

THI

NK

Nafarroa Kultura
Cultura Navarra

TA

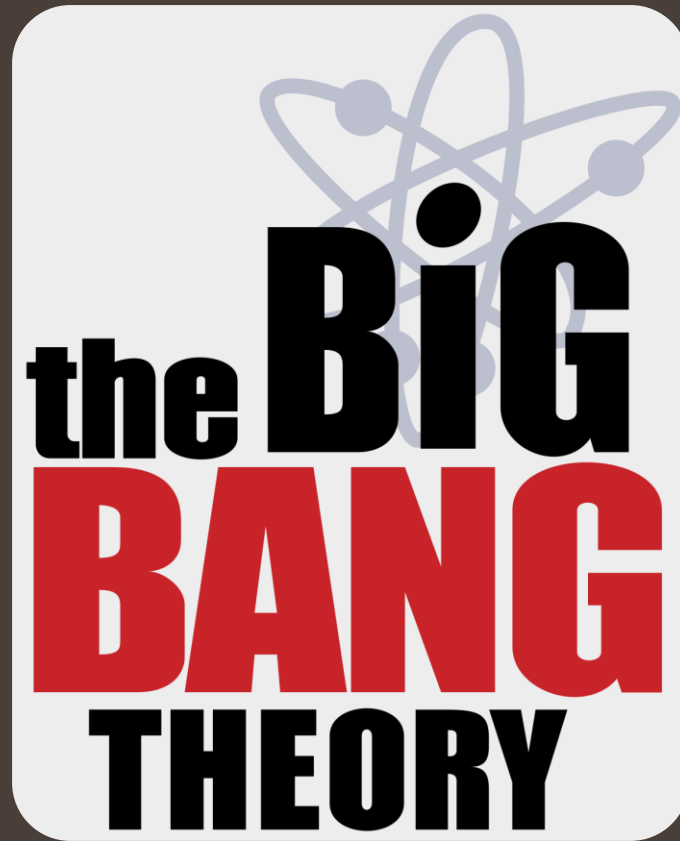
Comunicar desde lo práctico

culturana Navarra.es/es/think-tank

Andrés García de la Riva

26 /04/2018

Introducción



La comunicación en frases

Piensa como un hombre sabio
pero comunícate con el
lenguaje de la gente.
— William Butler Yeats

En el mundo moderno, la calidad de vida es
calidad de la comunicación.
(Tony Robbins)

"Los medios de comunicación son la
entidad más poderosa de la tierra. Ellos
tienen el poder de hacer culpable al
inocente e inocente al culpable, y este
es el poder. Porque ellos controlan la
mente de las masas."

Malcolm X

**YO SOY DUEÑO DE MIS
PALABRAS, TÚ DE TUS
INTERPRETACIONES.**
@JAIMELEAL

**Cuando hablas; procura
que tus palabras sean
mejores que el silencio.**
Proverbio indio

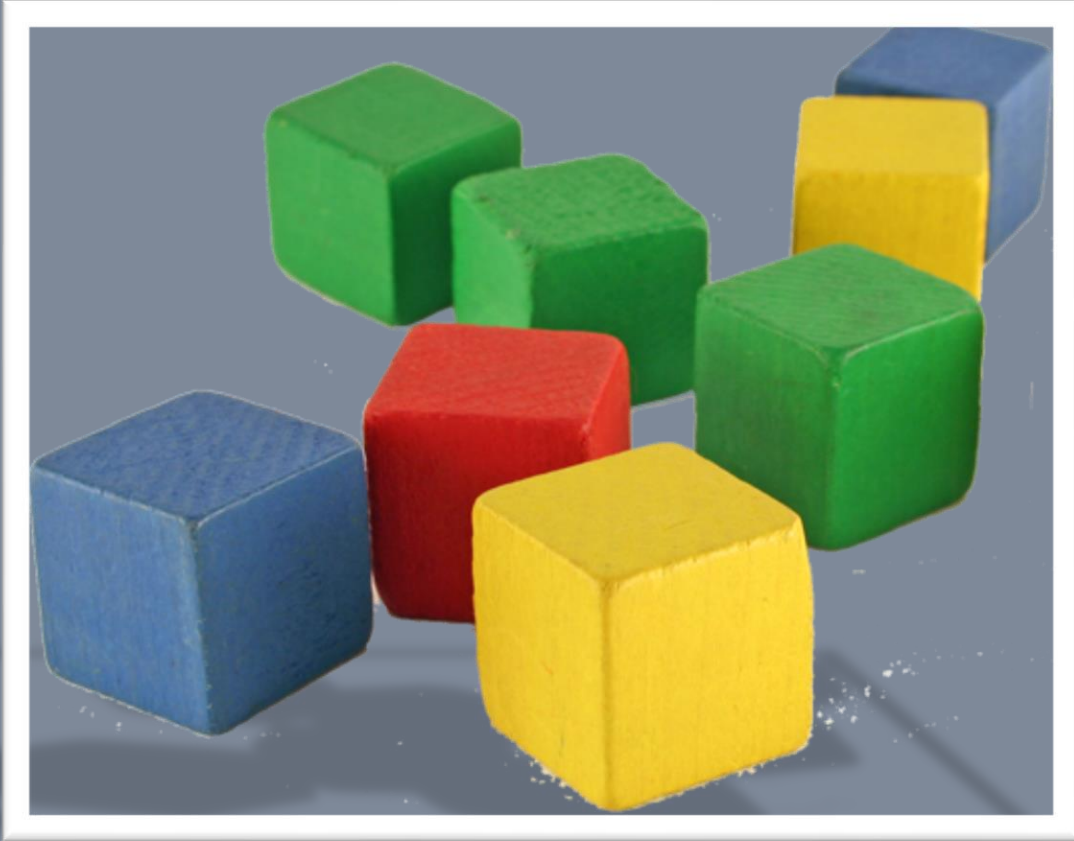
El que sabe pensar, pero no sabe cómo expresar lo
que piensa, está en el mismo nivel del que no sabe
pensar.

