

TEMA 1

Conceptos básicos

1. CONCEPTOS BÁSICOS

Ser un buen comunicador es fundamental para desenvolverse con éxito en las relaciones personales y en la vida, para ello hay que **dominar ciertas habilidades**, las cuales se pueden aprender: escucha activa, empatía, lenguaje no verbal, credibilidad, negociación, resolución de conflictos, respeto, etc. Cuando nos comunicamos nos analizamos los unos a los otros: cómo somos, cómo nos vestimos, cómo nos desenvolvemos, etc. Pero ¿cómo entendíamos antes la comunicación y cómo la entendemos actualmente, en plena revolución digital?

La digitalización abarca todas las esferas de la vida humana. Internet y la economía digital han revolucionado el mundo. Un campo donde se ha logrado un gran cambio es en la comunicación, la cual ha evolucionado en los últimos años. La universalización de Internet y el uso de móviles, smartphones o tabletas, han generado nuevas formas de comunicación hu-

- ▶ **Conceptos básicos**
- ▶ **Aspectos para ser un buen comunicador**
- ▶ **Internet**
- ▶ **Comunicación y redes sociales**
- ▶ **Buscadores**
- ▶ **E-commerce. Introducción**
- ▶ **Modalidades de pago en Internet**
- ▶ **Conceptos básicos de banca on-line**

OBJETIVOS:

- Conocer la importancia de una comunicación efectiva y ampliar los conocimientos, las habilidades y las técnicas de la comunicación.
- Conocer los beneficios que se obtienen al comunicarse de forma responsable.
- Conocer y entrenarse en las diferentes habilidades de comunicación.
- Dominar las claves de la comunicación verbal y no verbal y a través de Internet para lograr nuestro objetivo.
- Aprender a navegar por Internet y conocer las principales herramientas de comunicación on-line (correo electrónico, vídeo llamadas y redes sociales).
- Aprender a realizar búsquedas eficaces y disponer de buenas fuentes de información.

-
- Conocer los conceptos básicos y los distintos tipos de comercio electrónico.
 - Analizar que el éxito de un e-commerce se debe a la facilidad que tenga el cliente para realizar los pagos on-line.
 - Investigar sobre la transformación de la banca en los últimos años debido a la revolución digital.

mana como el correo instantáneo, las redes sociales, etc.

En la actualidad es normal mandar mensajes, vídeos, hacer llamadas por WhatsApp, etc., en cualquier momento y en cualquier lugar. El ser humano está comunicado de forma permanente, por ello es necesario conocer e identificar los diferentes canales de comunicación digital que existen, para qué sirven, de qué y cómo se puede hablar en cada uno de ellos (redes sociales, chat, blog, canales de YouTube, etc.).

La comunicación digital ha ganado la batalla a la comunicación tradicional en papel. En las empresas, la comunicación en formato papel ya es pasado. Las formas de comunicación digital con clientes, proveedores, empleados son muy distintas a las utilizadas hace unos años. El desarrollo de la tecnología ha creado unos recursos de comunicación que hace unas décadas nadie imaginaba.

Son claras las ventajas de la comunicación digital:

- **llega a un número ilimitado de personas**
- **no hay horarios**
- **no existen las barreras geográficas**
- **el coste es muy inferior al de la comunicación tradicional.**

En este tema nos proponemos explicar qué son las siguientes cuestiones:

- la información
- la comunicación
- los elementos que las integran
- la tipología y la metodología que hay que seguir para tener una comunicación efectiva

En definitiva, lo esencial para conocer y adaptarnos a los nuevos cambios que nos encontramos en este ámbito, ya que es algo que, a diario, vamos a utilizar en nuestras vidas.

1.1 Información vs. Comunicación

La **información** consiste en transmitir un mensaje desde un emisor a un receptor en el que el mensaje hace referencia a “objetos” o “hechos codificados”, es decir, consiste en **dar a alguien una noticia**.

