

MEXICANA
UNIVERSAL

Bloque 4. Módulo 3.

Sesión sincrónica 3



Bienvenida y agenda

- Dinámica de bienestar
- Tema 9. Comunicación estratégica
- Tema 10. Importancia del mensaje
- Tema 11. Comunicación en público: estrategia para informar
- Tema 12. Comunicación en público: estrategia para persuadir
- Actividad
- Reflexión final

Dinámica de bienestar

Duración: 5 minutos

Nombre de la práctica: Plantea tus objetivos como metas de aproximación y replantea tus metas de evitación.

Descripción de la práctica: Con base en lo que plantea Grenville (2012), en la práctica podrás definir diferentes tipos de metas y encontrar la mejor manera de conseguirlas.

Palabras clave: Objetivos, metas y planes.

Instrucciones para el aprendedor: La autora Bridget Grenville-Cleave (2012) comenta que en el establecimiento de metas es importante distinguir los tipos de metas que hay. Ella menciona dos:

- 1. Metas de aproximación (approach):** son las metas con resultados positivos (deseables, placenteros, benéficos o que nos gustaría tener) y hacia las cuales trabajamos.
- 2. Metas de evitación (avoidance):** son las metas con resultados negativos (indeseables, dolorosos, dañinos o que nos disgustan) y en las cuales trabajamos para evitarlas.

Dinámica de bienestar

Ejemplo:

Meta de aproximación:

- Ser más eficiente.
- Ser amigable y extrovertido en las reuniones.
- Asumir el rol de líder en el trabajo.

Meta de evitación:

- Dejar de aplazar.
- Dejar de ser tan tímido en las reuniones.
- No pasar desapercibido en el trabajo.

Las investigaciones que se han realizado respecto a estos tipos de metas muestran que perseguir metas de evitación resulta en un detrimento del bienestar. Por otro lado, estos descubrimientos sugieren que el establecer metas de aproximación o replantear las metas de evitación es benéfico.

Reflexiona:

- ¿Qué tipo de metas te has planteado tú?
- ¿Hay algunas metas que puedas replantear en una forma más positiva?
- ¿Cuándo las tendrás listas?

Fuente:

Grenville, B. (2012). *GOAL-SETTING SECRETS*. Recuperado de <http://positivepsychologynews.com/news/bridget-grenville-cleave/2012013120696>

Tema 9.

Comunicación Estratégica

En este tema, asegúrate de:

- Identificar los **principios** para **comunicarte** de **forma efectiva**.
- Ubicar en qué consiste la **comunicación estratégica** y qué **proceso** debes seguir para desarrollarla.
- Situar en qué **contextos profesionales** puedes aplicar la comunicación estratégica.



Explicación

¿Es lo mismo informar que comunicar?

Es importante señalar que, aunque la **información** forma parte de la comunicación, obedecen a procesos y a fines distintos, ya que, por un lado, la información es un **acto unilateral**, solo hay un emisor del mensaje; y, por otro lado, en la **comunicación** se requiere de una **retroalimentación** por parte del receptor.



Explicación

De acuerdo con Münch y Hernández (2020), la comunicación efectiva requiere de estos principios:

- **Objetividad:** que la información esté sustentada con hechos.
- **Claridad:** que el mensaje sea breve y sencillo.
- **Asertividad:** el mensaje debe ser respetuoso para las audiencias.
- **Veracidad:** debe sustentarse en la verdad.
- **Confiableidad:** verificar fuentes válidas.
- **Ética:** proporcionar el bienestar de la sociedad.



Explicación

Carrillo (2020) define a la comunicación estratégica como “una forma de aglutinar las diferentes acciones de comunicación para la consecución de los objetivos estratégicos”.

La comunicación estratégica parte de la **planeación**, por lo que debes considerar que el mensaje sea adecuado al público y al lugar, ya que no es lo mismo presentarse ante un auditorio que en una sala de juntas, un salón de eventos o una biblioteca.



Explicación

Fonseca (2016) señala que la **comunicación estratégica** se despliega a través de un **proceso** compuesto por tres partes principales:

Planeación	Organización	Interacción
Identificar propósitos. Seleccionar el tema. Analizar el contexto.	Delimitar el tema. Estructurar el mensaje. Generar el material de apoyo.	Presentación del mensaje para lograr el propósito deseado.

Tema 10.

