

Aplicación de herramientas y técnicas para el desarrollo de habilidades comunicativas para líderes gerenciales con enfoque en comunicación influyente, oratoria de alto impacto y discursos persuasivos

Jose Ricardo Diaz Torres
Cod:5202192

Facultad de Estudios a Distancia, Universidad Militar Nueva Granada
Ensayo presentado como requisito para optar al título de Especialista en Alta Gerencia

Profesor: Juan Pablo Sánchez Acevedo, M. Sc.

Nota del Autor

Jose Ricardo Diaz Torres, estudiante de especialización en alta gerencia de la Universidad Militar Nueva Granada, Administrador de Empresas y Tecnólogo en Gestion de Mercadeo. est.joser.diaz@unimilitar.edu.co

26 de junio de 2022

Tabla de Contenido

Resumen	3
Abstract/Resumo/Resum	4
Introducción	5
Comunicación y liderazgo Empresarial.....	6
Emoción, expresión y persuasión	7
Persuasión.....	8
Conectar e influenciar de manera efectiva.....	9
Expresión Verbal y no verbal	9
Voz y entonación	10
Postura y lenguaje corporal	11
Las manos	12
Los pies	13
El rostro	15
Storytelling.....	15
Conclusiones	18
Referencias	19

Resumen

El éxito de las organizaciones no solo es el resultado de estar en capacidad de prestar un mejor servicio o en hacer el mejor despliegue de estrategias y tácticas que abarquen un mercado más amplio o en la capacidad de contrarrestar la competencia, tampoco es solo estar en capacidad de hacer el mejor despliegue de publicidad por cuanto medio sea posible y sin decir que esto no sea importante, se debe considerar que detrás de ello, está el modo y forma como comunicamos un mensaje tanto al mercado como al interior de los equipos de trabajo, por tanto, se hace necesario considerar el poder que tienen las palabras para que todo lo anteriormente citado tenga el efecto deseado y con la contundencia esperada. Las organizaciones ahora más que nunca requerirán líderes que presten especial atención al desarrollo de habilidades de comunicación con el objetivo de lograr un alto nivel de persuasión, con mensajes claros e impactantes con objetivos bien definidos y que tracen una hoja de ruta, y para ello, el líder deberá ser capaz de preparar un buen discurso y oratoria, con mensajes potentes e inspiradores capaces de impactar emociones, capaces de llegar a la mente y al corazón de las personas y de impulsar las acción hacia el avance de un objetivo claro, con convicción y motivación.

Es necesario entender la importancia de la comunicación asertiva y este ensayo pretende destacar técnicas y herramientas capaces de potenciar las habilidades de comunicación que los líderes deben considerar para mejorar su oratoria, es indispensable que el líder esté en la capacidad de preparar discursos de alto impacto, haciendo hincapié fuerte en las expresión verbal y no verbal haciendo uso de herramientas como el *storytelling* que fortalecerán la narrativa, dando argumentos persuasivos y con buen contenido.

Palabras clave:

Comunicación asertiva, comunicación verbal y no verbal, *storytelling*, oratoria.

Abstract/Resumo/Resum

The success of organizations is not only the result of being able to provide a better service or to make the best deployment of strategies and tactics that cover a broader market or in the ability to counteract the competition, nor is it just being able to make the best display of advertising by whatever means possible and without saying that this is not important, we must consider that behind it, is the way and form in which we communicate a message both to the market and within the work teams, for Therefore, it is necessary to consider the power that words have so that everything mentioned above has the desired effect and with the expected forcefulness.

Organizations now more than ever will require leaders who pay special attention to the development of communication skills in order to achieve a high level of persuasion, with clear and impactful messages with well-defined objectives and who draw a roadmap, and for this, The leader must be able to prepare a good speech and oratory, with powerful and inspiring messages capable of impacting emotions, capable of reaching the minds and hearts of people and promoting action towards the advancement of a clear objective, with conviction. and motivation.

It is necessary to understand the importance of assertive communication and this essay aims to highlight techniques and tools capable of enhancing communication skills that leaders must consider to improve their oratory, it is essential that the leader is able to prepare high-impact speeches, strongly emphasizing verbal and nonverbal expression using tools such as *storytelling* that will strengthen the narrative, giving persuasive arguments and good content.

Keywords:

Assertive communication, verbal and non-verbal communication, *storytelling*, oratory

Introducción

Desarrollar y potenciar las habilidades de comunicación en los gerentes, directores y líderes empresariales es fundamental para lograr transmitir un mensaje de alto impacto, de modo que sea aceptado e interiorizado por las personas y transformen los patrones de comportamiento hacia el logro de un fin común, por tanto, veremos a lo largo de la lectura herramientas fundamentales que apalancaran el desarrollo de la comunicación efectiva de los líderes empresariales de cara al logro de un objetivo.

