CARLOS J. VAN-DER HOFSTADT ROMÁN

El libro de las Habilidades de Comunicación

CÓMO MEJORAR LA COMUNICACIÓN PERSONAL



3ª edición

DIAZ DE SANTOS

CARLOS J. VAN-DER HOFSTADT ROMÁN

EL LIBRO DE LAS HABILIDADES DE COMUNICACIÓN

Cómo mejorar la comunicación personal

3ª edición

DIAZ DE SANTOS

Madrid • Buenos Aires • México • Bogotá

© Carlos J. Van-Der Hofstadt Román, 2022 (Versión papel)
© Carlos J. Van-Der Hofstadt Román, 2022 (Versión electronica)

Reservados todos los derechos.

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la ley ,cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra sin contar con la autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (art.270 y siguientes del Código Penal). El Centro Español de Derechos Reprográficos (CEDRO) vela por el respeto de los citados derechos.

Ediciones Díaz de Santos
Email:ediciones@editdiazdesantos.com
www.editdiazdesantos.com

ISBN: 978-84-9052-375-9 (Libro electrónico)
ISBN: 978-84-9052-371-1 (Libro en papel)

Para mi hija Ana

ÍNDICE

Agradecimientos ..... **XI**
Prólogo ..... **XIII**
Introducción ..... **XVII**

PARTE I
HABILIDADES DE COMUNICACIÓN

1. Concepto de habilidad social **1**
2. La comunicación **7**
2.1. Elementos que intervienen en la comunicación 8
2.2. El proceso de comunicación 10
2.3. Errores de la comunicación 16
3. Elementos componentes de la habilidad social **19**
3.1. Los componentes conductuales 19
3.2. Los componentes cognitivos 32
3.3. Los componentes fisiológicos 35
4. Los estilos de comunicación **37**
4.1. El estilo de comunicación inhibido 39
4.2. El estilo de comunicación agresivo 44
4.3. El estilo de comunicación asertivo 47
5. Barreras en la comunicación **53**
5.1. Barreras debidas al entorno 53
5.2. Barreras debidas al emisor 55
5.3. Barreras debidas al receptor 57
6. Técnicas para el control de la ansiedad **59**
6.1. Entrenamiento en relajación muscular 59
6.2. Entrenamiento en visualización 70
6.3. Entrenamiento en parada y cambio de pensamiento 72
7. La escucha activa **77**
7.1. El proceso de la escucha activa 78
7.2. Obstáculos en la escucha activa 80
7.3. Ventajas de la escucha activa 82
7.4. Mejora de la escucha activa 84

8. Sistema de evaluación y aprendizaje de las habilidades de comunicación 89
8.1. Instrucciones 91
8.2. Modelado 92
8.3. Ensayo de conducta 92

PARTE II
APLICACIONES DE LAS HABILIDADES DE COMUNICACIÓN

9. Habilidades para hablar en público 113
9.1. Sugerencias y consideraciones a tener en cuenta previamente a la realización de una intervención en público 115
9.2. Sugerencias y consideraciones a tener en cuenta durante la realización de una intervención en público 123
10. Habilidades para la atención a clientes y público 131
11. Habilidades para la atención telefónica y telemática 149
12. Habilidades para la realización de entrevistas 157
12.1. El contexto de la entrevista 158
12.2. Partes de la entrevista 161
12.3. La conducta no verbal y paraverbal del entrevistado 166
13. Habilidades para empezar, mantener y terminar conversaciones 171
13.1. Iniciar conversaciones 173
13.2. Mantener conversaciones 176
13.3. Terminar conversaciones 180
14. Habilidades de comunicación y trabajo en grupo 183
14.1. La comunicación en el grupo de trabajo 184
14.2. La comunicación entre los miembros del grupo de trabajo 188
14.3. El liderazgo de los grupos de trabajo 192
15. Técnicas y habilidades asertivas 199
15.1. Los derechos asertivos 200
15.2. Las técnicas y habilidades asertivas 205
Bibliografía 219
Índice de Tablas 225
Índice de Figuras 229
Acerca del Autor 231

Agradecimientos

A todas las personas que de una forma u otra han colaborado en la realización de este trabajo, especialmente a D.ª Sonia Tirado González, por sus valiosas aportaciones, comentarios, correcciones y sugerencias, a D. Julián Montesinos Ruiz, por su revisión final del original y al Profesor D. Jesús Rodríguez Marín por su amabilidad al prologarlo.

