

# La comunicación crea futuro



**Esther Sardans Sató**

**Periodista i Trainer**

Directora de ESS Comunicació

Entrenamiento del Liderazgo comunicativo

[www.esscomunicacio.com](http://www.esscomunicacio.com)

[esther.sardans@esscomunicacio.com](mailto:esther.sardans@esscomunicacio.com)

La comunicación es una de las capacidades humanas más extraordinarias. Todos nuestros deseos, esperanzas y sueños se convierten en realidades personales y sociales a través de unos símbolos que están organizados para que la comunicación tenga un sentido.

## ■ PODRÍAMOS IMAGINAR:

...la misión espacial del Apolo XI sin la imagen de la bota de Neil Armstrong y sin pronunciar la célebre frase *"Éste es un pequeño paso para el hombre pero un gran salto para la humanidad"*?

...la lucha por los Derechos Civiles sin Martin Luther King en la escalera del Lincoln Memorial con su *"I have a dream"*?

...al Presidente Barak Obama sin el *"Yes, we can"*, el ejemplo más simple, claro y emotivo de su capacidad de comunicación?

Todo lo que hemos sido, somos ahora o llegaremos a ser en un futuro depende de nuestra capacidad o incapacidad para comunicarnos.

Mucha gente podría preguntarse, ¿por qué un alumno de Secundaria o de Bachillerato debería estudiar comunicación? Si la finalidad del sistema educativo es el de ofrecer a los alumnos herramientas para labrarse un futuro profesional, es necesario que nos preguntemos qué papel le otorgamos a la comunicación para contribuir decisivamente a formar personas que puedan inspirar,

No basta con tener una idea y llevarla a cabo correctamente sino que debemos ser capaces de crear significado y comunicarlo de manera clara, emotiva, memorable e integradora

a través de su lenguaje, a hacer del mundo, un lugar mejor. Los roles de poder se están invirtiendo y ahora la colectividad controla el mensaje. Las habilidades y las respuestas de ayer que, aún hoy, se utilizan no son las más adecuadas para desafiar un futuro donde los cambios avanzan a una gran velocidad. Desde esta certeza, podríamos preguntarnos:

- ¿saben comunicar nuestros alumnos?,
- ¿sabrán comunicar nuestros futuros profesionales?

## La comunicación, una estrategia de futuro

Hay una creencia extendida que apoya la teoría de que saber hablar en público es un don, una habilidad innata reservada a una minoría selecta. Creer que no pertenecemos al grupo de estos escogidos provoca cierta inquietud, incluso, pánico, a la hora de comunicarse ante un público. Nada más incompleto. Sólo hay que ob-



Martin Luther King: la capacidad de comunicar claramente un propósito

servar la multitud de anuncios sobre cómo aprender a hablar en público dirigidos a profesionales de cualquier ámbito. El mercado, cada vez más competitivo y complejo, sabe que el éxito está relacionado intrínsecamente con la capacidad de comunicar.

No basta con tener una idea y llevarla a cabo correctamente sino que debemos ser capaces de crear significado y comunicarlo de manera clara, emotiva, memorable e integradora. Solo así construimos comunidades que fundamentan sus contenidos en pensar, actuar y comunicar autenticidad y excelencia.



Barak Obama: la comunicación que emociona e integra

Comprendemos ahora... ¿por qué los inspiradores de los cambios más disruptivos, que hacen avanzar a la humanidad, son excelentes comunicadores? Hay personas, organizaciones y movimientos sociales que basan su liderazgo en comunicar magistralmente y consiguen éxitos una y otra vez, y en cambio, otros pasan desapercibidos. Sólo el liderazgo que se basa en la confianza mutua, a través de los distintos mecanismos internos y externos de la comunicación, llega a ser verdaderamente innovador. Éste es el reto al que debe hacer frente el cambio educativo para ofrecer a los estudiantes contenidos y habilidades más útiles que se anticipen a sus necesidades futuras.

La historia nos enseña que las personas o las comunidades que saben

La historia nos enseña que las personas o las comunidades que saben comunicar sus progresos están mejor preparadas para dar el próximo paso

comunicar sus progresos están mejor preparadas para dar el próximo paso. ¡Están preparadas para gestionar el futuro!

### La comunicación, una inversión educativa

En este escenario es donde tenemos la responsabilidad de trazar puentes de complicidad entre la sociedad, los profesionales externos, los profesores y los alumnos. Una sinergia que permita que el mundo exterior pueda transmitir su conocimiento y experiencia en las aulas para ampliar las visiones y oportunidades de futuro. La comunicación es esencial en todos los niveles de nuestra vida, personal o profesional, y adquirir una comprensión más amplia de quiénes somos y del mundo que nos rodea, nos permite aprender a influir en él.

“La nueva tendencia no es buscar ser el mejor, sino ser el único. Ser el mejor ya no debe ser la competencia, lo que es mejor para unos, no lo es para otros”. Appel, Nike, FedEx, Starbucks, Coca-Cola, Librerías Ghandi, Twitter y una lista extensa de marcas basan su estrategia de mercado en comunicar ideas únicas que aporten soluciones, sean elegantes y emocionantes. ¿Dónde está la clave de su éxito? En definir a la perfección su inspiración en una sola frase que da sentido, coherencia y consistencia a todo lo que hacen, cómo lo hacen y por qué lo hacen. A esto, Simon Sinek, profesor universitario de Comunicación Estratégica, le llama el “Círculo de oro”, o cómo comunicar desde adentro y hacia afuera.