Los líderes deben estar en la capacidad de influir en las personas con mensajes éticos y transparentes, comunicando las ideas con claridad, conmoviendo, motivando y persuadiendo, pero deben considerar un lenguaje integral en la que juegan un papel importante cada aspecto de la comunicación, entienden que las ideas no solo se transmiten a través de palabras y solo a través del fortalecimiento del discurso, sino que brindan la debida importancia al lenguaje corporal, donde los gestos, la postura, expresiones faciales y todo aspecto general del lenguaje no verbal apalanca y refuerza un mensaje y que todo en conjunto debe funcionar en armonía y sincronía.

Llegar a la mente y a corazón de las personas es objetivo clave de todo líder y para esto debe saber comunicar efectivamente, de modo que le permita ganar seguidores y que estos actúen en favor de una idea de manera voluntaria. El modo y la forma en que se transmiten los mensajes deben propender por ganar la credibilidad y confianza, para esto el líder debe ser muy bueno comunicando, por tanto, es importante desarrollar habilidades conversacionales donde se desarrolle el talento para construir una oratoria capaz de motivar, agradar, emocionar, conmover y persuadir.

Comunicación y liderazgo Empresarial

Es fundamental considerar que en las organizaciones, ante todo y como principal activo, están conformados por seres humanos que interactúan entre sí y buscan sincronizar esfuerzos a fin de lograr unos objetivos trazados por la alta dirección y unos objetivos específicos definidos por áreas específicas, sin embargo resulta muchas veces ser un reto lograr esta sincronía desde la humanidad, entendiendo que cada integrante es un ser único y cada uno cuenta con una personalidad única y estos experimentan emociones de manera diferentes, pueden ver las cosas desde perspectivas diferentes dando manejo a las mismas de diferente forma, sus objetivos y motivaciones pueden variar, sus capacidades de socializar e interactuar con los equipos de trabajo pueden presentar amplias diferencias entre sí, esto además de muchas otras variables que difieren entre una persona y otra, creencias, convicciones, ideologías y más que exigen al líder empresarial a “volver a la persona, a que las personas dentro de las organizaciones sean vistas, reconocidas por quienes son y que puedan serlo al 100%, ahora buscamos en las empresas la capacidad de escuchar, de empatizar, de ser vistos y respetados como seres humanos” (Cooklin, 2021).

Aspectos como la inteligencia emocional juegan entonces un papel importante al interior de las organizaciones y esta se entiende como “la forma de interactuar con las demás personas, esta tiene en cuenta las emociones y la habilidad de controlar impulsos, autoconciencia, motivación, entusiasmo, perseverancia, empatía, entre otras que son indispensables para una excelente y creativa adaptación en interacción social” (Santillán, Araque, Villarroel y López, 2021, p. 67).

El líder debe esforzarse en integrar las personas para que estas adopten un plan de trabajo, una idea y se alineen a un proyecto común y a una estrategia corporativa, fomentando la comunicación y el trabajo en equipo, “cuando la comunicación en cualquier tipo de organización funciona correctamente, se logran anticipar y subsanar más fácilmente los obstáculos y se obtienen de una mejor manera los resultados que se desean” (Cardona, 2021). por tanto, es fundamental que el líder preste atención en las personas activando su capacidad de escucha, de empatía y de reconocimiento, entendiendo al colaborador no como una cifra sino como un ser humano y esto exigirá al máximo al líder empresarial a adaptar el mejor discurso y su capacidad de persuasión y para esto, podemos partir de premisas básicas como la de Felipe Riaño Jaramillo quien en su libro, como habla un líder, enuncia que “todo gran líder debe servir para hablar, pero comprende que la esencia del liderazgo es hablar para servir” (Riaño, 2021, p.13).

Las organizaciones normalmente centran su atención en gerentes, directores y líderes en general, abiertos al cambio, con pensamiento prospectivo y crítico, con habilidades conversacionales y alta capacidad de persuasión, capaces de afrontar los retos que suscitan los cambios del entorno, líderes integrales que tomen las riendas de las organizaciones y tracen la hoja de ruta de cara al logro de objetivos comunes y específicos, con un discurso influyente e inspirador acompañado de táctica y estrategia, capaces de impactar positivamente en las emociones y en el actuar de los colaboradores.

Un liderazgo que se amolde a los cambios, a las diversas situaciones y escenarios complejos, influyendo positivamente en su entorno, construyendo un adecuado clima organizacional, motivando a sus colaboradores y contribuyendo a su bienestar, pero al mismo tiempo diseñando y evaluando las estrategias orientadas al cumplimiento de metas. (Uzurriaga, Osorio, & Arias, 2020, p.12)

Emoción, expresión y persuasión

La alta gerencia y todo líder de cualquier área, deben comprender el poder la narrativa y la importancia de transmitir en cada palabra, en cada gesto y postura con un mensaje que impacte las emociones humanas: sorpresa, miedo, felicidad, tristeza, asco y rabia, así entonces los líderes y las organizaciones enfrentan el reto de comprender como las emociones son influyentes en las acciones de sus colaboradores y como afectan de manera positiva o negativa su rendimiento (Segovia & Infante, 2021, p.82).

