

## Tarea Preliminar #2: Elementos de la Comunicación

### Propósito:

Una presentación de capacitación eficaz significa mucho más que solamente tener habilidades de orador, pero esas habilidades son extremadamente importantes para transmitir su mensaje de capacitación. Esta tarea preliminar presenta varias habilidades de comunicación esenciales para los instructores eficaces, incluyendo:

- Movimiento de los ojos y contacto visual
- Tono de la voz, ritmo y expresión
- Movimiento del cuerpo y postura
- Uso de un lenguaje apropiado

### Labor:

Se le pide que estudie el material siguiente relacionado con los elementos de una comunicación eficaz y que considere sus propias ideas en cada tema. En el instituto se le ofrecerá material adicional sobre los temas y usted trabajará con varios otros instructores para presentar el tema al grupo completo de estudiantes.

### ***Tema 1: Movimiento de los Ojos y Contacto Visual***

¿Se ha preguntado alguna vez lo que sus ojos están diciendo cuando le habla a un grupo?

Sencillamente dicho, un contacto visual directo y firme es una parte importante de la comunicación franca y eficaz. Es uno de los elementos más importantes para establecer relación con su audiencia. Un enfoque visual apropiado lo ayuda a presentar eficazmente de diferentes maneras.

- **Inicia la comunicación.**

En una reunión individual de persona a persona, imagínese hablarle a alguien mientras que está mirando hacia otro lado en vez de a la persona con quien está hablando. ¿Cuán eficaz puede ser en comunicarse con alguien si sus ojos están enfocados en otro lugar?

La comunicación verdadera en persona no se lleva realmente a cabo hasta que usted no mire a alguien a los ojos—hasta que sus ojos no establezcan una conexión con alguien. Esto es cierto lo mismo si está hablando con una persona o con un grupo.

- **Inspira confianza.**

Cuando usted quiere que alguien lo crea, le tenga confianza y esté de acuerdo con usted, el contacto visual es imprescindible. Usted probablemente no le compraría un automóvil - o le haría ninguna otra compra grande – a alguien que no lo mirara a los ojos. Esa simple confianza se aplica justamente igual cuando usted está tratando de ganarse la simpatía de un grupo de personas.

- **Ayuda a mantenerse en control.**

Su objetivo es mantener a su audiencia concentrada en usted. La falta de un contacto visual adecuado permite que los que escuchan se replieguen en sí mismos. Peor aún,

esto le puede dar a ellos una razón para comenzar sus propias conversaciones, distrayendo a otros y haciendo que le resten atención a usted.

- **Ayuda a controlar el miedo al público.**

Cuando usted fija sus ojos en una persona a la vez, usted instantáneamente va de hablarle a una audiencia (aún cuando sea solamente una audiencia de dos personas) a tener una serie de conversaciones individuales de persona a persona.

Esto no solamente lo ayuda a hablar a nivel más personal, sino que también puede reducir y ayudar a controlar su ansiedad. Parte de su preparación mental debe ser el concentrarse en hablar con y propiciar la participación de los individuos que por casualidad se encuentran reunidos en un grupo.

- **Hace que otros se sientan cómodos.**

Las personas con las que usted establece un buen contacto visual también se benefician. Al enfocar sus ojos en las personas, los puede atraer y hacerles sentir que usted les está hablando directamente a ellos. Si usted tiene éxito, una gran parte de su audiencia partirá pensando “él/ella me estaba hablando solamente a mí”.

### **Sugerencias para usar sus ojos de manera adecuada en un ambiente de capacitación.**

1. **Mire a su audiencia** – no a las paredes, al piso, al techo ni más allá de la audiencia a un lugar distante por encima de sus cabezas. Después de todo, allí no hay nadie. Ellos están en el salón y desean y merecen su atención.
2. **Tenga cuidado de no limitar su enfoque** a solamente un par de personas – o peor, a solamente una persona, que podría preguntarse por qué usted lo/la está mirando constantemente. Su audiencia puede terminar también por preguntarse lo mismo. En vez de establecer una buena comunicación, pudiera tener el efecto opuesto de intimidar al pobrecito/a que se ha convertido en el único objeto de su atención.
3. **Concéntrese en una persona a la vez.** Cuando le está hablando a un grupo pequeño, termine de expresar su pensamiento completo, alcance un punto donde pueda hacer una pausa adecuada y entonces cambie su vista para otra persona. Una vez que usted se ha concentrado en otra persona, entonces continúe hablando. Siga desplazando su vista alrededor del salón, al azar – no siguiendo el orden de las filas.