También a todos los lectores que se han interesado por este trabajo desde la primera edición en 2003 que, manteniendo su confianza a lo largo del tiempo, nos han permitido que podamos haber llegado a la mayoría de edad de este libro y celebrarlo con esta tercera edición. Sin ellos no habría sido posible.

Prólogo

Si algo hay de importancia hoy en día es la comunicación, hasta el punto de que, a veces, se denomina a la nuestra la sociedad de la comunicación, y se subraya la importancia de las «nuevas tecnologías de la comunicación».

A lo largo de los años, se han creado cientos de definiciones de comunicación y, naturalmente, la forma en que se define el término puede limitar o ampliar el estudio del tema. En esta edición de *El libro de las Habilidades de Comunicación*, la comunicación interpersonal se define como el proceso de comunicación entre individuos, que tratan de transmitir estímulos a través de símbolos, con la intención de producir un cambio en el comportamiento. Y a tal fin, el Dr. van-der Hofstadt estudia los diferentes elementos cuyo análisis es necesario para comprender el proceso complejo que es la comunicación interpersonal: el emisor, el receptor, el mensaje, el código, el canal, el contexto, los ruidos, los filtros y la retroalimentación, y analiza igualmente las habilidades sociales y de comunicación y las barreras que pueden obstaculizarla.

Efectivamente, la comunicación es un proceso, y lo es porque es una actividad, un intercambio o un conjunto de comportamientos, no un producto inmutable. No es una secuencia fija de acontecimientos. Sus componentes interactúan; cada uno afecta a todos los demás. En ese mismo sentido, la comunicación se puede considerar como una transacción, que no se produce si el auditorio (que en muchas ocasiones se compone de solo una persona, uno mismo) no participa. Escuchar es un ejemplo de esta participación. No hay comunicación si ambas partes no creen que pueden ganar algo con ella. Para llevarla a cabo podemos elegir medios diversos, la palabra, oral o escrita, y los gestos. Sea cual sea ese medio debemos enviar el mensaje codificado de una forma compatible con la información y el tipo de transmisor utilizado. A su vez, el receptor debe percibirlo como un mensaje, descifrarlo e interpretarlo. En ambas situaciones, la emisión y la recepción, que se suceden continuamente en una situación de interacción en la que es relevante la competencia de los actores sociales para comunicarse, y esa competencia está basada en la tenencia de habilidades sociales para hacerlo.

Como se indica en el libro, los mensajes incluyen símbolos, signos y comportamientos verbales y no verbales. Las personas esperan generar

significados comunes a través de los mensajes que brindan. El significado es la comprensión del mensaje. La comprensión del significado del mensaje de otra persona no ocurre a menos que el emisor y el receptor comportan significados comunes de las palabras, frases y códigos no verbales que se emiten. Durante el proceso de comunicación, esos significados «se negocian» con los demás. Por ejemplo, un estudiante, durante la clase, puede levantar la mano para que su profesor aclare el significado de un término utilizando un código no verbal para proporcionar retroalimentación y negociar el significado con el profesor. Esta negociación es constante y significa que el proceso de comunicación se desarrolla continuamente mientras intentamos compartir un significado común con los demás.

Por eso, el estudio de la comunicación es esencial, porque la comunicación es fundamental para nuestra vida. El hombre es un animal social y la vida social es, en esencia, comunicación. La práctica de una comunicación eficaz puede resolver problemas entre familiares y amigos, así como entre naciones. Es posible que no resuelva todos los problemas del mundo, pero puede ayudarnos a resolver o evitar muchos problemas. Estudiar la comunicación de manera integral permite, por otro lado, mejorar la forma en que nos vemos a nosotros mismos. La mayor parte de nuestro autoconocimiento proviene de la experiencia comunicativa. Aprendemos sobre nosotros mismos mediante el pensamiento que es comunicación intrapersonal y las interacciones con otras personas, que son comunicación interpersonal. Por eso, aprender habilidades de comunicación puede mejorar la forma en que nosotros nos vemos y aumentar la confianza en nosotros mismos; y, además, puede mejorar la forma en que los demás nos ven.

