

MANUAL DE LABORATORIO

MÓDULO DE COMPETITIVIDAD V

COMUNICACIÓN



QUINTO SEMESTRE 2026

Introducción

El presente manual para Laboratorios de Arte tiene por objeto ser una guía metodológica para la realización de las prácticas que permitan al estudiante, ganar experiencia real de los aspectos teóricos de los cursos.

El curso de Módulo de Competitividad enfocado en la práctica comunicacional son acciones interpersonales que facilitan los procesos de comunicación en forma individual y grupal para el desarrollo de actividades. Para ellas son imprescindibles el asertividad, una correcta producción y recepción en la comunicación y el trabajo en equipo, ya que la suma de estos factores abre caminos a la comunicación efectiva.

Objetivos

El objetivo es proporcionar a los estudiantes estándares de verificación para mantener una comunicación eficaz, enmarcada en el respeto a los derechos humanos y la libertad de expresión con responsabilidad.

Al finalizar el laboratorio el estudiante estará en la capacidad de:

- Diferenciar los tipos de comunicación.
- Conocer las Técnicas de comunicación. • Poner en práctica la comunicación asertiva.

Campo de aplicación

El presente manual está orientado hacia estudiantes que tengan asignado el curso de Módulo de

Competitividad V, Comunicación. Código FG681 y que pertenezcan a la Universidad Rural de Guatemala.

INSTRUCCIONES PARA REALIZAR LAS PRÁCTICAS

Para la realización adecuada de las prácticas deberán atenderse las siguientes indicaciones:

- Presentarse puntualmente a la hora del inicio del laboratorio y permanecer durante la duración de este.
- Realizar las actividades y hojas de trabajo planteadas durante la práctica.
- Participación y cuidado de cada uno de los integrantes del grupo en todo momento de la práctica.
- Conocer la teoría (leer el manual antes de presentarse a cada práctica).

- **No se permite el uso de teléfono celular dentro del laboratorio**, Si tiene llamadas laborales deberá atender las mismas únicamente en el horario de receso.
- Si sale del salón de clases sin la autorización del docente perderá el valor de la práctica.
- No puede atender visitas durante la realización de la práctica.
- El horario de receso es únicamente de 15 minutos.
- **Respeto dentro del laboratorio hacia los catedráticos o compañeros (as).**

La falta a cualquiera de los incisos anteriores será motivo de una inasistencia.

Considere que se prohíbe terminantemente comer, beber y fumar. Éstos también serán motivos para ser retirado de la práctica.

Recuerde que para tener derecho al punteo y aprobar el curso deberá presentarse a las prácticas y realizar las evaluaciones en línea, las cuales estarán habilitadas del **25 de mayo 2026 a las 8:00 al 29 de mayo 2026 a las 18:00**

Reporte de la Práctica

Las secciones de las cuales consta un reporte, el punteo de cada una y el orden en el cual deben aparecer son las siguientes:

- | | |
|-----------------------|------------|
| a. Carátula | 0 puntos |
| b. Resumen | 20 puntos |
| c. Objetivos | 20 puntos |
| d. Resultados | 40 puntos |
| e. Conclusiones | 20 puntos |
| f. Bibliografía | 0 puntos |
| g. Total | 100 puntos |

Por cada falta de ortografía o error gramatical, se descontará un punto sobre cien, todas las mayúsculas se deben de tildar. Es importante dirigirse al lector de una manera impersonal, las expresiones tales como “obtuvimos”, “hicimos”, “observé”, serán sancionadas. Si se encuentran dos reportes parcial o totalmente parecidos se anularán automáticamente dichos reportes.

- a. **RESUMEN:** En esta sección deben responderse las siguientes preguntas: ¿qué se hizo?, ¿cómo se hizo? Y ¿a qué conclusión se llegó? El contenido debe ocupar media página como mínimo y una página como máximo.
- b. **OBJETIVOS:** Son las metas que se desean alcanzar en la práctica. Se inician generalmente con un verbo, que guiará a la meta que se desea alcanzar, los verbos finalizan en AR, ER o IR, ejemplo: reconocer, determinar, etc. Deben ser verbos cuantificables, únicamente se utiliza un verbo por cada objetivo, deben estar en concordancia con las conclusiones.
- c. **RESULTADOS:** En esta sección deben incluirse todos los datos obtenidos al final de la práctica.