Considerando que todo comunica, que el 55% de la comunicación es visual o no verbal, el 38% es vocal o paraverbal y solo el 7% de la comunicación es verbal con contenido de palabras, en el arte de la comunicación, la expresión verbal y no verbal son pilares fundamentales desde los cuales se logra la conexión con quienes escuchan, todo gran líder debe procurar el logro de comunicar de manera efectiva, eficiente y eficaz para mantener la conexión con las personas preparando con minucia el discurso desde en estos tres aspectos, comunicación verbal, comunicación no verbal y conexión.

La comunicación verbal propender a conectar con las personas por medio de las palabras, las cuales deben estar acompañadas de elocuencia, contenido, retórica y argumentación y para ello, es posible apoyar el discurso con metáforas que lleven entre si mensajes claros bien argumentados capaces de persuadir, moviendo las personas de una posición a otra según como sea el objetivo del líder.

La comunicación no verbal hace referencia a la estética, la corporalidad y la imagen, la narrativa que se expresa en palabras debe expresar coherencia con el tono de la voz,

expresiones faciales y movimientos del cuerpo, esto añadirá potencia al mensaje, seguridad y convicción de lo expresado, además, conectará con las personas y evitará la distracción, mantendrá alto el nivel de atención y el interés por escuchar cada palabra, atrapando la audiencia que se mantendrá alerta y cautivada.

Muchos líderes subestiman el poder de la comunicación y no desarrollan habilidades conversacionales, sus intervenciones se apoyan más en números y estadísticas, pero concentrarse en conversaciones y charlas donde el análisis de una cifra es el principal protagonista no siempre logra conectar con la gente, hace que las charlas se tornen frías y el interés por un tema se pierda rápidamente, tanto así que las personas pueden aprovechar cualquier distractor para dar por terminada una conversación, sin embargo no significa que la analítica de datos no sea importante, no, trata de transformar la forma de comunicar sin distorsionar un mensaje.

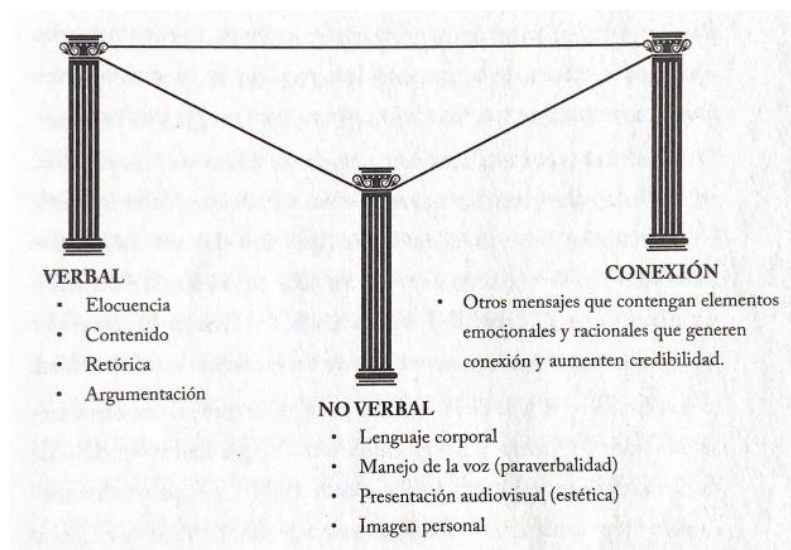


Figura 1. Trifecta del comunicador. Tomado de Riaño, (2021).

Persuasión

El objetivo que persigue todo líder empresarial apoyado en su oratoria es lograr total credibilidad en las personas e influir de modo tal que estas piensen, sientan y actúen como lo espera, sin ejercer presión, “nunca obligándola o forzando su voluntad” (Méndez, 2012, p. 20). y para ello, el líder debe cada día mejorar sus habilidades conversacionales, estructurar muy bien su discurso y conocer las personas que lidera, sus intereses, anhelos, dolores y sueños, además, la cercanía es fundamental, las personas tienen más conexión con los líderes que se muestran más exequibles y dispuestos a escuchar con empatía, así entonces, es posible obtener el insumo para construir el mejor discurso, sin olvidar que el mensaje sea único y

genuino, con base argumental y apoyado en narrativas que conecten con las emociones, apoyados en datos y hechos verídicos que brinden credibilidad, así, las personas hallaran en el líder palabras coherentes, cálidas, razonables y claras, con una imagen confiable que representa una figura a seguir motivando que las personas le sigan y adopten sus convicciones como propias, formando así un líder altamente influyente, inspirador y persuasivo.

Algo que no deben pasar por alto los líderes es la honestidad, la transparencia y la calidad de la información que se transmite en el discurso o conversación, muchos suelen confundir la persuasión con la manipulación y entre los dos existe una amplia diferencia de conceptos.

