



Universidad Viña del Mar
Escuela de Comunicaciones
Carrera Relaciones Públicas

La importancia de la comunicación no verbal en el desarrollo de la comunicación
efectiva del relacionador público en la organización

Autoras:

Katherine Novoa Arancibia

Laura Rojas Vega

Profesora Guía

Elina Klein

Viña del Mar, 2019

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO 1: ENTENDIENDO EL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN.....	5
CAPÍTULO 2: DESCUBRIENDO LA COMUNICACIÓN NO VERBAL.....	11
CAPÍTULO 3: ALCANZANDO LA COMUNICACIÓN EFICAZ.....	20
CAPÍTULO 4: ¿CÓMO APLICAR LA COMUNICACIÓN NO VERBAL EN LAS RELACIONES PÚBLICAS?.....	27
CONCLUSIÓN.....	36
BIBLIOGRAFÍA.....	39

Introducción

Para dar inicio al tema de estudio, se desea introducir al lector con la siguiente cita de Ribeiros (1999), “La comunicación es la más básica y vital de todas las necesidades después de la supervivencia física. Incluso para alimentarse, desde los tiempos prehistóricos, los hombres necesitaron entenderse y cooperar los unos con los otros mediante la comunicación interpersonal.” (p. 7). A través de la cita anterior, se logra comprender que el desarrollo de la comunicación ha sido primordial para el entendimiento de los seres humanos, principalmente el uso de recursos gestuales para lograr la mayor comprensión entre ellos. Para lograr entenderse de manera eficaz está será la base de las relaciones humanas exitosas dentro de cualquier ambiente.

Ser eficaz corresponde a lograr alcanzar las metas y los objetivos propuestos para transmitir una información, esto conlleva a una serie de elementos que nos proporcionan la ayuda suficiente para alcanzar el objetivo deseado, sin embargo, durante el transcurso de la presente investigación, se conocerá y comprenderá como estos elementos al ser utilizados de diversas maneras pueden perjudicar o beneficiar nuestro proceso comunicacional.

Entonces, para introducirnos en el mundo del lenguaje no verbal, se debe retroceder como se mencionó anteriormente, en el tiempo a los orígenes de la especie humana, en donde florecen las primeras investigaciones a partir del reconocido biólogo Charles Darwin¹, quien fue el primero en analizar y estudiar la

¹Darwin, D. (1872), *“La expresión de las emociones en el hombre y en los animales”*, Chicago, editorial The University of Chicago Press.

evolución del ser humano y sus emociones, de las cuales sería, en aquel entonces, un preámbulo del modo en que los humanos y animales se expresan. Desde este punto, se estipula y fundamenta una estructura comunicativa, en las cuales el hombre comienza a comunicarse entre sus pares a través del uso de señas, posturas, facetas, sonidos de desaprobación y acciones.

En la actualidad, el estudio sobre la trascendencia del lenguaje no verbal dentro de los procesos de comunicación en la sociedad ha dado mucho de qué hablar. Uno de los investigadores más destacados es Paul Ekman², experto en el estudio de las emociones y expresiones faciales, es él quien entrega un mayor significado a la comunicación no verbal (CNV³) mediante el estudio de la demostración y representación de los espacios emocionales que emitimos al momento de expresarnos. Como indica también León (2015), “la comunicación es el proceso mediante el cual dos o más personas intercambian conocimientos y experiencias. Este intercambio se realiza fundamentalmente a través de símbolos, señales y signos” (p.10).

En el presente proyecto, se estudiará la importancia de la comunicación no verbal en el desarrollo de la comunicación efectiva del relacionador público al interior de una organización. Considerando, además, la importancia de todo el proceso de comunicar, al momento de ejecutar y emitir un mensaje, el cual debe empatizar con la audiencia, como la interpretación final que se espera de quien reciba el mensaje.

Por otra parte, se indagará sobre la importancia que desempeña el ejercicio comunicativo y los recursos para que un mensaje sea interpretado de manera efectiva, con el fin de obtener una comunicación asertiva, sin que se menosprecie el

²Ekman, P. (2013), *“El rostro de las emociones”*, New York, Editorial Basic Books.

³ Desde este momento se establece que las siglas CNV serán utilizadas para referirse a la comunicación no verbal o lenguaje no verbal de igual manera.

carácter informativo que se presenta al relacionarlo directamente con el manejo del lenguaje no verbal. Según Rulicki y Cherny, 2007, “Que las personas no puedan llegar a acuerdos productivos se debe en una importante medida a diferencias inconscientes entre sus comportamientos no-verbales” (p.135).

Es por esto, que el objetivo del relacionador público dentro de una organización es ser el guía comunicacional de los intereses de la empresa, ya que como se ha mencionado anteriormente, la comunicación es un elemento vital y esencial en el comportamiento de los miembros de una empresa, estos pueden influir de manera positiva o negativa cuando los mensajes y canales comunicacionales son incapaces de transmitir un mensaje correcto sin dar espacio a la mal interpretación de este.

El profesional de las relaciones públicas debe contar con herramientas esenciales para transmitir información hacia los distintos tipos de públicos de la organización, que permitirán alcanzar con éxito la difusión de la información con un lenguaje apropiado, de forma clara y confiable, sin dejar lugar a malas interpretaciones por parte de los receptores de la empresa.

El origen de la investigación se reflejará en entender cómo la influencia de una comunicación efectiva contribuirá en el rol del relacionador público.

Planteándonos la siguiente problemática:

¿Cuál es la importancia de la comunicación no verbal en el desarrollo de la comunicación efectiva del relacionador público en la organización?

Con el fin de responder preguntas clave para entender el proceso del presente proyecto, estos son:

- ¿Qué se entiende por comunicación efectiva?
- ¿Qué es la comunicación no verbal?

- ¿Cómo la comunicación no verbal ayuda a la comunicación efectiva?
- ¿Porque es importante que el relacionador público maneje y conozca la Comunicación No Verbal en su función de comunicador?
- ¿De qué forma incide Comunicación No Verbal en la comunicación efectiva?

Como se señaló anteriormente, al desarrollar la exploración de la problemática, se busca lograr encontrar respuesta sobre el lenguaje no verbal, su manejo y cómo puede ayudar al relacionador público a desarrollarse al interior de una organización como un comunicador confiable, verídico, certero y asertivo. Así como señalaron Rulicki y Cherny (2007), “el manejo gestual permite optimizar las estrategias verbales de acuerdo con los objetivos de comunicación en cualquier situación” (p. 96)

Capítulo 1: Entendiendo el proceso de la comunicación

La comunicación humana es una interacción social en conjunto con los miembros de una comunidad que comparten maneras de pensar, sentir y símbolos a través de los cuales es posible poder entender a otros; tener una buena comunicación con otras personas conlleva la capacidad de entender al otro y ser empáticos al ponernos en su lugar, así se puede lograr establecer un desarrollo comunicativo eficaz ya que, al poder entender y compartir afinidades culturales o de gustos, se establecerá una mejor conexión entre las personas.

Al adentrarse dentro del mundo de la comunicación, se puede identificar algunos principios básicos de esta cuando se refiere a que nos comunicamos aunque no se desee comunicar, desde este punto se da un comienzo, que posteriormente se considerará de vital importancia en el desarrollo del proceso de comunicación, principalmente sobre el sentido que puede provocar esta al momento de iniciar una conversación, de esta manera se considera a modo de ejemplo lo señalado por McEntee (2004) “La comunicación es omnipresente, ya que está presente en todas partes, es inevitable, porque es imposible no comunicarse, es irreversible pues lo dicho no se puede borrar, y entre otros principios sin los cuales no se llevaría a cabo” (p. 5), esto llevará a entender al lector el grado de influencia que provoca la comunicación en el desarrollo humano y su relevancia dentro de la sociedad, puesto que como se interpreta, el autor lo que busca decir, al señalar que la comunicación es omnipresente es que, aunque se desee o no, siempre se está comunicando, y que todo comunica de alguna manera. Como menciona también Ribeiros (1999).

Cuando usted se comunica con otra persona, todo su cuerpo habla. Fíjese en sus gestos durante una conversación. Intente percibir su tono de voz, sus movimientos, sus sentimientos. Son factores que, como ya hemos visto, van mucho más allá de las meras palabras. Pero no basta con observarse a uno mismo: también es fundamental observar a nuestro interlocutor y ver en él algo más que las palabras. (p. 73)

Lo que nos da a entender Ribeiros, con simples palabras es que muchas veces lo que se observa y se percibe en una conversación tendrá más potencial que lo que se transmite oralmente, si no que cada movimiento corporal será un paso rítmico dentro del proceso comunicativo, para alcanzar la comprensión entre los interlocutores.