La **comunicación** requiere de la participación de las dos partes, mensaje de ida y vuelta. Es un proceso en el que se intercambia información, un emisor transmite al receptor algo a través de un canal, esperando una respuesta del receptor, en un contexto determinado y emitiendo señales (sonidos, gestos, señas, etc.) con la intención de dar a conocer un mensaje. Para que tenga éxito, el receptor debe decodificar el mensaje, interpretarlo y responder; por lo tanto, se transforma en emisor.

La información complementa la comunicación, pues lo que se comunica es información en los mensajes. La **diferencia** entre información y comunicación reside en la respuesta del interlocutor (*feedback*), pues mientras que la información no precisa *feedback*, la comunicación sí. Los procesos de comunicación son herramientas sociales que permiten la interacción humana, pero manteniendo un mínimo de interdependencia entre distintos elementos: individuos, grupos, departamentos, etc.

PORCENTAJE DE LA COMUNICACIÓN

Lenguaje corporal: 55%

Tono de voz: 38%

Palabras: 7%



FUNCIONES DEL LENGUAJE			
Se define como <i>“uso de la lengua que hace un hablante según sus intenciones”</i>			
	Se refiere/incide sobre	Se manifiesta en	Intención
Referencial	Hechos, cosas, ideas	Oraciones enunciativas	Informar
Emotiva	El propio hablante	Admirativas, enunciativas, entonación	Expresar sentimientos
Conativa	El oyente	Imperativas, entonación	Hacer que actúe
Fática	El canal de comunicación	Interrogación, repeticiones, frases hechas	Abrirlo, cerrarlo, mantenerlo
Poética	El propio mensaje	El estilo, figuras	Causar extrañeza
Metalingüística	El lenguaje	Definiciones, aclaraciones	Compartir el mejor código

1.2 Elementos esenciales para una comunicación efectiva

Albert Mehrabian (experto en comunicación interpersonal) señala que para conseguir una comunicación efectiva tienen que darse tres elementos, se trata de la fórmula v-v-v:

- Elementos visuales.
- Elementos vocales.
- Elementos verbales.

Los explicamos a continuación:

- **Los elementos visuales:** se trata de la **imagen física** que los demás perciben de nosotros en el momento de la comunicación.
- **Los elementos vocales:** engloban elementos como:
 - voz
 - entonación
 - velocidad
 - volumen
 - énfasis
 - ritmo
 - proyección
 - resonancia.
- **Los elementos verbales:** son las **palabras y métodos lingüísticos** que utilizamos para hablar, forma de estructurar las ideas, selección del lenguaje y los términos utilizados.

RECUERDA

Es importante manejar nuestra voz, pues el tono y la calidad de la voz determinan la efectividad del mensaje y la credibilidad del comunicador.

1.3 Comunicaciones y noticias en Internet

A. TIC

Gracias al desarrollo de la tecnología se han potenciado las áreas de la información y de la comunicación, creándose el concepto **TIC** (Tecnologías de la Información y la Comunicación) y revolucionando los procedimientos de transmisión de la información. Se eliminan barreras espacio-temporales. La base de las TIC se centra en los campos de la informática, la microelectrónica, las telecomunicaciones, y en crear nuevas formas de comunicación. Es un conjunto de herramientas tecnológicas y comunicacionales, que **facilitan la emisión, el acceso y el tratamiento de la información** mediante códigos variados que pueden corresponder a textos, imágenes, sonidos, entre otros.

Las **tecnologías de la comunicación** (TC), compuestas por la radio, teléfono y televisión, se combinan con las **tecnologías de la información** (TI), las cuales se especializan en la digitalización de las tecnologías de registro de contenidos. Podemos oír o ver escenas que ocurren lejos del espacio físico en el que nos encontramos, y ello gracias al uso de la radio y la televisión. Incluso podemos trabajar y llevar a cabo actividades virtualmente.

