



CAPACIDAD DE COMUNICAR IDEAS E INTENCIONES: CARACTERÍSTICA FUNDAMENTAL DE UN LÍDER

Claudio Muñoz Cabrera*

El artículo se orienta a presentar las características, capacidades y cualidades que necesita un líder para lograr la adhesión voluntaria de sus subordinados, de manera tal que los objetivos de la organización puedan alcanzarse en forma correcta y eficiente, dentro de un clima de armonía y entendimiento.

- **Introducción.**

Hoy en día la capacidad de comunicar ideas o intenciones, como jefe, a un grupo de personas, grupo de trabajo o personal bajo el mando, pasa a ser una característica fundamental de un líder; comunicar ideas generales o ideas fuerza no es únicamente hablar en público, si no que el líder debe adquirir la capacidad de expresarlas con *“fuerza, entusiasmo y efectividad”*.

Los grandes líderes que han influido en la historia o moldeado grandes empresas, encierran cualidades como fuerza, confianza, dinamismo y fe. Estas cualidades que sin duda son características irrefutables en un líder, se resumen en dos grandes dones: *“la convicción y el carisma”*.

El presente escrito tiene por propósito definir la capacidad que debe poseer un líder para comunicar sus ideas con carisma y convicción, ya que esta forma puede ser la diferencia en conseguir o no la adhesión voluntaria de nuestro personal al mando. Si queremos triunfar en el campo de la guerra es primordial aprender a comunicar nuestras ideas e intenciones a nuestro personal con poder, entusiasmo y efectividad.

- **Comunicación hablada.**

Con el propósito de transmitir de buena forma las ideas, es necesario crear una atmósfera de confianza para que nuestro mensaje sea fácil de llegar al cerebro de nuestro interlocutor. Albert Mehrabian¹, Ph.D., se ha dedicado a estudiar la recepción de ideas en base a la comunicación, de acuerdo a un análisis general indica que en promedio las personas pasan durante el día un 45% escuchando, un 30% hablando, un 16% leyendo y un 9% escribiendo; esto quiere decir que la mayor recepción de las ideas e intenciones se logra al establecer claramente una buena comunicación hablada.

Por otra parte el Dr. Mehrabian, indica que el éxito profesional y personal de las personas se basan en el siguiente análisis porcentual; un 15% del triunfo o éxito personal es de acuerdo a la capacidad técnica, estudios y capacitación de la persona y un 85% del triunfo personal y profesional corresponde al desarrollo de una actitud mental positiva.

Ahora bien, si el líder por medio de una buena comunicación logra influir y persuadir en la mente de nuestro personal, aprovechando el 45% del tiempo

* Teniente 1° G.ELN.

1.- Destacado profesor benemérito de la Universidad de Los Ángeles California (UCLA) <http://www.kaaj.com/psych/bio.html>

que ocupa la persona en escuchar e incentivando ese 85% en que la persona logra el éxito profesional y personal a través de la motivación y desarrollo de la actitud mental positiva, sin duda que el líder logrará la adhesión leal y voluntaria que se requiere ante cualquier situación.

Dentro de la comunicación hablada existen tres aspectos que la componen y la moldean, siendo éstas la parte verbal, una parte bocal y una parte visual. La parte verbal corresponde a la idea que queremos comunicar y que muchas veces se asume erróneamente como el 100% del mensaje que se va a comunicar, siendo solamente parte de él. La parte bocal corresponde a todos los efectos modulados que le damos a nuestro mensaje, el tono de voz, la forma de modular y la fuerza en la entonación. Por último la parte visual es lo que el interlocutor ve, como la postura, la expresión y lenguaje corporal.

Para que un líder logre influir en las decisiones de otras personas, sin duda que deberá en todo momento demostrar credibilidad. El grado de credibilidad quedará asentado en la consistencia de los tres aspectos antes señalados; la armonía de la parte verbal, parte bocal y parte visual será la fuerza del líder para lograr la credibilidad ante nuestro personal. Un mensaje en donde lo bocal como el tono de voz o lo visual como la expresión sean inconsistentes o contradictorios le quitará fuerza al mensaje verbal que se quiere entregar.