La diferencia radica en los medios y la intención con que se realizan una y otra. Anteriormente se mencionó que en la persuasión se utilizan argumentos y razones para convencer, es decir hay un pasaje de información, se establece una comunicación entre la persona que quiere persuadir y el posible persuadido. En cambio, en la manipulación, no hay una consideración por las creencias de la persona a la que se quiere manipular. La información está distorsionada a favor del manipulador e incluso a veces éste puede utilizar otros medios para conseguir sus objetivos. Representa un proceso forzoso en el que uno gana (el manipulador) y el otro pierde (el manipulado). (Frasch, 2021, p.13)

Conectar e influenciar de manera efectiva

La comunicación es el lenguaje que todo líder debe dominar con amplitud, para transmitir un mensaje ético e influyente en las personas, cuidando la postura corporal, las miradas y los gestos ya que todo comunica en un líder, esto requerirá práctica constante y compromiso para mejorar las competencias de oratoria teniendo en cuenta la necesidad de ser influyente y persuasivo cuando hay la premura de enfocar las personas hacia un proyecto, en el que se requiere un compromiso general y el esfuerzo de las personas para el alcance de una meta, en las que todos entiendan claramente lo que se espera y la hoja de ruta a seguir como el líder empresarial lo requiere.

Expresión Verbal y no verbal

Las palabras y el cuerpo comunican y el líder no debe pasar por alto aspectos claves como la voz, el tono, la postura y procurar dominar conductas para transmitir mensajes conscientes y evitar que estos “canales de comunicación” no hablen de forma inconsciente, entendiendo que “nuestro cuerpo envía constantemente información, constituyendo así un modo de comunicación completo: el lenguaje corporal o *body language*” (Gangemi, 2016, p.4).

Es necesario que los líderes dominen la expresión verbal y no verbal para transmitir asertivamente una idea, nada debe quedar al azar ya que durante el proceso de comunicación todo aspecto transmite un mensaje y todo será susceptible de generar un efecto en las personas, de allí el éxito o el fracaso de un discurso por lo cual la importancia de una buena impresión desde el primer momento para lograr la conexión con las personas de la manera esperada. La calidad del contenido de lo que se habla, la argumentación, la claridad, sencillez y transparencia de mensaje son claves tanto como la expresión corporal ya que es parte esencial para hablar frente a un público, todo debe estar interconectado, en total armonía y sincronía para hacer de la conversación, discurso u oratoria un momento de comunicación efectiva en la que el público conecte y se comprometa con una idea.

Voz y entonación

El uso de la voz como herramienta de comunicación muchas veces pasa como una herramienta a la que no se le considera una mejora y no se le presta atención pero es fundamental potenciarla para impactar la persuasión de quienes escuchan, por tanto es clave que la voz pueda proyectarse con claridad para evitar disfonías, saber respirar logra una relajación notable del organismo y ahorra o recupera energía, para ello se puede practicar la respiración diafragmática o respiración abdominal, inhalando el aire por la nariz mientras el abdomen se infla, luego retener la respiración por dos o tres segundos y posteriormente exhalar el aire por la boca con los labios en forma de anillo mientras el abdomen se desinfla lentamente. Cuando el diafragma abre el paso de oxígeno a los pulmones se genera mayor ventilación y al exhalar los pulmones se limpian, todo esto proporciona al líder la fluidez necesaria para sostener una conversación fluida con una voz libre de disfonías, además facilita una postura corporal más relajada y una voz más tranquila.

Durante las conversaciones, oratorias o discursos, es primordial evitar hablar de manera plana y monótona, es necesario introducir pausas en momentos clave y manejar los ritmos, “mientras un ritmo acelerado transmite al auditorio la impresión de una persona nerviosa o entusiasta, un ritmo más lento da la idea de alguien más tranquilo” (Klaric, 2018, p.23). Subir o bajar el tono de la voz también es una habilidad conversacional e impacta el discurso, ya que esta habilidad permite transmitir emociones, un tono bajo y lento puede transmitir tristeza y un tono firme y a mayor velocidad puede transmitir alegría y entusiasmo, así entonces el volumen correcto, el ritmo y la palabra adecuada tienen el poder de que las personas conecten o no con el mensaje.

Postura y lenguaje corporal

Una vez se ha iniciado un discurso en el que vamos a transmitir una idea, el orador debe estar muy bien plantado ya que estará a la vista de todos y ningún detalle pasara por alto, se debe transmitir seguridad y dominio del tema, para ello es clave pararse con las piernas separadas y alienadas con los hombros, esta postura adicionara firmeza y estabilidad, los pasos deben ser firmes pisando primero con los talones, usando un calzado cómodo más que elegante.

Otro aspecto clave es el lenguaje corporal ya que manifiesta la personalidad del líder y son fundamentales para asegurar la atención de las personas, se debe procurar mantener una postura que transmita confianza comodidad y control.

El lenguaje corporal, básico en el proceso de establecimiento de relaciones entre las personas, emite mensajes a través de sus expresiones, ademanes, gestos y estilos que varían su significado en función de la cultura en la que tenga lugar. Lo que en un país o zona geográfica puede ser considerado vulgar, descortés o agresivo, en otros puede significar exclusivamente indiferencia, complicidad o rechazo. (Castro, 2013, p.368)

Lenguaje corporal y postura transmiten un mensaje, hablan por sí solos del dominio de un tema por parte del líder, orador o conversador y en cuanto a postura se refiere recomiendan:

- Columna erguida pero no rígida.
- Las rodillas deben distribuir el peso del cuerpo sin pendular.
- Mentón alineado con el piso.
- Pecho hacia adelante levemente.
- Hombros relajados y sueltos.

