

LA COMUNICACIÓN EFECTIVA Y EL PROCESO DE PERSUASIÓN

Dr. Franco Lotito C.

Dr. en Ciencias Humanas (UACH)

MBA (UACH)

Psicólogo (PUC)

www.aurigaservicios.cl



ALGUNAS PREMISAS...

COMUNICACIÓN Y CONDUCTA...

⌘ “El hecho de que las cosas hayan marchado bien en el pasado puede ser una atracción muy insidiosa, ya que la persona repite el comportamiento del pasado porque siente satisfacción con lo que está haciendo y no percibe **amenaza** alguna, hasta que... posiblemente es muy tarde” (Max Weber).

PREGUNTAS RELEVANTES...

- **¿Cuál es hoy mi trabajo o función?**
- **¿Cómo lo estoy haciendo?**
- **¿A quién le interesa?**
- **¿Cómo le va a mi área o departamento?**
- **¿Qué tal le va a nuestra organización?**
- **¿Cómo puedo yo contribuir a crear valor para mi empresa?**

Construcción de la realidad...

- ⌘ Construimos nuestra realidad en base a **modelos del mundo**, por lo tanto, corremos el riesgo de proyectar en los otros **“nuestra propia realidad”**.
- ⌘ Usamos diversos procesos para construir nuestra individual manera de percibir la realidad, lo cual termina por **convertirse en “la” realidad:**

LOS PROCESOS A LA BASE...

⌘ GENERALIZACIÓN (la “idea” aproximada que tenemos de las cosas).

⌘ GENERACIÓN DE ESTEREOTIPOS (“Todas las rubias...”)

⌘ DISTORSIÓN (la alteración de la realidad a través del **proceso de percepción***).



⌘ **Primer ejercicio**: 20 segundos
para resolver el problema de la
imagen que viene a continuación

¿PROBLEMAS DE PERCEPCIÓN...?



⌘ ¿Cuál es el resultado?

La generalización, la generación de estereotipos y la distorsión de la realidad...



⌘ **Son factores que dependen (casi) exclusivamente de nosotros.**

⌘ La persona está imposibilitada para ver “todo”. No lo hace porque tenga mala memoria o porque no sepa, sino porque no pone toda la **atención** necesaria.

⌘ **Caso La reja y la pasión**

Otras premisas...



⌘ No existe la **no comunicación**
ni el **no aprendizaje**.

⌘ El ser humano aprende a través de
aquello que ve, siente, oye, huele,
saborea y **hace**... (Segundo ejercicio práctico)

EL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN

LA COMUNICACIÓN HUMANA

⌘ La comunicación humana puede definirse como un proceso que permite el traspaso o intercambio de contenidos e INFORMACIÓN SIGNIFICATIVA entre las personas. Para ello se requiere de un CÓDIGO COMPARTIDO*, compuesto por una serie de SIGNIFICADOS... que no siempre son iguales para todos (Beispiel).

