



Herramientas para  
la comunicación positiva

## **TEMA 4. Comunicación efectiva**

**TED Conferences** es una organización cuya misión es descubrir y distribuir ideas que puedan despertar la imaginación. Los miembros de esta institución se definen como devotos a la curiosidad, la razón, el asombro y a la persecución del conocimiento sin una agenda. TED invita a las personas de todas las disciplinas y culturas, que estén en búsqueda del entendimiento del mundo y de la conexión con los demás, a que compartan sus ideas para que los espectadores puedan aprender y llevar a cabo acciones que beneficien a sus comunidades (History of TED, 2023).

Esta institución ha albergado en sus ediciones a las personas más influyentes del mundo actual para que hablen acerca de los temas que dominan. Normalmente lo hacen en sesiones cortas y sus dinámicas en torno al escenario son peculiares, por ejemplo, los exponentes únicamente pueden moverse en un círculo rojo de 2.4 metros de diámetro dentro de un escenario, y la mayoría debe dar su charla en menos de 18 minutos.

Entre la lista de participantes figuran grandes personalidades como Bill Gates, Simon Sinek, Elon Musk y Brené Brown, entre otros. Pero ¿qué tienen en común estos exponentes conocidos a nivel mundial?



La investigadora social Vanesa Van Edwards (2017) realizó una investigación basada en TED Talks para entender los fenómenos relacionados con aspectos como ¿por qué dos conferencias con contenidos similares, títulos similares, expuestas en el mismo año, tenían diferencias abismales en el número de visualizaciones? ¿Cómo influye el lenguaje no verbal en la popularidad de una conferencia en TED?.

Después de analizar cientos de conferencias y encontrar patrones en la comunicación, descubrió que los conferencistas más populares usaron en promedio 465 gestos con las manos en menos de 18 minutos, mientras que, por otro lado, en las conferencias menos vistas, los expositores usaron solo un promedio de 272 gestos (Van Edwards, 2017).





La respuesta a estas diferencias en torno a la forma en que las personas se comunican, y el impacto de su lenguaje no verbal, es que el cerebro da 12.5 veces más importancia a los gestos de las manos. Por lo que las conclusiones en torno a la investigación de Van Edwards y los TED Talks, es que los conferencistas más populares exponen sus ideas a través de dos vías: las palabras y los gestos, es decir, conforme van exponiendo sus ideas, van reforzando el contenido de lo que están diciendo a través de las manos, y eso crea un efecto en el cerebro similar al que sucede cuando se destaca o subraya con un marcatextos algún párrafo interesante del material de lectura, o bien, también se compara al efecto de escribir notas a modo de resumen sobre lo que se está estudiando, o al de poner énfasis sobre alguna oración o párrafo con una tinta de distinto color (Van Edwards, 2017).



Lo anterior enmarca una idea central en torno a la comunicación: comunicar no solo involucra mensajes hablados, el lenguaje no verbal puede ser mucho más poderoso que aquello que se dice con palabras. La comunicación efectiva es aquella que logra expresar a través de las palabras, del tono de voz y del lenguaje no verbal, una idea de forma concreta, de tal modo que la audiencia pueda comprenderla claramente (Keutchafo et al., 2022).

Como se ha demostrado a través de las investigaciones respecto a la comunicación efectiva y el lenguaje no verbal, comunicar trae consigo una serie de factores que influyen la interacción entre dos o más personas (Keutchafo et al., 2022).



El modelo de comunicación que involucra a un emisor, un receptor y un mensaje, también considera un canal y un entorno. En los canales y entornos se consideran elementos tales como quién dice qué, a quién, cómo, dónde y cuándo, de tal manera que aunque un mensaje esté perfectamente articulado en el lenguaje y con un eficiente lenguaje no verbal, si se emite en un contexto lleno de ruido, de distracciones e interrupciones, afectará a la transmisión de la idea que se busca comunicar (Shannon, 1948).