(Pericles)

**"EL HOMBRE MODERNO SE RODEA DE INFINITAS
POSIBILIDADES DE COMUNICACIÓN Y,
PARADÓJICAMENTE, ES LO QUE
SIEMPRE LE FALTA."**
MARCEL MARCEAU

**Nunca se mintió tanto
como en nuestros días
Alexander Koyré**

Lo más importante en la comunicación
es escuchar lo que no se dice.
— Peter Drucker —



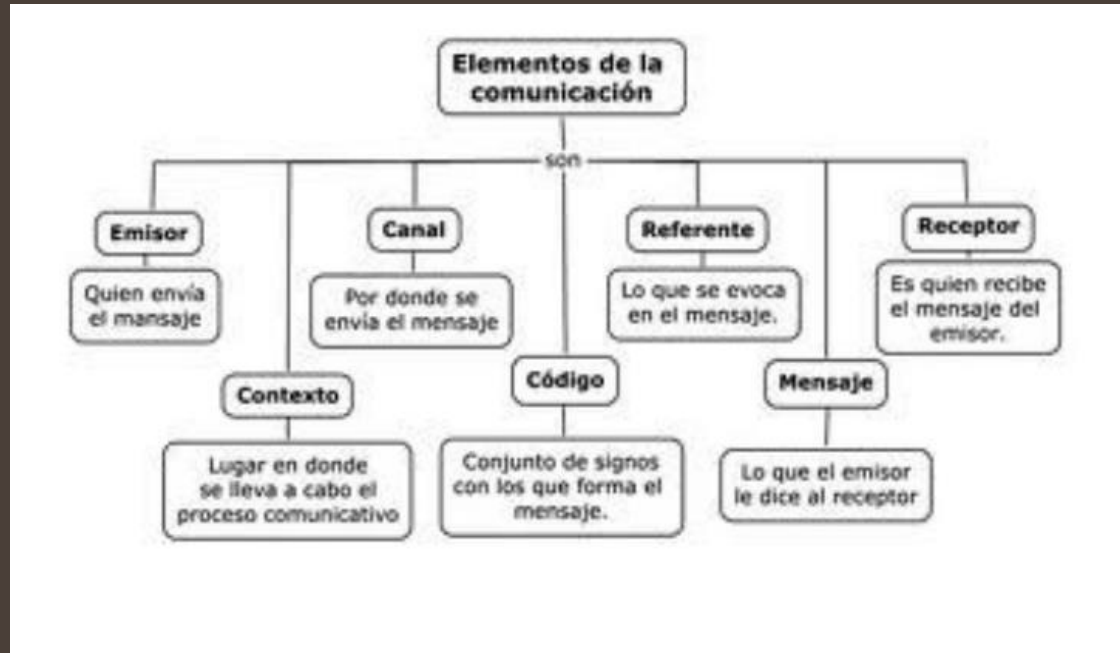
LA COMUNICACIÓN:
RELACIONES
HUMANAS

Bloque 1

¿Qué es comunicación?

Comunicación: del latín *comunicare*.

- hacer al otro partícipe de lo que uno tiene.
- acción de comunicar o comunicarse
- proceso por el que se trasmite y recibe una información.



Tipos de comunicación



Tipos de comunicación

1. Según el número de participantes

Individual, colectiva, intrapersonal, intergrupar, masiva...

2. Según el canal sensorial

Visual, auditiva, táctil, sensorial, auditiva...

3. Según el canal tecnológico

Telefónica, virtual, digital, televisiva, cinematográfica...

4. Según el uso y finalidad

Publicitaria, periodística, educativa, política...

5. Otros tipos

Por señas, organizacional, sexual, emocional...

Barreras de la comunicación

Cuando en el proceso de comunicación existen barreras el mensaje no puede ser captado en su totalidad y su esencia es degenerada. Este fenómeno se conoce como ruidos o interferencias.

Las **barreras** pueden ser:

Psicológicas: falta de interés, de empatía o de escucha...
prejuicios...

Sociales: palabras con diferentes significados, grupos excesivamente grandes...

Físicas: deficiencias en los sentidos.

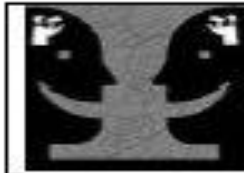
Por la estructura del mensaje: falta de claridad, de naturalidad, de coherencia...

Axiomas de la comunicación

Los axiomas de Paul Watzlawick



No es posible no comunicar
Todo comportamiento es una forma de comunicación.



La comunicación humana es tanto verbal (digital) como no verbal (analógica)
La comunicación implica el 'qué se dice' y el 'cómo se dice'



Toda comunicación tiene un nivel de contenido y un nivel de relación, la metacomunicación



La naturaleza de una relación depende de cómo se ordene la secuencia de actos comunicativos



Los intercambios comunicacionales pueden ser tanto simétricos como complementarios

Ejercicio: ¿Qué tipo de comunicador soy?