Importancia del mensaje

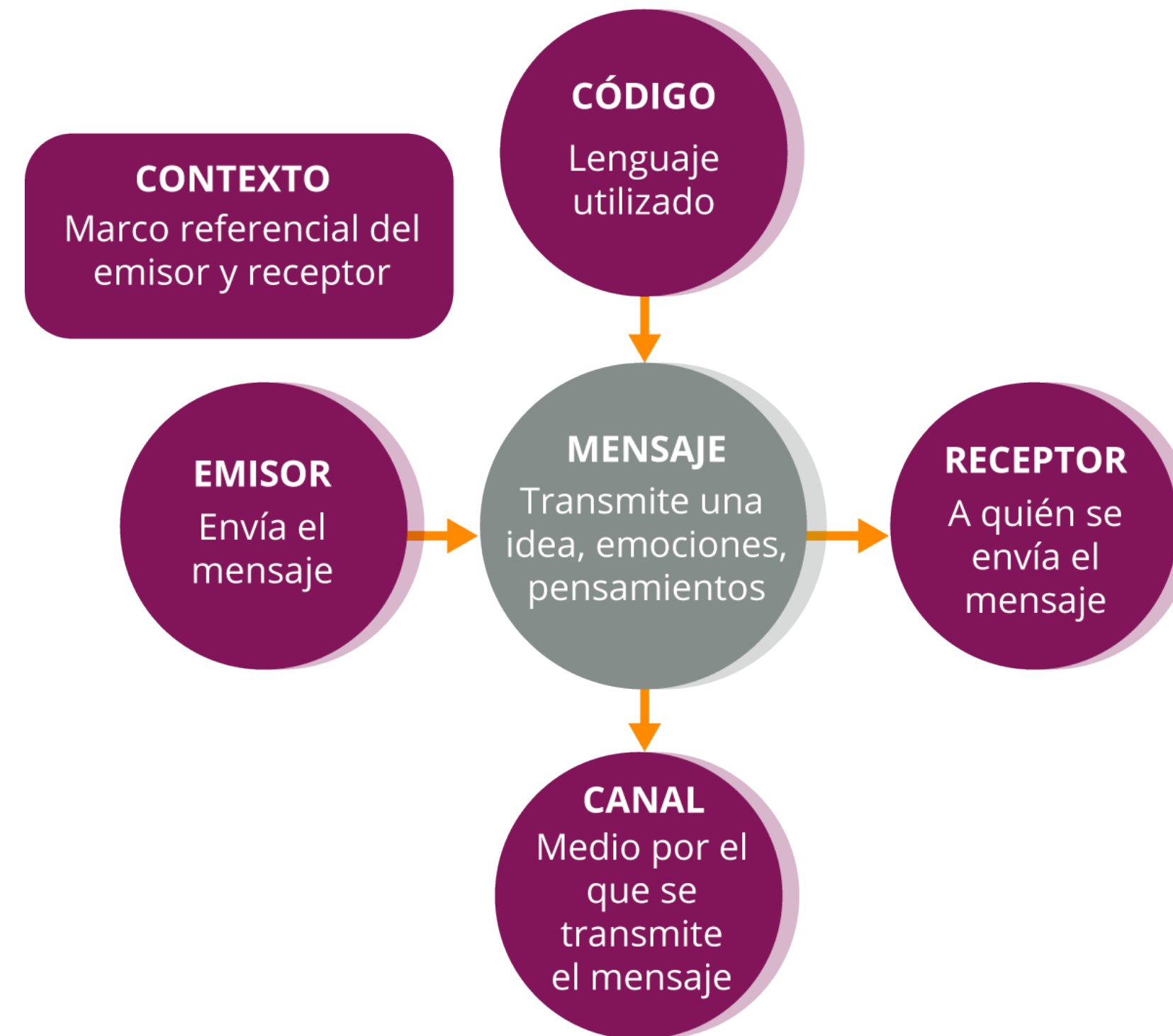
En este tema, asegúrate de:

- Distinguir qué son los **mensajes** y cómo están **integrados**.
- Situar los **pasos** a seguir para **estructurar correctamente** los **mensajes**.
- Emplear una **guía** establecida para **elaborar mensajes efectivos** que cumplan con sus objetivos.



Explicación

En el proceso de comunicación intervienen los siguientes elementos:



Fuente: Deborah, U. (2022). *Elementos de la comunicación*. Recuperado de <https://www.ejemplos.co/elementos-de-la-comunicacion/>

Todo lo que hacemos comunica: lo que decimos, cómo nos vestimos, nuestro rostro, nuestras manos, nuestros sonidos e incluso movimientos o gestos involuntarios.