B. NTIC

NTIC son las siglas de Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación, e implican el uso de una serie de medios que giran de forma interactiva en torno a las telecomunicaciones y las nuevas tecnologías, que sirven para crear, almacenar, recuperar y transmitir información de forma rápida y con un tamaño limitado, combinando diferentes códigos en una realidad hipermedia. Las **NTIC** son nuevas tecnologías con medios electrónicos que sirven para crear, almacenar, recuperar y transmitir información de una forma rápida y con tamaño ilimitado, combinando diferentes códigos en una realidad hipermedia. La denominación **NTIC** hace referencia al empleo de una serie de medios como:

- hipertextos
- multimedia
- Internet
- realidad virtual
- televisión por satélite

En definitiva, tecnologías interactiva ya sea en telecomunicaciones, informática, audiovisuales o hibridación, como son los medios multimedia.

C. Características de las nuevas tecnologías

Autores como Castells y otros (1986), Gilbert y otros (1992) y Cebrián Herreros (1992) proponen las siguientes características que distinguirían a las nuevas tecnologías:

- Inmaterialidad.
- Interconexión.
- Instantaneidad.
- Elevados parámetros de calidad de imagen y sonido.
- Digitalización.
- Más influencia sobre los procesos que sobre los productos.
- Innovación.
- Diversidad.
- Penetración en todos los sectores (culturales, económicos, educativos, industriales, etc.).



TOMA NOTA

- Aristóteles: según él, la comunicación es un proceso en el cual se utilizan todos los medios de persuasión que se tengan al alcance para hacernos entender.
- Kurt Lewin: definió el proceso de la comunicación como un complejo sistema de acciones e interacciones personales y grupales, donde un individuo transmite un mensaje a otro y este a su vez responde a otro mensaje, lo que genera un proceso circular y continuo.
- Hervás (1998): define la comunicación como: "El proceso a través del cual una persona o personas transmiten a otra/s, y por cualquier procedimiento, mensajes de contenido diverso, utilizando intencionadamente signos dotados de sentido para ambas partes, y por el que se establece una relación que produce unos efectos".

- Creación de nuevos lenguajes expresivos.
- Ruptura de la linealidad expresiva.
- Potenciación audiencia segmentada y diferenciada.
- Tendencia hacia la automatización.
- Capacidad de almacenamiento.

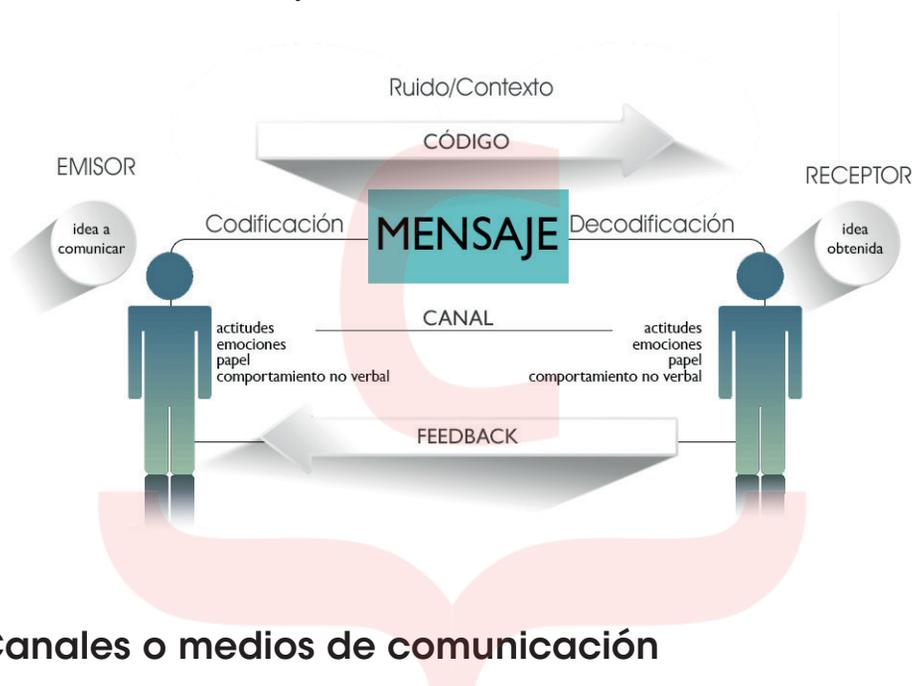
1.4 Proceso de comunicación y elementos

La comunicación es un proceso mediante el cual una persona (emisor) manifiesta un mensaje (información, datos, opiniones, pensamientos) a otra u otras personas (receptor), a través de un medio o canal, empleando un código común y consiguiendo que se entienda su significado. Los elementos básicos de toda información o comunicación son:

- **Emisor:** Instrumento o persona que emite el mensaje.
- **Receptor:** Instrumento o persona que recibe e interpreta el mensaje.
- **Mensaje:** Información que se quiere transmitir; puede ser un mensaje hablado, escrito, un dibujo, etc.
- **Contexto:** Situación o circunstancias (lugar, hora, estado de ánimo de los interlocutores, etc.) que se dan en el momento de la comunicación. Es importante para interpretar correctamente el mensaje.
- **Canal:** Medio o instrumento a través del cual se transmite el mensaje, por ejemplo: cartas, teléfono, radio, etc.
- **Código:** Señales, signos o reglas que constituyen la base de la comunicación, forman un lenguaje y

ayudan a codificar el mensaje, por ejemplo: código morse, señales de circulación, símbolos visuales, gestos, etc.

- **Barreras:** Obstáculo que dificulta la comunicación, supone una pérdida de contenido del mensaje.
- **Retroalimentación, *feedback* o mensaje de retorno:** Paso final y condición necesaria para la interactividad del proceso comunicativo, siempre y cuando se reciba una respuesta (actitud, conducta, etc.) deseada o no. Ha de lograr la interacción entre el emisor y el receptor. Si no hay realimentación, solo hay información, no comunicación.



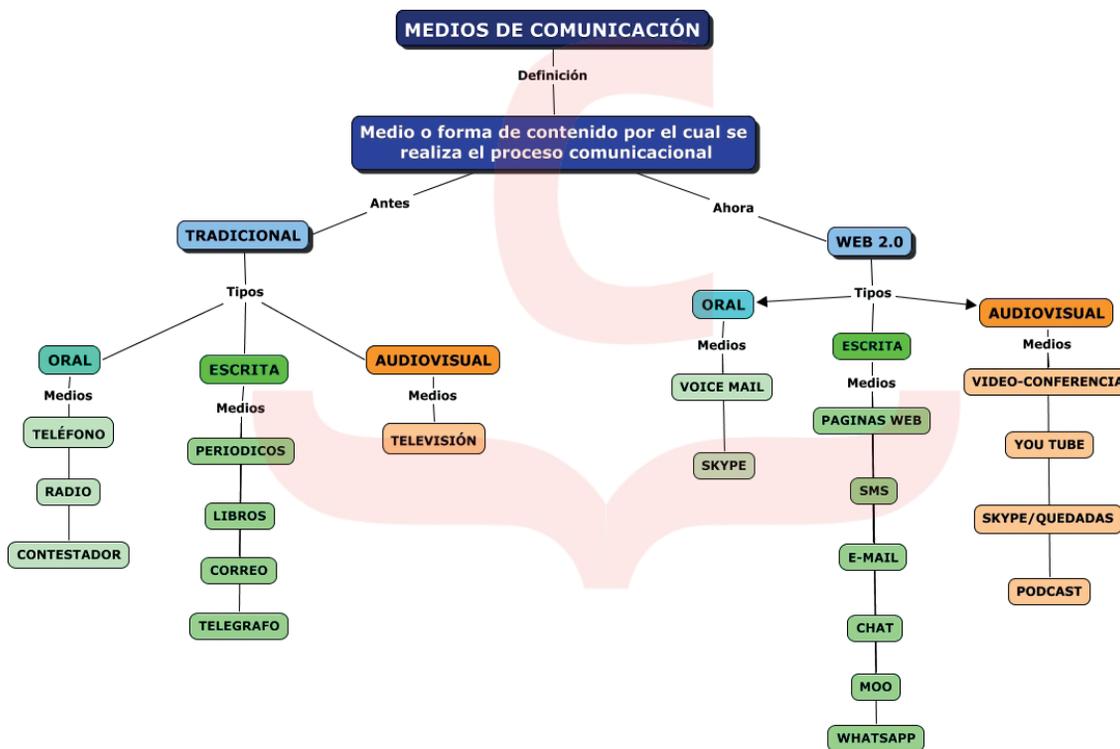
1.5 Canales o medios de comunicación

Los **canales de comunicación** son el soporte que transmite la información desde el emisor hasta el receptor. Existen muchos canales de comunicación, tales como: radio, prensa, televisión, internet, teléfono, e-mail, SMS, etc. Gracias a la digitalización y a la tecnología han surgido nuevos canales de comunicación, como son el móvil, las redes sociales, el e-mail, las apps, etc.

Los **canales tradicionales** son la televisión, los periódicos, la radio, etc. No obstante, estos canales se han reinventado. Cuando enviamos un mensaje de texto con el móvil o un e-mail, nos estamos comunicando. Para ello, se han de aliar una serie de factores imprescindibles que son los que culminan el acto con éxito. La **clave** es saber **elegir el canal más conveniente** según la ocasión.

Entre las funciones de **Internet** destaca la **comunicación**, que ha sustituido a las formas tradicionales de las telecomunicaciones; así, los mensajes SMS que se enviaban a través del móvil han acabado siendo sustituidos por aplicaciones como WhatsApp, que permite enviar mensajes de forma ilimitada y gratuita. Las **ventajas de Internet** como medio de comunicación son muchas:

- Es universal.
- Rompe fronteras.
- Es capaz de atender a muchos usuarios al mismo tiempo.
- Posee contenidos que pueden verse en diferentes partes del mundo de forma inmediata.