Apostar por este aprendizaje es mostrar a los alumnos que, en un mundo interconectado por red, la clave de su éxito es aprender a decir lo que hacen y hacer lo que dicen, para que todo aquello que digan o que hagan, hable de lo que creen. La simplicidad de comprender que somos tan importantes como lo que estamos haciendo y comunicando. “La simplicidad es la



Guy Kawasaki: la capacidad de formular ideas simples cargadas de significado

máxima sofisticación”, decía Leonardo da Vinci. Es simple”habla con claridad y te entenderán claramente”.

### Fortalecemos lo que entrenamos y la comunicación es un entrenamiento

Aprender a desarrollar habilidades de comunicación es adquirir unos conocimientos, reales y útiles, que conllevan beneficios tanto en la etapa de aprendizaje escolar, como, más adelante, en el ejercicio de la ciudadanía y en la vida profesional. La comunicación no es una capacidad innata, es un patrón de aprendizaje. Es el entrenamiento de un estado mental que nos permite fortalecer las capacidades que ya tenemos y adquirir nuevas habilidades para comunicarnos desde lo mejor que somos y que sabemos.

No se trata sólo de enseñar a elaborar un discurso o de crear la mejor presentación en Power Point, sino de fomentar en los alumnos el hábito de:

- Crear historias con mensajes claros y comprensibles
- Aprender a sintetizar ideas en 30 segundos
- Modelar la voz a través del ritmo, el volumen, el tono y la articulación
- Adaptar el lenguaje para conmovir e interesar al público al que te diriges
- Significar la importancia de los silencios y las pausas
- Tomar consciencia de los movimientos corporales y la gestualidad
- Escuchar para respetar y comprender la divergencia
- Ejercitarse en el diálogo, sosteniendo argumentaciones sin alterar el comportamiento
- Defender ideas con convicción desde una posición empática y asertiva

La simplicidad de comprender que somos tan importantes como lo que estamos haciendo y comunicando

Sabemos del impacto cansino y aburrido que producen un montón de palabras o de diapositivas que no consiguen transmitir interés, confianza ni fidelidad. Es un escenario agotador. No existen temas aburridos, sólo presentadores aburridos. Aprender a comunicar es escoger con precisión y claridad las palabras y los gestos para alcanzar una sincronización completa entre la voz y el cuerpo. Cualquiera que haya verificado este potencial sabe que la comunicación veraz produce resultados satisfactorios, tanto para quien la emite como para quien la recibe.

Los beneficios actuales y futuros de la comunicación nos hablan de dominar el arte de las relaciones:

- De cómo escuchar para crear contenidos inteligentes que emocionen e inviten a la participación
- De cómo utilizar sabiamente la tecnología para ganar la confianza y

fidelidad de personas y de mercados

- De cómo persuadir desde la exclusividad y la cadena de valor para convertirte en modelo de inspiración

### La comunicación, un nuevo enfoque para compartir el éxito

Estamos llenos de ideas, especialmente en esta etapa de desarrollo que es la adolescencia. Comunicarlas, expresarlas, debatirlas es aprender a otorgarles un valor y a otorgarse el valor de confiar en sí mismos y en los otros. La vergüenza o la aversión al ridículo es una limitación mental que desemboca en una fractura interna, difícil de sobrellevar. El 'no ser capaz de' puede producir derrotas dolorosas a corto y a largo plazo.

Exponerse y expresar pensamientos y sentimientos es una experiencia transformadora que permite a los alumnos relacionarse simétricamente con los compañeros, sin perder su singularidad, sin renunciar a ser quienes son por la presión del grupo. Les inspira a ser mejores y desarrollan la capacidad de corregir sus limitaciones a través de la experiencia para verificar lo que les funciona y desaprender lo que no les funciona.

Tarde o temprano, sea cual sea el ám-

bito personal, social o profesional que escojan, deberán vender una idea, defender una posición, planificar con eficacia sus tareas, persuadir con los beneficios de una venta, captar talento para su proyecto, buscar socios o financiación. O simplemente, vivir felices y mantener relaciones sanas y excelentes. En ese momento, la comunicación dejará de ser una herramienta para convertirse en un resultado deseado.

El cambio es lo único estable. No sabemos si el siglo XXI será de los EEUU, de China o de alguna otra potencia. No sabemos el papel real que jugará Europa, pero sabemos una cosa: "... que muchos de nuestros profesionales, trabajen aquí o fuera de aquí, competirán en el mercado global y para competir en el mercado global hay que ser excelente. Excelente en la producción, en el marketing, en las ventas, en la atención al cliente, en la negociación..., es decir, en la comunicación". Y hay que ser excelente, por una razón muy simple: "porque quienes ahora lideran el mercado global son excelentes, también en la comunicación". ✓

► [www.esscomunicacio.com](http://www.esscomunicacio.com)



Alumnos de la asignatura de Comunicación de 3ero de ESO de la Escola Virolai (Barcelona)