Comunicación asertiva: Habilidades a desarrollar

1-Evalúa tu estilo

Si tienes un estilo agresivo sabrás que tienes que ser más amable al hablar y escuchar más. Si es pasivo tendrás que reafirmarte y comunicar más tus opiniones.

2-Usa frases con “yo”

Harás saber a los demás lo que piensas sin sonar como si estuvieras acusando: “yo no estoy de acuerdo” en lugar de “estas equivocado”.

3-Aprende a escuchar

Ser un buen comunicador incluye saber escuchar bien y ser un buen oyente incluye mantener una actitud abierta hacia el mensaje de la persona.

4-Busca acuerdos

Se trata de que llegues a acuerdos ganar-ganar, evitando las posturas extremas en las que solo gane o pierda alguien.

5-Identifica tus necesidades y busca satisfacerlas

Encuentra forma de satisfacer tus necesidades sin sacrificar las de los demás.

Comunicación asertiva: Habilidades a desarrollar

6-Oponerse de forma asertiva. Aprender a decir no

Si alguien te está insistiendo para que hagas algo que no deseas (lo que ocurre a menudo, por ejemplo con los vendedores), puedes dar directamente un “no” sin sentirte culpable, dar excusas o explicaciones.

7-Usa el lenguaje no verbal

Mantén contacto ocular (sin mirar fijamente), posición recta, usa las manos y habla con claridad.

8-Controlar y aceptar las emociones

Trabaja en controlar tus emociones y mantenerte tranquilo para comunicarte efectivamente sin que tus emociones te controlen a ti.

9-Disco rayado

Ser persistentes en aquello que queremos y que en ocasiones, cuesta mantener tras la insistencia del otro.

10-Afrontar críticas

Se basa en afrontar las críticas de forma constructiva. Lo puedes hacer pidiendo detalles sobre la crítica (cómo, qué, quién) e información.

Comunicación asertiva: Habilidades a desarrollar

11-Afirma o pregunta claramente

Comunica claramente lo que quieres, si algo te molesta dilo de forma asertiva y evita los ataques personales encubiertos o sarcásticos.

12-Solicitar cambios de comportamiento a otra persona

Asumir el problema, describir el comportamiento que quieres cambiar, enunciar las consecuencias del cambio de comportamiento, expresar cómo te sientes por el problema, finalizar solicitando el cambio de comportamiento de forma concisa y clara.

13-Autorrevelación

Se trata de hacer que los demás se sientan abiertos hacia ti y comiencen a tener confianza.

14-Banco de niebla

Se usa para evitar un conflicto directo cuando una persona te habla de forma agresiva o suelta algún comentario atacante. Se basa en decir respuestas inesperadas para frenar el comportamiento agresivo.

Escucha

¿Para qué escuchar?

- Para generar confianza
- Para transmitir que los otros son importantes para nosotros
- Conocer y empatizar con las personas que forman nuestros equipos
- Obtener información y cambiar juicios
- Conseguir relaciones más efectivas
- Conocer lo que hay y lo que falta
- Para alinear a los miembros del equipo en el objetivo común
- Para lograr que el proceso de la comunicación funcione.

Escuchando...



Escucha

¿Como escucho mejor?. Herramientas para la escucha

Previos: Para una comunicación efectiva es mejor acordar el momento y lugar para tener una conversación de calidad

En la conversación:

1. Repetir lo que dice el interlocutor para estar seguro de haber entendido:
 - Si te he entendido bien..
 - Lo que has querido decir..
 - Puedes repetir con tus palabras los puntos principales de lo que hemos hablado...
2. Silencio: Dar tiempo y ser paciente
 - Silencio exterior: Hablar sin interrumpir
 - Silencio interior: Libre de pensamientos
3. Preguntar para entender
 - ¿Que has querido decir cuando..?
 - ¿Me podrías ampliar un poco este punto?
 - ¿cómo ha sido para ti? , ¿ que necesitas?
4. Empatizar: Ponerse en “ sus zapatos”.



Emociones

Pasos previos para regular las emociones y poder así responder en lugar de reaccionar

- 1- **RECONOCER** la emoción
- 2- **ACEPTAR Y ACOGER** la emoción
- 3- **INDAGAR** sobre las razones que originan la emoción
- 4- **NO IDENTIFICARSE** con la emoción



Contagio de las emociones y la comunicación emocional

Nuestro cerebro emocional es más rápido que nuestro cerebro racional, y es por ello que se nos define como seres emocionales.

Estas emociones además tienen otras cualidades fundamentales para la comunicación, como por ejemplo, que no podemos ocultarlas en nuestro rostro, que el cerebro es capaz de interpretarlas, o algo todavía más crítico: que se contagian.

Por tanto, ¿Somos lo que somos, o somos lo que comunicamos?