Y si comunicarse bien es un factor de la mayor relevancia en la vida social, sobre todo lo es para la promoción personal y profesional. La vida cotidiana y profesional nos enfrenta continuamente a muchas situaciones en las que la falta de una habilidad social para afrontarlas nos impide conseguir un objetivo, desde mantener una buena amistad hasta obtener o mantener un buen empleo. Poseer habilidades sociales es un plus que nos permite superar con éxito muchos de nuestros problemas.

En algún momento de nuestra vida todos tenemos que usar habilidades de comunicación importantes, tales como el pensamiento crítico, la resolución de problemas, la toma de decisiones, la resolución de conflictos, la formación de equipos, o el hablar en público. Estudiar la comunicación puede ayudar a triunfar profesionalmente. Los empleadores quieren contratar personas que sean comunicadores competentes. De hecho, en todos

los campos profesionales quieren comunicadores eficaces y personas que puedan trabajar en equipo, y eso implica que las habilidades de comunicación son importantes en todos los espacios laborales. Y son cruciales desde el primer contacto con un posible empleador. Las habilidades de comunicación son igualmente importantes en la gestión de las relaciones humanas que son complejas. Hay un fuerte vínculo entre las habilidades de comunicación y la satisfacción con la vida, y particularmente en contextos de salud, sobre todo en situaciones en las que algún miembro de la familia sufra una enfermedad muy grave o con riesgo de muerte.

Las habilidades de comunicación son importantes no solo para prepararnos para comenzar nuestra carrera académica o profesional, sino también para ayudarnos a adecuarnos a los cambios a lo largo de nuestra vida laboral. En la medida en que desarrollemos una comprensión de los conceptos básicos de comunicación y aprendamos a aplicar esos conceptos en las interacciones cotidianas, estaremos mejor equipados para superar las barreras lingüísticas y culturales y promover relaciones interpersonales efectivas, y un trabajo en equipo.

Carlos van-der Hofstadt ha escrito este libro sobre habilidades de la comunicación, sobre lo que son y cómo son, cómo pueden adquirirse para comunicarse con los demás y cómo se pueden mejorar, si se estudian sus fundamentos y práctica. Este es un libro manejable en el que, con concisión y claridad, se exponen los elementos básicos de la habilidad social y la comunicación, las barreras de la comunicación y la forma de resolver algunos de los problemas fundamentales que pueden aparecer en la misma, para después relatar algunas de las aplicaciones de las habilidades sociales de la comunicación.

En suma, se trata de un libro interesante y útil para todos, pero sobre todo para aquellos que por razones de sus estudios o profesión necesitan especialmente comunicarse con los demás como medio de promoción.

Prof. **JESÚS RODRÍGUEZ MARÍN**
Catedrático Emérito de Psicología Social de la Salud y Rector Honorario de la Universidad «Miguel Hernández» de Elche.
Académico de Número de la Academia de Psicología de España.
Académico Correspondiente de la Real Academia de Medicina de la Comunidad Valenciana.

Introducción

Las personas, en cuanto seres sociales que somos, durante la mayor parte de nuestro tiempo estamos en interacción con los demás, por lo que poseer habilidades sociales, junto con otros factores, está determinando en gran parte la calidad de nuestra vida y el éxito de nuestras relaciones.

Cuando hablamos de habilidades sociales, a primera vista lo asimilamos a la persona que tiene una buena capacidad de relacionarse con los demás y es simpática y, en realidad, no vamos muy desencaminados. Las habilidades de la comunicación, si bien es cierto que parten de la simpatía y pasan por la relación con los demás, no lo es menos que lo hacen con un fin concreto: orientar el comportamiento de las personas con las que uno se relaciona hacia donde uno pretende, ya sea el acuerdo por una estrategia de *marketing*, o por el entusiasmo sobre un nuevo producto o idea, sea dejar abierta una futura relación comercial; o bien la atención a personas enfermas o a sus familiares, facilitar información desde un servicio de atención al público, realizar una entrevista profesional o, simplemente, concertar una cita amistosa o charlar con una persona que acabamos de conocer.