Regresando a la investigación en torno a los Ted Talks, uno de los factores que también tienen en común los oradores súper populares, es la carga emocional. Dentro de esas conferencias hay muchas risas, hay historias con las que la audiencia se puede identificar, hay momentos reflexivos que conducen a las personas a episodios de introspección, hay un lenguaje emocional que en ocasiones conmueve, que invita a la compasión y a la empatía, y hay una experiencia relacional humana, es decir, vidas, momentos y personas parecidas a esos individuos con los que en algún momento pudieran identificarse (Talks at Google, 2017).



Emerson (2021), de la Universidad de Harvard, propone las siguientes estrategias para ser exitosos y habilidosos comunicadores:

### ▶ 1. Ser claro y conciso.

Elegir las palabras es importante. Y cuando se trata de elegir las, menos es más. Es importante definir claramente lo que se quiere comunicar y evitar palabras innecesarias.

### ▶ 2. Preparar lo que se va a decir.

La preparación involucra pensar en todo el proceso. Lo que se va a decir, las posibles respuestas, posibles refutaciones, así como en el contexto. En este sentido, la información es poder. En la medida en que se domina un tema, es más fácil exponerlo.

### ▶ 3. Ser consciente del lenguaje no verbal.

Las señales físicas (comunicación no verbal) tienen entre 65% y 93% más impacto que las palabras (comunicación verbal), por lo que es primordial usar el lenguaje no verbal para reforzar lo que se dice.

### ▶ 4. Modular el tono de voz.

El tono de voz da énfasis a los puntos importantes. Ayuda a resaltar aquello que, de acuerdo con los objetivos de la conversación, debe quedar subrayado. Modular involucra cuidar el volumen, la entonación y la proyección de voz.



### ▶ 5. Practicar la escucha activa.

Escuchar activamente implica evitar la tentación de interrumpir exponiendo ideas propias. Incluye también mostrar un lenguaje corporal abierto, de tal manera que la otra persona identifique la postura como una disposición para escuchar e intentar comprender.

### ▶ 6. Construir por medio de inteligencia emocional.

El reto está en descubrir qué siente la otra persona a través de las preguntas para, a partir de ahí, poder integrar empatía y compasión a través de la vulnerabilidad.

### ▶ 7. Desarrollar estrategias de comunicación.

Comunicar implica evaluar y pensar en el receptor. Un mensaje puede darse de una forma en un contexto profesional, y de otra en un contexto familiar. Cada una de las conversaciones debe tomar en cuenta la particularidad del contexto bajo el cual se va a conversar. Por lo que hay que responder a aspectos básicos como, por ejemplo, quién va a decir qué y cuándo.

### ▶ 8. Crear una cultura positiva.

Ya sea en un contexto organizacional, terapéutico, de acompañamiento, comunitario o familiar, crear una cultura positiva juega un rol importante en la comunicación efectiva.