Se debe elaborar un relato de la práctica incluyendo los resultados obtenidos.
- d. **CONCLUSIONES:** Constituyen la parte más importante del reporte. Las conclusiones son

“juicios críticos razonados” a los que ha llegado el autor, después de una cuidadosa consideración de los resultados de la práctica y que se infieren de los hechos. Deberán ser lógicos, claramente apoyados y sencillamente enunciados. Esta sección deberá ser extraída de la interpretación de resultados, ya que allí han sido razonados y deben de ir numeradas. Se redacta una conclusión por cada objetivo planteado.
- e. **RECOMENDACIONES:** Constituyen un ítem en donde el estudio sea aplicado a alguna organización, sector económico, comunidad, etc.; es importante siempre incluir en las recomendaciones una o varias propuestas enfocadas en ese objeto o sujeto de estudio, bien sean para corregir algunos aspectos, emprender mejoras o incluir nuevos elementos de interés para la solución a la problemática abordada.
- f. **BIBLIOGRAFÍA:** Esta sección consta de todas aquellas referencias (libros, revistas, documentos) utilizados como base bibliográfica en la elaboración del reporte. Deben citarse, como mínimo 3 referencias bibliográficas (**EL INSTRUCTIVO NO ES UNA REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA**), las cuales deben ir numeradas y colocadas en orden alfabético según el apellido del autor. Todas deben estar referidas en alguna parte del reporte. La forma de presentar las referencias bibliográficas es la siguiente:

1. BROWN, Theodore L.; LEMAY, H. Eugene; BURSTEN, Bruce E. *Química la ciencia central*. 7ª ed. México: Prentice-Hall, 1998. 682 p.

DETALLES FÍSICOS DEL REPORTE

- El reporte debe presentarse en hojas de papel bond tamaño carta.
- Cada sección descrita anteriormente, debe estar debidamente identificada y en el orden establecido.
- Aplicar las normas APA 7ª edición.
- Todas las partes del reporte deben estar escritas a mano CON LETRA CLARA Y LEGIBLE.
- Se deben utilizar ambos lados de la hoja.
- No debe traer folder ni gancho, simplemente engrapado.
- Incluir fotografías

IMPORTANTE:

Los reportes se entregarán en físico, al terminar el laboratorio y servirá para marcar la asistencia a la práctica.

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES

Práctica No.	Nombre de la Práctica
1	Aprendiendo a comunicarnos -La Entrevista-
2	Derechos Humanos -Debate-
3	Prácticas Comunicacionales en Redes Sociales -Anuncio-
4	Desarrollar la escucha Activa -PODCAST-

Material Personal Necesario Para la Realización de las Prácticas

1. Vestuario adecuado a la práctica
2. Papel mayordomo

Material Necesario Para la Realización de las Prácticas

Indicar si los materiales serán individuales o en grupos.

Práctica No.	Materiales
1	Cuaderno y lapiceros (individuales)
2	Computadora (grupo)

PRÁCTICA No. 01

APRENDIENDO A COMUNICARNOS -LA ENTREVISTA-

Antecedentes:

Los aspectos teóricos de la práctica permiten conocer las principales herramientas de comunicación para trasladar de forma clara la información.

La comunicación es uno de los aspectos más importantes en la vida de toda persona, considerado algunas veces como un proceso difícil. Para vivir necesitamos entender y hacernos entender, expresarse, expresar nuestros sentimientos, emociones, ideas, saber qué quieren los demás, comprenderlos por lo tanto es imprescindible para cualquier relación o actividad laboral, personal, profesional, empresarial, de amistad, la buena comunicación es la clave.

La distancia entre lo que uno dice y lo que el otro entiende es el espacio en el que se genera el famoso malentendido, por eso es importante aprender a comunicarnos.

“Para aprender a comunicarnos efectivamente debemos darnos cuenta de

que todos somos diferentes en la forma en que percibimos el mundo y usar ese conocimiento como guía para comunicarnos con otros” -Tony Robbins.

¿Qué es la entrevista?

Una entrevista es una conversación entre dos o más personas, en la que una parte hace preguntas y la otra responde, con el fin de obtener información sobre un tema específico. Existen diferentes tipos de entrevistas según su objetivo, estructura y medio. Algunos ejemplos son:

- Entrevista biográfica o de trayectoria: se indaga en la vida y obra de la persona entrevistada.
- Entrevista de trabajo: son entrevistas que hace el empleado o propietario de una empresa a un candidato a un puesto de trabajo.
- Entrevista de opinión: el objetivo es conseguir opiniones concretas en torno a un suceso o evento importante.
- Entrevista estructurada: se caracteriza por estar planteada de una manera estandarizada; en ella se hacen preguntas que previamente fueron pensadas y que se dirigen a un entrevistado en particular.