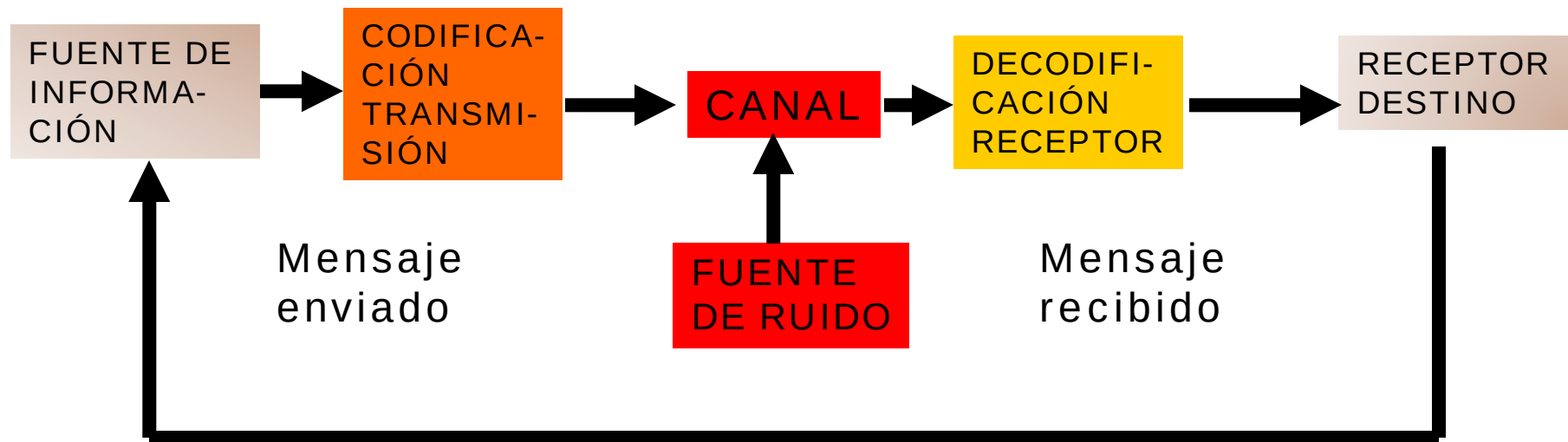
MECANISMOS DE COMUNICACIÓN



- **Palabras**
- **Imágenes**
- **Acciones**
- **Gestos**
- **Contextos**

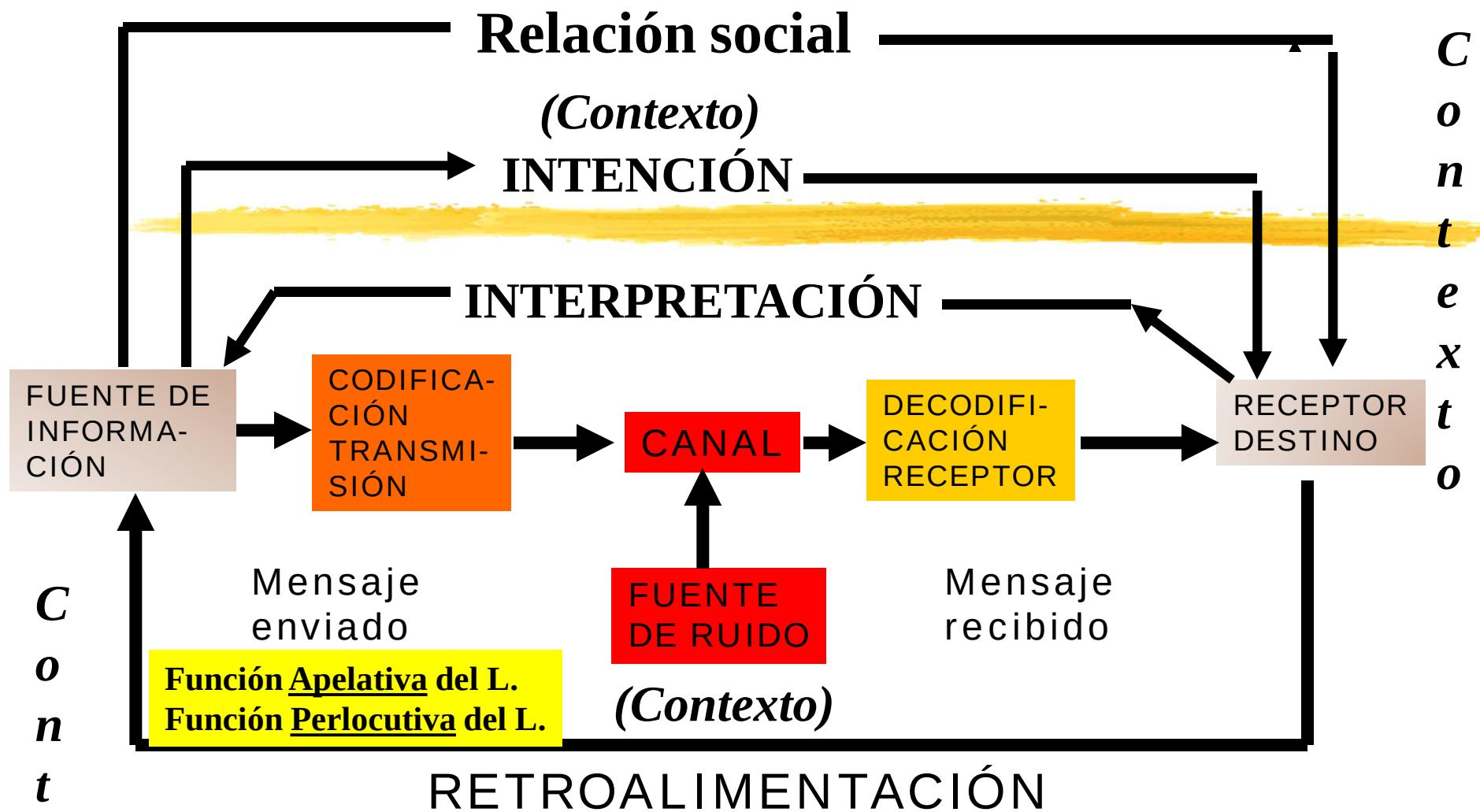


DIAGRAMA (SIMPLIFICADO) DE UN SISTEMA DE COMUNICACIÓN



RETROALIMENTACIÓN

En el proceso de comunicación ocurre cierta cantidad de “ruido”, es decir, una perturbación indeseable que tiende a alterar el mensaje: barreras técnicas, humanas y semánticas.



Desde la perspectiva discursiva, la comunicación se entiende como un proceso de interpretación de intenciones.

Las interpretaciones...

⌘ Vistas así las cosas, no es de extrañar entonces, que más menudo de lo que creemos, se produzcan malentendidos entre las personas:

⌘ 1. Se produce un malentendido cuando no se activan los conocimientos -o esquemas cognitivos- apropiados.

⌘ (Caso: el cura ornitólogo)

⌘ **2. Cuando la hipótesis que se establece como interpretación -de la situación o escena, de las intenciones, de la imagen que alguien presenta, de las normas que regulan el intercambio, etc.- es errónea o inapropiada.**

⌘ (Caso: el reo condenado)



⌘ Se dice, que una de las características de la comunicación interpersonal es que su éxito o su fracaso se evalúa y se juzga a través -y por sobre todo-, de los productos que de ella se obtienen.



TIPOS DE BARRERAS

BARRERAS DE LA COMUNICACIÓN