Lo anterior relaciona tips que todo, gerente, director o líder deben tener en cuenta para transmitir seguridad y brindar confianza a los asistentes a un discurso, nada debe quedar al azar y así será capaz de mantener la atención y el interés de los liderados, pero es la práctica y experiencia las que generaran habilidades discursivas, teniendo en cuenta lo anterior, es fundamental tener lista una correcta estructura de ideas y una previa preparación de la exposición, conocer la audiencia y adaptar dicha presentación al oyente, además de disfrutar lo que se está haciendo y no tener una actitud negativa para no influir negativamente la confianza del público (Juárez & Marín, 2021, p. 97).

El lenguaje corporal juega un papel clave a la hora de comunicar ya que no solo con nuestras palabras transmitimos un mensaje, puesto que también nuestra postura, ademanes, expresiones faciales, movimientos, desplazamientos y contacto visual pueden transmitir o comunicar, el impacto de nuestra señales no verbales son determinantes para que las

personas reciban o no un mensaje, así que pese a que se prepare un buen discurso y se logre encontrar las mejores palabras para expresar una idea, si no se presta la atención necesaria al lenguaje corporal, se perderá la coherencia con lo que se dice y el mensaje llegará vagamente a la mente de quienes escuchan y se perderá la oportunidad de generar la impresión deseada para ganar los adeptos necesarios de cara al logro de un objetivo. Se debe prestar atención al uso de las manos y de los codos, las expresiones faciales, la postura, gestos con la misma importancia con la que se construye un discurso para lograr llegar a quienes escuchan con un mensaje potente, garantizando el éxito del discurso, impactando y motivando el comportamiento de las personas hacia el objetivo deseado.

Las manos

Las manos son la extensión del cerebro y son fundamentales para reforzar un mensaje, por tanto, es recomendable ser consciente de los movimientos y de la posición que se adopta durante una conversación o discurso, se debe procurar:

- No colocar las manos detrás de la espalda, puede generar desconfianza.
- No acicalar las manos en público, puede transmitir nerviosismo.
- Evitar dejar las manos abajo y cerca de los muslos, puede proyectar aburrimiento y baja energía.
- Tocarse en exceso la frente, el rostro o cabello puede dar la sensación de inseguridad.
- Si usa el ademán de puño, puede demostrar poder y fuerza, pero deberá evitar acompañarlo con voz de rabia para evitar la sensación de enojo.

El uso de las manos es fundamental para reforzar el mensaje ya que puede agregar más valor al mismo, la audiencia valorará más una conversación, discurso o narrativa cuando se hace un adecuado uso de las manos, puesto que las personas tienden a prestar más atención a los movimientos y a los gestos y son estos, parte integral del lenguaje, además, el uso correcto de las manos ayudará al orador o expositor a que exprese una idea de manera más clara, rápida y eficaz. El uso de las manos acompaña el discurso, le da fuerza al mensaje, transmite energía y da contexto al tema, impacta en las personas quienes siguen visualmente al orador o expositor, es capaz de generar conexión con las personas y de respaldar o no el mensaje, prácticamente las manos pueden hablar y son una extensión de nuestro mensaje, dan personalidad a la idea, por tanto el uso de las manos debe ser considerado para acompañar el mensaje, se debe trabajar y moderar ya que pueden respaldar una idea o pueden quitarle credibilidad a la misma.

Los pies

Como se ha señalado, todo comunica, la expresión verbal y no verbal son factores clave en la transmisión de un mensaje y nada debe quedar al azar al momento de comunicar, los pies no son la excepción ya que pueden reflejar terror, miedo o ansiedad al momento de hablar frente al público, además no son susceptibles de reaccionar de manera inconsciente a las emociones que se perciben en el acto de comunicar y son así mismos importantes en el lenguaje corporal, de debe tener en cuenta.

- Evitar cruzar los pies cuando se habla de pie ya que transmite nerviosismo.
- Evitar pegar los pies ya que envía una señal de sumisión e inseguridad.
- Abrir o separa demasiado los pies, puede generar una falsa percepción de dominio y fuerza.



Figura 2. Los pies. Tomado de Riaño, (2021).

Para reforzar un buen mensaje apoyados en el uso apropiado de los pies, de debe tener en cuenta el desplazamiento y se debe tener un buen balance en los movimientos, moverse de manera controlada podrá apoyar y reforzar el discurso y podrá ser de gran ayuda para disminuir la tensión, además que al no estar estático será más fácil mantener la atención de las personas ya que los ojos se sienten naturalmente atraídos por el movimiento de los objetos.

El desplazamiento debe ser controlado y no debe ser excesivo, se debe mantener un ritmo pausado que transmita confianza y dominio del tema, además, se debe hacer desplazamientos en momentos clave ya que pueden marcar momentos claves del discurso, prestando especial atención a los siguientes aspectos:

- Desplazarse lateralmente cada vez que culmine un tema y retome otro.