- Entrevista no estructurada y libre: es flexible y abierta ya que, por más de que exista un objetivo de investigación que rige las preguntas, no se espera que las respuestas posean cierta profundidad o un contenido ordenado.
- Entrevista presencial, telefónica, escrita, radiofónica, audiovisual o digital: depende del medio que se utilice para realizar la comunicación entre el entrevistador y el entrevistado.

Objetivos

- Determinar y practicar la exposición verbal frente al público.
- Reconocer la comunicación efectiva y no efectiva. • Elaborar un ensayo eliminando las cuñas de nuestro vocabulario.

Materias y equipo

- Cuaderno/libreta
- Lapiceros

*Estos materiales los proporcionará el estudiante.

Métodos:

Describir los métodos que se aplicarán en la práctica.

- Dramatización: Todos los estudiantes realizarán entrevistas entre sí
- Diálogo entre dos personas, un entrevistador y un entrevistado.
- Casos: Se puede simular una entrevista de trabajo, una entrevista periodística, una entrevista con un cliente. (Buscar ejemplos en la web)

Procedimiento

- a) Organizar 2 parejas
- b) Realizar la entrevista en base a las 6ws.

¿Qué?

¿Quién? ¿Cómo?

¿Cuándo?

¿Dónde?

¿Por qué?



Reportar

- Formato con listado de preguntas.
- Realizar un informe de semblanza de la persona entrevistada.
- Adjuntar fotografías

Modelo de Reporte No. 1

Instrucciones:

- Síntesis (3 párrafos de 4 a 5 líneas) sobre que es la entrevista (Consultar bibliografía) máximo 2 hojas tamaño carta.
- Presentación de la Entrevista realizada
- A mano con letra legible
- Carátula (datos personales)
- El trabajo se debe entregar en formato digital remitiéndose al correo electrónico del curso o subirlo a la plataforma de Classroom en la fecha indicada según la calendarización.
- Cuidar presentación, orden, ortografía, redacción y sobre todo la autenticidad de la misma.
- Desarrollo / Estructura del trabajo
- Comentario personal sobre la experiencia de realizar una entrevista (2 párrafos de 4 a 5 líneas líneas)

PRÁCTICA No. 02

Derechos Humanos y Comunicación –Debate-

Antecedentes:

El aspecto teórico de la práctica nos permitirá conocer la importancia del uso de los diferentes medios de comunicación destinados para determinado público o público en general. Entre los medios podemos identificar la radio, televisión, internet y medios escritos, dentro de este último nos limitaremos a trabajar la revista.

El presente trabajo pretende acercarse a una de las propuestas, como la elaboración de una revista sobre temas diversos.

Estas prácticas comunicacionales alternativas se definen como discursos comunicacionales al margen de los medios dominantes, que reconocen a la sociedad como un espacio diferente al estado y mercado que favorece la participación de las personas con una visión crítica y objetiva.

¿Qué es un debate?

Un debate es un contraste organizado de ideas y puntos de vista entre dos o más personas, al término del cual deberán alcanzar alguna especie de acuerdo o punto intermedio, gracias a la exposición organizada y pacífica de sus argumentos. Los debates son generalmente orales, aunque pueden darse también por escrito a través de plataformas de comunicación apropiadas para ello, siempre y cuando conformen una conversación estructurada.

A lo largo de la historia de la humanidad, los debates han sido la forma predilecta de intercambio de puntos de vista en ámbitos formales, académicos o políticos.

En ellos la gente acude a la palabra para exponer sus opiniones, objeciones o puntos de vista, con la esperanza de convencer a los demás, en lugar de a la violencia para imponerse sobre ellos. De hecho, para garantizar que el debate sea organizado, suele haber un moderador que asigna turnos y vela por el mutuo entendimiento.

Muchos pensadores han estudiado el debate y han propuesto modelos de intercambio, desde los antiguos filósofos y oradores políticos de la antigüedad grecorromana, hasta otros modernos como Karl Popper, o políticos como los estadounidenses Abraham Lincoln y Stephen A. Douglas. Así, por ejemplo, en el seno de las Asambleas Legislativas contemporáneas se emplea el debate para aprobar o derogar leyes y tomar decisiones.

