

MÓDULO 4: COMUNICACIÓN EFECTIVA

Unidad 1: Comunicación no verbal

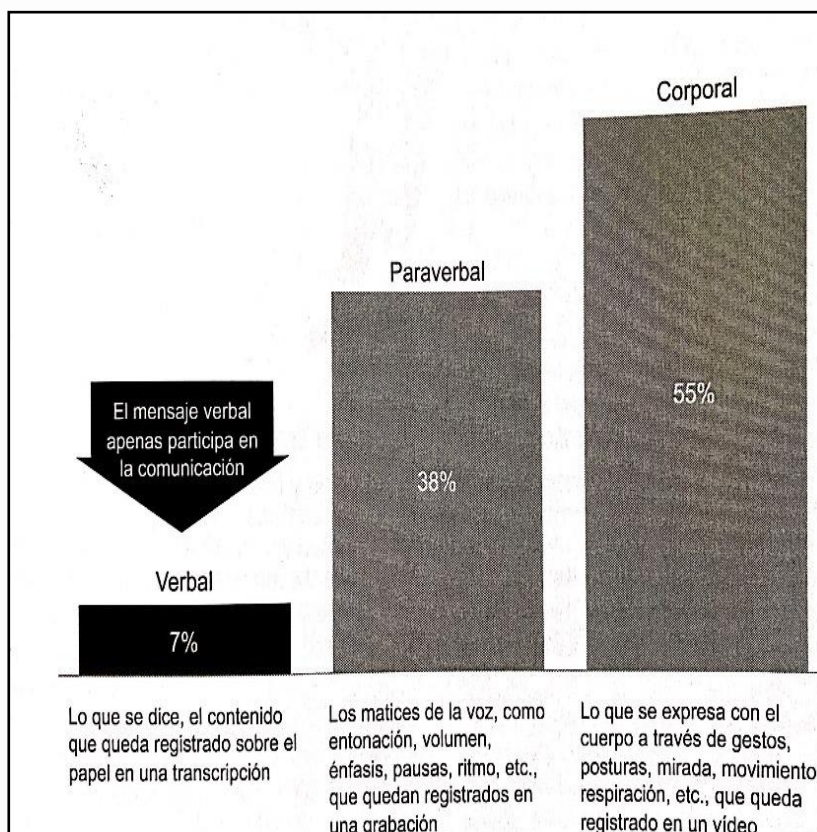
En los módulos anteriores el foco estuvo puesto en aprender cómo funcionan los debates y en conocer sus aspectos más importantes para que poder realizar argumentaciones, interpretar los diferentes roles y entender las formas y metodologías de evaluación.

En este módulo vamos a profundizar en la importancia de la gestión de la comunicación para lograr que sea efectiva. ¿A qué nos referimos? A conocer algunos de los componentes que consideramos que deben tenerse en cuenta al momento de argumentar y presentar ideas de manera efectiva en un debate.

Debemos tener plena conciencia de que todo comunica y que también debemos utilizarlo a nuestro favor para fortalecer lo que queremos transmitir y lograr con nuestro mensaje. Nuestra forma de caminar, de mover las manos, la mirada, nuestro estilo al vestirnos son parte del mensaje. Lo apoyan y refuerzan o lo contradicen.

El siguiente gráfico detalla la importancia del mensaje verbal, paraverbal y corporal.

Figura 1: Armoniza sinfónicamente tus mensajes verbales, paraverbales y corporales



Fuente: Álvarez Maraño, 2019, p. 291.

Como se ve en la imagen, las tres variables son importantes y tienen diferentes niveles de incidencia, lo cual es lo que queremos destacar. Es muy importante lo que se dice, pero lo que causa impacto y hace que se recuerde es el cómo lo decimos y cómo hacemos sentir a nuestra audiencia.

Por lo tanto, también debemos preparar nuestro lenguaje no verbal y que sea parte de nuestra estrategia. En el debate, el objetivo es persuadir, y no solo nuestros argumentos son importantes, sino también nuestra voz y nuestro cuerpo son herramientas para lograrlo.

Asimismo, debemos saber que el lenguaje corporal no es tan controlable como esperamos o creemos, se debe tener mucha práctica para lograrlo. Y el cuerpo se mueve como siente, es decir, con espontaneidad. Entonces, si estamos incómodos, lo vamos a transmitir; si no estamos seguros o, incluso, de acuerdo con lo que decimos, el cuerpo lo va a hacer notar. Por eso se requiere mucha práctica y conocimiento de su poder. Porque puede ser nuestro poder o kriptónita.

4.1.1. Componentes

¿De qué hablamos cuando decimos comunicación no verbal?