La gente que posee habilidades sociales tiende a rodearse de muchas otras personas, pero fundamentalmente tiene la capacidad de crear relaciones. Convencidos de que nada se puede hacer de forma individual, construyen toda una red de contactos lista para ser utilizada cuando sea preciso. Por sus características, suelen resultar expertos en dirigir equipos y tienen un gran dominio sobre la persuasión, presentando una buena conciencia de sí mismos, un buen nivel de autocontrol y una elevada empatía. La presencia de habilidades sociales se considera una capacidad clave para el liderazgo, pues la labor de un líder, que consiste en tener listo el trabajo a través de otras personas, se consigue gracias a este tipo de habilidades.

En cualquier tipo de actividad, hablar de un buen profesional supone hablar de una persona que, además de los conocimientos técnicos que la cualifican para desempeñar la profesión de que se trate, es capaz de «vender» su propia imagen como profesional. Los conocimientos técnicos, que se certifican mediante una titulación, se pueden adquirir progresivamente y están en los libros. Los segundos, la capacidad de poner en práctica esos conocimientos en la relación con los otros, suponen la presencia de habilidades de comunicación, y no existe titulación alguna

que los certifique, aunque también se pueden adquirir y cada vez encontramos más libros sobre ellos, pero no basta con estudiarlos.

Al margen de los aspectos profesionales, la capacidad de relación personal y de éxito social también está en gran medida relacionada con la imagen personal que desarrollamos y con la que nos relacionamos con los demás, y esta, a su vez, se relaciona con la personalidad y con la autoestima. Cuanta mayor capacidad de relación con los demás, mayor autoestima y mejor imagen personal, y viceversa.

Muchas veces consideramos las habilidades sociales como un «don», como una capacidad innata que la naturaleza ha regalado a aquellos que las poseen, negándolas a la gran mayoría. Así, decimos de alguien que tiene una gracia especial, que tiene «don de gentes», etc., refiriéndonos a ellas como a cualquier otra característica del sujeto como la altura o el color de los ojos.

Desde este punto de vista, la capacidad de relacionarse con los demás se posee o no, en mayor o menor grado, independientemente de la voluntad del sujeto, pues si dependiese de esta muchas personas la tendrían. Así, quien la posee se puede considerar afortunado, y quien no, no puede más que desearla, sabiendo que nunca podrá alcanzarla y debe conformarse con lo que tenga.

Sin embargo, cuando hablamos de la comunicación desde la óptica de las habilidades sociales, descartamos esta idea de presencia o ausencia de una serie de características particulares de la persona, ya que las habilidades sociales pueden aprenderse, aunque no sea fácil y requiera un tiempo y un esfuerzo. En cualquier caso, ya no depende de la biología o la genética. Mejorar la capacidad de relacionarse y comunicarse con los demás, enmarcada dentro de la teoría de las habilidades sociales, resulta perfectamente objetivable, evaluable y entrenable, y hacia esos objetivos es hacia donde se orienta el contenido de este trabajo.

La idea de la realización de esta obra surge a partir del material y la experiencia recopilada y utilizada a lo largo de los años colaborando en la formación de diversos profesionales desde distintos organismos e instituciones. Si en la primera edición hablábamos de diez años, en esta tercera ya son cerca de treinta colaborando en la formación de diferentes profesionales. Administrativos, secretarias de dirección, celadores, guías turísticos, policías locales, comerciales, dependientes, auxiliares de enfermería, pequeños y medianos empresarios, enfermeras, médicos y estudiantes y profesores universitarios de muy variadas titulaciones, han

sido los perfiles a los que la aplicación de la metodología planteada en este trabajo ha permitido mejorar sus habilidades de comunicación y, por tanto, sus capacidades profesionales y personales. En todos los casos se ha utilizado la misma metodología de trabajo, de forma independiente al área de conocimiento o a los diferentes temas a tratar.

A partir del material utilizado para impartir esos cursos, se ha elaborado este libro al objeto de facilitar los conocimientos básicos y, fundamentalmente, la metodología de trabajo empleada, para que cualquier persona pueda beneficiarse de esa experiencia. La metodología presentada es utilizable para cualquier sujeto, independientemente del tipo de actividad profesional o personal en la que se ubique, dado que lo que se entrena con ella no son los conocimientos sino la capacidad de relación con los demás, potenciándose a partir de ella la propia imagen personal.