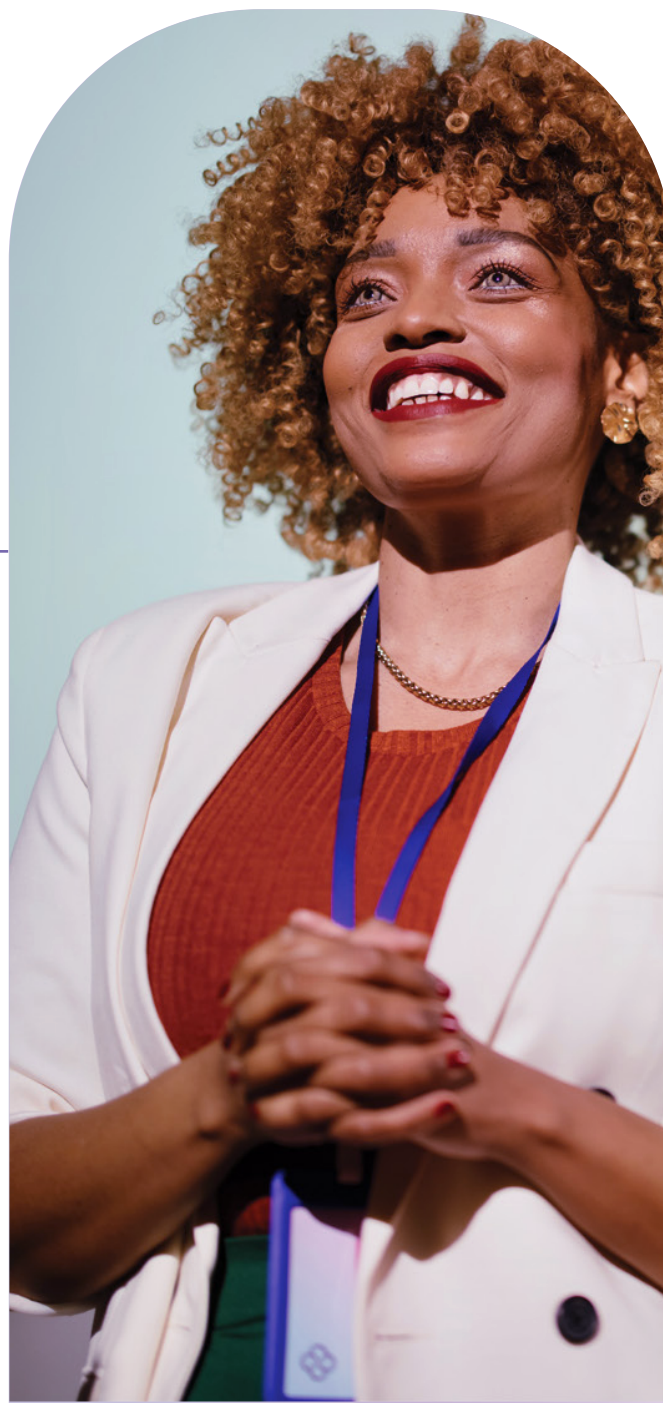


En momentos de crisis, el ser efectivos a la hora de comunicar marcará la diferencia para poder resolver situaciones o problemas. La comunicación es el salvavidas de las relaciones interpersonales en cualquier ámbito.

Un **comunicador efectivo** es quien también **tiene la capacidad de tomar el rol de storyteller**. Y esa capacidad normalmente viene del deseo de compartir experiencias que puedan generar conexiones humanas (Talks at Google, 2017).

La comunicación efectiva se integra de principios y variables que van a requerir del dominio y la amplitud del lenguaje, del uso del cuerpo, las expresiones faciales y corporales, de la voz y de los contextos, y todos estos elementos afirman lo que se está comunicando, así como comunican las intenciones y los objetivos de la comunicación.

El contar con metas claras a la hora de comunicar, hará que la comunicación sea efectiva. Un aspecto también importante es tener presente que, absolutamente todas las personas, pueden ser efectivas a la hora de comunicar.





## Referencias

History of TED. (2023). *TED Talks*. Recuperado de <https://www.ted.com/about/our-organization/history-of-ted>

Talks at Google. (2022, 17 de abril). *Captivate: The Science of Succeeding with People | Vanessa Van Edwards | Talks at Google* [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=0MtsXbTJdt8&t=417s>

Emerson, M. (2021). *Eight Things You Can Do To Improve Your Communication Skills*. Recuperado de <https://professional.dce.harvard.edu/blog/eight-things-you-can-do-to-improve-your-communication-skills/>

Keutchafo, E., Kerr, J., y Baloyi, O. (2022). A Model For Effective Nonverbal Communication Between Nurses and Older Patients: A Grounded Theory Inquiry. *Healthcare*.

Shannon, C. (1948). A mathematical theory of communication. *The Bell system technical journal*, 27(3).

Van Edwards, V. (2017). *Captivate: The science of succeeding with people*. Estados Unidos: Penguin.

La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECMILENIO), protegida por la Ley Federal de Derecho de Autor; la alteración o deformación de una obra, así como su reproducción, exhibición o ejecución pública sin el consentimiento de su autor y titular de los derechos correspondientes es constitutivo de un delito tipificado en la Ley Federal de Derechos de Autor, así como en las Leyes Internacionales de Derecho de Autor.

El uso de imágenes, fragmentos de videos, fragmentos de eventos culturales, programas y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, es exclusivamente para fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por UNIVERSIDAD TECMILENIO.

Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de esta obra sin la autorización previa por escrito de UNIVERSIDAD TECMILENIO. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educacional y no comercial limitado a una copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoría del material.