Por otra parte, McEntee, destaca que el manejo indebido de las palabras puede provocar que el proceso comunicativo sea positivo o negativo. a modo de ejemplo, cuando McEntee se refiere a que la comunicación es irreversible destaca que “lo dicho no se puede borrar” esto provocaría estimar que el uso del lenguaje tiene una relevancia más allá de informar. Sino que, es la responsable de crear relaciones entre individuos mediante la acción de comunicarse.

Así, al interpretar lo anterior, se debe definir cuál es entonces el proceso comunicativo que utilizamos, “La comunicación”, resumía Birdwhistell (1987) como:

No es como una emisora y un receptor. Es una negociación entre dos personas, un acto creativo. No se mide por el hecho de que el otro entienda exactamente lo que uno dice, sino porque él también contribuya con su parte, y ambos cambien con la acción. Y, cuando se comunican realmente lo que forman es un sistema de integración y reacción bien integrado. (p. 115)

A continuación, se presentan los elementos que forman parte del proceso comunicativo.

Se entiende que el emisor será quien emite el mensaje a uno o varios destinatarios. Por otra parte, el código es el proceso que realiza el emisor al momento de crear el mensaje, este delimitará la mejor comprensión de la información por parte del receptor, ya que hay varios factores a considerar para lograrlo. Como menciona McEntee (2004) “todo comportamiento humano tiene significado” (p. 5) lo que se relaciona directamente con que el contenido del mensaje es clave, pero la manera en que se expresa también denotará una interpretación por parte del receptor perjudicial o favorable. Prosiguiendo, el mensaje es el contenido que se desea transmitir, para que este sea recepcionado y comprendido de la manera que se desea, el emisor debe tener en consideración la intención, la información y claridad del tema que desea transmitir. ya que, no solo el mensaje es primordial, sino también lo es el canal, puesto que es el medio por el cual el mensaje llega al destinatario, dentro de estos destacan, cartas, teléfono, radio, diarios, correos electrónicos, además el canal dependerá de su carácter si es formal o informal.

Para finalizar, en el proceso comunicativo se encuentra el receptor, además de ser a quien va dirigido el mensaje, también es capaz de descodificar su información para poder interpretar el mensaje. Es este último quien descifrá lo que se intenta comunicar a través de los elementos señalados anteriormente y como indica Ana León (2015), esto contempla en su “conjunto al lenguaje oral y al cuerpo, que transmitirá un conjunto de señales que darán cuenta no solo de la personalidad del expositor, sino también de la manera en cómo se relaciona este con el mensaje” (p. 193). Por consiguiente, se toma en consideración una serie de factores que son

propicios para lograr entender todas las acciones comunicativas que se realizan en una simple conversación.

Es por este motivo que el proceso comunicativo se ve realmente bastante complejo, no obstante, es una acción que el cerebro realiza en segundos cada vez que se interactúa con alguna persona.

Así es como el rol que se cumple como emisor y receptor de información es significativo en el proceso que acabamos de describir, ya que además de acoger toda la información, también existen factores claves que influyen en este proceso, como parte del desarrollo comunicativo. Esto se relaciona directamente con la comunicación no verbal, como lo son los gestos, tonos de voz, forma de mirar, postura, etc. Como indicó McEntee (2015) “es mediante el lenguaje que el hombre puede simbolizar, es decir, representar la realidad con signos” (p.13) estos contribuirán a la interpretación y entendimiento del proceso comunicacional como lo es la lectura del comportamiento entre interlocutores, cuando entre ambos individuos se puede entender de forma gestual la información transmitida dentro del desarrollo comunicativo, esto ya sea mediante expresiones de asombro, disgusto entre otros.

Esto lleva a pensar más allá del proceso de comunicación, el mensaje y sus medios, sino que son variados los factores que pueden contaminar la transmisión de un mensaje desde la creación hasta la recepción de este. Tal como señala Cestero (2014).

La comunicación humana es un proceso complejo, que supone mucho más que conocer y utilizar un sistema lingüístico, pues, para que pueda producirse de forma eficaz y apropiada, hemos de ser competentes comunicativamente, lo que implica no solo el uso de una lengua determinada, sino, también, la posesión y la

utilización de información pragmática, social, situacional y geográfica, y de signos de los sistemas de comunicación no verbal. (p. 28)

Se observa que, en la actualidad, es posible distinguir dos áreas diferentes del estudio de la comunicación no verbal; Cestero (2014) señala que,

La que se centra en los signos no verbales que informan sobre el carácter, la personalidad o las emociones del ser humano y las acciones producto de ello [...] la que se interesa por los signos no verbales como unidades comunicativas que intervienen en cualquier acto de comunicación humana y que conllevan una porción variable del aporte comunicativo, (p. 126).

Al ser comunicadores y portadores de la información de un mensaje al interior de una organización, los relacionadores públicos deben tener en cuenta lo que se ha desarrollado e investigado por diferentes escritores y se puede reflejar en la realidad de que todo comunica mencionado con anterioridad. Incluso, como expresa Cestero (2014), “obsérvese que la ausencia o intención de ausencia de signos no verbales también comunica”. (p. 127)

Se debe saber que existen diversas áreas las cuales abarcan el proceso del habla, teniendo en cuenta los dos grandes factores, el sistema lingüístico y el paralingüístico. Según lo reflexionado por Mehrabian (1981) “únicamente un 7% del aporte comunicativo de un acto de habla llega a través de los signos del sistema lingüístico y que el resto proviene de los signos paralingüísticos (38%) utilizados y, especialmente, de los kinésicos (55%)”. (p. 53)

Para proseguir lo que dice Cestero (2014), “si bien, el lenguaje verbal es el código más común y más habitual... no está claro que sea el más eficaz en comunicación funcional. A pesar de ello, a la comunicación no verbal no se le ha dado la importancia que se merece hasta recientemente. (p. 126)

El lenguaje no verbal se centra en todos los aspectos físicos al momento de comunicar e incluso en la postura de los interlocutores. Tal como dice Davis (2010), “Estudios recientes de la comunicación humana han examinado la postura en cuanto expresa las actitudes de un hombre y sus sentimientos hacia las personas que lo acompañan.” (p. 149)

Lo dicho por Mehrabian (1981), sobre los aspectos comunicativos, en el que se comienza a indagar sobre las reglas de la comunicación no verbal, y una lista de modalidades de la CNV que podrían incluir, movimiento corporal o conducta kinésica, gestos u otros movimientos corporales, incluyendo la expresión facial, el movimiento ocular y la postura , así mismo el paralinguaje que serían las vocalizaciones, ciertos sonidos no lingüísticos, como la risa, el bostezo o el gruñido, o ciertas distorsiones o imperfecciones del habla, como pausas repentinas y repeticiones. por otra parte, está la proxémica es cuando se utiliza “el espacio social y personal y la percepción que se tiene de este” (Hall, 1996, p. 1). No obstante, también se encuentra el olfato y sensibilidad a la piel: al tacto y a la temperatura y el uso de artefactos como el vestuario y el arreglo personal (Duncan, 1969, p. 118).

Las cuales se presentarán más adelante en el desarrollo del presente proyecto con relación a la comunicación no verbal en la vida cotidiana y su entendimiento.

Capítulo 2: Descubriendo la comunicación no verbal

Al hablar sobre comunicación no verbal se debe tomar en cuenta que las personas tienden a juzgar inconscientemente el uso de este, sea positiva o negativamente según una serie de fundamentos internos de la persona que llevarán a la interpretación del mensaje, de esto se destacan los pensamientos e ideas, así como también, sus sentimientos y emociones respecto al tema.

Al involucrarse en el mundo de la comunicación no verbal, y al abrir las puertas al manejo del lenguaje corporal, es de vital importancia para el profesional de las relaciones públicas contar con pleno conocimiento sobre su uso, para su propio desarrollo al interior de una organización como un comunicador confiable, verídico, certero y asertivo. Es así como Patterson (2011).