Para entender cómo influye la comunicación hablada en la credibilidad de las personas, cuantificaremos los tres aspectos que la componen. La parte verbal del contenido de la idea influye un 7% en las acciones de la gente, la parte bocal influye un 38% en las acciones y la parte visual influye un 55%. En consecuencia si ese 93% que corresponde a lo bocal y visual son inconsistentes, nuestro mensaje, idea o

intención expresada no será creído, sin importar lo claro o lo bien que se haya preparado o con cuanta profundidad sepamos de lo que estamos hablando, lo importante es que nuestros oyentes no creerán fielmente en el mensaje y no se dejarán influir voluntariamente.



El líder deberá lograr una actitud mental positiva del personal para lograr el éxito de éstos.

- **Cerebro Primario o Sistema Límbico.**

Como fue nombrado anteriormente para lograr transmitir las ideas, es necesario crear una atmósfera de confianza para que nuestro mensaje sea fácil de llegar al cerebro de nuestro interlocutor. Antes que la información llegue al centro logístico y procesamiento del cerebro, ésta debe pasar por una puerta o un puente que se conoce como "cerebro primario o sistema límbico". El sistema límbico corresponde a varias estructuras cerebrales que gestionan respuestas fisiológicas ante estímulos emocionales como la memoria, atención, emociones, personalidad y conducta.

El cerebro primario o sistema límbico es el encargado de permitir y autorizar el mensaje que desee escuchar, en sí el cerebro primario pasa a ser el escudo o defensa de la persona para autorizar o vetar la información que le está llegando, de tal forma que actuará con la siguiente premisa: ¿es esta persona amiga o enemiga?, ¿inspira confianza o desconfianza?, ¿inspira seguridad o inseguridad? y basado a lo que decida

negará o dará la posibilidad al centro de procesamiento y toma de decisiones del cerebro de recibir toda la información que se está entregando.

El líder deberá lograr esa certeza o seguridad que su idea o intención a transmitir será recibida correctamente, deberá sortear esa barrera del cerebro primario y que no se logrará solamente con la lógica de su mensaje verbal, sino que deberá conjugar la fuerza y entusiasmo de sus gestos y voz como parte de lo bocal y visual. Todas las señales que se envían cuando se transmite una idea, los gestos, la postura, la voz, el contacto visual y cualquier otro tipo de comunicación no verbal deben lograr convencer al cerebro primario de la seguridad y confianza que genera la persona antes que la parte verbal sea escuchada.

Algunas personas podrán confiar en el líder desde el primer momento, pero la gran mayoría necesita escuchar, observar e interactuar con su jefe durante algún tiempo antes de poder creer en él como un líder. El lenguaje del cerebro primario no es el verbal, el cerebro primario está interesado en otros aspectos de la comunicación; como si la voz proyecta seguridad, o denota autoridad, o

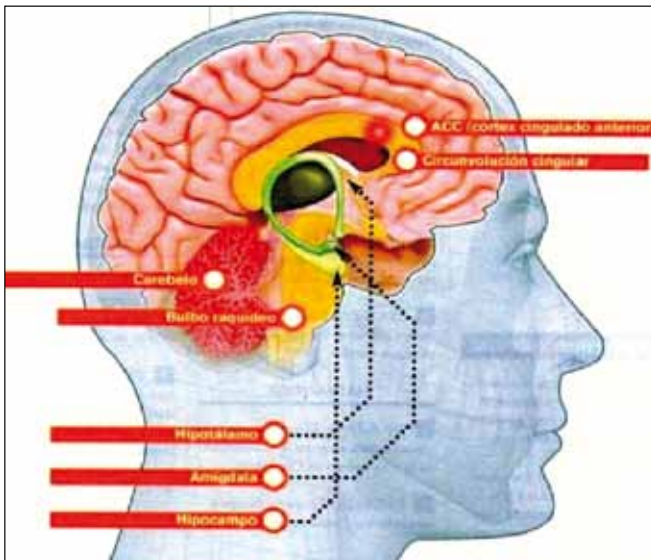
si las manos se mueven nerviosamente, o si la mirada era vacilante y desconfiada, ese es el lenguaje del cerebro primario. Un líder debe lograr que nuestra gente confie y crea inmediatamente en él y eso se podrá lograr al persuadir el cerebro primario, debemos recordar que el "creer" es un acto emocional y no el resultado de un análisis racional.

