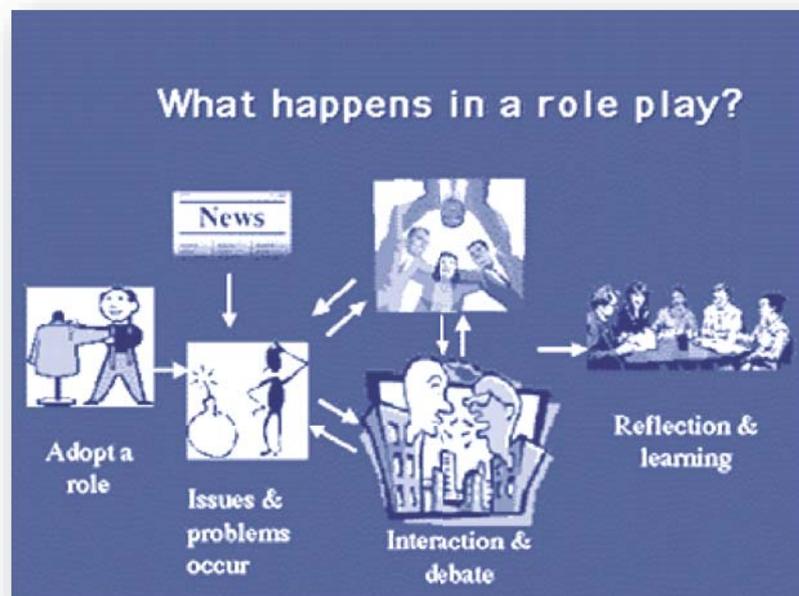
# La habilidad de -role-taking-



Un ejemplo que incluye las fases de la empatía (CV)

## Desarrollar el role-taking y la empatía. Técnica de Role-Playing

Cuando se desea que alguien comprenda lo más íntimamente posible una conducta o situación, se le pide que "se ponga en el lugar" de quien la vivió en la realidad. Si en lugar de evocarla mentalmente se asume el rol y se revive dramáticamente la situación, la comprensión íntima (insight) resulta mucho más profunda y esclarecedora.



---

## Desarrollar el role-taking y la empatía.

### Técnica de Role-Playing

---

En esto consiste el Role - Playing o Desempeño de roles: representar (teatralizar) una situación típica (un caso concreto) con el objeto de que se vuelva real, visible, vívido, de modo que se comprenda mejor la actuación de quien o quienes deben intervenir en ella en la vida real.

---

La representación escénica provoca una vivencia común a todos los presentes, y después de ella es posible discutir el problema con cierto conocimiento directo generalizado, puesto que todos han participado ya sea como actores o como observadores.

---

El provecho que puede conseguirse a través de esta técnica depende también de la reflexión posterior.

---

## Algunos ejemplos en diferentes ámbitos

- [Conflicto entre profesores](#)
- [Conflicto alumnos universitarios \(mediación\)](#)
- [Trabajando con clientes difíciles](#)
- [Empatía \(positivo/negativo\)](#)
- [Con un poco de humor ;-\)](#)

## La habilidad de comparación o de análisis de la tarea

Calidad en la emisión y la comprensión



Esta habilidad implica tanto la capacidad para formular mensajes claros y precisos, como la capacidad de una escucha activa y comprensiva.



Esta habilidad es útil para muchas tareas profesionales y personales. Desde indicar una localización, hasta dar información precisa sobre cualquier tema o conocimiento.

Implica una reducción en la ambigüedad del mensaje, una clara elección de que es lo más adecuado decir y cuando decirlo.