Si usted le está hablando a una audiencia extensa, comience con una persona al fondo del salón, manteniendo su enfoque por un poco más de tiempo. Esto lo ayudará a atraer la atención de la audiencia y también servirá para establecer conexión con otros sentados al fondo del salón. Esta técnica tiene la ventaja adicional de guiarlo para alcanzar con su voz a la audiencia completa.

4. **Recuerde los detalles básicos.** Muestre una expresión neutral y placentera. Ensaye a menudo durante el tiempo que precede a la presentación. Si no pudiera reunir a unos pocos amigos, ensaye en frente de un grupo imaginario.

*¿Tiene usted algunas ideas adicionales sobre este tema que quisiera compartir en el instituto?*

## **Tema 2: Tono de Voz, Ritmo y Expresión**

Un discurso rápido es como un escrito en letra pequeña. Es fácil de ignorar. Los que escuchan dejan de prestar atención si el orador no los hace sentirse a gusto al hablar. Es la responsabilidad del orador el crear un ambiente donde su audiencia pueda escuchar con facilidad y agrado.

Sin embargo, la velocidad no es el único asunto. De hecho, la velocidad en sí misma raramente es un problema. Lo que causa el problema es la velocidad *constante*. Las personas que hablan a un ritmo constante, ya sea lento o rápido, probablemente hacen que los que están escuchando se sientan frustrados. Ellos no solamente nos aburren con su propia marca especial de monotonía (igualdad de velocidad), sino que también socavan el aspecto físico natural del habla.

El habla es física porque viene del cuerpo. Tenemos que recordarnos de eso. No es solamente un ejercicio mental. Al hablar usamos los músculos del abdomen, la garganta, la lengua y los labios. El habla literalmente expresa ideas—trae ideas, pensamientos y lógica al plano físico.

Pero el habla conlleva más que palabras y lógica. Ya que viene del cuerpo, crea sensaciones físicas en los que escuchan. Todos nosotros estamos familiarizados con el poder del sonido para crear estados de ánimo y sensaciones. Piense acerca del sonido de una tiza sobre una pizarra, una puerta chirriando al abrirse, el viento moviendo las ramas de los pinos por la noche. Muchos sonidos, no solamente la música, poseen cualidades que nos impresionan profundamente. Su voz, si la usa con eficacia, tiene ese mismo poder.

Si usted usualmente habla al mismo ritmo, necesita varias maneras para interrumpir su discurso. La interrupción más natural para un discurso es cuando usted hace una pausa para respirar. Escribir sin puntuación resulta ambiguo y pesado. Hablar, sin hacer pausas, hace que el escuchar resulte confuso y difícil. Puede ser que los que están escuchando se sientan incómodos, no solamente debido a la velocidad por sí misma. El flujo incesante de sonido nunca nos da una oportunidad para descansar y ponderar el curso de los pensamientos del orador.

Para lograr pausas verbales:

- Mire a la gente en los ojos cuando hable. Eso moderará su marcha porque usted recibe la reacción de la persona que lo está escuchando. Usted puede ver si esa persona entiende o no lo que usted está diciendo. Esa sensación de conexión con su objetivo lo ayudará a moderar la velocidad de sus palabras para dar en el blanco.
- Respire más a menudo. Así tendrá más energía para su voz. Se sentirá más calmado. Tendrá suficiente aire para mantener la energía en su voz hasta el final de la frase.
- Haga pausas entre las frases. Las pausas le dan a las personas que escuchan la oportunidad de asimilar lo que usted ha dicho. El discurso que viene de una persona que respira profunda y regularmente es más fácil de oír y de entender.

### **Tema 3: Movimiento del Cuerpo y Postura**

Lo delicado acerca del lenguaje corporal es que usted generalmente no está consciente de los mensajes no verbales que está transmitiendo. Cuando los presentadores se ven a ellos mismos en una videocinta, frecuentemente se sorprenden de ver que su lenguaje corporal transmitió un mensaje completamente diferente al que ellos estaban tratando de comunicar. Por ejemplo, algunas personas en efecto dicen que “no” con la cabeza cuando están diciendo que “sí”

Un lenguaje corporal eficaz respalda el mensaje y proyecta una imagen fuerte del presentador. Las audiencias responden mejor a los presentadores cuyos cuerpos demuestran actividad y energía. Las audiencias aprecian el movimiento cuando éste tiene significado y respalda el mensaje. Los movimientos más eficaces son aquéllos que reflejan la inversión personal del presentador en el mensaje.