Explicación

De acuerdo con Martínez (2018), un mensaje se compone de los siguientes elementos:

Código	Contenido	Tratamiento
Conjunto de signos y reglas mediante los cuales se codifican los mensajes.	Elementos referenciales para transmitir el mensaje: qué queremos decir, qué es lo más importante y qué incluimos en el mensaje.	Formas en que se maneja un mensaje: intensidad, frecuencia, profundidad.

Explicación

Para conseguir que el mensaje sea efectivo y cumpla su propósito, toma en cuenta las siguientes recomendaciones:

- 1. Hazlo fácil de comprender.** Usa un vocabulario sencillo y frases cortas y sencillas para que sea más fácil para tu receptor captar el mensaje.
- 2. Que sea breve y claro.** Recuerda que menos es más, sé concreta.
- 3. Sé creativa y original.** Trata de sorprender y despertar interés para llamar la atención y motivar a tus receptores.
- 4. Credibilidad.** La honestidad y la transparencia son dos elementos para estructurar un buen mensaje, eso hará que ganes la confianza del público.
- 5. Emociona.** Recurre al humor, despierta lo emocional con un mensaje que haga conexión.
- 6. Crea una historia.** Cuenta una historia, recurre al *storytelling* para lograr vincular a tu público.

Tema 11.

Comunicación en público: estrategia para informar

En este tema, asegúrate de:

- Situar la **fase informativa de la comunicación.**
- Identificar las **habilidades** y rasgos que caracterizan a los **mejores oradores.**
- Distinguir qué **tipos de presentaciones** se pueden realizar **en público.**
- Comprender cuáles son los **atributos** de los **discursos descriptivos, demostrativos, explicativos y narrativos.**



Explicación

Comunicación en público: estrategia para informar

De acuerdo con Ruiz Stinga Studio (s.f.), la comunicación consiste en tres fases: **informar**, **convencer** y **enganchar** o *enamorar* a la audiencia.

El **proceso** de comunicación que se encarga de **informar** tiene la funcionalidad de situar al receptor para indicarle quién eres, cuál es tu proyecto y qué quieres hacer o qué pretendes informar dependiendo del contexto.



Explicación

Características y habilidades de los mejores oradores

Andrea.delacalle (s.f.) menciona que los **mejores oradores** comparten las siguientes seis **características**:

- Son auténticos.
- Transmiten usando su cuerpo y su voz.
- Son breves.
- Tienen foco al hablar.
- Comparten anécdotas.
- Practican sus discursos.



Explicación

Para Münch y Hernández (2020), las habilidades de un buen orador dependen de los siguientes factores:



Fuente: Münch, L., y Hernández, A. (2020). *Comunicación oral y escrita*. México: Cengage.

Explicación

Tipos de comunicaciones informativas en público

Algunas formas de comunicar en público pueden ser mediante un discurso, un diálogo, una conferencia, un video, un *storytelling* o un *elevator pitch*. De acuerdo con Fonseca et al. (2016), las presentaciones pueden ser de cuatro formas:

- **Leídas:** se redacta un documento y el expositor lo lee directamente.
- **Memorizadas:** es un discurso que se redacta por completo, se memoriza y se expone.
- **Improvisadas:** es pronunciado por inspiración del momento, no se requiere preparación previa para llevarse a cabo.
- **Extemporáneas:** se prepara y estructura en todos sus detalles para tener una presentación exitosa.

Explicación

Tipos de discursos informativos

Existe una amplia variedad de discursos que puedes implementar para mantener informado a tu público (Indeed, 2021). No obstante, en la siguiente tabla podrás encontrar los discursos informativos que se utilizan con mayor frecuencia:

	Descriptivos	Demostrativos	Explicativos	Narrativos
Explicación	Estos llegan de manera directa y ofrecen descripciones sobre el objeto o detalle que quieres comunicar, además de que ayudan a conectar con el oyente.	Tratan de explicar a la audiencia algún proceso o enseñanza nueva.	Estos funcionan para hacer aclaraciones de acontecimientos o situaciones previamente analizadas.	Estos se valen de relatar o contar historias para atrapar a la audiencia.
Ejemplos	Descripción de un nuevo procedimiento, una herramienta o un proceso que se modifica.	Tutoriales, videotutoriales, explicación de procesos, presentaciones, etcétera.	Clase plenaria, conferencia, exposición, informes de gobierno, entre otros.	Storytelling, novelas, elevator pitch, narraciones, etcétera.

Tema 12.