Este trabajo pretende ser una obra estricta desde el punto de vista científico en lo que se refiere a su contenido, aunque no tanto en su forma y estructura. Su objetivo es fundamentalmente divulgativo y se ha pretendido que el mismo resulte accesible a cualquier persona que necesite evaluar y mejorar sus habilidades de comunicación y, por ende, su capacidad de relacionarse con los demás, independientemente de sus conocimientos previos y su experiencia y formación concretas.

Esa puede ser la característica principal que la diferencie de los trabajos publicados hasta este momento, en los que o bien su excesivo rigor científico y técnico no los hacen adecuados para el gran público, o bien resultan excesivamente sencillos para cierto tipo de público más conocedor de la materia. Quizá por ello, tanto el lenguaje como la presentación de sus conceptos y teorías, se ha simplificado todo lo posible, intentando, pese a ello, no caer en generalidades ni en simplismos excesivos, esperando haberlo conseguido.

Pretende, además, como los cursos desde los que comenzó a gestarse, convertirse en un instrumento de reflexión sobre el comportamiento de cada persona a la hora de comunicarse y establecer relaciones con los demás. Como se descubrirá tras su lectura, prácticamente no se encierra en él ningún concepto que no sea comprensible más que a través de la aplicación del sentido común que, por desgracia, continúa siendo el menos común de los sentidos, comprobando cómo casi todo lo que aquí se nos dice ya lo sabíamos.

En el trabajo se diferencian claramente dos partes: una primera, más teórica, donde se introducen los conceptos e informaciones necesarias

para su posterior aplicación; y una segunda, más práctica, en la que se dan orientaciones sobre la forma de utilizar los contenidos de la primera parte. Esta segunda parte está orientada tanto a la evaluación como a la mejora de carácter general sobre grandes áreas de actuación, y queda pendiente el poder concretarse a partir de la utilización de la metodología planteada. No se ha realizado, por tanto, pensando en ningún colectivo profesional en particular, sino que puede ser posteriormente adaptada a diversas realidades y necesidades.

El que se realice una tercera edición después de veinte años desde la primera, es también señal de que la metodología que se plantea es adecuada y que la idea original de generar una obra útil para todos y no solo pensando en un sector concreto, ha funcionado.

En esta tercera edición que ahora presentamos, se ha querido actualizar los contenidos adaptándolos a la realidad de este momento e incorporar y desarrollar algunos puntos mediante explicaciones complementarias con el ánimo de facilitar la compensión y el aprendizaje.

PARTE I

HABILIDADES
DE COMUNICACIÓN

1

Concepto de habilidad social

Las posibles situaciones de interacción personal a las que se puede enfrentar una persona a lo largo de su vida son tan numerosas, casi infinitas, que resulta imposible tanto su análisis como el establecer una clasificación de las mismas. Ello se debe, fundamentalmente, al hecho de que las directrices sobre las que hay que ordenar esas posibles situaciones de interacción social van a depender, además de los sujetos que participan como actores sociales en cada una de las situaciones, de los valores, normas y expectativas del entorno social en que se produzcan, concretadas en las interpretaciones particulares que en torno a esas situaciones se realicen.

Vemos, por tanto, cómo el comportamiento que integra la denominada habilidad social, como cualquier otra conducta, se debe considerar dentro de un marco cultural determinado, puesto que los patrones de comunicación varían ampliamente entre culturas e incluso dentro de una misma cultura, dependiendo de factores tales como la edad, el sexo, la clase social o la educación.

En general, e independientemente del contexto social en el que se produzca, se considera socialmente habilidosa cualquier conducta que: *a)* incremente la efectividad en lograr los objetivos planteados; *b)* aumente la efectividad para mantener o mejorar la relación con la otra persona en la interacción; y *c)* potencie la efectividad de mantener la autoestima de la persona.

Siguiendo a V. Caballo en su libro de 1989, definimos las habilidades sociales como: «el conjunto de conductas emitidas por un individuo en un contexto interpersonal, que expresa sentimientos, actitudes, deseos, opiniones o derechos de ese individuo de un modo adecuado a la situación, respetando esas conductas en los demás, y que generalmente resuelve los problemas inmediatos de la situación mientras minimiza la probabilidad de futuros problemas».