También es común que el debate forme parte de las técnicas y métodos de enseñanza en la escuela y otras instituciones académicas. Ello se debe a que combina el estudio profundo de la materia sobre la cual se argumentó, con las capacidades de oratoria para exponer de manera convincente los propios argumentos.

• Características de los debates

Los debates se caracterizan por lo siguiente:

1. Consiste en un intercambio organizado y argumentado de ideas y/o puntos de vista.
2. Puede darse entre dos o más personas, de manera oral o, en ocasiones, escrita.
3. Cuenta con un moderador para distribuir el tiempo de habla de manera equitativa y asignar los turnos, manteniendo el orden en el debate.
4. La confrontación argumental se da en base a una serie previamente acordada de reglas o normas de debate.
5. Suele haber un público presenciando el debate. Dependiendo de quién haya sido más elocuente en sus argumentos, el público puede elegir un “ganador”.
6. El cometido del debate es llegar a algún tipo de conclusión a partir de las ideas expuestas.
7. Tipos de debate
8. debate educación
9. Los debates informales no suelen estar acordados de antemano.
10. Puede haber muchos tipos y estilos distintos de debate, atendiendo al conjunto de reglas o normas que se acuerden de antemano. Sin embargo, dependiendo de si existe un conjunto oficial de reglas para debatir o si éstas se fijan de manera espontánea e improvisada, podemos distinguir entre los debates formales y los debates informales, respectivamente.

Debates formales: cuentan con reglas claras y preestablecidas, y un moderador que vela por el cumplimiento de las mismas. En ellos las formas deben cuidarse y generalmente el tema a discutir está muy bien acotado.

Debates informales: caracterizados por la libertad argumentativa, no suelen estar acordados de antemano, ni contar con reglas formalmente establecidas. Tampoco suelen tener un moderador.

Estructura del debate

La estructura que rige a los debates normalmente está acordada de antemano, y forma parte de las normas o reglas de debate, conocidas por quienes participarán en él. Sin embargo, a grandes rasgos todo debate formal consta de cuatro fases:

Apertura.

A cargo del moderador, la apertura consiste en una introducción al tema del debate, haciendo énfasis en su vigencia, importancia o actualidad, y también las dos posturas que se enfrentarán en el debate. Luego hace lo mismo con quienes debatirán, explicando su nivel de experticia en el asunto y su recorrido profesional o académico.

Cuerpo del debate.

En este apartado el protagonismo corresponde a quienes debaten, quienes dispondrán generalmente de dos bloques de tiempo de igual extensión, para primero exponer un punto de vista, luego el otro, y finalmente argumentar a favor o en contra. La interacción entre los participantes debe ser mediada por el moderador cuando haga falta.

Preguntas y respuestas.

Una vez expuesto el grueso del debate, normalmente el moderador formula algunas preguntas de interés general, de modo que los dos participantes puedan responderlas a su manera. Finalmente, el moderador podrá abrir la participación del público para que haga, a su vez, las preguntas que considere pertinentes.

Conclusión.

En este último apartado se hará un breve resumen de lo expuesto, y se anunciará, en caso de haberlo, el ganador del debate, o la conclusión alcanzada en conjunto por los debatidores. Se trata del cierre del debate.

Objetivos de un debate

Todo debate tiene el cometido fundamental de contrastar los puntos de vista disponibles en una materia, a través de dos o más expositores, de manera seria, argumentada y frontal, de modo tal que quienes asistan al debate puedan recibir información pertinente y puedan hacerse una opinión propia.

Esto significa que el cometido del debate no es realmente ganar, pues no se trata de un concurso, si bien cada participante se esforzará por convencer lo más posible a los demás de su punto de vista, como es normal.

Reglas de un debate

Las reglas de un debate pueden ser muy diversas, pero en general suelen parecerse a lo siguiente:

1. El moderador cuenta con la autoridad a lo largo del debate, y debe usarla para establecer las condiciones más justas, equitativas y respetuosas posibles para el despliegue de las ideas.
2. El debate debe ocurrir de manera organizada, pacífica y respetuosa, sin argumentos ad hominem, ni ejercicios de violencia física o psicológica.
3. Los participantes deben circunscribirse al tema del debate, y no abandonarlo a favor de otros que les sean más afines o convenientes.
4. La interrupción del otro debe evitarse, si bien es posible contar con derecho a réplica y, en ciertos casos, con la autorización de relevo del moderador.
5. Las intervenciones deben ser lo más breves y concretas posible, para no acaparar el tiempo e impedir al otro expresarse.