## Mensajes claros, precisos y adaptados

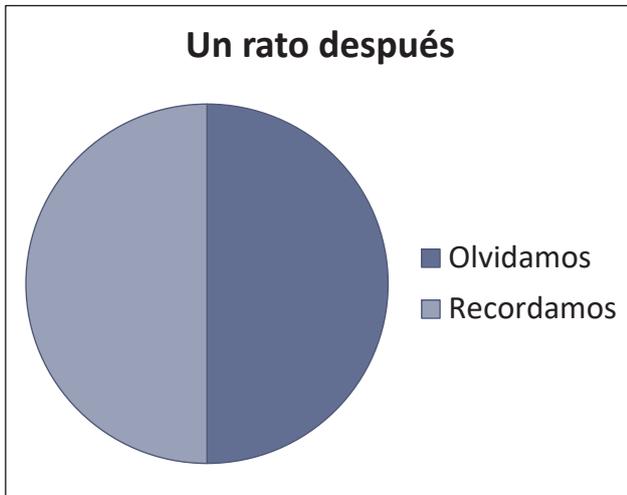
Cómo mejorarlas  
Rol emisor

**La transmisión de la información** ↪ La información para que surta los mejores efectos debe poseer sinceridad.

La información no se recorta, su recepción está controlada, corresponde a un acontecimiento próximo, puede ser asimilada: adaptada a cada nivel y dosificada en cantidad y calidad.

Aplicar las máximas de cooperación de Grice

# Las leyes del olvido



# Las leyes del olvido

---

Olvidamos el 50% de lo que acabamos de oír.

---

Pasados dos meses, olvidamos el 75% de lo que hemos oído.

---

Del 25% que recordamos, solo un 60% es correcto y además *añadimos a ello información que no nos habían proporcionado.*

# Las leyes del recuerdo

---

Recordamos lo que nos resulta útil.

---

Recordamos mejor la información presentada en forma breve y simple.

---

Recordamos la información más frecuente.

---

Acostumbramos a recordar lo más reciente o lo último que hemos oído.

---

Recordamos mejor lo que nos ha causado un mayor impacto.

Teniendo en cuenta las leyes del recuerdo y del olvido



Recordamos aquello útil



Seleccione la información útil para el interlocutor

## Teniendo en cuenta las leyes del recuerdo y del olvido



Recordamos aquello  
fácilmente  
comprensible



Construya mensajes  
simples, breves y  
concretos  
Evite el uso de jerga

## Teniendo en cuenta las leyes del recuerdo y del olvido



Recordamos la  
información  
más frecuente



Repita y  
reformule

Teniendo en cuenta las leyes del recuerdo y del olvido



Recordamos la información más reciente



Resuma al final las ideas principales

Mensajes claros, precisos y adaptados

Cómo mejorarlas  
Rol emisor

**Evitar la ambigüedad** → la producción de mensajes parciales o con ambigüedades del referente o de su contextualización dificulta la comprensión.



Mensajes claros, precisos y adaptados

**Evitar la incongruencia entre la CV y la CNV**

Cómo mejorarlas  
Rol emisor



Mensajes claros, precisos y adaptados

**La cultura, el estatus social, la edad del otro** ↗ Es fundamental que se tenga en cuenta y no debe ser impedimento para una comunicación fluida. Se ha de intentar entender lo que dice e intentar ser comprendido por él. **Adaptación al interlocutor.**

Cómo mejorarlas  
Rol emisor

# Obstáculos en la comunicación

**SUPERAR**

## TIPOS de OBSTÁCULOS O BARRERAS

ORGANIZACIONALES

DE SIGNIFICADO

DE PERCEPCIÓN

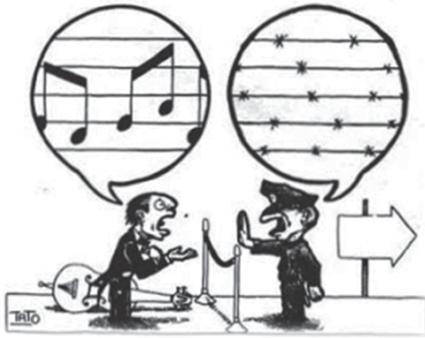
PSICO-SOCIALES

FÍSICAS

FISIOLÓGICAS

## ¿Realmente compartimos los mismos códigos?

Diálogo



DE SIGNIFICADO

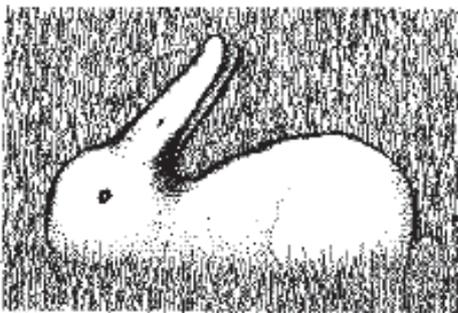
### ¿Cómo minimizar esta barrera?