A continuación, presentamos una caracterización de la comunicación no verbal presentada por la autora María Estela Raffino:

- **Gestualidad:** Movimientos de las manos, de las extremidades todas o desplazamientos de la cabeza, que pueden ser más o menos complejos y más o menos específicos, de acuerdo con la intención. A menudo, los usamos junto al lenguaje como una forma de acompañamiento para lograr mayor precisión.
- **Expresiones faciales:** Existe en el ser humano cierto condicionamiento congénito que nos permite reconocer las expresiones faciales desde edades muy tempranas: una sonrisa, un ceño fruncido, una cara rabiosa. Toda una gama de emociones se expresa de manera más o menos instintiva en nuestro semblante.
- **Postura corporal:** Dependiendo de cómo posicionamos el cuerpo, podremos también transmitir emociones, sensaciones o inspirar en el otro cierto sentir. Esto también tiene reminiscencias evolutivas, que asocian el tamaño a la fuerza, la sumisión al abatimiento, etc. Muchos animales se comunican de esta manera.
- **Apariencia física:** El complejo código de las modas, las vestimentas, los accesorios, los cortes de cabello y toda una vertiente comunicativa (que en muchos casos puede ser inconsciente) también constituye el lenguaje no verbal.
- **Paralenguaje:** Aquí se clasifican los sonidos no lingüísticos: no palabras ni expresiones del lenguaje, sino sonidos que remiten a sensaciones o a informaciones de manera no verbal, debido a su tono, velocidad o volumen, o bien a la asociación emotiva que se hace con ciertos sonidos. El llanto de un bebé, por ejemplo, entra en este tipo de actos comunicativos.
- **Háptica:** Se refiere al contacto físico que hacemos con quienes nos comunicamos, sea para reforzar un mensaje verbal o para comunicar algo sin

tener que decirlo. Tocarse es una fuerte emisión de mensajes y no en todas las culturas está bien visto o permitido.

- **Proxémica:** Se refiere al manejo del espacio entre emisor y receptor, mediante el cual puede sugerirse intimidad, agresividad, pasión y otras informaciones. (Raffino, 2019, <https://bit.ly/2YQ0LkW>).

Otro componente importante es ¿qué hacer con las manos?

El uso correcto de las manos implica, en primer lugar, tener conciencia de que están, de que son parte de la presentación y de cuál es nuestra tendencia al moverlas. Algunas personas se cruzan de manos y pueden hablar una hora seguida sin moverlas del lugar, otras las llevan detrás de la espalda y no se ven sus manos durante toda la presentación, y otros realizan muchos movimientos para tantos lados que es difícil no distraerse.

Las manos, en un discurso, tienen como objetivo acompañar, fortalecer y completar el mensaje que se está diciendo. Con ellas se puede mostrar dibujar, reforzar los conceptos que se transmiten con las palabras. Tienen mucha fuerza y por eso debemos saber usarlas a nuestro favor para lograr un mayor impacto en lo que se quiere transmitir.

¿Cómo debo colocar mis manos correctamente? Para saber cómo acomodar las manos durante una presentación, debo primero con las manos dibujar un cuadro imaginario estirando los brazos, que comience desde la altura de los hombros hasta la cintura. Las manos deben ubicarse en el medio de ese cuadrado imaginario, justo a la altura del esternón. Esa es la mejor posición porque queda bien visualmente, ya que no tapan mi rostro ni están muy debajo, lo que implicaría que las personas bajen la mirada para ver qué gestos se realizan con las manos. Ese cuadro imaginario implica el campo visual que tenemos cuando nos comunicamos con un otro.

¿Cómo hago si todavía no puedo controlar mis manos? Lo recomendable es tener una lapicera o un bolígrafo en nuestras manos para poder mantenerlas adelante y también descargar la tensión. Atención: lo que tengamos —por ejemplo, la lapicera— no debe realizar ningún sonido o ruido ni debe ser llamativo visualmente, si no, va a distraer a la audiencia.

Todos estos componentes nos acercan a la comprensión de lo compleja que es la comunicación y, por ende, de todos los aspectos que debemos considerar para que nuestra comunicación sea efectiva. El objetivo es lograr persuadir a la audiencia, jueces e incluso oponentes; y no solo lo haremos con la estructura de nuestros argumentos, sino también con todo el poder de los componentes de la comunicación.

Para profundizar sobre los movimientos del cuerpo, vamos a ver los consejos que el autor Ignacio Di Bartolo propone en su libro *Cómo hablar en público* y que hacen referencia al movimiento de nuestro cuerpo.

Piense antes de actuar: Planee con antelación cuál va a ser su movimiento

El cuerpo, con sus movimientos, interviene de una manera decisiva en la comunicación oral, de tal manera que no es fácil concebir una conferencia en la que no pueda verse al orador y debamos limitarnos solo a escuchar su palabra.

