

Instrucciones:

- 1 Investiga en fuentes bibliográficas sobre la comunicación interpersonal
- 2 Contesta las siguientes preguntas

a) ¿Cuáles son las habilidades generales del lenguaje?

Las principales habilidades de la comunicación interpersonal en las organizaciones están más relacionadas con el trabajo son la fluidez verbal, la explicación, interpretación, valoración y la persuasión.

b) ¿Qué son las habilidades sociales?

Las habilidades sociales son acciones simples o complejas que han sido aprendidas, hasta el grado de ejecutarlas con rapidez y son sociales porque es la forma de influir en otras personas, se materializan en la interacción con el grupo, la comunidad y la 92 sociedad y expresan los sentimientos, actitudes, deseos, opiniones que facilitan el comportamiento

c) ¿Cuáles son las habilidades directivas de la comunicación interpersonal?

EMPATIA, CAPACIDAD DE ESCUCHAR.

d) ¿Qué es la interpretación de la comunicación?

La interpretación es la habilidad de la comunicación que permite dar un significado correcto al mensaje. La interpretación es respuesta al mensaje a la explicación. En la interpretación de la comunicación el receptor trata de entender lo que se le dice y está determinado por las características personales, valores, prejuicios, escolaridad, educación y cultura de la persona que actúa como receptor, también afectan otros como los canales y la retroalimentación.

e) ¿Qué es la evaluación de la comunicación?

Para la evaluación el receptor realiza una valoración de lo escuchado influenciada 99 por el sentido de la vida, creencias, juicios, experiencias, vivencias, expectativas, educación y cultura del receptor.

Evaluar significa hacer un juicio personal de la comunicación, y un paso posterior a la interpretación.

En la evaluación hay que definir los juicios de opinión de los juicios de valor para que incidan en el resultado.

f) ¿Qué es la persuasión en la comunicación?

Es una habilidad directiva en la que el emisor convence al receptor que actúe o haga algo, influyendo en su comportamiento. Es una mezcla de asertividad, interpretación y valoración.

g) ¿Cuáles son las competencias comunicativas?

Son: saber escuchar, capacidad de exponer las ideas de forma coherente y convencer, y capacidad para trabajar en equipo

h) ¿Cuáles son los factores que intervienen en la interpretación de la comunicación?

Cuando se está bajo una suposición, un rumor, un hecho, una deducción y una opinión,

-cuando se está bajo las emociones, los sentimientos y juicios de valor que afectan la comprensión de las situaciones,

-cuando se está consciente de las diferencias de significación entre los (actores)

-cuando se está interpretando en función de ideas preconcebidas o de intereses personales

i) ¿Cuáles son los factores que intervienen en la evaluación de la comunicación?

Para la evaluación el receptor realiza una valoración de lo escuchado influenciada por el sentido de la vida, creencias, juicios, experiencias, vivencias, expectativas, educación y cultura del receptor

j) ¿Qué es la competencia saber escuchar?

Es un proceso activo, consciente, que requiere la recepción comprensible de la comunicación cuya base es la atención, requiere también pensamientos, ideas, emociones, sentimientos, deseos, valores y voluntad pero además exige calma y respeto por los demás.

k) ¿Cuáles son las fases del proceso de saber escuchar?

Preparación

En la preparación nos predispondremos mental y físicamente para prestar la atención necesaria durante la entrevista. En la preparación tendremos presente tres aspectos: la elección del momento y el lugar para la comunicación, la recopilación y el análisis de la información sobre nuestro interlocutor y presentar una actitud positiva hacia la escucha.

Posición y mirada

A lo largo de la entrevista presentaremos una posición adelantada, avanzando el cuerpo desde la cintura y miraremos fijamente a los ojos de quien nos habla. Además, respetaremos la distancia con nuestro interlocutor teniendo en cuenta el tipo de relación que tenemos con él.

Reforzar al interlocutor

Aplicaremos una serie de técnicas para demostrar a nuestro interlocutor que le prestamos atención. Estas técnicas son: el refuerzo positivo, la paráfrasis, la reformulación, la ampliación, la técnica de las preguntas, el silencio, asentir con la cabeza y las expresiones faciales.

Observar el lenguaje no verbal

Durante el proceso de escucha activa observaremos su lenguaje no verbal, es decir, sus gestos corporales, sus expresiones faciales y sus características de la voz, tales como el tono, la intensidad y el ritmo.

Obtener las ideas principales

Detectaremos las palabras clave que sustentan el mensaje de nuestro interlocutor. Relacionaremos dichas palabras clave para extraer las ideas principales del mensaje.

Retroalimentación

Finalmente, mediante la retroalimentación transmitiremos a nuestro interlocutor el resumen del mensaje que hemos escuchado, demostrándole que hemos interpretado correctamente su mensaje.

Conociendo en profundidad el proceso de la escucha activa y practicando sus técnicas, lograremos desarrollar nuestra capacidad de escucha activa.

l) ¿Qué importancia tiene para la escucha las normas propuestas por Keith Davis?

Deje de hablar.....ud: No puede escuchar si está hablando.

2. Haga que el que habla se sienta cómodo... Ayúdelo a sentir que puede hablar libremente.

3. Demuestre que desea escucharlo..., que su postura y su expresión denota el interés que usted siente.

4. Elimine y evite distracciones...no responda el teléfono ni haga caso de ninguna cosa externa que pueda distraerlo.

5. Trate de ser empático con el otro..., establezca un lazo afectivo desde el primer momento de la entrevista.

6. Sea paciente..., déle tiempo para explicarse, no interrumpa el relato.

7. Mantenga la calma y el buen humor..., que no se observen señales de enojo o de impaciencia en su rostro.

8. Evite discusiones y críticas, sea prudente en su argumento..., que su disenso sea racional y discreto.

9. Haga preguntas.... Las preguntas estimulan a su interlocutor y demuestran interés por conocer la totalidad de la exposición.