Ser conscientes de que las perspectiva y el conocimiento del mundo de nuestro interlocutor puede ser distinta de la nuestra

Negociar significados

Mensajes adaptados al interlocutor

## ¿Nuestra percepción de la realidad y de las características del otro puede distorsionar la comunicación?



DE PERCEPCIÓN

### ¿Cómo minimizar esta barrera?

Evitar juicios precipitados

Transferir una mala experiencia a la actual

Proyectar sentimientos externos a la situación actual

Deducir el contenido o parte de él en base a la imagen que tenemos del otro

## ¿Qué hacemos cuando el otro tiene limitaciones que dificultan la comunicación? (discapacidad/procedencia)

### ¿Cómo minimizar esta barrera?



### FISIOLÓGICAS

“Paciencia”

En función de la discapacidad procurarnos algunos materiales gráficos de soporte

Hablar lentamente, con palabras sencillas

Apoyarse con los gestos y la mirada

## ¿Qué papel juegan los lugares? (espacios, barreras físicas, ruido excesivo...)

### ¿Cómo minimizar esta barrera?



### FÍSICAS

Organizar un espacio sin obstáculos, accesible, sin excesivos estímulos visuales

Procurar algún espacio adaptado a consultas o ventas que requieran especial confidencialidad

Evitar ruidos fuertes e innecesarios

## Psicosociales

- cognitivas si el problema del otro no es percibido o comprendido (tendencia a juzgar, superficialidad...)
- emocionales (nerviosismo, irritabilidad, aburrimiento, impaciencia, ansiedad...)
- interferencia social (características sociales, culturales, económicas, estatus del interlocutor)

## ¿Cómo minimizar esta barrera?

Conocernos y controlar aquellas características que pueden restar eficacia a nuestra comunicación

Aplicar técnicas explicadas

Y, calma...  
un mal día lo tiene cualquiera

Son las que se originan en estructuras organizacionales: mal diseño de la comunicación interna, estructura ambigua (roles, competencias, horarios...), uso deficiente de los canales comunicativos.

## ¿Cómo minimizar esta barrera?

Desarrollar y aplicar un plan de comunicación interna a la empresa o institución

## ADMINISTRATIVAS



## Escuchar, ¿cómo?

*La persona que té més habilitats comunicatives és aquella que sap escoltar millor, que escolta amb els ulls i amb tot el cos. Sebastià Serrano (2003)*

Escuchar es la capacitat de captar, atender e interpretar los mensajes verbales y otras expresiones transmitidas con el cuerpo y la voz. Representa deducir, comprender y dar sentido a lo que se oye y se observa.

**Es añadir significado al sonido**



La escucha activa significa prestar una atención total e indivisible hacia la otra persona y transmitirle que nos interesa y preocupa (Rogers, 1980).

Escuchar activamente requiere  
esfuerzo y respeto por el otro



Robertson (2005)



## Atender

Procurar un entorno sin distracciones

---

Postura y gestos que muestran implicación y compromiso

---

Movimiento corporal adecuado (asentir, sincronizar...)

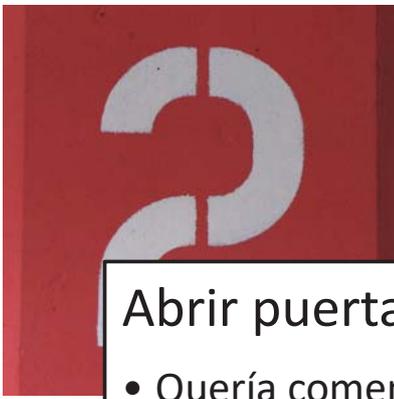
---

Expresiones faciales apropiadas a la situación

---

Contacto visual atento





# Dar continuidad

## Abrir puertas

- Quería comentarme algo en relación a...

## Utilizar animadores verbales (comunicación fática)

- “Aja”, “sí”, “entiendo”

## Preguntas oportunas y abiertas

- “Y ¿cómo te sentías?”

## Soportar algunos silencios (dar tiempo)



# Reflejar ideas y emociones

Mostrando comprensión y empatía

## Reflejar

“Suenas como qué...”  
“Parece estar sintiendo...”