Con rapidez decae nuestro interés en el tema y con seguridad buscaremos el momento oportuno para huir del lugar adonde no podemos ver ni puedan vernos.

Pero normalmente los oyentes ven al orador a la vez que lo están escuchando, y el movimiento de este en el estrado es de suma importancia en el mensaje. El

auditorio aprecia el significado de la expresión facial del orador, del modo que se sitúa y se desplaza, del gesto de la cabeza, los brazos y las manos.

No se refugie en su ropa o en su cuerpo

No hay regla universal que nos diga cómo se debe permanecer mientras se pronuncia un discurso, pero pueden señalarse algunas prácticas viciosas que deben desterrarse.

Conviene estar de pie, a la vista del público, de cuerpo entero. Personalmente me ocupó de que en mis conferencias no exista nada en la tribuna que pueda ocultarme: mesa, atril, sillas. Si la mesa no puede ser retirada, es conveniente desplazarla hacia el costado del estrado, para no tentarse de utilizarla como apoyo, y mucho menos como escondite frente al público.

Cuando hable, apóyese simultáneamente en ambos pies, sin balancearse de derecha a izquierda y sin subir y bajar la estatura poniéndose rítmicamente en puntas de pie.

Permanezca quieto en la tribuna, lo que no quiere decir estático o inmóvil. Usted solo puede desplazarse cuando su exposición así lo requiera, para llegar al pizarrón, para tomar el puntero o simplemente para cambiar el momento por el que atraviesa su charla: introducción, cuerpo o conclusiones.

Los psicólogos especialistas en el tema aseveran que pasear frente al auditorio continuamente mostrando el perfil, y no el frente de nuestro rostro, no es más que una forma de evasión abortada. Más fácil aún de comprender es el afán de evadirse de quien habla a espaldas del auditorio, ya sea con el pretexto de escribir en el pizarrón o de mirar sus propias diapositivas que debería ya conocer de memoria.

No se escape del auditorio

El acto oratorio ideal se realiza de pie y sin guías escritas. Siempre que pueda, hágalo así. Solo si el protocolo lo exige se usará un texto escrito y, si la circunstancia lo impone (por ejemplo, en una mesa redonda), diríjase al público sentado.

En este último caso es necesario hacerlo con naturalidad, pero con cuidado. No se derrumbe escondiéndose tras la mesa y el micrófono ni permanezca rígido en posición forzada. Cuando le toque hablar deje un espacio de unos veinte centímetros entre el abdomen y la mesa, e igual espacio entre la espalda y el respaldo de su asiento. Podrá de este modo avanzar y retroceder, dándole relativa movilidad a su cuerpo. Recuerde por último que sus pies están en exposición, evitando el cruce y descruce continuado de las piernas, y cuantos tics puedan provocar la distracción del público.

Si se sienta, no se derrumbe

A veces, inconscientemente, pretendemos esconder nuestras emociones, tan expuestas a la observación no verbal, ocupando nuestras manos en actos que nada tienen que ver con lo que estamos hablando. Algunos oradores se frotan continuamente las manos como si se lavaran, otros se entregan a una actividad automática: jugar con la tiza, destornillar la lapicera, hacer girar el cenicero. (Di Bartolo, 1998, pp. 60-63).

4.1.2. Vestimenta

Así como hacemos un fuerte hincapié en la importancia de considerar todos los componentes de la comunicación no verbal, incluimos un aspecto muy importante que también transmite un mensaje y comunica: la vestimenta. Un factor que también tiene incidencia y que debemos incorporar a la estrategia para el momento de nuestra presentación.

En este punto, lo que se busca es que el debatiente tenga conciencia de que su vestimenta es parte de su comunicación y, por ende, debe elegir cuidadosamente las prendas y un estilo que lo beneficie.

Al momento de seleccionar las prendas hay algunos puntos para considerar, que se detallan a continuación:

- **El mensaje que se quiere transmitir:** si es un mensaje descontracturado, formal, de impacto, entre otros. Yo soy el mensaje y mi presentación es parte.
- **El auditorio, los participantes y el jurado:** si hay mucha disonancia puede que el auditorio no me escuche, se distraiga o no preste atención. Mi preparación me diferencia de la competencia y le brinda información al jurado.
- **Motivo del encuentro:** competencia real, espacio de aprendizaje educativo, laboral, entre otros.
- **Mi estilo:** considerando todas las variables, se debe buscar que también sea acorde al estilo del debatiente para su comodidad.
- **Cuidado con los brillos y ruidos:** las pulseras, una cadena en las botas, los tacos ruidosos, una remera con muchos brillos pueden ser distracciones para la audiencia y los jueces, si es constante y, en especial, si hay mucha luz en el escenario.