Comunicación en público: estrategia para persuadir

En este tema, asegúrate de:

- Analizar en qué consiste la **comunicación persuasiva** y cuáles son sus objetivos.
- Situar la definición de la técnica del **elevator pitch** y el procedimiento para implementarla.
- Ubicar los criterios básicos de **ética** que puedes incorporar al aplicar **técnicas de comunicación persuasiva**.



Explicación

Comunicación en público: estrategia para persuadir

La **comunicación** es una herramienta versátil que no solo puedes emplear para expresar sentimientos o informar sobre hechos de la vida cotidiana, sino que también la puedes implementar de forma estratégica para **persuadir** a otros seres humanos sobre algún aspecto en particular.

Los objetivos que persigue la **comunicación persuasiva** son los siguientes (Budner, 2022):

- **Estimular a la audiencia:** se trata de despertar el interés del público.
- **Convencer a los demás:** se busca que compartan las ideas que se presentan, así como los valores y las actitudes que comprenden.
- **Lograr una acción:** el objetivo final es que los oyentes tomen acciones respecto a aquello que acaban de asimilar.



Explicación

Según Fonseca et al. (2016), existen diferencias entre los **discursos informativos** y los **persuasivos**:

Discurso informativo	Discurso persuasivo
<ul style="list-style-type: none">• Presenta opciones.• Se explica como profesor.• Presenta información de forma ilustrativa.• No es importante apelar a sentimientos ni emociones.• El liderazgo del expositor no tiene relevancia. 	<ul style="list-style-type: none">• Invita a seleccionar una opción.• Se explica como consejero.• Presenta información para justificar el objetivo.• Apela a los sentimientos y emociones.• El liderazgo del expositor otorga credibilidad. 

Explicación

La técnica del elevator pitch

El *elevator pitch* es una de las técnicas que se utiliza frecuentemente para persuadir a los demás. Dicha técnica puede ayudarte a convencer, en solo un par de minutos, a socios estratégicos, patrocinadores o cualquier auditorio de relevancia sobre alguna propuesta de colaboración en particular.

Miranda (2023) señala que un **elevator pitch** es un **discurso breve** que se distingue por ser:

Significativo

Memorable

Motivacional

Explicación

Al implementar esta técnica de comunicación persuasiva o cualquier otra, debes apegarte a **criterios** básicos en materia **ética** como son:

- Proporcionar **las fuentes de información** empleadas, dando **crédito** a los autores.
- Incluir **evidencia** de las afirmaciones que realices.
- Evitar los **descalificativos** que resulten ofensivos y las palabras altisonantes.
- Mostrar **coherencia** entre el discurso y las acciones.



Referencias

- Budner, S. (2022). *Comunicación persuasiva: El poder de la intención*. Recuperado de <https://lamenteesmaravillosa.com/comunicacion-persuasiva-el-poder-de-la-intencion/>
- Carrillo, M. (2020). LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA ¿QUÉ ES Y PARA QUÉ SIRVE? En J. Félix (Coord.), *Comunicação estratégica e integrada: a visão de 23 renomados autores em países*. Brasil: Editora Rede Integrada. Recuperado de <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/prefix/14422/1/Comunica%c3%a7%c3%a3o%20estrat%c3%a9gica%20e%20integrada.pdf>
- Deborah, U. (2022). *Elementos de la comunicación*. Recuperado de <https://www.ejemplos.co/elementos-de-la-comunicacion/>
- Andrea.delacalle. (s.f.). *Qué tienen en común los grandes oradores de la historia*. Recuperado de <https://www.andreadelacalle.cl/post/qu%C3%A9-tienen-en-com%C3%BAAn-los-grandes-oradores-de-la-historia>
- Fonseca, S. (2016). *Comunicación oral: fundamentos y práctica estratégica* (2ª ed.). México: Pearson.
- Fonseca, S., Correa, A., Pineda, M., y Lemus, F. (2016). *Comunicación oral y escrita* (2ª ed.). México: Pearson Prentice Hall.
- Indeed. (2021). *9 Types of Informative Speeches To Educate an Audience*. Recuperado de <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/types-of-informative-speeches>
- Martínez, F. (2018). *Ciencias de la Comunicación*. México: Santillana.
- Miranda, J. (2023). *Pitch de tu proyecto: Construyendo un pitch ganador*. Recuperado de <https://repositorio.tec.mx/bitstream/handle/11285/650027/Construyendo%20un%20PITCH%20Ganador.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Münch, L., y Hernández, A. (2020). *Comunicación oral y escrita*. México: Cengage.
- Ruiz Stinga Studio. (s.f.). *Las tres fases de la comunicación: Informar, convencer y enamorar*. Recuperado de <https://www.ruizstinga.com/tres-fases-comunicacion/>

Recursos

Videos

Para conocer más acerca de **comunicación en público: estrategia para persuadir**, te sugerimos revisar lo siguiente:

- TEDx Talks. (2018, 15 de marzo). *Persuade con tu voz. Estrategias para sonar creíble.* | Emma Roderer | TEDxMalagueta [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=YII-e4QJWG0>.