## Parafrasear

Repetir invitando a profundizar  
... problemas  
“¿algunos problemas?”

## Reformular/Resumir

“Así según me dice este proyecto le provoca dos problemas...”

## Plantilla de observación indicadores escucha activa

Personaje:	1	2	3	4	5
1. Escucha con atención e interés					
2. Muestra empatía					
3. Mantiene contacto visual					
4. Mantiene postura corporal adecuada					
5. Utiliza comunicación no verbal					
6. Retroalimenta la conversación					
7. Elabora y utiliza las preguntas apropiadas					
8. Ayuda a clarificar pensamientos y sentimientos					
9. Comparte sentimientos					
10. No hace juicios y evita dar consejos					
11. Respeta silencios sin interrumpir a los demás					



¿Soy un buen “escuchador”?

Objetivo: Determinar los estilos de escucha activa de cada participante.

Tarea: Responder al cuestionario de Escucha Activa de enfermería

# ERRORES FRECUENTES



---

## Obstáculos para una escucha activa

---

El obstáculo de la **ansiedad**. Se está demasiado preocupado por sí mismo, por cómo es recibido y por cómo tiene que responder y quizá también por el miedo a que otro despierte en él alguna reacción emocional o el miedo a no disponer de la información adecuada.

---

El obstáculo de la **superficialidad**. Se tiende a generalizar o a huir de los temas más comprometidos. No se personaliza la conversación.

---

La **tendencia a juzgar**. Imponer inmediatamente las propias ideas y decir lo que se debe hacer y lo que no. Es propio de quien dirige su mirada inmediatamente a normas o esquemas personales, a sus ideas religiosas, políticas, éticas, etc., en lugar de centrarse en cuanto la otra persona expone.

---

# Obstáculos escucha activa

---

La **impaciencia**, la **impulsividad** que lleva a algunos a no permitir que el otro se exprese, termine a su ritmo sus frases.

---

El obstáculo de la **pasividad**. Se tiende a dar siempre la razón al otro (enfermo, cliente, jefe, pareja...) por el hecho de serlo y faltos por tanto de una capacidad de intervención activa y confrontadora en el momento oportuno.

---

La **tendencia a predicar**, a proponer en seguida pequeños "sermones" que deberían dar razón de lo que el otro está experimentando, según el propio criterio.

## Las habilidades de evaluación

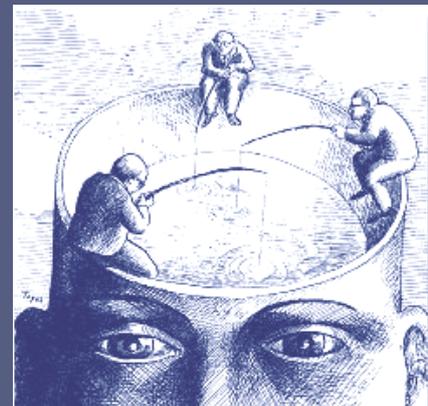
Tanto de nuestra comunicación, como de la del otro

Implican un control de la propia comunicación y un cierto conocimiento sobre cómo funciona la comunicación.

Estas habilidades "meta" comunicativas las utilizamos más a menudo de lo que parece.

Por ejemplo, al escribir una carta, nos preguntamos que vamos a decir, cual es la mejor manera de decirlo, como hacer para que el receptor entienda que queremos decirle, etc.

De forma a menudo inconsciente también realizamos esta tarea de control en cualquier situación de interacción comunicativa.



---

# Cómo mejorarlas

---

## Mejorar la autoevaluación comunicativa

Ensayo y evaluación de la congruencia entre la CV y la CNV.

---

Realizar una prueba de comunicación referencial, destacar la importancia la retroalimentación en la comunicación

---

Evaluar la capacidad de escucha activa, analizar que aspectos deben mejorarse.

---

Gravar una situación de role-playing y analizarla en clase: destacando los aspectos positivos y ayudando a comprender que aspectos deben mejorar para que su comunicación sea eficaz.

---

“Cualquier medio que nos ayude a reflexionar sobre la comunicación y sobre nuestro modo de comunicarnos”

## Funciones de las habilidades comunicativas

Las habilidades de *role-taking* asegurarían la adaptación de los interlocutores, tanto en su tarea -sea de codificación o de descodificación- como en el mantenimiento del intercambio comunicativo.