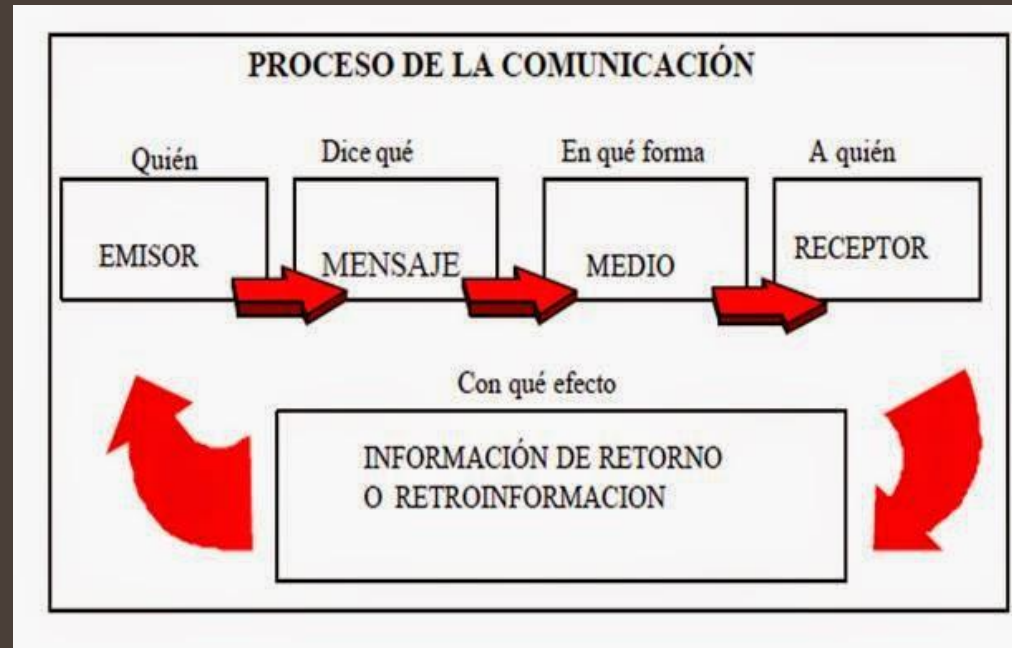
Las emociones se contagian como un proceso natural, resultado de millones de años de nuestra evolución; así, son las emociones que tenemos, las que generan más emociones en las personas con las que nos comunicamos. Por tanto, **si queremos comunicar un mensaje positivo, antes debemos sentir emociones positivas.**

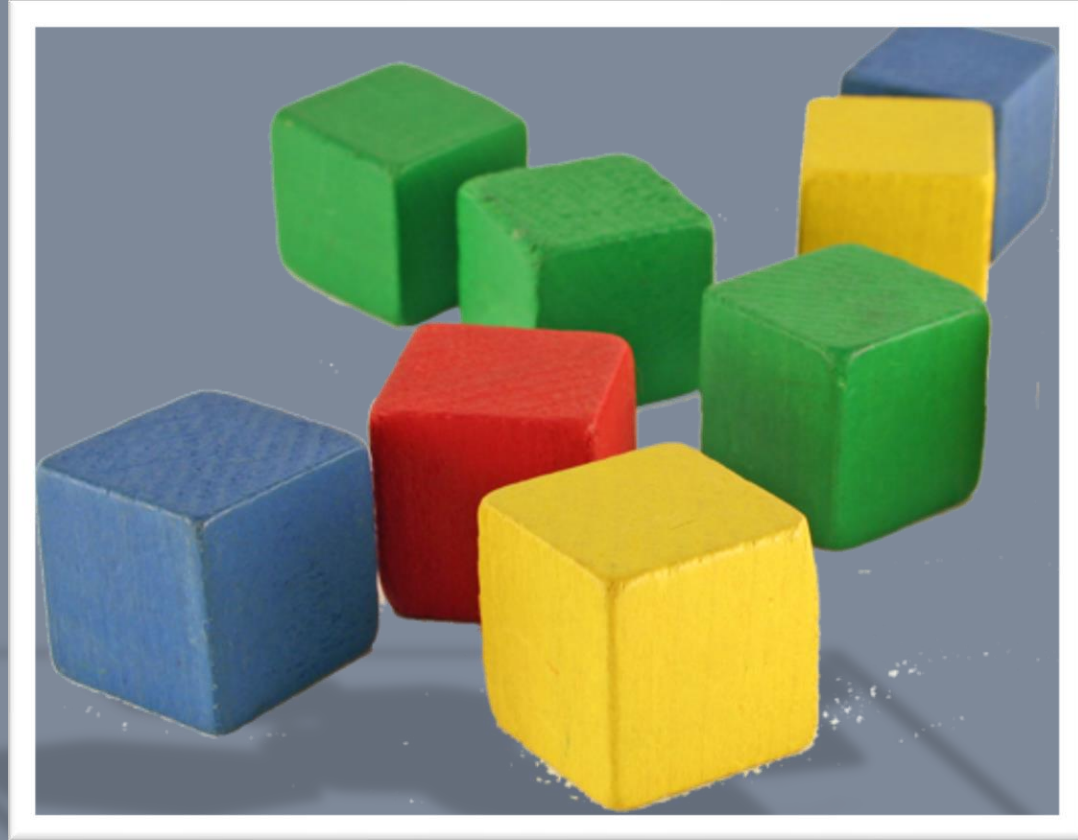


Feedback

En un **proceso comunicativo**, denominamos feedback a toda respuesta o reacción relevante que el receptor envía al emisor de un mensaje

Sirve a este último para cerciorarse de que el mensaje cumplió su intención comunicativa y para que el emisor pueda variar, reconfigurar o adaptar el mensaje al receptor según la respuesta que vaya obteniendo de este.