10. Pare de hablar.... Esto es lo primero y lo último. Mientras se habla no llegan nuevos conceptos. Además frena la explicación de su interlocutor

m) ¿Qué significa capacidad de exponer las ideas de forma coherente y convencer?

Ser capaces de decir lo que queremos decir (y no otra cosa).

Ser coherentes en lo que decimos y en cómo lo decimos (ajuste entre la comunicación verbal y la no verbal).

Adaptar la comunicación a la situación y características de la otra persona.

Asegurarnos de que quien escucha comprende y acepta el mensaje.

Saber interpretar la posible respuesta de la otra persona.

n) ¿En qué condiciones la persuasión es más difícil?

Hay que tener presente el observar a las personas emocionalmente equilibrados

(con buen humor) son mas fácilmente persuadidos que los que están irritados, impacientes, coléricos, malhumorados, disgustados y resentidos. También en el plano de la comunicación el clima organizacional relajado es más favorable que el clima excesivamente rígido y amenazador en el caso de la persuasión.

o) ¿En qué condiciones de la percepción de las informaciones es mejor para recibir la influencia sugestiva?

influye en la autoestima, cuanto mayor es la autoestima de la persona, mayor es la fuerza que tiene hacer para cambiar la resistencia a la información que se debe persuadir.

p) ¿A qué conduce de la abusiva utilización de la persuasión y la sugestión?

En cambio los principios de la persuasión basados en la teoría del aprendizaje han sido utilizados por los persuasores profesionales, en especial por los publicistas y los propagandistas políticos, desde hace casi un siglo.

Según la teoría del aprendizaje, un mensaje persuasivo es persuasivo cuando el destinatario lo aprende y acepta; la propaganda debe verse, entenderse, aprenderse, recordarse, y ejercitarse en el comportamiento.

El mensaje debe atraer la atención del destinatario. Los mensajes ignorados no consiguen persuadir.

Los argumentos del mensaje deben entenderse y comprenderse. Para que tenga lugar la persuasión, tenemos que captar la idea que quiere transmitir el que habla, tanto si se trata del significado de un sencillo eslogan publicitario como si es una compleja serie de razones por las que un país debe entrar en guerra.

El destinatario debe aprender los argumentos que contiene el mensaje y llegar a considerarlos verdaderos. La tarea del anunciante y de los demás persuasores consiste en enseñar argumentos a favor de la causa, de forma que estos argumentos se le ocurran a uno en el momento y lugar adecuado.

Obramos de acuerdo con este conocimiento y creencias aprendidas cuando hay un incentivo para ello.

Por lo general, las personas intentamos conservar nuestra energía cognitiva realizando atajos mentales siempre que podemos, e intentamos racionalizar nuestros pensamientos y conducta de manera que parezcan razonables tanto para

nosotros como para los demás. La mayoría de los mensajes de la propaganda, si no todos, intentan sacar partido de estas dos tendencias humanas básicas.

El autor reflexiona a lo expuesto preguntándonos: -¿No es irresponsable equipar a todo un hogar de nuestros días con la propaganda moderna y no ofrecerle instrucciones sobre las tácticas de persuasión?.

Sin duda que lo es. Pero nada fácil es, que hoy en día, la gente pueda advertir ésta manipulación por parte de los medios de comunicación de masas, es más, como ha comentado el profesor Moncho, los gobiernos actuales intentan mantener a la población en la ignorancia, y así poder manejarla a su antojo.

Las características de la persuasión moderan, el entorno saturado de mensajes, el anuncio de treinta segundos, el carácter inmediato de la persuasión, hacen que sea cada vez más difícil pensar en profundidad sobre cuestiones y decisiones importantes

q) ¿Cuál es diferencia básica entre la persuasión y la sugestión?

Sugestión es la denominación dada al proceso psicológico mediante el cual personas, medios de comunicación, libros, y toda clase de entes que manipulen conceptos y sean capaces de emitir información pueden guiar, o dirigir, los pensamientos, emociones, sentimientos o comportamientos y estados físicos de otras personas.

Persuasion

La persuasión es un proceso destinado a cambiar la actitud o comportamiento de una persona o un grupo hacia algún evento, idea, objeto o persona(s), mediante el uso de palabras para transmitir información, sentimientos, o el razonamiento, o una combinación de los mismos.

r) ¿Cuáles son los factores de la personalidad que influyen en la sugestión?
están determinadas por un conjunto de factores, algunos innatos y otros adquiridos.

Los innatos vienen a ser las estructuras biológicas que son iguales para toda la especie, principalmente.

Pero luego encontramos los factores adquiridos, referentes a la personalidad

Entre estos factores encontramos las experiencias pasadas, normalmente relacionadas con su conocimiento. Influye también las necesidades, ya que un sujeto esta mas capacitado para percibir todo aquello que necesite que aquello que se sugiere

s) ¿Qué papel la personalidad en las competencias comunicativas?

En los enfoques propios del funcionalismo lingüístico, se denomina competencia comunicativa a la capacidad de hacer bien el proceso de comunicación, usando los conectores adecuados para entender, elaborar e interpretar los diversos eventos comunicativos, teniendo en cuenta no sólo su significado explícito o literal, lo que se dice, sino también las implicaciones, el sentido explícito o intencional, lo que el emisor quiere decir o lo que el destinatario quiere entender. El término se refiere a las reglas sociales, culturales y psicológicas que determinan el uso particular del lenguaje en un momento dado.

Bibliografía:

http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/elibros_internet/55772.pdf