Sobre este tema, Ander Egg y Aguilar Idáñez, en su libro *Cómo aprender a hablar en público*, indican lo siguiente:

No hay una vestimenta para hablar en público, como existen vestimentas apropiadas para una fiesta, para practicar determinado deporte o para actuar en determinada obra de teatro. Sin embargo, la vestimenta juega también su papel en el acto de comunicación.

¿Qué podemos decir y qué podemos hacer en relación con la vestimenta cuando tenemos que hablar en público? Creo que, en términos generales, en este punto cabe aquello que decía Brummel, el árbitro de la elegancia francesa: "el verdadero dandi es aquel a quien la ropa le queda bien, pero no atrae la atención en 'su arreglo'". Folliet recomienda a los oradores esa especie de dandismo.

No hay que pensar que, si uno se "disfraza" de albañil o de mecánico, tendrá éxito cuando habla ante un auditorio de gente del pueblo; tampoco creer que el éxito se asegure porque se ha puesto ropas excéntricas (un chaleco rojo o una corbata insólita). Hay que ser siempre natural, auténtico, sin afectación. Vestir con simplicidad y con toda sencillez.

Y... asegúrese antes de hablar de que está presentable: que no está desgarbado, que tiene los botones abrochados, que la ropa no tiene agujeros inconvenientes, que el cuello —y la corbata si la lleva— está en su lugar, que los cordones de los zapatos no están desatados, que tiene la cara y las manos limpias. (2002, p. 169).

Es importante recalcar que, cuando hablamos de vestimenta, no queremos que se considere como un aspecto superficial o que sea una exigencia para el debatiente, sino un detalle que es parte de toda su comunicación y que debe considerar. Por supuesto, como mencionamos, debe elegir la vestimenta acorde a su comodidad.

4.1.3. Muletillas

Al momento de presentar nuestros argumentos, debemos lograr que la comunicación sea clara y precisa. Las muletillas no permiten que esto suceda porque, precisamente, ensucian o molestan en el mensaje.

Las muletillas son sonidos que colocamos donde debería ir una palabra o un silencio, y no tienen sentido alguno con respecto a lo que se está diciendo. Las muletillas más comunes son eh, digamos, bueno, o sea, este, entre otras.

La mayoría de las personas poseen muletillas y no conocen que existen técnicas para eliminarlas. El mecanismo más eficiente para deshacerse de ellas es tomar conciencia de los momentos en que se utilizan. En lugar de estas muletillas se deberá utilizar un silencio o una palabra que tenga sentido con el discurso.

Es fundamental limpiar nuestros argumentos de la presencia de muletillas, ya que distraen a nuestro auditorio. Aquel orador que posee muletillas que son notables y las usa en exceso provocará un rechazo o distracción de lo que está diciendo en su discurso, por más que sea muy interesante.

Entonces, el primer paso es saber cuáles son nuestras muletillas. Ahora que sabemos su nombre, algunos ejemplos más comunes y lo que producen en nuestro mensaje, vamos a ver cómo eliminarlas.

¿Cómo eliminar las muletillas?

Como establecimos en esta lectura, es importante limpiar nuestro discurso de las muletillas.

Para poder hacerlo, un ejercicio altamente eficiente que les proponemos es el siguiente:

1. Grabarse o filmarse contando un cuento o historia de no más de tres minutos.
2. Escuchar la grabación e identificar las muletillas utilizadas.
3. Grabarse o filmarse nuevamente, pero a continuación de la primera grabación y repetir el relato estando conscientes de las muletillas dichas en el discurso anterior e intentar colocar una palabra o un silencio en lugar de estas.
4. Escuchar los relatos desde el comienzo, identificando las muletillas y los progresos realizados.
5. Repetir las grabaciones una a continuación de la otra. Escuchar siempre desde el comienzo. Después de varias grabaciones, notará que ha eliminado sus muletillas.

Importante: Esta técnica debe realizarse contando siempre el mismo cuento. El ejercicio permite estar consciente de cuáles son los momentos en que se utilizan muletillas y empezar a cambiarlas por silencios o por palabras con sentido.

En caso de que se realice este ejercicio con filmadora, se podrán identificar también las muletillas corporales y trabajarlas de manera conjunta. O, si ya tiene experiencia en debates o presentaciones y cuenta con las filmaciones, puede buscarlas y verlas para, ahora, estar atento a ver y a escuchar las muletillas que posee.

Recomendamos que, en caso de no hacerlo con grabadora, trabaje este ejercicio enfrente de un espejo para obtener una visión de su cuerpo al momento de dar el discurso.

Las situaciones de tensión, como el debate, hacen que las muletillas aparezcan con mayor fuerza y de manera repetida. La práctica, la conciencia y la técnica nos ayudan a tener un mejor control sobre nuestra expresión oral y corporal.