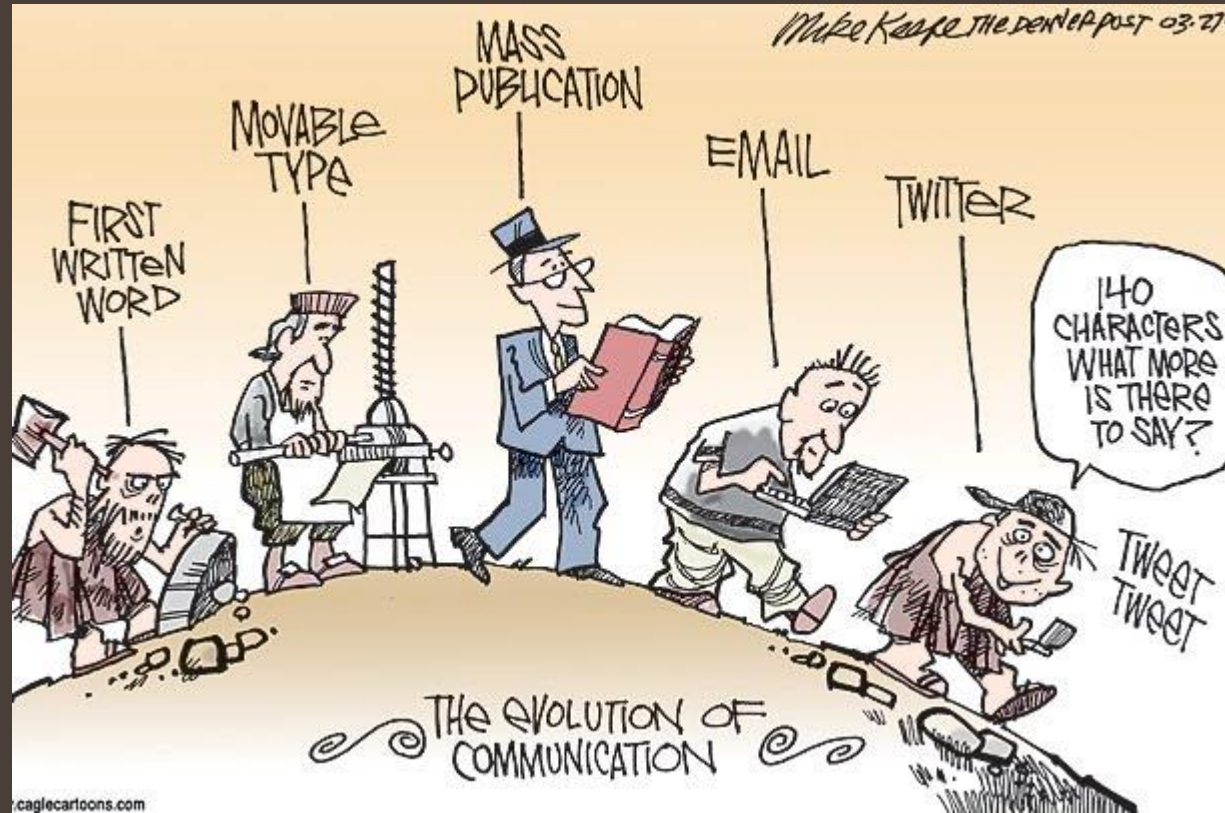




COMUNICACIÓN
DIGITAL

Bloque 2

Breve historia de la comunicación



La revolución digital

Existe una transformación de la sociedad del s. XXI debida a la combinación de internet y los medios digitales.

Se experimenta una transición económica de una economía industrial a una economía basada en la información.

Estamos en la era de la información o revolución digital.

Los medios digitales exigen un nuevo conjunto de habilidades de comunicación, llamado “transliteracy” (habilidad para entender y comunicar), la educación mediática, o la alfabetización digital. Estas son:

- Capacidad de navegar por Internet
- evaluar las fuentes
- crear contenidos digitales.

Vamos hacia una sociedad sin papel donde incluso los medios más antiguos ya no son accesibles por la evolución tecnológica.

Disyunción en la industria

Los medios digitales son fáciles de copiar, almacenar, compartir y modificar, esto produce cambios significativos en las industrias.

- Periodismo: pérdida de puestos de trabajo por la reducción de prensa impresa y creación de otros digitales.
 - Cine: distribución más fácil y calidad mejor.
 - Industria de libros: e-books, auto publicaciones.
 - Académico: nuevos campos de estudio y enseñanzas on line
- Etc.



El individuo como creador de contenido

Cualquier persona con acceso a las computadoras y la Internet pueden participar en los medios sociales y contribuir con su propia escritura, el arte, videos, fotografía y comentarios a la Internet, así como realizar negocios en línea. Esto ha llegado a ser conocido como PERIODISMO CIUDADANO.

Esto se debe a:

- Liberación, por ejemplo, de dispositivos móviles que permiten el acceso fácil y rápido a todos los medios.
- Herramientas de producción gratuitas y fáciles de usar.
- Disminución del coste de acceso a internet.
- Impacto significativo en la participación política.
- Consumo de contenidos en pantalla individual y vinculados al contexto que habitan los usuarios.
- Nuevos hábitos como la movilidad física que nos permite estar conectados.
- Cuarta pantalla (móvil, Tablet...) en nuestro bolsillo.

Las noticias en Internet



A medida que Internet se vuelve cada vez más popular, más compañías están empezando a distribuir contenidos por este medio. El público en horario de primetime ha caído un 23% para News Corp, el canal más grande del mundo de radiodifusión. Con la pérdida de espectadores hay una pérdida de ingresos,

Retos de copyright

Los medios digitales plantean muchos desafíos para el Derecho de autor y las leyes de Propiedad intelectual. La facilidad de crear, modificar y compartir medios digitales hace que las leyes de los derechos de autor queden obsoletas.

Para resolver algunos de estos problemas, los creadores de contenido pueden adoptar voluntariamente las licencias abiertas o “copyleft”, renunciar a algunos de sus derechos legales, o pueden liberar su trabajo al dominio público.