Las habilidades de comparación estarían mucho más centradas en una ejecución eficaz de la tarea, al margen del interlocutor, y por tanto se centran en las características del referente y la optimización de un código adecuado para transmitir la información o recibirla.

Las habilidades de evaluación permitirían a los sujetos el control de sus modos de comunicación de forma consciente, de tal forma que pueden adecuarla a cada nueva situación comunicativa.

Estas habilidades se sustentan en capacidades de tipo perceptual, cognoscitivo y lingüístico y es necesario un cierto nivel de competencia en dichas capacidades para adquirir competencia en el nivel comunicativo.

---

# Otras variables implicadas

---

**Las variables de personalidad influyen en nuestra eficacia comunicativa y marcan un estilo comunicativo** más o menos eficaz, aunque esto puede ser modificado.

---

En este sentido, parece que las personas impulsivas controlan peor la comunicación que las reflexivas.

---

Las habilidades interpersonales, la auto-confianza, la valoración positiva de las capacidades comunicativas y la extroversión son variables que influyen positivamente en la eficacia comunicativa.

---

Conforman estilos comunicativos más o menos eficaces para la comunicación y con consecuencias en la autosatisfacción y el autoconcepto.

---

## Referencias

Kisnerman, N. et al. (1985). *Grupo: Tomo IV. Colección Teoría y Práctica del Trabajo Social*. Buenos Aires: Humanitas.

Martínez, M. (2012). *Psicología de la Comunicación*. Col•lección OMADO. Dipòsit Digital de la UB. <http://hdl.handle.net/2445/30802>. Cap. 3 y 4

Robertson, K. (2005). Active listening. More than just paying attention. *Australian Physician*, 34 (1), 1053-1055.

Van-der Hofstadt, C. J. (2005). *El libro de las habilidades de comunicación. Cómo mejorar la comunicación personal*. 2ª Ed. Madrid: Ed. Díaz de Santos.



# Estilos comunicativos

## Comunicación asertiva



Mercè Martínez Torres  
Facultat de Psicologia - UB

+ Tema 1.4 ✎

Estils comunicatius. Cap a una comunicació asertiva

+ Estilos comunicativos 🔄 ⬆️ ✎

Ocult per a l'estudiantat

+ Comunicació asertiva ✎

+ 12 hombres sin piedad ✎

+ Práctica sobre asertividad 🔄 ⬆️ ✎

+ Material complementario asertividad 🔄 ⬆️ ✎



Antes de empezar

# ¿Qué entiendes por comunicación asertiva?



Práctica asertividad pregunta 1

¿Qué es la asertividad?

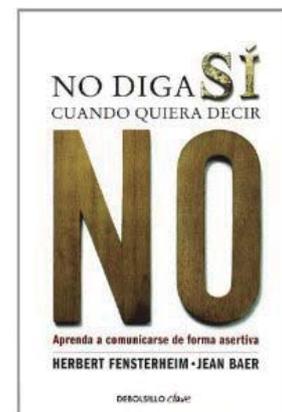
Escribe tu propia definición de asertividad.

## Asertividad

Empezaremos por destacar que la asertividad implica respeto, pero nunca servilismo o agresividad.

**¿Por qué digo SI cuando quiero decir NO?**

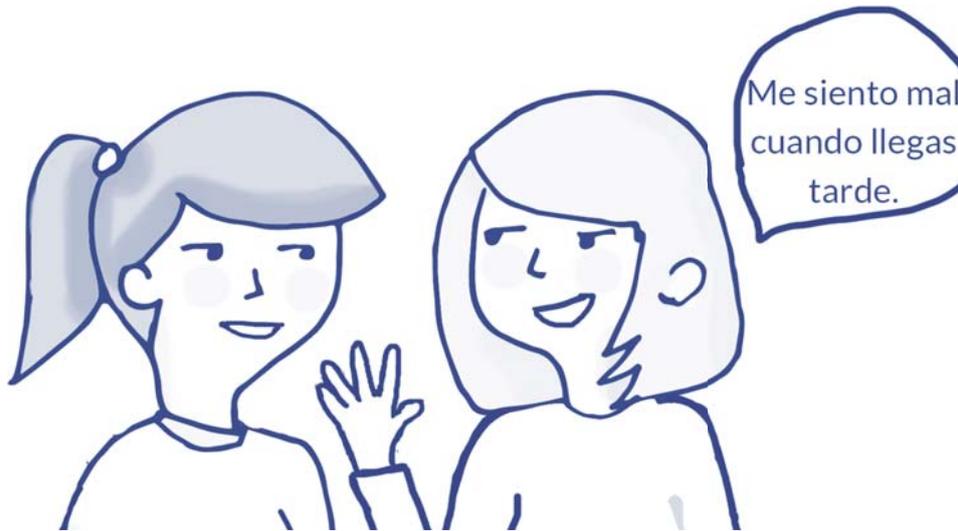
**¿Por qué digo NO y me siento culpable?**