- El desplazamiento hacia adelante se puede usar cuando se pretenda expresar un punto importante del tema.
- Al desplazarse hacia atrás se puede indicar al público que se ha culminado uno de los puntos del tema tratado.
- Acercarse hacia las personas para transmitir cercanía y accesibilidad al público.
- Plantar los pies con firmeza al hablar, a la altura de los hombros, evitando estar rígido para transmitir seguridad y confianza.
- Caminar con pasos suaves para dar la sensación de estar calmado, confiado y apropiado de lo que está hablando.

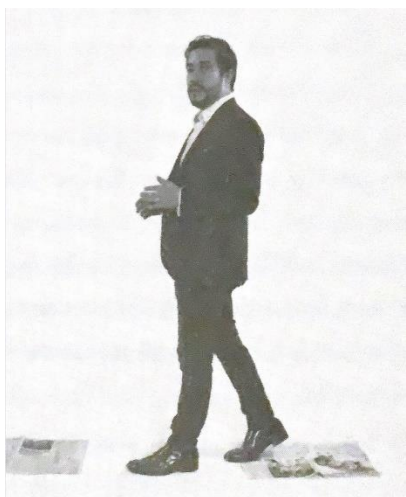


Figura 3. Los pies. Tomado de Riaño, (2021).

Si bien es importante que los gerentes, directores y líderes en general presten atención y practiquen los discursos o conversaciones siendo conscientes de la importancia del lenguaje corporal y en este caso, haciendo hincapié en el manejo adecuado de los desplazamientos y manejo de los pies cuando se exponga a un público donde se deba presentar frente a una audiencia un discurso de pie, lo recomendable es que se acompañe en sincronía el uso de los ademanes, gestos, la expresión verbal y todos los elementos que actúan en el lenguaje corporal para darle dinamismo a la oratoria, de esta modo será más fácil captar la atención de las personas y lograr la conexión esperada, sin olvidar que la comunicación verbal y no verbal debe ser fluida y natural, reflejando naturalidad y originalidad por parte del líder que transmite el mensaje.

El rostro

Las expresiones faciales son ser determinantes en la transmisión del mensaje y en la conexión con las personas, durante las conversaciones o discursos las expresiones deben lograr transmitir emociones: sorpresa, miedo, felicidad, tristeza, asco y rabia.

La sorpresa se refleja con los ojos bien abiertos y las cejas elevadas, el miedo se expresa con los ojos bien abiertos y la frente tensa, la felicidad con las mejillas levantadas y una leve sonrisa, la tristeza con las comisuras de los labios hacia abajo, el asco con la nariz arrugada y las cejas hacia abajo y la rabia con los párpados tensionados acompañados de expresión corporal igualmente tensa.

Todo buen orador debe comprender la importancia de las expresiones faciales para el logro de una comunicación eficaz, entender que el rostro está expuesto en el discurso más que cualquier otra parte del cuerpo y que el rostro del orador comunica a la audiencia su estado de ánimo, sus sentimientos y emociones, así entonces las expresiones faciales serán determinantes en la transmisión de un mensaje y del impacto del mismo en las personas, pero siempre siendo original, sincero y veraz, ya que una expresión forzada será muy fácil de captar por parte del auditorio y podrían interpretar falta de honestidad o de dominio del tema que se está tratando, así mismo será determinante en la conexión de que pueda surgir entre el orador y la audiencia.

Storytelling

Contar historias es un medio poderoso para influir, persuadir e inspirar y de esto se trata el *storytelling*, herramienta poderosa para el uso de los líderes, efectivo para contextualizar una idea por medio de una narrativa para conectar con una audiencia de forma simple e impactar con las emociones y no solo aplica para un discurso ante una gran audiencia, es también una metodología que funciona muy bien cuando se persigue el objetivo de clarificar alguna información antes grupos de trabajos más pequeños en reuniones, presentaciones o conversaciones. El *storytelling* cuenta historias bien argumentadas y honestas, que generen confianza y credibilidad y conecten con el tema, “si usted cuenta una historia que muestra cómo, concretamente y en qué situación, una persona aparece especialmente honesta, quienes lo escuchan lo aceptarán y creerán” (Sadowsky, 2013).

Estructurar una buena historia requiere considerar atención especial en varios pasos, así se obtendrá un resultado más efectivo durante la charla y un impacto más contundente al interior de los equipos de trabajo o de los asistentes a un discurso, en las organizaciones hará

que el mensaje se interiorice con más facilidad y se direccionen las personas en la ruta esperada, sean estos tácticos, estrategias comerciales o cualquier objetivo por el cual se convoquen las personas, los pasos básicos son:

- Conocer la audiencia: importante para construir la narrativa y estará a la medida de esta, ya que podemos encontrarnos con asistentes neófitos, novatos o expertos en el tema.
- Manejar un lenguaje simple, apelando a la lógica y a los argumentos, así mismo agregar apoyarse en caso de éxito o fracaso comprobables, apelando a una autoridad conocida en el tema que sustente el discurso y que sea comprobable de manera fácil por las personas.
- Construir el mensaje teniendo en cuenta el que, como, porque y para que de la charla.
- Utilizar palabras clave que se repitan y que refuercen una idea.
- Usar en la narrativa personajes que puedan lucir como héroes, villanos y víctimas con los que la gente se pueda identificar.
- Aplicar contenido emocional a la narrativa para movilizar las personas, narrativa que abarque la sorpresa, miedo, felicidad, tristeza, asco y la rabia.
- Crear presentaciones de alto impacto que apoyen la narrativa.
- Prestar mucha atención al lenguaje verbal y no verbal, procurar que cada acción durante la charla sea consciente y bien preparada.