1. FÍSICAS Y/O TÉCNICAS: espacio o distancia, fallas mecánicas, interferencias físicas.
2. SEMÁNTICAS: interpretación de las palabras, decodificación de los gestos, significados de señales y símbolos.
3. HUMANAS: variaciones perceptivas, diferencias de sensibilidad, variables de personalidad, discrepancias de competencias.

PARA UNA COMUNICACIÓN EFECTIVA

- 1. Simplificación y precisión en los mensajes escritos**
- 2. Capacidad de escucha empática**
- 3. Coherencia entre el mensaje y la acción**

Dos reglas básicas a tener en cuenta:

• 3 “Q”

- QUÉ comunicar**
- QUIÉN da la información**
- A QUIÉN se le va a comunicar**

• 3 “C”

- CUÁNDO comunicar**
- CÓMO comunicar**
- CUÁNTO comunicar**

CINCO PASOS PARA UNA COMUNICACIÓN EFECTIVA

- *Mapa de ruta* →
 - Enunciar el punto central en la primera oración
 - Establecer a dónde queremos llegar
 - Enumerar los puntos a tratar.
- *Una idea por vez* →
 - Expresarnos al nivel y conocimiento del oyente
 - Sintetizar y reformular
 - Obtener retroalimentación.
- *Ser específico* →
 - Cantidad: qué, cuándo, cómo, cuánto
 - Utilizar analogías y ejemplos
 - Establecer la importancia de los puntos que estamos tratando.
- *Palabras, voz y cuerpo* →
 - Sincronizar lo que estoy diciendo, con el tono de voz que uso y el lenguaje del cuerpo que utilizo.
- *Ajustarnos a la realidad del oyente* →
 - Empatizar con el otro.