Cualquiera puede pronunciar una serie de palabras. Es la conexión personal del presentador con esas palabras lo que le puede dar vida a las mismas para la audiencia. Los presentadores que están interesados profundamente en su material tienden a usar todo su cuerpo para respaldar el mensaje. Sus gestos son lo suficientemente extensos para abarcar un salón lleno de gente. Ellos se yergue con entereza y se inclinan hacia la audiencia con todo su cuerpo como si estuviera tratando de acortar la distancia entre su mensaje y los oídos de la audiencia. Sus caras expresan su pasión mientras que sus ojos conectan con la audiencia, concentrándose en una persona a la vez.

Algunos detalles clave para un lenguaje corporal eficaz son sus gestos, la posición de su cuerpo y la expresión:

1. Gestos: *Haga* uso de sus manos. Sus manos no deben estar en sus caderas ni en sus bolsillos, tampoco dobladas en frente de su pecho ni por detrás en su espalda. Úselas para ayudarlo a enfatizar un punto, expresar una emoción, liberar tensión y para hacer participar a su audiencia.

Todo el mundo puede pensar en un gesto que respalde a la palabras “bajo” o “alto”; sin embargo, los gestos de las conversaciones diarias tienden a ser muy pequeños y frecuentemente muy bajos para usarlos en frente de una audiencia extensa.

Los presentadores necesitan graduar sus gestos al tamaño del salón. Los gestos más eficaces parten del hombro, no de la muñeca ni del codo. Los gestos del hombro se proyectan mejor a través de la distancia y liberan más la energía del presentador, ayudando a combatir cualquier tensión que se puede acumular en la parte superior del cuerpo (particularmente bajo presión).

2. Posición del Cuerpo. La posición de su cuerpo puede decirle a la audiencia si usted está contento, temeroso, tiene confianza en sí mismo o se siente incómodo. Una posición corporal equilibrada con el peso bien distribuido pero inclinándose levemente hacia adelante suele indicar que el orador está concentrado en la audiencia. Una posición corporal con hombros caídos inclinada hacia un lado está diciendo que el orador no está

interesado.

Cuando no se esté gesticulando, las manos deben permanecer tranquilas a los lados del cuerpo del presentador. El dejar que las manos regresen a los lados del cuerpo entre gesto y gesto, proyecta serenidad. Estos momentos de quietud entre gestos también tienen el efecto de ampliar los gestos. Sí, usted puede moverse de un lado al otro, pero recuerde acentuar ese movimiento con la quietud. El movimiento constante, tal como el balanceo del cuerpo, es una distracción que puede molestar a los que están escuchando.

3. Expresión facial. Los movimientos de sus ojos, boca y músculos faciales pueden establecer una conexión con su audiencia. Desafortunadamente, bajo la presión de dar una presentación a un grupo, muchas personas pierden su expresión facial. Sus caras se solidifican en una rígida estatua de piedra, una línea recta y delgada donde los labios se unen.

Trate de descongelar su cara directamente desde el principio. Por ejemplo, cuando usted salude a la audiencia, ¡sonría! Usted no querrá sonreír durante toda la presentación, pero por lo menos en los momentos apropiados. Es solamente en raras ocasiones que usted puede necesitar mostrarse sombrío y serio durante todo el tiempo.

Con tanto dependiendo de la comunicación y con la comunicación dependiendo del lenguaje corporal, vale la pena hacerlo correctamente. Practique el uso de gestos, posiciones corporales y expresiones faciales para aprovechar al máximo todas las oportunidades de hablar en público.

## **Tema 4: Uso de un Lenguaje Apropiado**

Usted no puede comunicarse con su audiencia si no conoce mucho acerca de ellos. El conocer a su audiencia lo ayuda a darle forma a su mensaje de manera tal que haga más probable el obtener su comprensión y aceptación. Esto es mucho más importante cuando su objetivo es persuadir y no simplemente informar a su audiencia.

La oratoria persuasiva está destinada a convencer a la gente a tomar cierto tipo de acción. Para lograr esta meta, usted debe hacer que las personas que le escuchan cambien sus actitudes y creencias. Tal vez, usted deba reforzar las actitudes y creencias que ellos ya tienen. Esto significa que usted debe tener un conocimiento completo de su audiencia antes de preparar su presentación.

### **¿Qué es lo que usted debería saber?**

Cualesquier número de factores puede afectar la manera en que su audiencia reaccionará. Esto puede incluir su experiencia, educación, empleo o antecedentes profesionales, edad, género, antecedentes étnicos, diferencias culturales y más.

¿Comparten las personas que componen su audiencia intereses comunes? ¿Cuál es la relación de unos con los otros? ¿Qué experiencias recientes, si hay alguna, han tenido ellos que puedan afectar su disposición para aceptar su argumento?