- **Aspecto que un líder debe considerar para inspirar confianza ante el personal.**

• **Contacto visual.**

De los sentidos, la visión es el más dominante, debido a que los enlaces nerviosos que van del ojo al cerebro son 20 veces más extensos de los que van del oído al cerebro. La mirada abre o cierra las puertas del cerebro primario, hay jefes con miradas intimidantes, que muchas veces se intensifican con su grupo de trabajo y que no logran establecer un buen enlace, perdiendo la oportunidad de generar una atmósfera relajada. Como resultado la persona del equipo de trabajo evitará la comunicación directa con el jefe, lo cual afectará seriamente la productividad.

Existen además jefes con una mirada evasiva en donde muy pocas veces o nunca hacen contacto visual con su personal. Este mal hábito sólo logrará que la persona inspire lo siguiente: "no le interesa o está pensando en otra cosa", "se encuentra con temor o está ocultando algo", "se encuentra inseguro o posee una baja autoestima". De tal forma que un líder debe lograr establecer un contacto visual, su mirada debe invitar a la otra persona en la comunicación, debe ser una mirada franca que involucre la cara y no necesariamente que la mirada se centre por largos periodos de tiempo en los ojos, para evitar así intimidarlo.



Estructura general del Sistema Límbico.

• **Postura y presentación.**

Recordemos que existe una frase que indica "la primera impresión es siempre la que cuenta", la impresión que se transmite en los primeros segundos son clave para comenzar de buena forma en la comunicación visual y esto se enmarca sin duda en la postura que debe tener un líder, cómo luce, cómo se para, cómo se viste.



Desembarco de Pisagua.

Los movimientos también afectan en la recepción del interlocutor, los movimientos ligeros pueden demostrar nerviosismo o inseguridad, el moverse nerviosamente de un lado a otro distrae y crea ansiedad en el interlocutor. Es por ello que un líder debe cuidar de su postura, presentación, movimientos para crear en los primeros segundos una impresión de confianza y tranquilidad sobre su personal.

• **Energía y seguridad que proyecta la voz.**

La energía y fe que un líder proyecta en el mensaje generará entusiasmo y como resultado tendremos fe y seguridad en el personal. La mejor herramienta para transmitir esa energía es la voz, la entonación, el énfasis que se le da a las palabras, eso determina el nivel de energía a proyectar.

• **Involucrar al interlocutor en la conversación.**

Recordemos otra frase que indica "los libros informan, los líderes comu-

nican". Se debe entender que comunicar es más que dar una información, dar una orden o una instrucción. El líder que comunica a su personal entrega ideas, opiniones, emociones con la cual busca persuadir el convencimiento leal y voluntario de su equipo. Si uno busca entregar una información, entonces

es mejor enviar una carta o correo electrónico, por el contrario un líder para motivar y generar confianza deberá preguntar, solicitar ideas o intenciones a su gente para lograr así una comunicación fluida y con la certera seguridad que se ha generado fe y credibilidad.

- **Conclusiones.**

El líder en sí debe lograr el estilo comunicativo para superar la barrera que nos pone el cerebro primario y lograr alcanzar la credibilidad y convicción ante nuestro personal. Muchas veces el profesionalismo y la preparación de una idea no logrará el efecto deseado si no se obtiene el compromiso de nuestra gente.

Un líder debe lograr establecer la conexión para que el mensaje logre llegar con facilidad a nuestra gente, en definitiva cuando otra persona le pregunte a un subordinado de por qué sigue voluntariamente a su jefe, la respuesta que uno debe lograr es: "Porque simplemente tiene convicción por sus ideas y carisma por lo que realiza".

BIBLIOGRAFÍA

1. Cruz, Camilo. "Como comunicamos en público" 3º Edición 1998, Editorial Taller del Éxito.
2. Quintero Russo, Carmen. Artículo "El liderazgo empresarial y la Inteligencia emocional" <http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/56/liderazgoie.htm>
3. <http://www.intelegencia-emocional.org>, "El cerebro emocional"