Si el líder estructura su retórica siguiendo los pasos anteriores, tendrá altas probabilidades de influenciar en las personas, así mismo tener fácil recordación ya que absorberán la información fácil, más aún cuando el mensaje se apalanca en una narrativa acompañada de historias que capten la atención y atrapen el interés de quienes son liderados, cada historia debe estar muy bien argumentada, debe ser creíble, comprobable y sincera, debe impactar las emociones por medio del lenguaje verbal y no verbal, el líder debe recordar que cada acción habla y cada momento es clave para transmitir mensajes potentes que deben llegar a la mente y al corazón, así entonces se facilitara que las personas se sientan identificadas e inspiradas y encausen sus esfuerzos hacia el objetivo que el líder espera alcanzar, por tanto un buen discurso, oratoria o conversación será más potente e influyente si este se apoya en una narrativa que facilite la comprensión del mensaje y capte plena atención de los asistentes.

Las herramientas narrativas son una parte compleja e importante de nuestra comunicación y las usamos diariamente para comprender lo que leemos, entretener,

relatar eventos, hablar sobre uno mismo, dar instrucciones, realizar un reporte, persuadir, describir, etc. Las habilidades narrativas nos ayudan a hacer todo esto de una forma organizada, eficiente y llamativa. (Alviz & Posada, 2021, p. 20)

El *storytelling* trata entonces de apoyar el discurso, la conversación o la oratoria, en una narrativa que cuente una historia, esta debe estar bien asociada al tema que se está tratando y se debe elegir cuidadosamente para mantener la conexión con la audiencia, también debe considerar la correcta elección de dicha historia según el público objetivo, pero debe propender en motivar las personas a interiorizar una idea y por consiguiente encausar hacia el logro de una meta u objetivo, la narrativa debe ser agradable y de fácil comprensión de modo que conecte con la mente de las personas, debe conmover para que el mensaje llegue al corazón y en conjunto debe emocionar ya que en este estado la idea será bien vendida, motiva el accionar y ajusta los patrones de comportamiento de las personas según lo esperado por el líder y al final, la narrativa apoyada en el *storytelling* logra persuadir siendo este el último paso para movilizar las personas hacia el objetivo planeado.

El líder debe entender que cada elemento del lenguaje verbal y no verbal tiene el mismo protagonismo en cada aspecto de la comunicación, cada detalle cuenta y cada detalle transmite un mensaje, todo debe funcionar en sincronía y hará que el mensaje sea transmitido de manera efectiva, esto es fundamental para que las personas lo acepten y sean persuadidas. El *Storytelling* es un momento clave ya que cuenta historias y es este momento donde mejor conexión se logra con la gente, es un momento clave en el que se debe buscar impactar las emociones y donde se busca entrar en la mente y en el corazón de las personas, por tanto es fundamental elegir la historia apropiada, coherente con el tema y capaz de reforzar la idea, se debe complementar con el uso adecuado de la voz, no descuidar el tono ni los gestos, sincronizar con las expresiones faciales, el uso de las manos y de los desplazamientos, pero llegar ahí requiere de práctica y compromiso para desarrollar las habilidades de comunicación que esperan las organizaciones y que mueve las personas hacia los objetivos propuestos.

Conclusiones

Los líderes de organizaciones empresariales y líderes de cualquier otro sector deben prestar especial atención a las habilidades comunicativas, ya que deben transmitir un mensaje claro e influyente de cara al logro de los objetivos, además deben fortalecer las competencias conversacionales para cautivar la mente y el corazón de sus seguidores.

Un líder que inspira gana seguidores, el poder de la comunicación y el impacto en las emociones pueden desencadenar una reacción de logros sorprendente, las personas que conectan con un buen discurso se apropian de una idea y el líder lograra que los patrones de comportamiento se alineen hacia un objetivo, llevando a resultados favorables hacia una organización o grupo y para desarrollar esta habilidad se requerirá de practica constante, exposición al discurso frente a grandes grupos de personas, superar miedos, hacer hincapié fuerte en las expresiones verbales y no verbales, ser transparente y honesto y llevar un mensaje con contenido veraz y argumentado.

El *storytelling* es un aliado en las oratorias o discurso de gerentes, directores y líderes en general, una narrativa bien estructurada con una historia bien asociada a una idea, con contenido bien argumentado, es capaz de captar rápidamente la atención del público, impactando las emociones y facilitando la comprensión del mensaje, por consiguiente, será determinantes en la motivación y el accionar de la gente al interior de las organizaciones y de los equipos de trabajo para el logro de los objetivos.