Si lo has hecho estabas cuestionando tu capacidad asertiva

# Asertividad: una primera aproximación

Se puede definir como una habilidad personal (se aprende como una forma básica de comunicación) que permite a la persona expresar sus sentimientos, pensamientos, opiniones y deseos de una forma adecuada, defendiéndolos, pero sin negar ni violar los de los demás.



## La rueda de la asertividad

# La comunicación asertiva

## LOS 4 PASOS PARA DECIR "NO"

-  **ESCUCHAR ACTIVAMENTE PARA ASEGURAR LA COMPRESIÓN DE LO QUE SE NOS PIDE**
-  **SI LA RESPUESTA ES NEGATIVA, DECIR "NO" EN LUGAR DE "QUIZAS" O "NO LO SE SEGURO"**
-  **EXPONER SUS MOTIVOS PARA DECIR "NO" (SI ES OPORTUNO)**
-  **NEGOCIAR OTRA ALTERNATIVA ESPECIFICA**

RECUERDE: **al decir "si" a peticiones irracionales puede que pierda respeto en lugar de ganarlo**

El hecho de ser asertivo hace que te controles a ti mismo, que te expreses franca y honestamente, sin sentimientos de ansiedad y culpabilidad y te facilita la integración y comunicación con el medio.

## Qué implica la comunicación asertiva

- 1** **Respeto por los demás y por uno mismo:**
  - Tratar a los otros con respeto es simplemente considerar sus derechos humanos básicos, pero no implica condescendencia o no cuestionar lo que otros piensan o hacen.
- 2** **Ser directo:**
  - Significa comunicar sentimientos, creencias y necesidades directamente y en forma clara.
- 3** **Ser honesto:**
  - La honestidad significa expresar verdaderamente los sentimientos, opiniones o preferencias, sin menosprecio de los otros ni de sí mismo. Esto no significa decir todo lo que pasa por la mente o dar toda la información considerada como privada o irrelevante.
- 4** **Ser apropiado:**
  - Toda comunicación, por definición involucra al menos dos personas y ocurre en un contexto particular, así una comunicación asertiva debe acomodarse a un espacio, un tiempo, un grado de firmeza, unas relaciones interpersonales determinadas...

# TIPOS Y FORMAS de COMUNICACIÓN

## Estilos de comunicación interpersonal



Pasivo



ASERTIVO



Agresivo

## ¿Hazte estas preguntas?

1. ¿Tiene usted dificultades para expresar sus opiniones en un grupo de amigos o compañeros de trabajo?
2. ¿La dificultad está en ser claro y directo con lo que quiere decir?
3. ¿Siente con frecuencia la necesidad de dar sugerencias o corregir a alguien que está haciendo un trabajo deficiente?
4. ¿Ignora la situación esperando que se arregle por sí sola?
5. ¿Se siente fuerte después de haber hecho una corrección?
6. ¿Niega conscientemente los cumplidos que le hace la gente?
7. ¿Responde con bromas ante el comportamiento tonto de una persona?
8. ¿Se irrita fácilmente?
9. ¿Abusan verbalmente de usted?
10. ¿Responde de tal manera que coloca a la otra persona por debajo?
11. ¿Evita pedir favores frecuentemente?