CREATIVE COMMONS

GNU General Public License



Los nuevos paradigmas de la comunicación

Internet ha trastocado gran parte de los paradigmas que hasta ahora nos ayudaban a comprender los procesos de comunicación pública en medios masivos:

1º: de audiencia a usuario: servicios de información online orientadas a individuos no solo a perfiles profesionales, económicos...

2º: de medio a contenido: Hoy los medios comprenden que su negocio es el contenido, y que en lugar de vender soportes, se trata de generar servicios multiplataforma a los que el usuario accede desde múltiples terminales en función de su situación y necesidades.

3º : de soporte/formato a multimedia: La tecnología digital permite la integración de todos los formatos de información (texto, audio, vídeo, gráficos, fotografías, animaciones) en un mismo soporte.

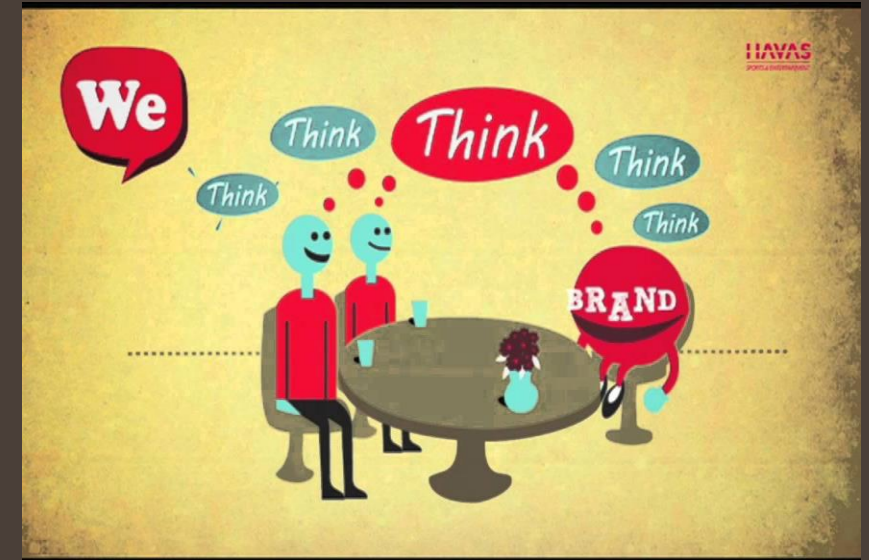
4º: de periodicidad a tiempo real: La Red hace posible el seguimiento al minuto de la actualidad informativa, y ya se utiliza en paralelo a la televisión para retransmitir acontecimientos a escala mundial en tiempo real.

Los nuevos paradigmas de la comunicación

5º: de escasez a abundancia: Los medios digitales también trastocan el argumento del recurso escaso, ya que multiplican los canales disponibles, transmitiendo mayor cantidad de información en menor tiempo y a escala universal.

6º: de intermediación a desintermediación: permite el acceso directo del público a las fuentes de información sin la mediación de los comunicadores profesionales.

7º: de distribución a acceso: Las nuevas simetrías emergentes permiten a los medios en línea convertirse en foros y generar comunidades, al tiempo que abren a los propios usuarios la posibilidad y las herramientas para acceder como productores a un espacio comunicativo universal.

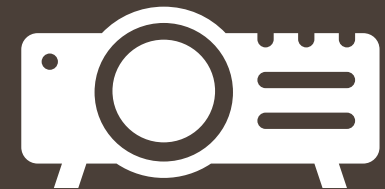


Los nuevos paradigmas de la comunicación

8º: de unidireccionalidad a interactividad: La interactividad cristaliza en sistemas de feedback más dinámicos, inmediatos y globales, que paulatinamente se transforman en mecanismos de encuestas online

9º: de lineal a hipertexto: Este nuevo paradigma discursivo tiene la virtualidad de dotar a la escritura y a la lectura de un modelo estructural muy próximo al del pensamiento, que funciona por procesos asociativos y no de modo lineal.

10º: de información a conocimiento: La superabundancia de información característica de la era digital, revela la importancia estratégica de los medios como gestores sociales del conocimiento.



Elementos de comunicación en Internet

COMUNICACIÓN ONLINE

La comunicación analógica como tal será casi inexistente dentro de la nueva comunicación digital.

Existen excepciones como los llamados emoticonos o smileys que intentan emular gestos con caracteres lingüísticos.

Internet es una red que conecta infinitas redes entre sí. Es conocida como la red de redes.

- 1. Protocolos TCP/IP:** sirven para compartir datos y recursos entre ordenadores conectados.
- 2. La World Wide Web:** se basa en **hipertextos**, es decir, **páginas** en las que se pueden insertar **hipervínculos**. Estos conducen al usuario de una página web a otra o a otro punto de esa web.
- 3. Protocolo HTTP y direccionamiento URL: Transferencia de Hipertexto.** Funciona siguiendo cuatro pasos básicos: **la conexión, la solicitud, la respuesta y la desconexión.** El **direccionamiento URL** sirve para nombrar la localización de la información a la que queremos acceder en internet a través de un sistema estándar de caracteres.
- 4. Navegadores y buscadores:** programa que pueda acceder a las páginas web.

Comunicación interpersonal online: Blog



Un blog es otra de las herramientas de comunicación digital más utilizadas en la red. En ellos el autor recopila y publica información sobre un tema concreto.