- Sus contenidos se actualizan rápidamente.



La **comunicación digital** ha permitido que, a través de Internet, se desarrolle una gran conversación donde todo el mundo puede hablar y participar o no, incluso pueden hablar de nosotros aunque no estemos en las redes sociales; donde un simple comentario negativo, sea verdad o mentira, puede generar una mala reputación.

1.6 Reputación digital

En relación con el concepto de **reputación on-line**, hay marcas y empresas que no son conscientes de la conversación digital que se produce en torno a ellas, de modo que, de persistir en tal actitud, pueden perder la oportunidad de potenciar los aspectos positivos y contrarrestar los negativos. Cuando queremos conocer una empresa o investigar sobre una marca o persona, miramos su página web, donde lógicamente todo será perfecto, pero también realizaremos búsquedas en Google.

Cuando escribimos o publicamos algo, por ejemplo, en las redes sociales, hemos de ser conscientes de que puede tener un efecto positivo o negativo y que puede alcanzar una gran repercusión rápidamente, dejando una huella digital difícil de controlar. De manera que hemos de ser conscientes de que nos exponemos en un escaparate virtual y universal. **Debemos conseguir que nuestra imagen en internet sea buena o neutra.**

Para controlar y mejorar la reputación digital podemos seguir una serie de pasos, como:

- **Controlar las búsquedas en Google.** Por ejemplo, busca el nombre de una empresa seguido de la palabra “opiniones”; te puedes encontrar alguna sorpresa. En ocasiones es fácil solucionar el problema y si encontramos comentarios negativos o críticas, se deben contestar lo más rápido posible de forma educada, transparente y mostrando la voluntad de solucionar el conflicto. Pero hay casos más complicados en los que hay que acudir al posicionamiento web SEO.
- **Utilizar redes sociales.** Las redes sociales tienen muchos usos: actualidad, entretenimiento, información, etc. Incluso las empresas las utilizan como

TOMA NOTA

- **Identidad digital** es toda aquella información que nosotros colgamos en la red a través de foros, blogs, redes sociales, etc.
- **Reputación digital** es el prestigio o fama que tiene una persona o empresa en el mundo digital. Se construye a partir de los comentarios y las opiniones que se generen sobre un individuo o entidad tras conocerlo. No obstante, también puede tratarse de comentarios de terceros, sin conocimiento directo. Los comentarios pueden ser positivos o negativos. Asimismo, la reputación digital es, también, la opinión que tienen y muestran otras personas sobre nosotros.