4.1.4. Comunicación paraverbal

La voz tiene un significado especial en la oratoria, es la base de la expresión oral. Una buena voz —natural o cultivada— facilita la labor del orador y le da un apoyo sólido durante su exposición. Por lo general, se descuida o no se toma en cuenta este aspecto de la expresión oral, disminuyendo de esta manera la habilidad de comunicación eficaz. (Alban Alencar, 2007, p. 54).

Cuando hablamos de comunicación paraverbal hacemos referencia a cómo decimos lo que decimos. Sabemos que muchas son las veces que la efectividad no sucede no por el argumento o lo que decimos, sino por cómo lo dijimos. La interpretación y lo que provoca en el otro es producido o definido por cómo transmitimos lo que queremos decir.

A continuación, vamos a ver algunas de las características de la voz que tenemos que considerar y precisamente no descuidar:

- **Tono:** Es la altura musical de la voz. Según el tono, las voces humanas se clasifican en agudas o graves. La escala de registros de altura permite clasificar las voces masculinas, por lo común, en tres categorías: tenor, barítono y bajo. Existen también tipos de voces intermedias. Desde el punto de vista oratorio, la mejor voz es la del barítono.
- **Timbre:** Es el matiz personal de la voz. Es un fenómeno complejo y está determinado por el tono fundamental y los armónicos o tonos secundarios. Por el timbre se reconoce a la persona que habla, aun cuando no se la perciba. Hay voces bien timbradas agradables, mas las hay también blancas, roncadas y chillonas.
- **Cantidad:** Es la duración del sonido. Según la cantidad, los sonidos pueden ser largos o breves, con toda la gama intermedia de semilargos, semibreves, etc. La cantidad suele depender, en general, de las características de cada idioma,

de los hábitos lingüísticos de las regiones o países, de la psicología del habitante, etc.

- **Intensidad:** Es la mayor o menor fuerza con que se produce la voz. Hay voces fuertes y voces débiles. En fonética, se denomina acento al conjunto de los anteriores elementos, cuya combinación especial en cada idioma, en cada región de un mismo idioma y aun en cada individuo, da a ese idioma o habla una característica distintiva. (Alban Alencar, 2007, p. 55).

Otro de los aspectos importantes de la comunicación paraverbal, son las pausas y los silencios.

Así como la música contiene figuras que marcan las diferentes notas, también tiene una para el silencio. Y los silencios, de igual manera, debemos incluirlos en el diseño de la presentación. ¿Qué momentos son claves? El inicio: mirar a la audiencia en silencio cautiva su atención y nos damos el tiempo para iniciar de manera firme y segura. Al final: luego de agradecer, debe haber silencio, no continuar hablando, para dejar lugar al aplauso. Mi sonrisa y mirada son los grandes transmisores, en ese momento, de la gratitud y la confianza.

Lejos de mostrar inseguridad, ignorancia y debilidad, un manejo correcto de las pausas y los silencios denotan la firmeza y el liderazgo de la presentación.

Unidad 2: Herramientas

Así como en el apartado anterior vimos de qué hablamos cuando hacemos referencia a la comunicación no verbal y para qué debemos considerarla en la presentación de nuestros argumentos en un debate, a continuación, vamos a conocer algunas herramientas que también deben ser incluidas en la estrategia comunicacional.

Los puntos que vamos a desarrollar son los siguientes:

1. La definición del vocabulario en nuestro discurso y su incidencia.
2. La importancia de una correcta respiración.
3. El poder de la mirada.
4. La conexión a través de la empatía.

Estos cuatro puntos, cuando los consideramos y utilizamos, nos permiten obtener información y saber cómo direccionar mejor nuestra comunicación para lograr que sea persuasiva.

4.2.1. Vocabulario

En el módulo correspondiente a la argumentación, aprendimos cómo armar argumentos y argumentaciones de manera correcta y eficaz, considerando los elementos y componentes que no deben faltar.

Ahora, en este punto, haremos referencia no al armado de los argumentos, sino a las palabras que utilizamos al momento de presentarlos: el vocabulario.

Cuando armamos el contenido y lo que se va a decir, debemos definir cuál es el mejor vocabulario para expresar nuestras ideas.

Para lograr amplitud en la capacidad de expresar las ideas, es decir, en el vocabulario, hay que dedicar tiempo a la lectura. Leer es la acción que nos permite incorporar mayor cantidad y variedad de palabras a nuestro almacén, así como también nos capacita para expresar una misma frase de diferentes maneras.

Por más que pensemos que todas las personas del auditorio son de un mismo sector, área o profesión, puede pasar que alguien no comprenda un concepto y debamos explicarlo nuevamente, pero, claro, de diferente manera. Ante la no comprensión del otro, yo no puedo repetir lo mismo, sino que debo tener la capacidad de explicarlo de manera distinta, y esa es mi responsabilidad como comunicador si pretendo hacerme entender y, en especial, es un momento crucial en el cual mi imagen como *profesional* del tema está en jaque.