El emisor del mensaje puede dar la opción al receptor de comunicarse con él. Esto puede hacerse a través de un apartado de comentarios o directamente por email

Comunicación interpersonal online: Chat

Consiste en la conversación simultánea entre dos o más personas conectadas a la red.

Los mensajes escritos se publican instantáneamente.



EL lenguaje ha sufrido más cambios que en ningún otro. Es habitual acortar las palabras, suprimir ciertas vocales o cambiar algunas letras por otras.

Las faltas de ortografía y la ausencia de tildes son errores cotidianos chateando. Esta manera de escribir se da sobretodo en los usuarios más jóvenes

Se utilizan **emoticonos** o smileys para expresar sentimientos.

Comunicación interpersonal online: teléfono

La tecnología VoIP (Voice over IP) es un protocolo que digitaliza la voz y la transmite a través de internet. Su principal ventaja es su bajo coste en relación a la telefonía convencional.



Comunicación interpersonal online: redes sociales

En una red social los individuos están **interconectados**, interactúan y pueden tener más de un tipo de relación entre ellos.



Comunicación interpersonal online: correo

El **correo electrónico** (también conocido como **e-mail**, un término inglés derivado de **electronic mail**) es un servicio que permite el intercambio de mensajes a través de sistemas de comunicación electrónicos.

Los mensajes de correo electrónico posibilitan el envío, además de texto, de cualquier tipo de documento digital (imágenes, videos, audios, etc.).

La gente más joven no tiene Face y no usan el correo electrónico, herramienta de trabajo, dentro de poco los buzones: tan abandonados como los del correo postal en los portales (solo publicidad y facturas)



Elementos de comunicación: móvil

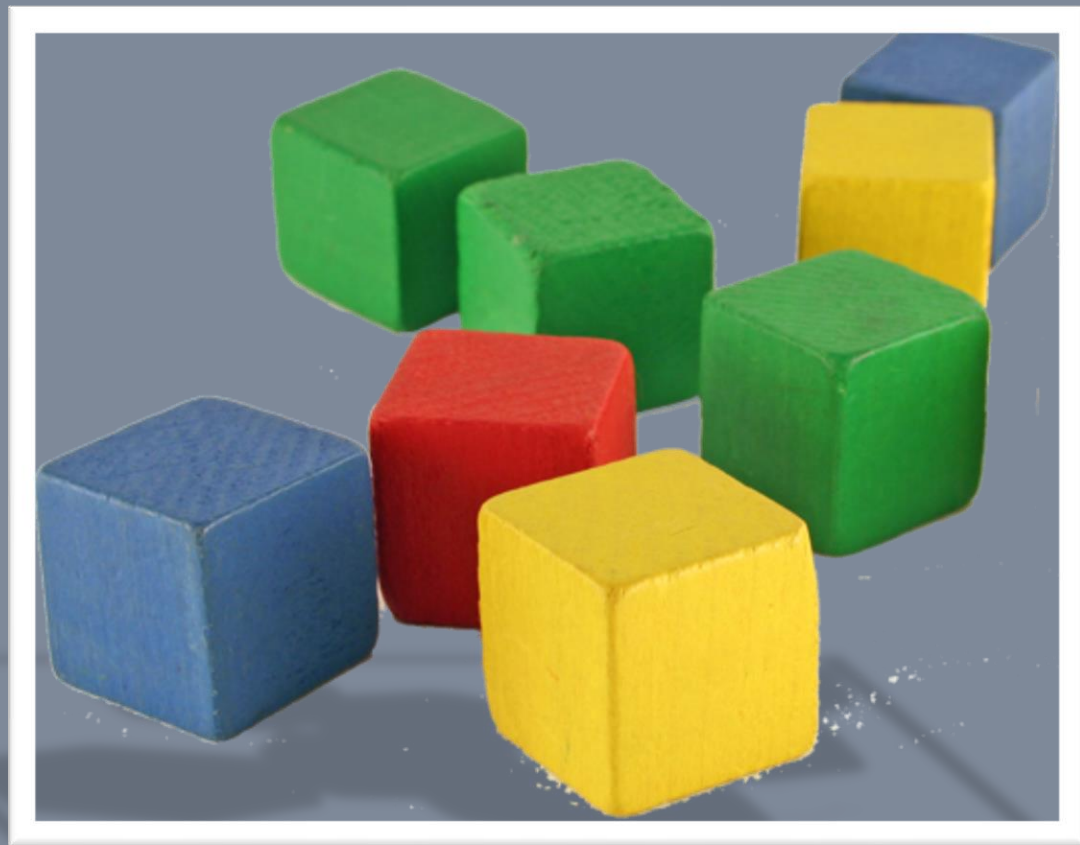
El teléfono móvil es el dispositivo de comunicación que más transformaciones ha sufrido.

Un Smartphone es un teléfono de última generación. Tiene un sistema operativo (android, ios...) y ha pasado de ser un aparato para transmitir voz a convertirse en un pequeño ordenador portátil.

Pueden personalizarse añadiendo o quitando distintas aplicaciones. Las aplicaciones son pequeños programas que añaden funciones al smartphone.



Aplicación de chat para smartphones. Permite el envío de mensajes de texto a través de sus usuarios. Su funcionamiento es idéntico al de los programas de mensajería instantánea para ordenador más comunes.



ESTADO ACTUAL
DE LA
COMUNICACIÓN

Bloque 3

Posverdad y Redes Sociales: La democracia en peligro

La información que no se basa en hechos objetivos, sino que apela a emociones, creencias o deseos de la audiencia.