Objetivos

- Determinar las prácticas comunicacionales desde los actores que participan.
- Reconocer la importancia de la comunicación.
- Elaborar herramientas que permitan desarrollar una mejor comunicación.

Materias y equipo

- Computadora
- Creatividad

*Estos materiales los proporcionará el estudiante

Métodos:

Describir los métodos que se aplicarán en la práctica.

- Debate: Conformar equipos.
- Temas: Libertad de Expresión y respeto a la vida privada, libertad de manifestación y libertad de locomoción.

Procedimiento

- c) Organizar grupos de 4 personas
- d) Nombrar un moderador
- e) Investigar sobre los temas de acuerdo a la legislación vigente.



Reportar

- Fuentes consultadas.

Modelo de Reporte No. 2

- Caratula
- Introducción
- Recortes de prensa
- Leyes consultadas y sus respectivos artículos.
- Informe sobre la investigación realizada.
- Conclusión
- Máximo 2 hojas tamaño carta.

PRÁCTICA No. 03

PRÁCTICAS COMUNICACIONALES REDES SOCIALES

Antecedentes:

La llegada del internet a la vida cotidiana conlleva muchos cambios, uno de los planos que se ha visto más afectado ha sido el de las comunicaciones. El uso del correo electrónico, los diálogos a través del chat, las videoconferencias, los foros de discusión, el estudio, son algunas muestras de los usos comunicativos de internet.

Esta nueva forma de comunicación obliga a las personas a enfrentarse en la actualidad a nuevos problemas, el uso de las tecnologías, las cuales si no se saben utilizar pueden crear barreras comunicacionales entre jóvenes y adultos.

El internet por medio de las redes sociales se presenta entonces como una forma de comunicar de manera menos burocrática, permitiendo la difusión de actividades de forma instantánea y con la posibilidad de que muchas personas puedan interactuar y aportar en la construcción de las diferentes actividades.

Las redes sociales son plataformas de internet que permiten la interacción social entre personas que comparten intereses, aficiones, información, etc. Las redes sociales sirven para diferentes propósitos, como:

- Conocer gente, socializar y mantener el contacto con familiares y amigos
- Compartir información, vídeos, imágenes y otros archivos
- Tener un momento de entretenimiento, jugar, divertirse y estar al día de las noticias
- Difundir propaganda, publicitar productos o marcas, y conseguir nuevos clientes o usuarios
- Expresar ideas, opiniones, gustos y preferencias
- Crear contenidos, participar, colaborar y aprender
- Las redes sociales más populares en 2023 son Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, WhatsApp, TikTok y Spotify.

Redes Sociales: Su importancia y funciones en el mundo actual.

En el mundo digital, las redes sociales conectan personas, impulsan empresas, promueven cambios sociales y permiten expresión creativa única. Explora su impacto y potencial en nuestra sociedad moderna.

En la era digital en la que vivimos, las redes sociales han revolucionado la forma en que nos comunicamos, compartimos información y nos conectamos con el mundo que nos rodea. Estas plataformas en línea se han convertido en herramientas indispensables para individuos, empresas y organizaciones de todo tipo.

En este artículo, exploramos a fondo su significado y las diversas formas en que influyen en nuestra sociedad actual.

En un mundo cada vez más conectado digitalmente, las redes sociales se han convertido en una parte integral de nuestras vidas. Estas plataformas en línea nos permiten comunicarnos instantáneamente con amigos, familiares y colegas, sin importar la distancia geográfica. Además de facilitar la interacción personal, cumplen una variedad de funciones esenciales en nuestra sociedad moderna.

Conexiones Globales: Acerca de las Redes Sociales

Las redes sociales han transformado la forma en que nos conectamos con el mundo. En la era digital, estas plataformas se han convertido en un medio vital para establecer conexiones globales. Nos permiten conectarnos con amigos y familiares que viven lejos, conocer personas con intereses similares de todo el mundo y estar al tanto de eventos y tendencias a nivel internacional. Nos brindan la oportunidad de experimentar una sensación de globalización, acercando a personas de diferentes culturas y trasfondos como nunca antes.