Otro punto importante es el lenguaje técnico. Muchas veces se ven presentaciones en las cuales el orador utiliza un lenguaje complejo e inentendible (para quien no pertenece al tema), solo por el hecho de creer que ser complejo lo hace ver más inteligente.

Aquí es nuevamente otro momento en el cual el ego debe dejarse de lado y el foco tiene que estar puesto principalmente en lograr mi objetivo. Y, si no puedo hacerme entender, es muy difícil que lo logre. Debo tener la capacidad de explicar las cosas de manera sencilla o, digamos mejor, en el idioma del otro.

Si mi público maneja vocabulario técnico y entiende mejor de esa manera, así se hará; si son estudiantes, serán otras palabras; si son personas ajenas al tema, también será diferente. En fin, debo conocer a mi audiencia para saber cómo hablarle. Sobre este punto ahondaremos en las próximas páginas, pero sí es clave decidir cómo voy a expresarme y qué palabras utilizar.

4.2.2. Respiración

Para poder expresar eficientemente nuestras ideas no solo debemos definir el vocabulario, armar nuestros argumentos y ser persuasivos, sino también conocer los instrumentos propios con los cuales contamos.

Una buena oratoria implica tener la habilidad correcta para utilizar dichos instrumentos: la voz y el cuerpo.

Cuando hacemos referencia a nuestra voz debemos hacer referencia también a la respiración.

En nuestra cultura tenemos una concepción errónea de cómo respirar correctamente. En principio, podemos verlo en los hombres, a quienes desde chicos se les inculcó que al momento de respirar sacaran pecho para poder incorporar mayor cantidad de aire. Y se produce todo lo contrario: al momento de levantar los hombros y sacar pecho, lo que logramos es obtener un menor ingreso de aire y, por lo tanto, un desaprovechamiento de nuestros recursos. Una correcta respiración no solo nos permitirá el mayor ingreso de aire, sino también el poder pensar mejor y estar más atentos a los que vamos diciendo, ya que el ingreso del aire permite una mayor oxigenación de nuestro cerebro. Además, administrando nuestro aire correctamente lograremos cuidar nuestras cuerdas vocales, que son nuestro principal instrumento, ya que no se verán forzadas.

A continuación, explicaremos en detalle cómo ejercitar la respiración diafragmática, aquella que nos permite utilizar correctamente nuestro cuerpo para poder incorporar una mayor cantidad de aire y de manera más eficiente.

- Inhalar aire por la nariz y exhalar por la boca.
- Colocar una mano en el abdomen y otra en el pecho.
- La mano que debe moverse junto con la respiración es la del abdomen. La del pecho debe permanecer quieta.
- La mano del abdomen se mueve porque ingresa el aire (movimiento hacia afuera) y sale el aire (vuelve a su lugar).
- Una vez que se corrobora que ni el pecho ni los hombros se mueven al respirar, puede colocar la mano en las costillas.
- Ante un mayor caudal de aire ingresado, las costillas también se expandirán.

La respiración correcta permitirá cuidar las cuerdas vocales, hablar con mayor claridad, facilidad y evitar el agotamiento vocal.

También, con una correcta respiración y apertura de la boca, se puede lograr un mayor volumen al hablar, sin la necesidad de gritar.

Este ejercicio de práctica debe repararse regularmente, en especial, previo a una presentación. Es importante empezar a tomar conciencia de la respiración durante la presentación.

Las prácticas también se pueden realizar acostado en una cama, dejando la espalda bien recostada, sin almohada y colocando, como se explicó en el ejemplo anterior, las manos en los lugares correspondientes.

La respiración debe ser a conciencia, lenta, profunda y en calma; registrando el cuerpo durante la inhalación y la exhalación del aire. También se recomienda realizar el ejercicio de, una vez ingresado el aire, mantener durante cuatro segundos y exhalar en la misma cantidad de tiempo. Empezar a tener control es importante para la práctica y el logro de una correcta respiración.

Una correcta respiración permitirá que nuestro cerebro se oxigene, lo cual producirá que el cuerpo pueda relajarse.

Ante una situación de estrés o tensión, la generación de adrenalina es más alta, lo cual provoca que los músculos se tensionen. Controlar la adrenalina y usarla a favor es una condición que se logra con preparación.

4.2.3. Mirada

Un complemento poderoso que siempre debe acompañar la expresión de las ideas es la mirada. En los debates en especial, donde además existe un componente fundamental de competencia y de evaluación, nuestro gran aliado tiene que ser cómo miramos cuando hablamos.

Vamos a conocer, primero, de dónde viene ese poder y qué transmite la mirada.