La comunicación proporciona los medios para satisfacer nuestras necesidades básicas cuando nos relacionamos con los demás. A pesar de que la comunicación verbal, en la forma de lenguaje, es un poderoso vehículo para la transmisión de información específica sobre personas, objetos, acontecimientos e ideas, tanto pasadas como presentes y futuras, la comunicación no verbal suele tener un mayor impacto en el curso de las interacciones que la comunicación verbal. Además, la comunicación no verbal no se limita a las interacciones cara a cara; otros medios como la televisión e Internet también son vehículos para este tipo de comunicación. (p. 15)

El propósito de este capítulo será entregar una visión sobre el poder que ofrece la Comunicación No Verbal en la vida cotidiana, al exponer y evaluar aspectos como la actitud y motivación de las personas. Patterson (2011), "Permítanme sugerir una posible definición: la comunicación no verbal es el envío

y/o la recepción de información e influencia a través del entorno físico, la apariencia física y la conducta no verbal” (p.18) ya que, a través de una serie de factores se puede intervenir que no es necesario que el emisor esté presente para ser interpretado por otra persona, ya que por medio de artefactos se podrá identificar y apreciar el entorno físico de un individuo, un ejemplo claro sería la decoración su oficina, casa, fotografías, etc.

Anteriormente se mencionó que la comunicación es omnipresente, así se puede observar cuando un grupo de personas se encuentran en un lugar, en donde no se conocen mutuamente. En este caso los hombres y mujeres comenzarán a mirar a su alrededor, cuestionando cuál es el momento más apropiado para participar o interactuar con otros, en este tipo de situaciones se puede observar el comportamiento no verbal de los participantes.

Entonces nace la pregunta, ¿Cuál es la diferencia entre la comunicación no verbal y la comunicación verbal?

Patterson (1972) reflexiona las siguientes diferencias:

- La comunicación no verbal, a diferencia de la verbal, siempre está «activa» en los escenarios sociales.
- Los canales de recepción y envío operan de forma simultánea.
- Gran parte de lo que se comunica se hace de forma no verbal y se transmite de forma automática y desapercibida.
- Como resultado de este automatismo, la comunicación no verbal es cognitivamente eficiente y, por tanto, nuestra atención puede estar centrada en otra cosa, mientras el envío y la recepción de la información no verbal coordina nuestras interacciones con los otros.

- Finalmente, la comunicación no verbal está centrada principalmente en el aquí y el ahora de nuestros contactos con los demás.

Se comprende que, como indica Knapp (1972) “La CNV complementa la comunicación verbal para reforzar, contradecir, sustituir, acentuar y regular o controlar” (p. 99-11), con lo anteriormente nombrado por Patterson y Knapp, ambos dan un reconocimiento de acuerdo con la función que cumplen ya que son un complemento del otro y facilitan el proceso comunicativo entre los individuos de una escena.

A continuación, desarrollará el aporte de los factores que se consideran dentro de la comunicación no verbal (CNV).

En 1952, el antropólogo norteamericano Ray Birdwhistell escribió Introduction to Kinesics, uno de los primeros estudios modernos en CNV. El término griego kinesis significa “movimiento”. Esto se refiere a aquella información que se ofrece a través de los mensajes corporales no verbales. En este punto se encontrarán los elementos que lo conforman, como los gestos, expresiones faciales, la mirada y el tacto.

El elemento gestual se descompone en tres partes, los emblemas, los ilustrativos y patógrafos.

En estricto rigor, los elementos gestuales emblemáticos, los cuales transmiten a través de un gesto se le incorpora un significado intencionado, este representa un conjunto de palabras conocidas, entre ellas se destaca, levantar el pulgar hacia arriba, por ejemplo, como traducción de que algo está bien o correcto. Por otra parte, el gesto ilustrativo acompaña a la comunicación verbal, puesto que este intenta interpretar lo que se está diciendo. Finalmente, el último elemento gestual es el

patógrafo, en el cual acompaña el enunciado con un movimiento reflejado en el estado en el que se encuentra, un ejemplo sería decir, “Ay me duele la cabeza”, mientras se toma la cabeza con ambas manos y demostrando dolor.

Por medio de la CNV se puede construir una comunicación más efectiva, ya que dejando de lado el contenido del mensaje que se desea transmitir, para que esta logre su cometido y sea eficaz, se debe crear un ambiente grato para el desarrollo del proceso comunicativo, evitando la mal interpretación de la información. Que se logre de manera clara y entendible para su interlocutor sin generar dudas ni confusiones.

El principal objetivo para que se logre comunicar eficazmente es que se consiga interpretar el mensaje de la manera más similar a la idea que se deseó transmitir. Tener observaciones sobre la cultura, la educación, personalidad, edad del interlocutor facilitará lograr la eficacia del procedimiento comunicativo.

Tal como dice Rulicki y Cherny (2007), “el manejo gestual permite optimizar las estrategias verbales de acuerdo con los objetivos de comunicación en cualquier situación”. (p. 96), es así como entenderemos que cuando no es posible solamente a través de las palabras dar a entender lo que deseamos, se recurre de manera inconsciente a los recursos no verbales para ver si de esta manera se logra captar de mejor forma lo que transmitir.

Los aspectos que se deben trabajar para lograr una comunicación efectiva a través de los recursos no verbales son:

Como emisor, según Ramos (2013), coordinadora del libro “*Comunicación eficaz, 2da edición*”, se debe tener en cuenta una serie de reglas que van a producir una comunicación mucho más eficaz. Los siguientes puntos:

- Estructura el mensaje antes de hablar: si piensas bien lo que tienes que decir, es posible que lo expresas mejor y logres una mejor comprensión del receptor. Crear una estructura para el mensaje es más fácil cuando la comunicación es asíncrona, y el emisor tiene tiempo de reflexionar sobre su mensaje.
- Es fundamental comunicar la intención de nuestro mensaje y qué objetivo se quiere lograr. Se trata de responder: ¿para qué quiero lanzar este mensaje, con qué fin?
- Atrae el interés de tu interlocutor: existen técnicas de oratoria, establecidas ya en la Retórica de Aristóteles, que dotan al mensaje de rigor, argumentación, credibilidad, emoción y que en último término, persuaden al receptor a realizar alguna acción.
- Fomenta el diálogo: no se trata tan sólo de lanzar un mensaje brillante y bien estructurado, sino más bien de buscar la respuesta del otro, asegurándote de que ha comprendido su auténtico significado, solicitando su respuesta o feedback. Como hemos visto más arriba, es muy fácil que haya errores tanto en la emisión del mensaje como en su interpretación, por lo que es esencial aclarar que ha entendido el otro.

Lo rescatado por Ramos (2013), permite identificar los componentes o como señala la autora, las reglas que debe seguir un emisor cuando envíe un mensaje.

Entonces, el receptor como otro protagonista, también cumple un rol fundamental al momento de participar, en esto está el recibir y comprender el mensaje, y luego emitir un feedback para mantener el desarrollo comunicativo, el

receptor necesitará que la información entregada sea comprensible, actualizada, clara, objetiva y personalizada según quien recepcione el mensaje.

Otro concepto en desarrollo es sobre el control que se maneja con el lenguaje kinésico, visual y aditivo como se explicó en las reglas de una comunicación eficaz anteriormente, ellos apoyarán el desarrollo comunicativo para lograr alcanzar el desarrollo de cualquier tipo de interacción entre personas de una manera eficaz.

De esta manera como se refiere Ribeiros (1999); Un buen comunicador ha de dominar los tres tipos de lenguaje (visual, auditivo y cinestésico) para poder comunicarse con personas diferentes. Por ejemplo, para mantener la atención de una platea, es necesario gesticular, variar el tono de voz, moverse por la sala, aproximarse a las personas, utilizar recursos audiovisuales, todo lo que esté al alcance de la mano para comunicarse sin dificultades con los tres tipos de personas. Para que de esta forma lograr alcanzar el desarrollo de una comunicación eficaz mediante la comunicación no verbal.

Para que cualquier persona logre desarrollar este tipo de habilidades debe ser un buen observador, como señala Alcabú (2009) “La comunicación no comienza en la expresión de las ideas, sino en la percepción de las mismas” (p. 19). Es así como este requerimiento como lo es el observar para percibir facilitará cada paso para ir entendiendo con mayor profundidad la forma en que la comunicación no verbal refleja a cada individuo y su manera de comunicarse, de este modo al poder identificar el tipo de comportamiento que tienen las personas el emisor u orador puede enfrentar de la menor manera la acción comunicativa y así ser más asertivo, carismático y lograr alcanzar una comunicación eficaz al momento de expresarse.