Compartir y Difundir Información: La Función Informativa

Uno de los roles más destacados de las redes sociales es su capacidad para compartir y difundir información. Desde noticias de última hora hasta consejos útiles y contenido educativo, estas plataformas se han convertido en fuentes primarias de información para millones de personas. La función informativa permite a los usuarios mantenerse actualizados y participar en conversaciones relevantes sobre temas que les interesan.

Promoción y Publicidad: Herramientas de Marketing

Para las empresas y profesionales del marketing, las redes sociales ofrecen un campo fértil para promocionar productos y servicios. La publicidad en redes permite llegar a audiencias específicas de manera efectiva, mientras que las estrategias de marketing de contenidos pueden aumentar la visibilidad y la participación del público. El «social media» se ha convertido en un componente esencial de las estrategias de marketing, brindando oportunidades para llegar a nuevos clientes y fidelizar a los existentes.

Expresión Personal y Creatividad: Plataformas para la Individualidad

Las redes sociales proporcionan un espacio único para que las personas expresen su individualidad y creatividad. Desde publicar fotos y videos hasta escribir blogs personales, estas plataformas permiten a los usuarios mostrar su personalidad y pasiones. La posibilidad de compartir logros, experiencias y momentos especiales con amigos y seguidores promueve la autenticidad y la expresión personal.

Activismo y Conciencia Social: El Poder del Cambio

Las redes sociales han demostrado ser una herramienta poderosa para el activismo y la conciencia social. Las personas pueden unirse en línea para abogar por causas importantes, recaudar fondos para organizaciones benéficas y crear conciencia sobre problemas globales. Las plataformas sociales proporcionan un espacio para compartir historias impactantes y movilizar a la sociedad hacia el cambio positivo.

Redes Profesionales: Avanzando en la Carrera Laboral

En el ámbito profesional, las redes ofrecen oportunidades para el networking y el desarrollo de carreras. Plataformas como LinkedIn permiten a los usuarios establecer conexiones profesionales, buscar empleo y compartir logros laborales. Estas redes son vitales para aquellos que desean avanzar en sus carreras y mantenerse actualizados en sus industrias.

Objetivos

- Determinar la importancia del buen uso de las redes sociales.
- Reconocer el tipo de comunicación que se da en redes sociales.
- Elaborar un esquema que permita la buena comunicación digital.

Materias y equipo

- Redes sociales
- Internet

*Estos materiales los proporcionará el estudiante

Métodos:

Describir los métodos que se aplicarán en la práctica.

- Dramatización: Conversatorios
- Debate: Buenas y malas prácticas. • Casos: Notificas en redes sociales.

Procedimiento

- f) Organizar grupos de 4 personas
- g) Generar una lluvia de ideas
- h) Identificar al público objetivo
- i) Definir si es un anuncio de concientización, de venta, de posicionamiento de marca, etc. j) Identificar el anuncio
- k) Redactar el guión

I) Grabar y editar el anuncio

Reportar

- Cada uno de los pasos del procedimiento identificado deben ser reportados en un trabajo impreso.

Modelo de Reporte No. 3

Aspectos para evaluar

1. Creatividad
2. Trabajo en equipo
3. Resultado final

Trabajo escrito del tema asignado

Presentación del trabajo

- Carátula
- Introducción
- Contenido describiendo cada paso realizado de acuerdo al procedimiento.
- Conclusión
- Bibliografía