De la anterior definición se desprenden una serie de consecuencias que nos ayudan a concretar mejor el concepto de habilidad social. Por un

lado, vemos cómo se refiere a cualquier tipo de conductas, donde incluiríamos tanto los comportamientos que resultan directamente observables como los encubiertos (pensamientos), que son aquellos que no se pueden observar directamente.

El hecho de que estemos haciendo referencia a situaciones de relación social va a primar el que aludamos a las conductas directamente observables por nuestros interlocutores. De cualquier modo, no se debe olvidar que la realización de estas conductas observables va a estar mediatizada por las no observables, por lo que hay que prestar también atención a estas últimas, de las que hablaremos más adelante, en otro punto de este trabajo, al referirnos al discurso interno y a las autoverbalizaciones y autoinstrucciones.

Por otra parte, vemos cómo otra de las características de la habilidad social es su utilización con relación a otras personas, por lo que no cabe hablar de habilidades sociales sin la presencia de relaciones sociales interpersonales.

El conjunto de conductas que van a integrar la conducta socialmente habilidosa va a ser utilizado, según la definición de V. Caballo presentada anteriormente, para expresar sentimientos, actitudes, deseos, opiniones o derechos de un individuo, es decir, para que ese individuo se comunique con los demás, y para que lo haga respetando la comunicación de los demás y de «la mejor manera posible», en el sentido de adaptarse a las características particulares de cada situación (conversación individual o en grupo, hablar en público, relación laboral o de ocio, etc.) y con el menor número de problemas. El comportamiento socialmente habilidoso no solamente resulta útil para reducir los problemas del momento sino que, de la misma manera, por el efecto que causa en nuestros interlocutores, está reduciendo la probabilidad de futuros problemas al facilitar la comunicación en un sentido amplio del término y mejorar la calidad de la misma.

Ahora bien, la conducta social es una conducta compleja en el sentido de que el todo es mayor que la suma de sus partes pero, a su vez, no existe independientemente de sus partes. Esta afirmación supone que podamos hablar de habilidades sociales con muy distintos niveles de concreción o de abstracción.

Así, cuando hablamos en términos globales y amplios de conceptos como asertividad, capacidad de relación heterosocial, efectividad en entrevistas de trabajo, capacidad de comunicación o capacidad de escucha, estamos haciéndolo sobre habilidades generales, que son designadas

también de forma general, de forma global, y por tanto, en un sentido abstracto, pero que son la referencia, el ideal al que pretendemos aproximarnos con la realización de un plan de entrenamiento en el tipo de habilidad que sea.

Este tipo de habilidades sociales es el que se denomina «categorías molares», y contienen elementos generales, subjetivos y cualitativos que estarán mediatizados por el entorno social concreto donde se realice la conducta social de que se trate y por los sujetos entre los que se produzca. Tienen, por tanto, a favor que su impresión subjetiva presenta una medida de cómo el sujeto impacta en los demás, aunque sea a costa de perder la objetividad.

De cualquier modo, el grado de subjetividad impide aproximarse a su estudio con un mínimo de rigor, lo que hace casi imposible plantear métodos concretos de evaluación y aprendizaje. Desde este planteamiento, no cabe más que considerar las habilidades sociales como un «don» o «gracia» que se posee o no, pues no permite el análisis concreto de esa impresión que impacta en los demás. En este sentido, podemos ver que existen numerosas publicaciones sobre el tema que incluyen en su título el término «arte».

En el otro extremo, cuando nos referimos con términos concretos, exactos y objetivos, a aspectos como el contacto ocular, la sonrisa, el volumen o la postura, estamos hablando de lo que se denomina «componentes moleculares». Son de los que dependen las habilidades generales, las «categorías molares». Su utilización supone dividir la conducta interpersonal en elementos específicos, medidos de forma que puede llegar a resultar altamente objetiva, al poderse cuantificar con exactitud, por ejemplo, la cantidad de segundos de contacto ocular o el número y tipo de perturbaciones del habla.

La clave del problema estriba, por tanto, en la forma de relacionar e identificar el tipo y número de componentes moleculares que forman parte de una categoría molar, algo difícil de concretar, pues también en parte estará en función del contexto sociocultural donde se desarrolle la interacción, además de las características de los actores de la misma.