Para conocer más sobre **la importancia del mensaje**, te sugerimos revisar lo siguiente:

- TEDx Talks. (2019, 1 de febrero). *The 110 techniques of communication and public speaking* | David JP Phillips | TEDxZagreb [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=K0pxo-dS9Hc>

Lecturas

Para conocer más acerca de **comunicación en público: estrategia para informar**, te sugerimos revisar lo siguiente:

- Funes, A. (2019). *Cómo hablar en público y tener el éxito asegurado*. Recuperado de https://www.elespanol.com/como/hablar-publico-tener-exito-asegurado/373212861_0.html

Actividad

Objetivo:

Desarrolla el proceso de presentación de discursos para informar y persuadir al público, aplicando una estrategia de comunicación que le permita mantener el interés y la atención de la audiencia.

Contexto:

Imagina que recibes una invitación para participar en la edición anual del Semanario Internacional sobre las Juventudes Mexicanas. Te asignaron para formar parte de la mesa de trabajo denominada **Retos postpandemia** donde funcionarios públicos, académicos, miembros de ONG nacionales e internacionales, así como integrantes de la sociedad civil, discuten el tema: **Jóvenes contemporáneos ante los desafíos de la nueva normalidad.**

Actividad

Tu tarea será elaborar un **discurso** en el que destagues cuáles son los **principales desafíos** que enfrentan los **jóvenes en la actualidad**, sin dejar de lado a aquellos que proceden de grupos vulnerables y, pocas veces, tienen oportunidad de ser escuchados en esta clase de eventos internacionales.

La idea es que participes desarrollando un discurso, que motive a los presentes para que generen políticas públicas, que mejoren la calidad de vida de los jóvenes en general, al tiempo que das muestra de autenticidad y seguridad, consolidando tu papel como líder juvenil a nivel nacional.

Requerimientos:

- Antes de realizar la actividad, investiga sobre el tema de la juventud en México, recupera cifras principales, sobre aspectos sociodemográficos y averigua cuáles son los principales retos o desafíos que enfrentan, tanto a nivel nacional, como en el plano de tu entidad en particular.

Actividad

Parte 1

Instrucciones:

Para **elaborar** tu discurso dirigido a la mesa de **retos postpandemia**, desarrolla los siguientes pasos:

1. Redacta un discurso de una cuartilla sobre tu postura con relación al tema: “Jóvenes contemporáneos ante los desafíos de la nueva normalidad”. Tendrás que formular adecuadamente tu discurso para que sea emotivo y busque persuadir a la audiencia, para que generen políticas públicas para mejorar la calidad de vida de la población juvenil en general, empleando datos verificables, así como, al menos, 2 argumentos para dejar en claro tu postura.

Actividad

2. Una vez que lo redactes, **vas a exponerlo** como si estuvieras en la mesa de trabajo con la presencia de la prensa internacional.

Para ello, **grabarás** un **video** exponiendo tu discurso, integrando los elementos de expresión corporal adecuados, que incluyen desde la vestimenta apropiada, hasta el uso de la gesticulación y tono de voz pertinentes.

Recuerda ensayar tus movimientos antes de grabarte para que no luzcan exagerados.

Tu video deberá tener una duración máxima de 4 minutos.

Receso

Actividad

Parte 2

3. Ya que concluyas tu video, puedes subirlo a YouTube y guardar la liga para compartirla con el resto del grupo.
4. Cierren la actividad presentando sus videos y discutiendo en plenaria: ¿Qué elementos creen que son indispensables para persuadir a la audiencia?

Por último, menciona qué discurso te pareció el más persuasivo de todos los que escucharon en clase.

Actividad

Criterio	Ponderación
Redacta un discurso emotivo con, al menos, 2 argumentos convincentes para persuadir a la audiencia, sobre tu postura personal con relación al tema del debate, empleando datos confiables y dando créditos a las instituciones y autores respectivos.	25
Expone el discurso en un video de 4 minutos que muestra un empleo adecuado de los recursos expresivos corporales, como son: la vestimenta, gesticulación y tono de voz pertinentes.	50
Presenta impecable ortografía en el documento de media cuartilla del discurso.	25
TOTAL	100

Reflexión final