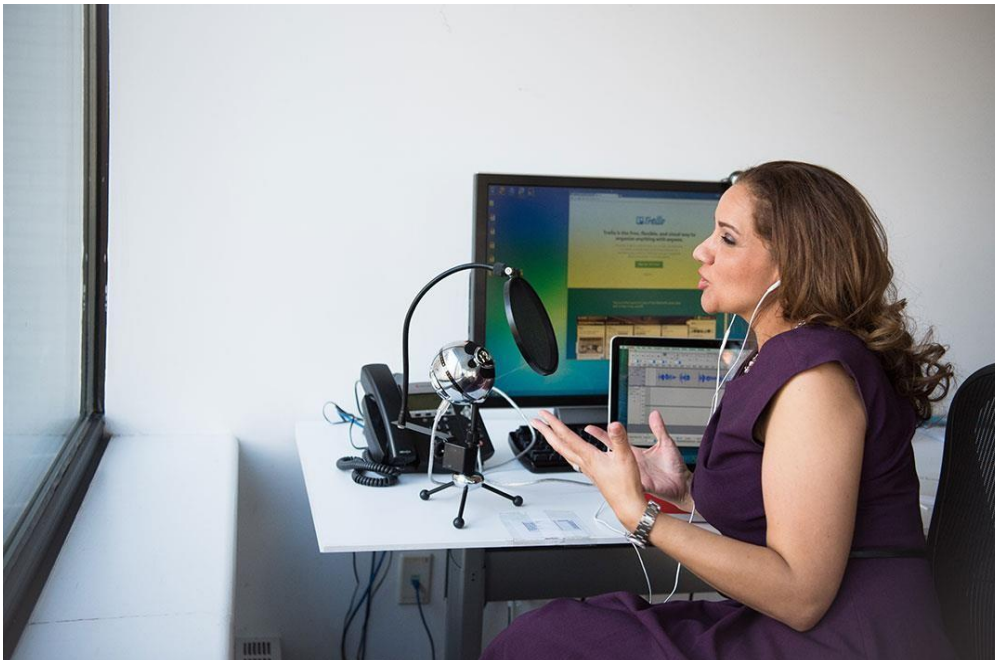
PRÁCTICA No. 04
PRÁCTICAS COMUNICACIONALES EN PÚBLICO
-Desarrollar la escucha Activa (PODCAST)-

Antecedentes:

Los podcasts, anteriormente conocidos como "audio blogs", tienen sus orígenes en la década de 1980. Con la llegada del acceso a Internet de banda ancha y los dispositivos portátiles de reproducción de audio digital como el iPod, el podcasting comenzó a afianzarse a finales de 2004.

Hoy en día, hay más de 115,000 podcasts en inglés disponibles en Internet y docenas de sitios web disponibles para su distribución a poco o ningún costo para el productor o el oyente.

Esto contribuye en gran medida a evitar las confusiones y malentendidos en los distintos espacios en los que nos relacionamos. El podcast, permite además a los alumnos desarrollar sus habilidades comunicativas. Estos son algunos usos en los que puedes implementar este recurso para lograr este objetivo: **Desarrolla la escucha activa**



Métodos:

- **Uso # 1: Desarrolla la escucha activa**

Este es el primer paso y necesario, en las habilidades de comunicación. Antes de hablar y expresar nuestras ideas, debemos ser capaces de escuchar y de interpretar lo que se nos está diciendo en el “mensaje”.

En este proceso el intercambio de mensajes se enfrenta a una serie de barreras. Por lo tanto, cuando el alumno escucha un podcast, el cual está acompañado de una guía de trabajo o toma de apuntes, este está obligado a centrarse en lo que escucha y evitar los estímulos del ambiente o incluso sus propios pensamientos.

En este proceso, el estudiante aprende a interpretar no sólo las palabras, sino también los silencios, las pausas y el sentido de la entonación. Todo esto le permite analizar posteriormente la información recibida, seleccionando los datos relevantes, de lo que no es necesario.

- **Uso # 2: Desarrolla la retroalimentación**

Este proceso contribuye a establecer comunicaciones eficaces a partir de una escucha activa, la retroalimentación permite aclarar ideas imprecisas, mal expresadas o temas que no se han entendido en totalidad.

Cuando los alumnos escuchan un podcast, puedes posteriormente solicitarles las dudas acerca de la información expuesta y que no comprendieron. Para ello, puedes pedirles que formulen sus preguntas, esto refuerza la organización de ideas y la identificación del mensaje a transmitir.

En este proceso también puedes pedirles que hagan una síntesis de lo que han entendido, con sus propias palabras, para luego compartirlo con el profesor o con toda la clase.

Si el podcast cuenta con varios capítulos, puedes asignar uno a cada estudiante y luego compartir sus síntesis entre ellos, de esta forma, motivar en ellos el compromiso para realizar un buen análisis de la información a transmitir: ideas claves y conceptos básicos.

- **Uso # 3: Desarrolla la negociación y la persuasión**

La negociación y la persuasión son dos factores esenciales en la comunicación, ya que es gracias a ellas que logramos llegar a acuerdos, encontrar puntos en común o avanzar en un tema sensible o complicado.