La mirada tiene la fuerza de decir existe o no existe. ¿Cómo sería? Por ejemplo, si hay una discusión y se quiere evitar a la persona, generalmente, ¿qué decimos? "Ignórela, no la mire". La mirada tiene esa fuerza de dar existencia, de hacer a alguien presente mirándolo.

Otro ejemplo: cuando una persona le habla a otra y esta última está mirando el celular, solemos pedirle que nos mire y nos escuche, que le estamos hablando. No sentimos que el otro nos escucha si no nos mira.

Y por eso la mirada es tan importante en la oratoria, porque a través de ella le digo a mi público, existís o te hablo a ti. Por este motivo, no recomendamos mirar puntos fijos en la pared del fondo del auditorio, como suele decirse, ya que no le vamos a hablar a la pared, sino a las personas.

¿Cómo hacemos cuando tenemos un auditorio repleto? La mirada, así haya poca gente, no debe fijarse nunca en un solo individuo. Lo recomendable es ir mirando a diferentes personas en cortos lapsos de tiempo. El foco tiene que ser en hablarles con ello y eso incluye hablar con la mirada. Y este último punto hace que sea importante destacar que nuestra mirada transmite nuestros pensamientos, emociones y debemos estar conscientes de eso, porque puede jugarlos tanto a favor como en contra.

La mirada debe mantenerse durante toda la presentación y se debe estar atento a esquivar o a los movimientos realizados con los ojos ante una situación de cansancio o disconformidad.

Debemos aprender también a leer la mirada de mi oponente, del juez, del mediador; saber entender qué transmite la mirada nos brinda mucha información que nos puede ser útil al momento de definir nuestros argumentos y armar las refutaciones. También es importante saber cuándo hacer silencio, esperar y seguir. La comunicación no solo surge de la palabra, sino de todo lo que nuestro cuerpo transmite.

Respecto al contacto visual, el autor Di Bartolo plantea:

Camine lentamente hacia el estrado, dese vuelta y mire al auditorio sin hablar durante diez segundos. Escuche su silencio. Trate de dirigir sus ojos suavemente durante una fracción de segundo a uno por uno de los que están frente a usted, sonriendo como cuando se encuentra con un amigo. Con la misma natural alegría, sin afectación, nada teatral, comience un diálogo sereno. El único punto de contacto entre los que intervienen en este será la mirada. A través de ella vamos a mostrar nuestra coincidencia, nuestro agrado o desagrado, nuestro interés o nuestro aburrimiento. Solo con mirarnos sabremos si estamos comunicados o ausentes, alegres o tristes, complacidos o disgustados por estar allí compartiendo un diálogo. (...)

(...) Solo mirando al auditorio se puede medir la intensidad de la atención y su calidad (escucha activa). Esta medición, que es relativamente sencilla en el seno de un grupo pequeño medio, es más compleja cuando nos dirigimos a un auditorio numeroso. Hasta un cierto punto, el control de la atención prestada y de comprensión puede hacerse persona por persona, por el intercambio de miradas individuales; pasando ese límite la mirada solo capta movimientos globales. Pero, en todos los casos, es la mirada la que controla este diálogo silencioso y afectivo.

(...) La observación visual de nuestro auditorio es un *feedback*, un continuo vaivén. Yves Furet establece sobre el tema una acertada comparación con la conducción de un automóvil: “La mirada juega, con la expresión oral, el mismo papel que para el conductor de un automóvil. Ella es la que posibilita que nos demos cuenta de cuándo hay que acelerar o frenar, la que nos impone las señales y, por su intermedio, sabemos si estamos o no en la ruta acertada, que nos conduce al fin que buscamos”.

El auditorio no habla, pero en sus ojos anida toda una conversación. Es necesario aprender a escucharlo. (1998, pp. 171-173).

4.2.4. Empatía

En este apartado final vamos a desarrollar un aspecto muy importante de la comunicación: la conexión.

La empatía es simplemente conexión; es la capacidad de poder conectar con el otro y es esa conexión es la que permite entender, comprender, sentir o vivir lo que el otro vive. El éxito o la grandeza de la empatía es la mismísima conexión y no otra cosa.

Gonzalo Marañón escribe sobre la importancia de conectar con la audiencia y menciona lo siguiente:

Conectar con la audiencia es crear un puente entre lo que puedes ofrecer y lo que la audiencia necesita recibir. Debes derribar los muros interpuestos entre tú y tu audiencia y construir con esas piedras un puente que una tu mundo con el de tus oyentes. (2012, p. 16).

Y nos presenta el autor tres tipos de conexiones con la audiencia. En este caso y haciendo referencia al debate, no solo vamos a incluir a la audiencia, sino también a la competencia, al mediador y a los jueces. Según sea nuestra estrategia y el objetivo que tengamos, es cómo podemos utilizarla y que nos sea útil. Porque, en esencia, lo que nos brinda también es información.