¿Qué esperarán de usted los miembros de su audiencia? ¿Tienen ellos expectativas altas que a lo mejor usted no puede satisfacer? ¿Son las expectativas de ellos realistas? ¿Está usted preparado en cualquier caso para atender esas expectativas?

Éstas son solamente unas de las preguntas que usted debería considerar a medida que se va preparando. Haga tantas preguntas como usted piense que sean pertinentes.

### **¿Qué es lo que ellos ya saben?**

Usted tendrá que hablarle a su audiencia a su nivel de conocimiento actual. Así que es importante tener una idea clara de lo que ellos ya saben. A partir de ese punto, usted puede elaborar su presentación, añadiendo información que ellos todavía no tengan.

Si, por ejemplo, su audiencia ya tiene habilidades en un área determinada, no los haga perder el tiempo con antecedentes innecesarios. En lugar de eso comience a partir de lo que ellos ya saben. ¿Qué información adicional necesitarán ellos para entender y aceptar mejor el mensaje suyo?

De igual modo, si su grupo sabe muy poco acerca del tema que usted va a tratar, también necesitará tomar eso en consideración y llenar las lagunas que existen en su conocimiento.

Piense con respecto a cuánta información su audiencia necesita, no cuánta información usted puede proveer. En algunos casos, usted querrá proveer información adicional en la forma de un folleto después de su presentación.

### **¿Están ellos interesados?**

Considere cuánto interés los participantes en su audiencia tienen acerca de su tema. ¿Es el mensaje suyo una prioridad alta o baja para ellos? ¿Cuán interesados están ellos en el tema?

Si ellos tienen un nivel alto de interés, usted tal vez pueda ir directamente a sus mensajes clave. Si el nivel es bajo, usted probablemente tenga que fomentar el interés antes de llegar a sus mensajes principales. Usted pudiera, por ejemplo, tener que abrir la sesión con una historia especialmente interesante o alguna información importante que le servirá de “gancho” para obtener la atención de todos desde el principio.

¿Qué actitudes, predisposiciones, intereses o preocupaciones pudieran ellos tener que podrían afectar la manera en que ellos reciben el mensaje? ¿Tienen ellos opiniones o emociones fuertes sobre su tema o acerca de usted? ¿Tienen ellos creencias profundas de las que usted tendría que ocuparse? ¿Hasta qué punto es probable que sus egos y valores morales constituyan un factor?

¿Tiene su audiencia probabilidades de ser amistosa u hostil hacia su punto de vista?

Si ellos tienen opiniones positivas acerca de su tema y de sus mensajes, usted estará concentrándose principalmente en reforzar esas opiniones y recitar los beneficios que ellos recibirán.

Si ellos tienen opiniones negativas, usted necesitará una estrategia diferente. Tendrá que prever sus objeciones y preparar sus respuestas. Puede que usted tenga que limitar lo que le pregunta a su audiencia. Usted podría empezar con detalles para que su audiencia llegue a ponerse de acuerdo con usted, antes de seguir adelante con las partes más polémicas de su presentación. Puede que usted quisiera hasta comenzar enumerando los argumentos contrarios y entonces explicar su propia opinión.

Determinar lo que puede provocar emociones fuertes en su audiencia-ya sean positivas o negativas-es un paso esencial. Usted al final pudiera decidir que no puede satisfacer completamente las preocupaciones de todo el mundo. Sin embargo, por lo menos usted puede presentar sus ideas de manera estratégica, mientras que toma esas preocupaciones en consideración, demostrando así su propio conocimiento y sensibilidad.

### **¿No dude en preguntar.**

Es una señal de que usted le presta atención a los miembros de su audiencia y se ocupa de sus intereses y preocupaciones. Los presentadores, una vez que comienzan a preguntar, se sorprenden frecuentemente de descubrir cuánto pueden ellos aprender acerca de su audiencia con antelación.

La información puede venir de muchas fuentes diferentes, incluyendo aquéllas que conducen o patrocinan la reunión, otras que le han hablado a la misma audiencia y especialmente haciéndoles preguntas a algunas personas que asistirán a su reunión. Desde luego, si los miembros de su audiencia son personas con las que usted tiene interacción de manera regular, esta parte de su trabajo será mucho más fácil.

A medida de que usted se prepara para su próxima presentación, cerciórese de que basa sus planes en un conocimiento detallado de su audiencia. Concéntrese en lo que es más importante para ellos y en lo que lo ayudará a usted a guiarlos hacia la meta que usted se ha trazado.