Si bien muchas son varias las ya se han mencionado, la lista es de elementos corporales es impresionante, pues desde el tono de voz que se utiliza, que va más

allá de variar los tonos de voz, sino en que en sí el tono de voz es difícil de manejar, pero muy fácil de entender, es así como se puede apreciar en la vida cotidiana muchas veces se darán cuenta que existen personas que suelen hablar con una voz más gruesa, fuerte y brusca. Esto nos provoca inconscientemente que la concentración parta directamente desde tu tono tan agresivo y por ende el mensaje se interprete como si la persona estuviera siendo arrogante o en algunos casos hasta conflictivos. Por otra parte, pasa lo contrario cuando una persona tiene una voz débil, algo baja y monótona, parecerá que le falta entusiasmo, o que simplemente lo que está diciendo no es tan importante para ponerle oído.

Al seguir los efectos de las señales vocales que se interpretan en los procesos comunicativos señala Knapp (1982) “más la forma en que algo se dice que lo que se dice, es una frase engañosa, ya que muchas veces el modo en que algo se dice es lo que se dice” (p. 283) Lo que da a entender el autor en esta frase tan engorrosa, pero si la analizas detalladamente, comprende en que no siempre lo que una persona dice es realmente lo que intenta decir, sino más bien que el modo es el principal actor al momento de decir algo, la manera en que se dicen las cosas será la mayor intención del mensaje, incluso más que sus palabras. En este ejemplo se puede destacar que muchas veces las palabras no logran ser tan eficaces como lo es la manera en la que dicen las cosas, en este caso si como un ejemplo, vas donde tu madre, para avisarle que saldrás muy tarde por la noche, y ella te da como respuesta una afirmación, pero con un tono algo molesto o hasta irónico, seguramente te llevará a una confusión, puesto que sus palabras no coinciden con la forma en que hizo su respuesta. Ya que al modular la voz de manera en que de énfasis en alguna palabra puede crear contradicción al mensaje verbal, y como señaló Knapp (1982) “puede esta actuación percibirse como sarcasmo, ya que las

señales verbales ejercen una gran influencia en las percepciones del oyente, en particular con cierta clase de información o respuestas” (p. 287).

Llegados a este punto, los movimientos corporales también dicen mucho de las personas al observar cómo se comportan, pero ¿alguna vez te has fijado en que dicen tus movimientos?

Para comenzar, Silverstein (1985) menciona “una técnica del comunicador efectivo es la de fomentar aquellos elementos pequeños con los que se puede tocar a su oyente, ya que esto aumente la atención, debido a los elementos positivos reforzadores que contiene” (p. 211). Al interpretar la cita anterior, como primer objetivo es percatarnos de la actitud o la forma en que una persona se encuentra en un escenario, puede que esto te haya pasado alguna vez, entonces, se suponiendo que en el caso te encuentres dentro de un grupo con personas que no conozcas, se adoptará una postura que se denominará estándar, ya que tu inconsciente no está ni alerta, pero tampoco totalmente relajado, entonces, la persona suele tener las piernas levemente abiertas durante la conversación, esto se da simplemente porque el instinto al estar en una situación incierta mantiene a la persona en un estado en el que le permita escapar según sea la situación. Por eso muchas veces optamos este tipo de posturas al conocer a alguien nuevo. Volviendo a lo anterior, como señaló Silverstein, para ser un comunicador efectivo, la clave está en tocar a tu interlocutor.

Puede parecer algo invasivo y puede que no resulte tan fácil como se piensa, pero manejar este tipo de técnica aumentará en grandes proporciones la cercanía con las personas, esta técnica consta de que a medida fluya la conversación, proporcionas ciertos toques sutiles a los participantes del grupo, saber controlar el contacto físico, de forma positiva ayuda a que las personas tengan más confianza,

pero de forma negativa, puede poner incomoda a la gente. Entonces, ¿Cómo asegurar que el contacto físico sea bien recibido? Para comenzar Knapp (1982) mencionó que “el tacto es un punto crucial en la mayoría de las relaciones humanas, dentro de la comunicación desempeña un papel de entusiasmo, expresión de ternura, manifestación de apoyo afectivo entre otros.” (p. 210). Para esto además de considerar aspectos como la edad, sexo, la relación entre otros, se busca dar una respuesta a la pregunta anterior ¿Cómo manejar el contacto físico? Para esto se explican tres maneras de lograr que tocar a tu interlocutor o interlocutores sea bien percibido por ellos es que hay que ser un tocador universal, debe haber contacto físico con todo el mundo, esto dependerá del tipo de relación que tengas con la persona en otro caso aprender la forma correcta de tocar a la gente, puede ser un buen habito ya que proporcionara una mayor aceptación, carisma, simpatía y confianza sin mucho esfuerzo. En algunos casos dependiendo del sexo de los interlocutores, puede resultar algo incómodo, ya que se puede interpretar de una forma opuesta a lo que se busca lograr, pero al ser un tocador universal y demostrar que tocas a todos por igual transmite amabilidad y confianza, pero si solamente se enfoca en una sola persona, puede resultar hasta agresivo. Continuando, otra manera es fijarse en cuando y donde tocas, Silverstein (1985) complementa así “la historia de la comunicación humana demuestra una serie de patrones de movimiento de la cinética social con relación a los contextos sociales, ya que no es suficiente el lenguaje hablado sino también el lenguaje del cuerpo, sus símbolos y gestos” (p. 231). De esta manera al interpretar la cita anterior cómo se debería manifestar el cuándo y dónde tocar acorde a la relación con la otra persona, cuánto tiempo lleva la conversación y que señales recibes de su lenguaje corporal. Esto proporcionará una ayuda para calibrar que tanto debe ser el contacto físico con la otra persona, si la

conoces puedes realizar contactos más cercanos y extensos, en el otro caso de no tener vínculo con la persona, el contacto también estará presente pero más breve, delicado y amistoso. Para finalizar un aspecto básico para tener en cuenta al momento de tocar a alguien es asegurándose de que la otra persona se sienta bien.

Entonces, más adelante se determinará el por qué es importante que el relacionador público maneje la Comunicación No Verbal en su función como comunicador dentro de una organización.

Capítulo 3: Alcanzando la comunicación eficaz.

Para comenzar, hay que saber que, hablar con eficacia es comunicar, y comunicar, es lograr que las ideas que hay en su cerebro y mente pasen al de la otra persona, que los sentimientos que hay en su corazón se transmitan de igual forma. Por eso, a lo largo de los capítulos anteriores se indagó acerca de las acciones cotidianas en las que a través del entendimiento de las acciones diarias en las que se ve reflejada como la comunicación no verbal, está incluida dentro de cada momento en el que se interactúa con el mundo y con nuestro interior, como señala Pont (2010) “la comunicación con los demás se produce a través de la distancia personal, la actitud, la mirada, los gestos o expresiones faciales, que nos sirven como señales propias para tener una comunicación más interactiva con los demás” (p. 15)

Entonces, para comprender que en todos los procesos comunicativos existen distintas herramientas para alcanzar su propósito, indica Pont (2010) que “Así como el lenguaje verbal tiene como instrumento la palabra, el no verbal trata de transmitirse en actitudes corporales con los otros que derivan desde el medio físico y

transfiere lo que él o los demás proyectan de sí mismo en los otros”. (p. 52.) Para su mayor comprensión, son estos los recursos gestuales que auxilian a la interpretación de lo que se comunica y la finalidad de estos como un apoyo cuando las palabras no logran su mayor comprensión y, por ende, sin su uso no lograría en lo posible alcanzar una comunicación efectiva y bien comprendida.

Es así como, en variadas ocasiones las personas suelen tener distintas complicaciones a la hora de querer comunicar sus ideas, Poyatos (1994) señala que “La cultura es comunicación y una cultura es inconcebible sin los intercambios comunicativos personales que expresan ideas y aptitudes sobre lo que se hace y lo que se piensa” (p. 26)- Entonces, así como es la cultura un conjunto de ideas, que tiene una persona y que comunica hacia su exterior, estas también pueden parecer una tarea difícil para aquellos a los que les cuesta expresar sus pensamientos o ideas de forma clara, muchas veces por nerviosismo a la respuesta o simplemente por la timidez. No obstante, Alcabú (2009) menciona que “Si comunicar es la capacidad de tomar una idea que estaba en su mente y ponerla en la mente de otro, lo primero que uno debe ser capaz de hacer es poner en orden sus propias ideas, sintetizarlas en conceptos claros y solo después de eso estará en situación de transmitirlos a otros” (p. 19). Es muy común encontrar personas que, cuando les toca dar su opinión dentro de un grupo de discusión, no se perciba con claridad lo que pretenden decir o se les juzgue de superficiales o mal preparados, lo cual implica que son varios los factores que inciden en la efectividad de la comunicación, considerando que esta debe transmitir una idea clara. Suele ocurrir que, en estos casos, las personas consideran como una falta de preparación personal al momento de exponer algún tema en específico, cuando simplemente no tienen tan clara su idea y esto trae consigo el nerviosismo, la ansiedad, la falta de claridad y un ritmo

que al hablar probablemente los delate. Lo que esto quiere decir, es que, si bien la CNV está más asociado a lo gestual, esto no actúa o se refleja de manera adecuada si el profesional de las Relaciones Públicas no tiene una preparación completa en cuanto a lo que quiere transmitir. La seguridad, la confianza, la credibilidad, por ejemplo, son cosas más estructurales. Por más que el profesional intente transmitir seguridad de lo que dice, en tanto no esté convencido a sí mismo, puede verse delatado de manera inconsciente de su falta de seguridad.