El complemento...

⌘ 1. CONTROLAR

- Lo que realmente nos están diciendo.
- Lo que expresan los gestos.
- Si existe información por otra vía.
- emocionales o de cansancio.

⌘ 2. CREAR UN CLIMA DE CONFIANZA

- **Demostrar que tenemos interés en la comunicación.**
- **Evitar interrupciones**
- **Evitar brusquedades innecesarias.**
- **Esforzarse por comprender al otro.**

⌘ 3. ATENDER A LAS EMOCIONES DEL OTRO

- **Evitar los calificativos y las ironías.**
- **Se debe hablar de los errores, no de la personalidad de quien los comete.**
- **Escuchar, serenar al que está alterado, antes de hablar de lo importante.**
- **Interesarnos por el otro.**
- **(Si se descubre la capacidad a la base de este contenido, viene el caso).**

- ⌘ La empatía es uno de los componentes de la **Inteligencia Emocional**, y corresponde a la capacidad de percibir, compartir y comprender lo que otra persona puede estar sintiendo, estando en grado de preocuparse por las experiencias y emociones ajenas.
- ⌘ También se describe como “**un sentimiento de participación afectiva**” cuando el sujeto es consciente de que las otras personas **pueden ver y pensar de manera diferente.**

⌘ **4. NO IRSE POR LAS RAMAS**

- **Explicar lo que queremos decir.**
- **Contestar lo que se nos pregunta.**
- **Aceptar las expresiones del otro (no comenzar con un... “No,...”).**

⌘ **5. SER FLEXIBLE**

- **Recordar que nosotros también podemos equivocarnos.**
- **Pensar si vale la pena “ganar” la discusión.**

⌘ **6. NO MANEJARSE CON SUPOSICIONES**

- **Simplemente preguntar.**

⌘ **7. REFORZAR Y CONTROLAR EL MENSAJE**

- **Averiguar si entendieron el mensaje.**

Saber comunicar con éxito

⌘ **Un discurso exitoso hará que usted se destaque, pero un discurso fracasado le perjudicará. Asegúrese de haber meditado bien el contenido o mensaje del discurso antes de empezar a hablar.**



EFFECTOS DE LA COMUNICACIÓN EFFECTIVA

COMUNICACIÓN EFECTIVA

- Se comprenden mejor los problemas.
- Aumenta la productividad general.
- Se moviliza la capacidad colectiva de solución de problemas.
- Favorece la identificación del personal.
- Incrementa la participación de las personas.
- La participación recibe el reconocimiento adecuado.
- Aumenta el sentido de pertenencia a la organización.

LA “IMAGEN” VOCAL

⌘ **La voz es una parte clave del orador.** Las técnicas vocales son, por ejemplo:

-**Elevar y bajar la voz** en función del énfasis que se quiera dar.

-**Cambiar el ritmo** para llamar la atención del público.

-**Emplear pausas** para **remarcar los puntos** importantes.

LA “IMAGEN” QUE SE PROYECTA

⌘ Saber motivar a su equipo, liderar un grupo de personas en pos de un objetivo, confiar y delegar en los colaboradores, presentar correctamente los resultados anuales ante sus superiores e, incluso, saber escoger la decisión adecuada pese a estar bajo presión, son algunos de los aspectos que todos nosotros debemos **aprender a dominar**.

EL ÉXITO FINAL

⌘ El éxito como líder* viene determinado por el modo en que se emplea EL CONJUNTO DE TODAS estas técnicas para llamar la atención de los colaboradores, clientes y público objetivo.

EL ÉXITO FINAL

⌘ **"Del líder se espera que realice muchas tareas..... Pero el principal trabajo es el de saber comunicarse y dar buenos resultados".**

⌘ **(Goleman, 2016).**