Posverdad: Cuando hablamos de posverdad nos referimos a un discurso público. El primer objetivo, al modo de los antiguos sofistas, es conectar con las emociones y sentimientos del auditorio, alcanzar su situación vital. Y una vez hecho este esfuerzo, ganando su credibilidad (o credulidad).

Populismo: Por supuesto, mintiendo, contando parcialmente las cosas, volviendo superficial lo esencial, o sencillo lo complejo

Sensacionalismo. MENTIRA



Posverdad y redes sociales: La democracia en peligro

La POSVERDAD en redes sociales:

- Los lenguajes comprimidos (HASTAG)
- Los lenguajes visuales (memecracia)
- Estudiamos las tendencias de masas (Big data)
- Aumenta el ruido social (#TT)
- Encierro en “lo propio”. Refuerzo
- Conformismo de sofá (change.org) Palabra sin acción
- Emotividad, a flor de piel (Youtube).
- La mentira y las falsas verdades no son algo nuevo (Octavio en República romana hasta segunda guerra mundial) pero si son nuevos los métodos, las herramientas y el alcance de estas estrategias propiciado por Internet y las redes sociales.

Antes de Internet distribuir y diseminar información falsa era muy costoso y crear la confianza necesaria muy arduo. Sin embargo, Twitter y Facebook permiten intercambiar información a gran escala.

Máximo alcance de Facebook: con noticia donde influye mas los sentimientos

Posverdad y redes sociales: La democracia en peligro. Fake News

Tipo:

Contenido sensacionalista con fines comerciales (Ending the Fed. Tráfico web)

Desinformación patrocinada por Estados (Influencia. Rusia)

Sitios de noticias sumamente partidistas (de ambos lados. Alternativos)

Material difundido en las redes sociales

Medios de parodia o sátira (El Mundo Today)

¿CÓMO SE DETECTAN LAS FAKE NEWS?

Problema: Las redes, Google, blogs no se responsabilizar de contenidos (anonimato)

Herramientas:

Twitter: Maldito bulo, La Buloteca

Facebook: Caza bulos.

Estudios de sitio web

Sitios web



Ejercicio: Reflexiones

Las noticias y las historias de divulgación rápida suelen ser tan increíbles que es difícil resistirse a difundirlas. Sin embargo, hay que acostumbrarse a pensarlo antes:

¿creéis que es posible? ¿tiene sentido?



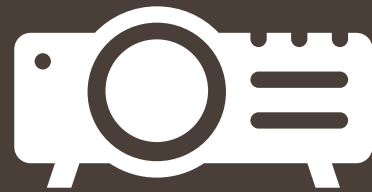
Parafraseando a los romanos con la mujer del César, diremos que la información conviene que además de parecer cierta, lo sea.

Posverdad y
redes
sociales: La
democracia
en peligro.

REDES SOCIALES

Redes: espacio central de discusión pública. Info 60% EEUU / 50% Europa
Poder de revitalizar democracia (Primavera árabe) pero también mentiras y rumores.

Pasado: inicios de Globalización, aldea global sin barreras: hoy las redes sociales convierten cada vez más el ciberespacio en un gran archipiélago de islas confort en donde sus habitantes comparten gustos y formas de vida similares, pero viven al margen de los habitantes de otras islas



Ejercicio:
noticias falsas.
Identificación



Posverdad y redes sociales: La democracia en peligro.

CONSEJOS DE FACEBOOK PARA DETECTAR NOTICIAS FALSAS (sentido común, como en vida real):

- Duda de títulos (mayúscula, signos admiración, erratas)
- Atención a URL (dominio, mala copia)
- Investiga fuente (de confianza, contrastar)
- Formato común (extraño, faltas ortografía)
- Fotos (falsas, fuera de contexto)
- Fechas (orden cronológico)
- Pruebas (fuentes de autor)
- Comprobar otros sitios informativos (es raro que no se publique más)
- Engaño, broma (EL MUNDO TODAY), campaña encubierta

Posverdad y
redes sociales:
La democracia
en peligro.
Facebook fakes

Una mentira repetida adecuadamente mil veces
se convierte en una verdad.

(Joseph Goebbels)

Los contenidos siguen circulando y puede incluso que la etiqueta les añada un morbo añadido para su lectura y circulación. Muchos contenidos falsos son patrocinados.

Incremento continuo de fuentes de información de muy baja calidad. Los likes tienen más valor que los hechos reales.

Las noticias falsas han llevado a Facebook a su máximo alcance

Los bulos llegan a arruinar vidas reales.

Directo permanente

Aldea global – islas

E-Comunicación. como nuevo escenario de la comunicación pública en la era de Internet.

Los soportes dejan de ser el factor distintivo - ya que todos los soportes se funden en la Red-, y una vez más emergen los contenidos como factor diferencial de identidad y calidad.

Internet: desprofesionalizado y superespecializado.

Emergen las nuevas “profesiones” como you tuber.

Nuevo mensaje dependiendo del contexto, el emisor, el canal. Emoticonos

Aparecen los hashtags como fuentes de información.

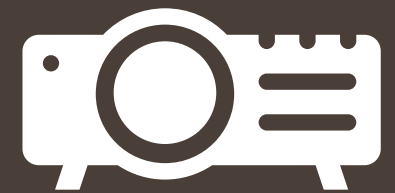
La línea entre comunicar y ser un spammer es muy delgada.

Tu contenido debe ser relevante

Conclusión
jugando



Conclusión
final



Conclusión
final

GRACIAS

andresgdelariva@gmail.com