Pero ¿hace falta ser un experto en oratoria para lograr salir victorioso al momento de hablar en público?, puede que solo al tener las ideas claras sobre lo que se quiere decir baste, pero, también hay que considerar otros factores que facilitarán los movimientos escénicos al momento de interactuar con grupos grandes o reducidos de personas incluso cuando se presenta algún inconveniente.

Otro aspecto importante es la elocuencia y según Capmany (1812) “La elocuencia es aquella que domina los ánimos, que arranca las lágrimas, que roba la admiración y los aplausos, es como la persuasión que camina derechamente al entendimiento (p. 119). Considerando la referencia anterior, es algo cotidiano el participar en diversas conversaciones individuales o grupales, y puede dentro de cada grupo o conversación esté presente una persona fácilmente es reconocible, por sus actitudes durante la acción comunicativa, y es capaz de alcanzar un nivel superior dentro de la conversación a través de la elocuencia que tiene al hablar y transmitir sus ideas, por otra parte la empatía que comparte con los demás participantes refuerza su confianza que él transmite al público, no obstante, lo que más llamará la atención de esta persona es su capacidad de ser espontáneo dentro de la conversación, siendo así percibido por el resto de compañeros como alguien

interesante y hasta divertido. De esta forma será capaz de llamar la atención de cualquiera que esté a su alrededor, pero esto, no es ningún tipo de magia.

Aquí se explicará que esto no es ningún tipo de magia, sino el manejo de recursos verbales y no verbales que muchas veces no se suele percatar al participar en una conversación, ya que en algunas personas ser más expresivo gestualmente se da de manera natural, y se dará cuenta porque no se ve como un trabajo forzado, sino que libremente esta persona puede moverse, hablar e interactuar de una manera tan cerca con las personas como si fueran conocidos de toda su vida, esto es empatía, cualidad que debe desarrollar al máximo el profesional para lograr alcanzar una comunicación más efectiva. Asimismo, este factor al que ya nos hemos referido anteriormente como Comunicación No Verbal, tiene que ver principalmente con el manejo de herramientas corporales que se utiliza cotidianamente y que hoy podrás conocer y trabajar para alcanzar la gracia ansiada al momento de participar en conversaciones.

En relación al proceso de la comunicación, Alborés (2005), señala que “Es un proceso que está sistematizado e intervienen en él varios elementos que nos llevarán a conseguir un proceso comunicativo eficaz” (p. 17), en relación a lo anterior se da cuenta que, todo proceso comunicativo cuenta con una serie de pasos ya establecidos y pauteados para lograr desarrollarse una comunicación fluida y exitosa, pero, también señala que para lograr alcanzar ese esplendor comunicativo existen herramientas que auxiliaran el correcto desarrollo del proceso comunicativo, pero esta vez siendo eficaz y con éxito entre los interlocutores, sin malos entendidos.

Pero, además de crear un mensaje y que esté lo entienda el receptor hay una serie de factores que pueden ser favorables para que lo que se quiere comunicar, alcance su objetivo, esto tiene que ver con ¿Qué tan eficaz es mensaje? ¿Se logró

que se entendiera lo que se quiso decir? Estas preguntas suelen quedar en interrogantes cuando se participa en conversaciones con más individuos, ya que, por un tema de fluidez de la conversación, es difícil preguntar si se logró entender lo que se quiere comunicar. Alborés (2005) indicó que “Durante todo el proceso comunicativo se producen una serie de fenómenos, estos pueden afectar de forma decisiva el mensaje en sí, a la forma de emitirlo y a la forma de recibirlo que pueden llegar a desvirtuar la comunicación” (p. 33). Para dejar en claro, la comprensión de un mensaje va más allá de emitir una información y que esta sea escuchada, sino que, aunque no se considera en la mayor parte del tiempo, los seres humanos suelen comunicarse mal, en su particularidad, la mayor parte del tiempo no se alcanza la comprensión total del mensaje. Y este aspecto varía dependiendo del tipo de canal en el que se esté comunicando, ya que hoy en día se puede conversar no solamente en persona, sino también a través de distintas plataformas digitales que han ayudado a alcanzar una mayor conexión entre las personas, pero carece de otros aspectos que solamente una comunicación cara a cara nos puede permitir, como emplear la comunicación no verbal. Situaciones como enviar un mensaje a tu madre y que ella no lo interprete mal, puede provocar además de un mal entendido, una discusión y conflicto más adelante, ya que cada persona lee un mensaje con una predisposición distinta a la del emisor, puesto que cada uno lee o interpreta como mejor piensa que viene el mensaje, esto variará dependiendo del estado de ánimo de la persona que recepcione el mensaje, el contenido y el momento en el que se mandó y, una serie de elementos que pueden provocar que un mensaje de texto en lugar de facilitar la comunicación a distancia, muchas veces puede jugar una mala pasada.

La comunicación cara a cara tiene otras ventajas. En este sentido, Wolton (2005) expresa que “El ideal de la comunicación directa es la experiencia” (p. 26) y esto quiere decir que, permite utilizar todas las herramientas necesarias para crear y desarrollar un proceso comunicativo atractivo para el público, ya que mediante las herramientas que domine una persona, esta será capaz de manejar un contexto favorable dentro de desarrollo comunicacional con otras personas, y asimismo en el caso de que el orador o un interlocutor cometa algún error, este pueda mejorar la situación con ayuda de estos elementos, ya que, puede que muchas veces lo que se intenta comunicar se mal interpreta por acciones externas como el ambiente, pero principalmente por los errores humanos que se comenten dentro de la conversación, ya sea el caso de una persona que no sea muy expresiva con su tono de voz o hable de manera brusca al público, puede que la audiencia ya tenga un sentimiento de rechazo simplemente por el poder de su voz; otro aspecto a considerar es la postura como menciona Poyatos (1994) “Las posturas, finalmente, son posiciones estáticas que adopta el cuerpo humano y que comunican, activa o pasivamente. Como en el caso de las maneras, son signos no verbales que, por un lado, forman parte de los gestos mismos funcionan como signos comunicativos independientes, como es el caso de mantenerse de pie con las manos enlazadas cuando se habla, bien en la espalda (que muestra autoridad, dominio y seguridad en sí mismo) o por delante, a la altura de la cintura (que constituye un auto regulador de defensa e indica inseguridad, nerviosismo, etc.) (p. 78). durante una conversación, ya que esta puede demostrar certeza, convicción o en el caso opuesto temor y cobardía, por parte del emisor que seguramente, esto puede dar o no credibilidad al mensaje, ya que al no ser emitido con confianza demuestra señales de que puede ser una mentira o engaño. Y lamentablemente el mal manejo de estos recursos pueden acabar con la

finalidad del mensaje, ya que, al no contar con la confianza del interlocutor, toda la conversación puede ser mal interpretada o peor aún contaminada por la falta de asertividad del emisor. En este punto se busca dar respuesta a ¿de qué manera el mensaje puede ser eficaz?