Conecta intelectualmente desde lo que tú y tu audiencia sabéis

Una vez que conocemos algo, nos es muy duro imaginarnos qué implica no conocerlo. En consecuencia, nos es difícil compartir nuestro conocimiento con otros porque somos incapaces de recrear el estado mental de nuestra audiencia.

Si das por hecho que tu público posee la misma información o igual conocimiento que tú y no es así, no lograrás conectar con él. Este es el problema de la mayoría de los oradores; saben tanto sobre un tema que terminan quedándose solos cuando hablan sobre él: han olvidado cómo era vivir sin ese conocimiento que entonces dominan, han perdido la capacidad de empatía, es decir, de ponerse en el mismo lugar que el otro. El resultado final es que uno termina hablando para sí mismo y no para quienes lo escuchan. Cuando se muestra la última transparencia con la lista de conclusiones, se tiene la sensación de haber comunicado las ideas, cuando en realidad lo único que se ha hecho ha sido vomitar datos sin digerir.

Conecta emocionalmente desde lo que tú y tu audiencia sentís

Solo si sientes pasión por el tema de tu charla podrás contagiar entusiasmo a la audiencia. Sin este, jamás conectarás con la audiencia. Los oradores más cautivadores en negocios, ciencia e ingeniería son los que aman su materia y la conocen a fondo. Si no estás interesado en el contenido de tu presentación, ni te entusiasmas con el ¿cómo esperas que le importe a tu público?

- Debes sentir que disfrutas estando con ellos y que deseas ayudarlos.
- Deben sentirse apreciados como si fueras su amigo.

- Deben sentir que eres auténtico y vulnerable, no perfecto.
- Deben sentir que estás conversando con ellos, no dogmatizando desde las alturas.
- Deben sentir que crees en ellos y que pueden creer en sí mismos.

Conecta éticamente desde lo que tú y tu audiencia hacéis

No conectarás con el auditorio si no confía en ti. Durante una presentación, tus actos presentes y pasados hablan tan alto que no dejan que el público oiga tus palabras. Para que resultes creíble, lo que dices debe estar en sintonía con lo que haces. Para conectar con los oyentes, debes encarnar el cambio que deseas inspirar en ellos, tienes que poseer las habilidades sobre las que enseñas, debes vivir lo que comunicas, porque tú eres tu mensaje. (Marañón, 2012, pp. 17-18).

Como bien explica Marañón (2012), conectar es tender puentes con el otro y para eso es muy necesaria la empatía, una habilidad muy poco practicada y que, en general, se confunde desde la práctica con la simpatía.

Para poder ser empáticos necesitamos conectarnos con el mismo sentimiento que tiene el otro, por supuesto, desde mi lugar, porque quizás no he vivido lo mismo que él, pero sí seguramente conozco el sentimiento de tristeza, dolor, soledad, angustia. Y eso constituye una decisión muy vulnerable.

En un video muy conocido sobre la diferencia entre empatía y simpatía, se hace referencia a Theresa Wiseman, quien estudió varias profesiones en las cuales la empatía es muy importante, y definió cuatro cualidades de la empatía:

1. Tener perspectiva.
2. No emitir un juicio de valor.
3. Reconocer las emociones en otras personas.
4. Comunicárselo.

El video es el que se muestra a continuación:

Video 1: Diferencia entre simpatía y empatía - Brené Brown

Fuente: Instituto de PNL del Uruguay. (2019). Diferencia entre simpatía y empatía - Brené Brown. [Video de YouTube]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=P5sEB4VJtws>

Saber ser empáticos nos permite no solo enfocar correctamente nuestros contenidos, sino también ser capaces de manejar las situaciones que van ocurriendo durante la presentación.

Otro aspecto que queremos que se tenga en consideración es que la empatía es un factor clave no solo para la comunicación eficiente de las ideas, sino también para la creación de equipos de alto rendimiento.

Referencias

Alban Alencar, A. (2007). *Oratoria. El arte de hablar en público*. Lima, Perú: Marketing Mix Editores.

Álvarez Marañón, G. (2019). *El arte de presentar*. España: Gestión 2000.

Ander Egg, E. y Aguilar idáñez, M. J. (2002). *Cómo aprender a hablar en público*, México: Grupo Editorial Lumen.

Di Bartolo, I. (1998). *Oratoria contemporánea: Aprenda a hablar en público*. Buenos Aires: Ediciones Corregidor 2000.

Instituto de PNL del Uruguay. (2019). Diferencia entre simpatía y empatía - Brené Brown. [Video de YouTube]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=P5sEB4VJtws>

Raffino, M. E. (2019). Comunicación no verbal. Recuperado de <https://concepto.de/comunicacion-no-verbal/>