Estas habilidades son necesarias para todo ser humano, no obstante, no todos logramos desarrollarlas con efectividad. A partir de la información abordada en el podcast, puedes organizar un debate o foro donde los alumnos a partir de su punto de vista “a favor” o “en contra” persuadan a un público general de apoyar su opinión.

Para ello, la empatía con el público al que intentan persuadir es necesaria. La negociación es otro factor donde varios grupos, a partir de diversas ideas centrales, establecen acuerdos para que sea una o dos ideas centrales las que se establezcan como “las más relevantes” del podcast. Para ello, los alumnos exponen las razones del por qué esta idea “resume” con propiedad la información.

- **Uso # 4: Desarrolla la confianza**

La confianza en uno mismo es un factor muy importante en la comunicación, es lo que nos permite expresar nuestras opiniones y defenderlas cuando alguien no está de acuerdo con nuestro punto de vista. Además de escuchar con apertura a otras personas, sin una actitud de rechazo o negación a su opinión, lo que fortalece la empatía.

Para ello, a partir del contenido presentado en el podcast, puedes pedirles a tus alumnos que compartan su opinión acerca del tema. Pueden apoyarse en sus experiencias, reflexiones o situaciones de la vida real, que les permita entrar en contacto con sus emociones.

Esto fortalece en ellos el identificar el “cómo se sienten” respecto a un tema, esta conexión con uno mismo es necesaria cuando buscamos establecer una comunicación con otros. Es lo que nos permite compartir nuestras ideas y pensamientos, aun cuando estamos tristes, molestos o dubitativos respecto a una situación, para lo cual una reflexión de nuestro estado es necesaria de forma que utilizamos las palabras apropiadas, sabiendo transmitir el mensaje.

Desarrollar las habilidades de comunicación en tus alumnos les beneficiará tanto a un nivel personal como profesional

Objetivos

- Determinar la importancia de una buena comunicación.
- Reconocer a la comunicación como parte de la vida.
- Elaborar componentes para una comunicación eficaz.

Materias y equipo

- Cuaderno/Libreta
- Lapiceros

*Estos materiales los proporcionará el estudiante.

Describir los métodos que se aplicarán en la práctica.

- Formar grupos de 4 personas máximo para la realización del Podcats
- Debate sobre los temas distribuidos en los grupos. • Casos (Ejemplos reales).

Procedimiento

- m)** Organizar grupos de 4 personas
- n)** Designar a la persona encargada de dirigir el Podcats
- o)** Designar a la persona entrevistada o sobre la cual se hará el Podcats.

Reportar

Los resultados obtenidos dentro del desarrollo del Podcats, deben estar enfocados desde el punto de vista comunicacional, explicar cuáles fueron las experiencias al realizar dicha práctica y sobre todo como pueden ser aplicable dentro de sus carreras profesionales.

Modelo de Reporte No. 4

Aspectos para evaluar (Panelistas)

4. Conocimiento y manejo del tema (Responde correctamente, oralidad, vocabulario técnico y dicción)
5. Análisis social del tema.
6. Preguntas dirigidas al público en general o bien al entrevistador.

Trabajo escrito del tema asignado

Todos los participantes: hacer un análisis y resumen del tema tratado y desarrollado en el Podcast.

Presentación del trabajo

- Caratula
- Introducción
- Conclusión
- Bibliografía

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- (s.f.). Obtenido de <https://www.corteidh.or.cr/> Constituyente, A. N. (1985). *Constitución Política de la República de Guatemala*. Guatemala.
- Guerrero, R., & Berlanga, M. (2005). Microbios en la niebla: descubriendo el papel de los microbios en la biosfera. *Revista Ecosistemas*, 14(2). Herrera, J. S. (s.f.). *Nuevas Tendencias en Comunicación*. España: ESIC.
- Saló, N. (2005). *Aprender a Comunicarse en las Organizaciones*. Barcelona: Paidós Ibérica, S.A.
- Selva, J. M. (2001). *Aprender a Comunicarse en Público*. Barcelona: Paidós Ibérica, S.A. Shaw, G. (2020). *Comunicación Asertiva*. Communication Excellence, 2020.
- Torre, A. d. (Diciembre 1998). Derechos Humanos y Comunicación . *Revista Latinoamericana de Comunicación* , 1-9.
- Zelaya, J. (2000). *El Impacto de las Redes Sociales y las Nuevas Formas de Comunicación Online en la Estrategia Empresarial*. Barcelona: Industrias Gráficas, S.A.