Cuando se habla de eficacia es fácil de comprender, es la manera en que utilizamos todas las herramientas posibles para lograr alcanzar un objetivo o meta. En este caso si se desea tener una conversación con un gran grupo de personas, el trabajo será más delicado, puesto que el mensaje que será emitido ahora no solo será interpretado por una persona, sino por un grupo mayor de individuos con distintas opiniones. Por otra parte, los recursos que pueden utilizar para facilitar esta tarea, según menciona Hergueta (2008) “La relación con nuestro lenguaje corporal es el reflejo de nuestro estado interior, que se transmite por nuestro inconsciente sin darnos cuenta, por eso se pueden seguir algunas pautas básicas de la comunicación no verbal como lo son la naturalidad ante todo, una postura inclinada hacia el público que muestra interés, ser expresivo con el rostro y gesticular con la boca, ojos y cejas de forma natural, así también mover brazos de forma tranquila y mostrar las palmas de las manos para ganar credibilidad” (p. 51) Entonces, para continuar con el punto anterior, un elemento que nos ayuda a facilitar la comprensión de las palabras, son los movimientos gestuales como se mencionó anteriormente. Acompañar el mensaje de señas o gestos y posturas proporcionarán dos puntos fundamentales dentro de la actividad comunicativa con un público, ya que estos recursos además de sumar puntos a la mejor interpretación de la información, también ayudará a mantener a un público con una escucha activa, esto buscará llamar la atención del público y lograr envolverlos dentro del discurso del orador según sea el caso, con un público más masivo o en una conversación con amigos contando historias.

Capítulo 4: ¿Cómo aplicar la comunicación no verbal en las Relaciones Públicas?

Para comenzar a hablar sobre relaciones públicas, según Cutlip, Center y Broom (2006), “Las relaciones públicas son la función directiva que establece y mantiene relaciones mutuamente beneficiosas entre una organización y los públicos de los que depende su éxito o fracaso.” (p. 37). Para rescatar la definición anterior, se desea realizar un alcance entre las practicas que realizan las relaciones públicas dentro de una organización, ya que todo profesional de la carrera será un portavoz y guía comunicacional dentro de una empresa, si se profundiza en su tarea como intermediario de la organización y los públicos, siempre existirá una negociación entre ellos.

Ahora bien, se conocerá cómo la comunicación no verbal y el lenguaje corporal influenciaron en el proceso y desarrollo de la negociación y relaciones entre empresa-públicos. Así como señala Mehrabian (1981), “La educación y las buenas maneras son muy importantes en una negociación; pero a veces nuestros gestos dicen lo contrario. La comunicación no verbal dice mucho de nuestro interlocutor. A veces se dice una cosa, pero con los gestos se comunica otra. Hay que estar “coordinados” a la hora de hablar y gesticular”. Lo anterior hace una referencia a que cada vez que exista algún tipo de aporte comunicativo, este debe ser congruente con lo que se expresa corporalmente, con la finalidad de no crear incertidumbres o malos entendidos que puedan afectar negativamente el mensaje. En estos casos, lo

que debe transmitir el profesional de las relaciones públicas⁴ (RRPP) es una combinación de signos que ayudarán a potenciar una comunicación efectiva. Como se ha nombrado en los capítulos anteriores, para estudiar la comunicación no verbal se debe otorgar una gran importancia a todo acto comunicativo, como lo son los lingüísticos, paralingüísticos y quinésicos, pero esta vez aplicados al RRPP.

A continuación, se presentarán una breve guía instructiva sobre la comunicación no verbal, pero en su desarrollo dentro de las labores del relacionador público. Para comenzar, se presentarán algunas funciones importantes donde la comunicación no verbal tiene una gran participación en el rol que realiza un relacionador público dentro de una organización.

- Negociación
- Protocolo y Ceremonial
- Comunicación interna
- Manejo de crisis y Vocería

Para comenzar, hay que considerar que todo proceso de comunicación no verbal cumplirá un rol esencial dentro de cualquier ámbito social, en el cual el lenguaje corporal es muy importante en las comunicaciones interpersonales.

1. La negociación

Dentro de las actividades que realiza un profesional de las relaciones públicas durante su carrera, son las negociaciones de diversos tipos, pero en ellas siempre existe una línea en común en que el RRPP debe ser capaz de dos cosas, la primera influir en los demás a través de recursos de persuasión verbales y no verbales, y, por otra parte, de ser capaz de ver cómo entendemos al otro, por lo siguiente se referirá a la definición de esta actividad:

⁴ Desde este momento se establece que las siglas RRPP serán utilizadas para referirse a la carrera de relaciones públicas y también al profesional de las relaciones públicas de igual manera.

“La negociación como proceso de comunicación se presenta en forma de conversación o diálogo, con un propósito claro, reglas establecidas y código propio, diferenciándose de la comunicación espontánea. Y para un negociador, la importancia del estudio y análisis de la comunicación no verbal, principalmente, a fin de poder interpretar en los gestos y expresiones los sentimientos de los otros, y controlarlos a favor de la negociación.

(Fernández, 2012, p. 304).

Entonces se considerará a la negociación como el acto de influir en la otra persona, y para lograr esto contamos con recursos no verbales que serán de provecho para alcanzar una negociación efectiva.

Las autoras de este trabajo pudieron asociar diferentes aspectos de la comunicación no verbal con el propósito de lograr una negociación efectiva, ya que además de contar con una preparación y manejo de información para su desarrollo, también hay otros aspectos a considerar como el ser asertivo, escuchar, observar para lograr un ambiente favorable para la negociación.

A continuación, se presentan algunas acciones donde se refleja la comunicación no verbal en el proceso de asociadas a situaciones de negociación:

- Mirar a los ojos: Evitar el contacto visual denotará falsedad o engaño, por eso “Hablar mirando a los ojos demostrará seguridad y confianza en uno mismo, esto ayudará a ser percibido como una persona clara, convincente y segura.” (Palacios, 2008, p. 58)
- Gesticular: Evitar la sobre gesticulación ayudará que no se vea una conversación con un aspecto “actuado”, y en el mejor caso se note con naturalidad y sinceridad. Otro aspecto a considerar es que “cuando exponga

sus criterios, acompañe el mensaje con las manos abiertas, como signo de sinceridad y franqueza”. (Fernández, 2012, p.660)

- La imagen y el contacto físico: “La ropa se ha relacionado con la credibilidad, simpatía, atractivo y dominación. De igual manera se ha demostrado como la forma en la que se presenta la información tiene un efecto muy importante en la percepción, preferencias y decisiones de las personas” (Gettinger, Koszegi y Shoop, 2012, p. 161). Entonces, se puede saber la intención de alguien solo por observar la ropa que lleva puesta.
- La postura: “La forma de moverse de una persona, por ejemplo, caminar erguido, con los hombros hacia atrás y la cabeza alta, demuestra confianza, energía y seguridad en sí mismo.” (Gordillo L. 2014, p.653), Así mismo, al estar sentado e inclinarse hacia adelante demostrará atención y predisposición a escuchar. Por otra parte, cuando alguien está muy erguido y demasiado confiado esto podría significar un gran ego.
- Expresión facial: Evitar presionar los labios, ya que esta acción demuestra tensión y enojo. Por esto “la expresión facial también es un gesto específico y se refiere a los cambios que ocurren en cejas, ojos y boca. Hay expresiones muy establecidas como las cejas elevadas por incredulidad, medio levantadas por sorpresa o medio fruncidas por confusión, lo mismo con la boca por agrado o desagrado.” (Sierra, 2005, p. 59)

Cabe destacar que lo anterior son solamente algunas acotaciones que pueden ser útiles para cualquier profesional que se encuentre en una actividad de negociación.

2. Protocolo, Ceremonial y Maestro de ceremonias.

Para iniciar, se conocerá cómo en la actividad, el relacionador público puede ejecutar diversas acciones no verbales que apoyaran el desarrollo de las actividades dentro del área protocolar y ceremonial, procurando el orden y dirección del desarrollo del evento, y por otra parte, su función como maestro de ceremonias junto con algunas acciones importantes para manejar su presentación con ayuda de elementos no verbales y lograr que todos presten atención cuando el maestro de ceremonias se presente y logré dejar a la audiencia en sintonía con lo que está por acontecer.

Según Fernández y Rodríguez, “El protocolo, como todo sistema de comunicación tiene un código regulador, que puede ser establecido por costumbre, por normativa interna del emisor y, por otra parte, podemos decir que el ceremonial, a diferencia del protocolo que ordena a personas dentro de un acto, se trata de la total organización de un acto o ceremonia, es decir, todos los aspectos formales y técnicos de los mismos.” (p. 8)

A continuación, las autoras de este trabajo describirán diferentes aspectos de la comunicación no verbal con el propósito de lograr un desarrollo apropiado durante el acto ceremonial y también en su papel como maestro de ceremonias, también hay otros aspectos a considerar ya que el profesional debe renunciar a cualquier tipo de protagonismo más allá de su labor, por eso debe ser asertivo, mostrar empatía, naturalidad y ser oportuno.