Referencias

- Alviz, Á., & Posada, Y. (2021). *Storytelling y su impacto en el fortalecimiento de habilidades*.
Obtenido de Repositorio Unicartagena:
https://repositorio.unicartagena.edu.co/bitstream/handle/11227/14759/TGF_Alvaro%20David%20Alviz%20Ramirez%2C%20Yolima%20Esther%20Posada%20Salgado.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cardona, C. (2021). *Ensayo sobre a comunicacion efectiva de los gerentes en las organizaciones*. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10654/11191>
- Castro, M. d. (2013). *La cortesía: códigos verbales y no verbales en la comunicación interpersonal*. Obtenido de Proquest: <https://www-proquest-com.ezproxy.umng.edu.co/docview/1508553558/fulltextPDF/E4DCEA06DDB842ABPQ/1?accountid=27387>
- Cooklin, N. (2021). *Líderes humanos: Cómo gestionar equipos exitosos desde la comunicación y el autoconocimiento*. Obtenido de [https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=Qz9IEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=Cooklin,+N.++\(2021\).%C2%A0L%C3%ADderes+humanos:+C%C3%B3mo+gestionar+equipos+exitosos+desde+la+comunicaci%C3%B3n+y+el+autoconocimiento.+CONECTA.&ots=N_6NMAqKYD&sig=W5JuHqdkF-uLgWM2](https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=Qz9IEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=Cooklin,+N.++(2021).%C2%A0L%C3%ADderes+humanos:+C%C3%B3mo+gestionar+equipos+exitosos+desde+la+comunicaci%C3%B3n+y+el+autoconocimiento.+CONECTA.&ots=N_6NMAqKYD&sig=W5JuHqdkF-uLgWM2)
- Frasch , M. (2021). *La comunicación persuasiva como recurso estratégico de las relaciones públicas*. Obtenido de Universidad de Belgrano:
<http://190.221.29.250/handle/123456789/9543>
- Gangemi, R. (2016). *Domina tu lenguaje corporal : Las claves para mejorar tu comunicación no verbal*. (L. Publishing, Editor) Obtenido de <https://search-proquest-com.ezproxy.umng.edu.co/legacydocview/EBC/6318077?accountid=27387>.
- González, R., & Infante, J. (2021). *Transdisciplinar Revista de Ciencias Sociales del CEH*, 1(1). Obtenido de <https://transdisciplinar.uanl.mx/index.php/t/article/view/8/4>
- Juárez, J., & Marín, A. (2021). *Superación del miedo escénico: Investigación educativa y metodología de intervención con demostraciones realizadas*. Obtenido de https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=OLYsEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA5&q=Superaci%C3%B3n+del+miedo+esc%C3%A9nico:+Investigaci%C3%B3n+educativa+y+metodolog%C3%ADa+de+intervenci%C3%B3n+con+demostraciones+realizadas&ots=z_lj8Jl1Qf&sig=nr6gSDwG6NMmj-aMGOJ
- Klaric´, J. (2018). *Neuro Oratoria*. Ciudad de Mexico: Ediciones culturales Paidós, S.A.de CV.

- Mendez, M. (2012). *La negociación y el arte de la persuasión*. Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/9867/MendezDianaMarcela2012.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Riaño, F. (2021). *Como habla un líder*. Bogota, Colombia: Intermedio Editores S.A.S.
- Riaño, F. (2021). *Como habla un líder*. Bogota, Colombia: Intermedio Editores S.A.S.
- Sadowsky Jhon, R. L. (2013). *Siete reglas del storytelling*. (E. Granica, Editor) Obtenido de [https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=WZ1fAAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT29&dq=Sadowsky,+J.,+%26+Roche,+L.+\(2013\).%C2%A0Siete+reglas+del+storytelling,+Inspire+a+su+equipo+con+líderazgo+aut%C3%A9ntico.+Ediciones+Granica.&ots=xiwdFaDd1K&sig=lgzEsKlbHMPn_rSm-](https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=WZ1fAAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT29&dq=Sadowsky,+J.,+%26+Roche,+L.+(2013).%C2%A0Siete+reglas+del+storytelling,+Inspire+a+su+equipo+con+líderazgo+aut%C3%A9ntico.+Ediciones+Granica.&ots=xiwdFaDd1K&sig=lgzEsKlbHMPn_rSm-)
- Santillán, W., Araque, M., Villarroel, V., & López, T. (2021). *La inteligencia emocional desarrolla colaboradores exitosos en las organizaciones*. Obtenido de <https://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/ConcienciaDigital/article/view/1926/4757>
- Uzurriaga, M., Osorio, C., & Arias, O. (2020). *Líderazgo: definiciones y estilos*. Obtenido de Repositorio USC: <https://repository.usc.edu.co/bitstream/handle/20.500.12421/4680/LÍDERAZGO%3A%20DEFINICIONES%20Y%20ESTILOS.pdf?sequence=3&isAllowed=y>