De forma complementaria a las «categorías molares» y a los «componentes moleculares», se ha intentado un acercamiento al estudio de las habilidades sociales desde un denominado «nivel intermedio», en un intento de recoger lo mejor de la metodología más amplia y de la más objetiva, haciendo referencia a habilidades como la expresión facial o la

voz, que si bien es cierto que de forma estricta se ubicarían en ese nivel intermedio, en muchas ocasiones se consideraban dentro de los componentes moleculares.

Desde esta perspectiva es desde donde consideramos más adecuado proceder al estudio de las habilidades sociales, pues permite una aproximación rigurosa y cuantificable sin perder de vista la subjetividad y el análisis cualitativo que requiere considerar la conducta dentro de un entorno social concreto.

Cualquier análisis del comportamiento humano desde el punto de vista cognitivo conductual, que es la orientación que seguimos en este trabajo, lo vamos a plantear en relación a tres aspectos independientes pero al mismo tiempo íntimamente conectados, que serían: por una parte, los comportamientos o conductas observables; por otra, la respuesta cognitiva o los pensamientos del sujeto que realiza esos comportamientos; y, finalmente, la respuesta fisiológica del sujeto, es decir, lo que el sujeto hace, lo que piensa y lo que experimenta a través de su cuerpo.

Al hablar de habilidades sociales, lo cierto es que, independientemente del nivel de concreción que podamos utilizar (categorías molares, moleculares o intermedias), si queremos hablar de habilidades sociales con un mínimo de rigor metodológico y carácter científico, fundamentalmente trabajaremos sobre los elementos conductuales y, por tanto, observables, pese a la importancia de los elementos cognitivos o encubiertos y los fisiológicos.

El que fundamentalmente se trabaje sobre los elementos conductuales no quiere decir que no consideremos los dos últimos tipos de elementos. Los abordaremos dándole la importancia que merecen, desde el punto de vista individual en el primer caso, y meramente informativo en el segundo, aunque posteriormente se plantearán técnicas de autocontrol personal que incidirán sobre ambos tipos de elementos y la mejora en el control de los mismos. De hecho, el que exista un buen nivel de autocontrol sobre los elementos fisiológicos y cognitivos, va a ser una de las claves que más nos van a ayudar a esa mejora de la comunicación personal hacia la que está orientada este trabajo.

2

La comunicación

En lo que se refiere al tema que estamos tratando, dice el *Diccionario de la Lengua Española* de la Real Academia Española que comunicar es: *a)* Hacer a una persona partícipe de lo que se tiene; *b)* Describir, manifestar o hacer saber a alguien algo; *c)* Conversar, tratar con alguien de palabra o por escrito; y *d)* Transmitir señales mediante un código común al emisor y al receptor.

Todos nos comunicamos. De una manera o de otra, de forma correcta o incorrecta, voluntaria o involuntariamente, siempre nos comunicamos. Incluso cuando no queremos comunicar, comunicamos. A no ser que nos aislemos totalmente del entorno que nos rodea, e incluso a veces en ese caso, comunicamos. La comunicación constituye, pues, una característica y una necesidad de las personas y de las sociedades, por primitivas que sean (incluso no racionales), con el objetivo de poder intercambiarse informaciones y relacionarse entre sí.

Desde un punto de vista más técnico o comercial, podríamos definir la comunicación, o mejor dicho, el acto de comunicar, como un proceso más o menos complejo en el que dos o más personas se relacionan y, a través de un intercambio de mensajes con códigos similares, tratan de comprenderse e influirse de modo que sus objetivos sean aceptados en la forma prevista, utilizando un canal que actúa de soporte en la transmisión de la información.

Además de esto, que es estrictamente cierto, si soy capaz de comunicarme de forma que al otro le guste hablar conmigo, si consigo que mi interlocutor se sienta escuchado, si comunico lo que quiero sin agredir a nadie y si consigo transmitir una actitud estimulante y favorecedora del diálogo y el intercambio de pareceres, si consigo todo esto, además de comunicarme, posiblemente estaré relacionándome de forma adecuada con los demás.

La comunicación interpersonal se podría definir como el proceso de comunicación entre individuos, que tratan de transmitir estímulos a través de símbolos, con la intención de producir un cambio en el comportamiento.