Responde SI (mayoría de ocasiones) o NO (nunca, pocas ocasiones)

## Forma de comunicación pasiva:

Cuando la persona no expresa directamente sus sentimientos, pensamientos y deseos. Cuando se intentan comunicar éstos indirectamente o se ocultan por completo. Se confía en que los demás adivinen lo que queremos o lo que sentimos. No se violan los derechos y/o sentimientos de los demás, pero se permite que los propios estén desatendidos.

## Forma de comunicación asertiva:

Cuando la persona es capaz de expresar sus sentimientos, pensamientos y deseos y defender sus derechos sin violar los de los demás. Cuando se está abierto a la negociación, al diálogo y al compromiso.

## Forma de comunicación agresiva:

Cuando la persona expresa lo que siente, lo que quiere y lo que piensa a costa de los derechos y los sentimientos de los demás y tiende a humillar y a atacar cuando no puede salirse con la suya, fomentando la culpa y el resentimiento en los otros, no fomentando la negociación ni el diálogo.

¿Has contestado positivamente a las preguntas (negro)?  
¿Has contestado positivamente a las preguntas (azul)?

1. ¿Tiene usted dificultades para expresar sus opiniones en un grupo de amigos o compañeros de trabajo?
2. ¿La dificultad está en ser claro y directo con lo que quiere decir?
3. ¿Siente con frecuencia la necesidad de dar sugerencias o corregir a alguien que está haciendo un trabajo deficiente?
4. ¿Ignora la situación esperando que se arregle por sí sola?
5. ¿Se siente fuerte después de haber hecho una corrección?
6. ¿Niega conscientemente los cumplidos que le hace la gente?
7. ¿Responde con bromas ante el comportamiento tonto de una persona?
8. ¿Se irrita fácilmente?
9. ¿Abusan verbalmente de usted?
10. ¿Responde de tal manera que coloca a la otra persona por debajo?
11. ¿Evita pedir favores frecuentemente?

¿Qué estilo crees que implica?



## CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNICACIÓN ASERTIVA

### Conducta no verbal:

Contacto ocular directo (pero no intimidatorio).

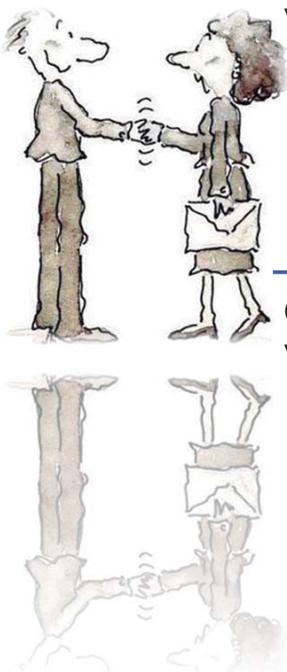
Habla fluida. postura erguida. respuestas directas a la situación.

Voz relajada, bien regulada y firme.

### Conducta verbal:

Mensajes en primera persona del tipo, yo .., a mi .., etc. verbalizaciones positivas utilización de palabras como pienso que ....., quiero ....., me gustaría....., etc.

El tono de una respuesta asertiva es: Sincero, positivo, no punitivo, justo, considerado, directo, no defensivo, sensible, constructivo.

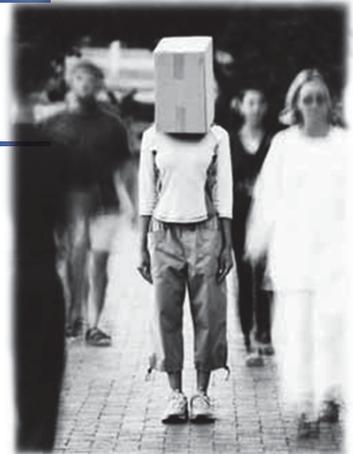




## CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNICACIÓN PASIVA

### Conducta no verbal:

Ojos que miran hacia abajo, voz baja y vacilante, gestos desvalidos, postura hundida.



### Conducta verbal:

No decir nunca no, poner excusas y/o mentir. Utilización de palabras del tipo: quizás, supongo, realmente no es importante, etc.



YO NO SOY  
ASERTIVO, YO  
SOY PERFECTO  
Y SIEMPRE  
TENGO RAZÓN  
EN TODO.



¡APRENDE  
LA DIFERENCIA,  
DÉBILES E  
INSULSOS  
MORTALES!