- Actitud y observación: “Dejarse vencer por las emociones (positivas o negativas), y es contrario al control o tranquilidad, no hay que ser extremadamente apasionados, mantener una actitud calmada y serena para

lograr que nuestros interlocutores se sientan cómodos con nuestra persona”. (Sánchez, 2012, p. 102). Dependiendo del caso, el maestro de ceremonias debe adoptar diversas facetas, observar a su público para saber cómo debe interactuar con ellos.

- Vestimenta: “No use ropa que sea demasiado llamativa, o que distraiga a su audiencia del mensaje que está transmitiendo, ya que puede perder seguridad o el enfoque del evento.” (James, 1995, p. 145) Presentarse con un atuendo formal-semi formal según requiera la ocasión, pues al estar la presencia de un grupo de gente no hay que olvidar que estos analizarán de pie a cabeza. La ropa también te ayudará a sentirme más seguro de sí mismo.
- Sonrisa: “Se ha confirmado que el estatus de la sonrisa sincera, que sugieren la autenticidad de la sonrisa en su influencia en las emociones y percepciones de los clientes, y esta transmite un afecto positivo y sincero.” (Szarota, 2011, p. 62). La mejor arma para utilizar es la sonrisa, ya que una sonrisa tornará todo el ambiente en un modo positivo a través de lo que se transmite en el evento, hasta puede alcanzar cercanía y simpatía hasta un momento lúdico.
- Ritmo: El ritmo de voz y movimiento corporal, que ayudará a la presentación para generar un mejor flujo durante el evento, por esto “El ritmo es importante. Si usted pronuncia demasiado deprisa sus palabras nadie las oirá. Si es demasiado lento, todos se quedarán dormidos antes de que termine.” (James, 1995, p. 118)
- Tono: “Una voz apagada y desentonada es aburrida y levanta una barrera para una comunicación eficaz. Trate de mejorar el timbre y el tono de su voz. Escúchese hablando en voz alta y vea cuánto tono puede agregar para

enfaticar una declaración”. (James, 1995, p. 116). Ya que, dependiendo del tipo de evento, no exagerar la voz, el entusiasmo y la mesura.

Cabe destacar que lo nombrado anteriormente son aspectos de la comunicación no verbal que van alineados con los propósitos a lograr por ceremonial y protocolo. Pudiendo ser útiles para cualquier profesional que se encuentre en una actividad en donde tenga que participar como maestro de ceremonias, por otra parte, se debe considerar la experiencia al hablar en público y la práctica que el profesional tenga.

3. Comunicación interna

Se comprenderá que la labor del relacionador público dentro de la organización es lograr que la información fluya “La comunicación interna va dirigida a los públicos internos, que se comunican a través de diversos canales de comunicación interpersonal, especialmente cara a cara, ya que de esta forma también participan más activamente en las decisiones de la empresa.” (Carretón, 2007, p. 31). Se da a entender que el rol que cumple el relacionador público en la comunicación interna, será de un intermediario entre los miembros internos de la empresa y sus altos mandos, para lograr crear un vínculo de empatía entre colaboradores, el profesional RRPP, puede utilizar los siguientes recursos no verbales:

- Proximidad: Dentro del trabajo se comparten espacios de trabajo “para reconocer que se ha invadido el espacio de otro y mostrar que usted no representa ninguna amenaza debe calcular el espacio y hacer un mínimo movimiento” (James, 1995, p.67). En el contexto, estar cerca de las personas indica sentimientos de agrado e interés, sin intentar incomodar a nadie.

- Las manos: Evitar cruzar manos y brazos, ya que esto demuestra la sensación de desacuerdo al interlocutor. Por otra parte, “No oculte las manos en los bolsillos y tampoco mueva mucho los brazos. Está tratando de parecer relajado y natural, lo cual es exactamente lo contrario de lo que siente.” (James, 1995, p. 139), así también, las palmas abiertas demostrarán sinceridad.
- Tono de voz: “Las personas cuyo carisma es dominante tienen un tono de voz más grave y un volumen más alto, interrumpen más y hablan más que sus interlocutores.” (Rulicky y Cherny, 2007, p. 79). Hay que recordar que tener cuidado con el tono de voz ya que puede hacer la distinción entre la arrogancia y ser asertivo según su comportamiento.

Para comprender y aplicar una comunicación interna más eficaz, existen una serie de procedimientos que, al tener en consideración promoverán un ambiente y relación más cercana entre colaboradores, evitando malos entendidos o rumores, factores como la confianza, empatía y transparencia ayudarán a una mejor comunicación interna.

4. Manejo de crisis y Vocería

Cuando se está en situación de crisis, el comunicador debe ir en pro de salvar y reponer la imagen de la empresa, para esto debe ser transparente, humilde, honesto y pedir perdón ante el error en el que esté involucrada la organización, estos serán los pasos principales para lograr mantener un control sobre la situación, a continuación, se presentará una definición que facilitará su comprensión.

Según Contreras (2013),

“En una situación de crisis, una buena vocería marca la diferencia. La comunicación crea realidades, comunico lo que quiero que exista. Pero para lograr una comunicación eficaz y construir la realidad deseada, no basta un buen contenido en el sentido de la información propiamente tal. Se requiere una buena estructura de éste, capacidad de persuasión de la persona que comunica, el uso de un lenguaje verbal y no verbal apropiado, entre otros múltiples factores.”

Siguiendo con lo anterior, se presentarán relaciones entre lo que hace la CNV y los propósitos de la comunicación interna y vocería.

- Rostro: Mantener un rostro calmado pero positivo, ayudará a que el vocero no demuestre señales negativas sobre el mensaje. Ya que, “el rostro es la pantalla para la expresión de los estados afecto-cognitivo, en él se muestra las emociones como vergüenza, nerviosismo y hasta empatía” (Rulicky y Cherny, 2007, p. 144)
- Humor: “Los toques humorísticos sólo si usted es así por naturaleza. No hay nada peor que escuchar a alguien con poco sentido del humor contando chistes prescritos durante su disertación. Esto puede ser deplorable y difícil de soportar para la audiencia”. (James, 1995, p. 131) Por eso, no es conveniente utilizar los recursos de humor, ya que en un estado de crisis no será recibido como se espera, y tampoco es necesario.
- Al responder preguntas, tome su tiempo, y cuidado con los silencios, para preparar una respuesta oportuna y sin titubeos. “El tono, el timbre, la cantidad y la intensidad, además de cumplir su función primaria como constituyentes

físicos del sonido, aportan componentes inferenciales que, convencionalmente, pueden determinar la información o matizar el contenido de un enunciado o acto de comunicación”. (Cestero, 2014, p.128)

- Postura recta y segura, para demostrar la importancia en la que se desarrolla la crisis, pero sin tener un tono alarmante. “La postura expresa la actitud de las personas en relación a su entorno. Se distingue entre una postura abierta y una posición cerrada, cuando cruzamos brazos y/o piernas separándonos de nuestro interlocutor.” (García, 2012, p.14)

Conclusión

Para finalizar, se ha dejado en claro que el acto comunicativo se desarrolla principalmente a través de una serie de procedimientos verbales y no verbales, los cuales ayudan a alcanzar una comunicación eficaz mediante el uso principalmente de las herramientas corporales y gestuales, las que ayudan a que el mensaje que se entrega sea interpretado como se desea y sin malentendidos.

Por otra parte, se profundizó sobre el uso de los recursos de la comunicación no verbal, siendo un fuerte potenciador de la comunicación efectiva, ya que, como señala Pont (2010), “En la psicología de la comunicación nos dice que entre el 50% y 70% de los mensajes que emitimos o recibimos diariamente no son verbales” (p. 12).

La cita anterior muestra que se debe tener presente el uso de los recursos no verbales, ya que, son ellos los principales elementos comunicativos que son empleados mayormente en los actos comunicacionales.

Es así como, el RRPP en su rol como comunicador dentro de la organización, deberá manejar y utilizar el lenguaje corporal para las diversas funciones que puede desarrollar a lo largo de su profesión, ya que, dentro de las distintas actividades que deberá cubrir en su labor, requerirán que el profesional utilice las técnicas de comunicación no verbales con el fin de lograr desarrollar una comunicación más efectiva.

También se ha ejemplificado de diversas maneras como se ha alcanzado la conciencia sobre el valor y el desarrollo del lenguaje corporal dentro del proceso comunicativo, ya que, además del uso correcto de las palabras, también debe considerar los diversos parámetros gestuales que se han nombrado anteriormente en algunas de las funciones que puede desarrollar el profesional de la carrera, el cual, será beneficioso tener un manejo apropiado que demostrará la actitud frente al público, alcanzar empatía con los interlocutores y demostrar seguridad en los momentos comunicativos, todo esto con el correcto uso de los silencios, pausas, gestos y tono de voz acorde a la situación.