---

## CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNICACIÓN AGRESIVA

---



**Conducta  
no verbal:**

Tono de voz agresivo, mandón y exigente, mirada fija, habla fluida y rápida.

---

Postura intimidatoria, gestos de amenaza.

---

**Conducta  
verbal:**

Mensajes interpersonales. se utilizan palabras y frases como: ten cuidado, si no lo haces..., harías mejor en..., etc.

---



¿Vamos al cine?



Accesos a  
la película

---

Versión original (por ejemplo en:  
<http://www.dedominiopublico.org/peliculas/12-hombres-sin-piedad-1957/>)

---

Enlace versión española (ESTUDIO 1) en:  
<https://www.rtve.es/alacarta/videos/estudio-1/estudio-1-doce-hombres-sin-piedad/5309197/>



Juror #1	Juror #2	Juror #3	Juror #4

Identificar conductas pasivas, asertivas y agresivas.



Práctica asertividad pregunta 2

Finalidad: Reconocer e identificar elementos verbales y no verbales de la comunicación asertiva

## Técnicas de comunicación asertiva

Mirar la descripción en el material complementario colgado en el CV

Práctica asertividad pregunta 6



---

# Comportamiento asertivo: ventajas

---

Disminución de la ansiedad.

---

Aumento de relaciones más íntimas y significativas.

---

Mejora de la adaptación social.

---

Aumento de la autoestima.

---

Maximización de consecuencias favorables y minimización de consecuencias desfavorables.

---

Aumento de la confianza y seguridad en ti mismo.

---

Mejora de la aceptación y el respeto propio y el de los demás.

---

Mejora de la expresión de sentimientos, derechos y deseos tanto positivos como negativos de una forma eficaz.

---

Aumento de la empatía.

---

## Ejercicio práctico

### Práctica asertividad pregunta 3, 4 y 5

- Analizar tres situaciones propias: comportamiento pasivo, asertivo y agresivo. Hacer hincapié en las consecuencias a nivel personal e interpersonal de los tres tipos de comportamiento.
- Determinar que tipo de comunicación/comportamiento se tiene en distintos contextos o situaciones, por ejemplo: **Salud, trabajo, economía, familia, relaciones sociales, amigos, estudios (actuales), necesidades, valores.**
- Preguntar si en todas las situaciones tienen el mismo tipo de actuación.
- Analizar porqué en función del contexto y del estatus o rol que desempeñamos optamos por diferentes tácticas comunicativas.
- De forma realista preguntarnos SI podríamos ser más asertivos en alguno de esos contextos.

---

## ¿Qué entiendes por comunicación asertiva?

Práctica asertividad pregunta 7

Modifica la definición inicial que has hecho a partir de los conceptos introducidos



Ponemos en común en clase y hacemos algunos ejercicios

---

## ¿Qué entiendes por comunicación asertiva?

Por ejemplo:

La **asertividad** suele definirse como un comportamiento comunicacional maduro en el cual la persona no agrede ni se somete a la voluntad de otras personas, sino que manifiesta sus convicciones y defiende sus derechos. Es, también, una forma de expresión consciente, congruente, clara, directa y equilibrada, cuya finalidad es comunicar nuestras ideas y sentimientos o defender nuestros legítimos derechos sin la intención de herir o perjudicar, actuando desde un estado interior de autoconfianza, en lugar de la emocionalidad limitante típica de la ansiedad, la culpa o la rabia.



## Referencias

Castanyer, O. (1996). *La asertividad, la expresión de una sana autoestima*, Bilbao, Desclée de Brouwer.

Fensterheim, H. y Baer, J. (2003) *No diga sí cuando quiera decir no*. Barcelona: Ediciones Grijalbo.

Palmer, P. (1991). *El ratón, el monstruo y yo: asertividad para jóvenes*. Valencia, Promolibro.

UNIR (-) Tema 9. La asertividad. Módulo III. Habilidades sociales en la interacción social. Universidad Internacional de la Rioja. Recuperado de:

[http://gestor.unir.net/UserFiles/file/guias/807\\_habilidades\\_sociales\\_y\\_comunicacion.htm](http://gestor.unir.net/UserFiles/file/guias/807_habilidades_sociales_y_comunicacion.htm)