Así mismo, al desarrollar su carrera, el relacionador público dentro de la organización podrá desplegar diversas formas en las que puede destacar su actividad dentro de la empresa, mediante el uso de la comunicación no verbal, para lograr que, en todo ámbito se logre una comunicación efectiva. Tal como dice Alcubú (2009), “no lo dude, quien domina el arte de la comunicación, domina el mundo” (p. 19) y, como dentro de todos los procesos comunicativos, hasta el 70% de su comprensión, se define dentro de los recursos no verbales, se comprenderá que, quien maneje la comunicación no verbal, dominará el arte de la comunicación, por ende, podrá desarrollarse con mayor facilidad dentro de los ámbitos de su carrera.

Según Bartak

“Siempre teniendo en cuenta que la comunicación es un proceso integral, que no solamente se reduce a la parte verbal, por eso es muy importante saber interpretar adecuadamente la comunicación no verbal, que en la mayor parte de las veces se manifiesta mediante distintos tipos de gestos y actitudes.” (2009, p. 10).

Es por este motivo que, al contar con recursos no verbales, los Relacionadores Públicos pueden otorgar diversas funcionalidades a su ocupación, como portavoces de una organización, en las cuales, es necesaria el buen manejo de la CNV, para que exista una comunicación fluida y efectiva entre los distintos públicos de la organización. La comunicación necesita la definición de un propósito: “Cuando aprendemos a utilizar las palabras apropiadas para expresar nuestros propósitos en términos de respuestas específicas, con respecto a aquellos a quienes van dirigidos nuestros mensajes, hemos dado el primer paso hacia la comunicación eficiente y efectiva” (Berlo, 1975, p. 11).

Se entiende que el éxito de la comunicación radica en la claridad del propósito a comunicar, más allá de las palabras, los gestos y la actitud que determinarán el entendimiento y comprensión del mensaje. Por otra parte, cabe descartar que las diversas habilidades comunicativas como lo son, la capacidad de escuchar y el manejo de las técnicas de comunicación no verbal, serán herramientas de gran valor para el desarrollo eficiente de los actos comunicativos.

Bibliografía

- Abarca N. (2004), *Inteligencia emocional en el liderazgo*. Editorial Aguilar. Santiago, Chile.
- Alborés P. (2005), *Comunicaciones interpersonales*, España, Ideaspropias Editorial.
- Alcabú D. (2009), *Hablar para persuadir*, Madrid, Editorial Tébar.
- Andrade H. (2005), *Comunicación organizacional interna: Proceso, disciplina y técnica*. Serie comunicacional empresarial, Netbiblio, España. Rescatado de: <https://books.google.cl/books?id=bwelcBnPNuoC&lpg=PA13&dq=comunicacion%20no%20verbal&lr&pg=PA13#v=onepage&q=comunicacion%20no%20verbal&f=false>
- Bartak J. (2009), *La negociación efectiva*, Córdoba, El Cid Editor.
- Berlo, D. (1975). *El proceso de la comunicación: Introducción a la teoría y a la práctica*, Buenos Aires, Editorial El Ateneo
- Carretón M. (2007), *Las relaciones públicas en la comunicación interna de la banca española*. La Coruña, Netbiblio, S.L.
- Cestero A. M. (2014), *Comunicación no verbal y comunicación eficaz*. Madrid, Servicio de Publicaciones. Rescatado de: https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/48503/1/ELUA_28_05.pdf
- Cutlip S. Center A. y Broom G. (2006), *Relaciones públicas eficaces*, Barcelona, Ediciones Gestión 2000.
- Darwin C. (1872), *“La expresión de las emociones en el hombre y en los animales”*, Chicago, editorial The University of Chicago Press.
- Davis F. (2010), *La Comunicación no verbal*, Madrid, 3a. edición. Alianza.

- Duncan S. (1969), *Nonverbal communication*, Chicago, Psyshol Bull University of Chicago.
- Durand J. (1985), *Las formas de la comunicación*. Barcelona, Editorial Mitre.
- Ekman P. (2013), *“El rostro de las emociones”*, New York, editorial Basic Books.
- Fast J. (2012), *El lenguaje del cuerpo*. 22a.edición. Barcelona, Editorial Kairos.
- Fernández A. y Rodríguez A., Rescatado el 3/12/2019 de <http://fama2.us.es/fco/laurea/laurea1.7.pdf>
- García J. (1998), *La comunicación interna*, Madrid, Ediciones Díaz de Santos S.A.
- Gettinger, J. and Koeszegi, (2015) *“More than Words: The Effect of Emoticons in Electronic Negotiations. In”*, Poland, Published in GDN.
- Gordillo F. (2014), *“Comunicación no verbal en la negociación”*, Ciudad de México, Universidad Nacional autónoma de México.
- Hall R. (1996), *Organización, procesos y resultados*, Ciudad de México, 6ª. Ed Pretince Hall.
- Hergueta S. (2008), *Aprender a hablar en público”*, Madrid, Simonfilm.
- Huerta J. (2014), *Desarrollo de habilidades directivas*. 2a. edición, Ciudad de México, Editorial Pearson Educación.
- Ramos P. (2013), *“Comunicación eficaz”*, 2a. Ed, Editorial ICB.
- James J. (1995), *El lenguaje corporal, proyectar una imagen positiva*. Barcelona, Paidós.
- Knapp M. (1982), *La comunicación no verbal*. Barcelona, Editorial Paidos Iberica.

- Malaret J. (2003), *Liderazgo de equipos con entusiasmo estratégico*. Madrid, Editorial Diaz de santos.
- Marc E. (1992), *La interacción social: culturas, instituciones y comunicación*. Barcelona, Editorial Paidós Iberica.
- McEntee E. (2004), *Comunicación oral*, 2a. edición. Madrid, Editorial Mc Graw-Hill.
- Mejía A. (2015), *Estrategias para el desarrollo de la comunicación profesional*. 2a. edición. Ciudad de México, Editorial Limussa.
- Mehrabian A. (1981), *Silent Messages*, Belmont, CA.: Wadsworth.
- Palacios J. (2008), *Técnicas avanzadas de negociación*. Coruña, Gesbiblo, S.L.
- Patterson M. (2011), *Más que palabras: el poder de la comunicación no verbal*, Colombia, Editorial UOC.
- Pease A. (2002), *El lenguaje del cuerpo: cómo leer la mente de los otros a través de sus gestos*. 18a.edición. Madrid, Editorial Planeta.
- Pont T. (2010), *La comunicación no verbal*”, Barcelona, Editorial UOC.
- Poyatos F. (1994), *La comunicación no verbal, cultura, lenguaje y conversación*. Madrid, Ediciones Istmo S.A.
- Ribeiro L. (1999), *“La Comunicación Eficaz”*, Barcelona, Ediciones Urano.
- Rivera B, (1997), *Dirección y liderazgo: dirigiendo personas en las organizaciones*, Santiago, Editorial El diario.
- Rulicki S y Cherny M. (2007), *Comunicación no verbal: Como la inteligencia emocional se expresa a través de los gestos*. Management Comunicación. Buenos Aires, Ed. Granica.
- Sánchez P. (2012), *Comunicación y atención al cliente*, Barcelona, Editex.

- Szarota P. (2011), *La sonrisa*, España, Editorial Aresta.
- Sierra M. (2005), *Los contenidos de expresión corporal*, Barcelona, INDE Publicaciones.
- Silverstein A. (1985), *Comunicación humana*, México, Editorial Trillas.
- Simonetti F. (2003), *Juegos de comunicación*. Santiago, Ediciones de la Universidad Católica de Chile.
- Verderber R. (1999), *Comunícate!* Estados Unidos, Cincinnati, Thomson editores.
- Xifra J, (2007). *Técnicas de las relaciones públicas*, Barcelona, Editorial UOC.
- Wolton D. (2005), *Pensar la comunicación*, Buenos Aires, Prometeo libros.
- Zhou H y Zhang T, (2008), "*Body language in business negotiation*". International Journal of business and management, China, Publishing, Inc, Jamesw Hall.
- García A, (2012), "Cuando el cuerpo comunica: Manual de la comunicación no verbal". Escuela olitècnica superior de Gandia, Gandia, Universidad de Valencia.