

OCTAVA SESIÓN: Mejorando la comunicación.

OBJETIVOS:

- Desarrollar dinámicas de participación grupal.
- Profundizar en los aspectos comunicativos.
- Mejorar la propia comunicación a través de algunas claves.

ACTIVIDADES

- "Rumores". Dinámica de grupo para profundizar en las distorsiones de la comunicación.
- "La isla de los cinco faros". Lectura y análisis del texto. Discusión en grupo sobre las cinco claves para mejorar la comunicación.
- "Mensajes de despedida". Actividad de evaluación y de valoración del trabajo realizado.

Rumores

OBJETIVO: Analizar las distorsiones que se dan en la comunicación entre las personas.

PROCEDIMIENTO: Los participantes forman grupos de 5 personas. Uno de cada grupo se queda en la sala con el animador. Los demás salen fuera. El animador les lee a los primeros un texto con una noticia en la que se den informaciones variadas sobre lugares, horas, personas... A continuación se llama a los segundos de cada grupo. Los primeros transmiten la noticia a los segundos. A continuación los segundos a los terceros y así hasta llegar a los quintos. Siempre los de cada grupo deben estar suficientemente separados para no interferir unos con otros. Cuando ya ha llegado la noticia a los quintos se pone en común y se analiza lo que ha entendido cada uno, cómo se ha distorsionado la información, qué detalles se han perdido, cuáles se han añadido.

Ejemplo de noticia:

"La ministra de Sanidad y Política Social, Trinidad Jiménez, prevé que el 1 de enero de 2011 entre en vigor la modificación de la Ley Antitabaco, que prohibirá fumar en los espacios públicos cerrados de España, aunque podría ser antes si se llega a un acuerdo con los partidos en el Congreso de los Diputados.

Aunque el objetivo fundamental de la propuesta de reforma es ampliar la prohibición total de fumar en todos los espacios públicos cerrados se mantendrá la posibilidad de fumar en espacios públicos abiertos, como terrazas o estadios deportivos.

La reforma no recoge cambios en el artículo 8.b, que especifica que los hoteles y los hostales y establecimientos análogos podrán habilitar zonas para fumar, y que permite reservar hasta un 30 por ciento de habitaciones para huéspedes fumadores.

Este proyecto permitirá que quien no fuma no sufra también los efectos nocivos del tabaco y vea garantizada su libertad de elegir espacios sin humo. "El 75 por ciento de la población española no fuma y cada vez hay más turistas que buscan esos espacios libres de humo", aseguró ayer la ministra, quien subrayó que cada año mueren en España 5.000 fumadores pasivos.

La reforma hace especial hincapié en el derecho a la protección de la salud de los trabajadores de la hostelería y de los menores de 18 años.

Se recuerda en el argumentario elaborado por Sanidad que en

España mueren cada año alrededor de 50.000 personas por enfermedades derivadas del consumo de tabaco, una cifra mayor que el conjunto de fallecidos por accidentes de tráfico, sida y consumo de drogas ilegales."

Adaptada de Pinto, A. y otros (2010)

La isla de los 5 faros

(Ferrán Ramón Cortés, 2006)

Lectura y reflexión sobre el libro: "La isla de los 5 faros" de Ferrán Ramón Cortés.

A través de un recorrido por los faros de Menorca y utilizando el lenguaje de éstos como metáfora, el autor presenta 5 claves fundamentales para mejorar nuestra comunicación. Estas claves son válidas tanto para nuestra comunicación personal, como para las exposiciones a grupos grandes.

Las cinco claves son:

- 1. Un único gran mensaje...*
- 2. contar de forma memorable...*
- 3. usar un lenguaje que conecte...*
- 4. el mensaje que vale es el que capta el receptor...*
- 5. invitar en vez de intentar convencer*

La semana previa a la sesión se hace la lectura individual del libro. En la sesión se lee el ANEXO del libro (p.127-139).

Se forman grupos de 4-5 personas y se pide que respondan a las siguientes preguntas. A continuación se ponen en común las reflexiones de los grupos y se abre un diálogo general.

La isla de los 5 faros

Preguntas para la reflexión

1. ¿Qué significa que toda comunicación tiene que apoyarse en una idea, una única gran idea? ¿Qué consecuencias suelen producirse cuando se intentan transmitir muchas ideas? Pensad en reuniones de profesores, reuniones y entrevistas con familias, cursos y seminarios de formación...
2. ¿Nuestros mensajes como profesores "brillan" por encima de otros mensajes? Reflexionad sobre la cantidad de mensajes que se ofrecen a nuestro alumnado hoy día. ¿Qué recursos utilizan? ¿Qué recursos podemos utilizar nosotros? ¿Estáis de acuerdo en

la potencialidad de las historias para hacer llegar el mensaje?

3. ¿Nos resulta fácil escoger el lenguaje pensando en quién nos está escuchando? ¿habéis tenido experiencias en las que el emisor "fabricaba niebla" y os ha hecho sentir os muy alejados? ¿Qué aspectos concretos creéis que se pueden tener en cuenta para que nuestro lenguaje "conecte" con nuestros interlocutores?
4. ¿Estáis de acuerdo en que nuestra voz, nuestro lenguaje corporal transmite más que las palabras? Pensad ejemplos en qué no ha sido comprendida vuestra intención o que habéis notado contradicción entre lo que la persona os dice y lo que transmite de forma no verbal.
5. ¿Cómo podemos centrarnos en nuestros sentimientos a la hora de comunicar?
6. ¿Qué solemos hacer para convencer a los demás de nuestro mensaje? ¿Suele resultar convincente? ¿Cómo podemos aplicar la clave de "invitar" en nuestra vida y comunicaciones cotidianas?
7. Pensad 5 consejos concretos y prácticos para el profesorado que le permitan mejorar su comunicación, teniendo en cuenta las 5 claves que ofrece el autor.

Ferran Ramon-Cortés (2006). La isla de los 5 faros. Un recorrido por las claves de la comunicación. Barcelona: RBA Revistas.

La isla de los 5 faros

TEXTO RESUMEN

Nos comunicamos para **transmitir una idea**. Y nosotros debemos ser los primeros en tenerlo claro. Tenemos que pensar qué es exactamente lo que queremos decir. Cuando queremos decir demasiadas cosas corremos el riesgo de que ninguna llegue con claridad. Se diluye el mensaje. Esto no significa que nos limitemos a exponer una única idea. Significa que el resto de explicaciones deben estar a su servicio. No es suficiente con tener una única idea. Además debe ser valiosa, grande, original. Debemos ofrecer algo especial. El mensaje debe ser único e interesante. Para hacerlo interesante, capaz de ser recordado, podemos **recurrir**

a las historias. Las historias se fijan en la mente, lo cual no ocurre con la mera información. Hay que utilizar la creatividad, pensar en metáforas, en comparaciones, en una manera de contar la historia que sea sugestiva.

Para llegar a nuestros interlocutores tenemos que **escoger con cuidado nuestro lenguaje.** Éste dependerá de las personas a quienes va dirigido el mensaje. El lenguaje referido tanto al vocabulario utilizado como a los ejemplos, las situaciones y la construcción de las frases, el ritmo, el tono, la duración.

Una vez construido el mensaje hay que trabajar su escenificación. Hay que pensar que el mensaje es lo que el otro entiende, no exactamente lo que queremos decir. No importa lo que nosotros tengamos intención de decir, sino lo que capte nuestro receptor. Entre lo que queremos decir y lo que capta la gente están nuestros sentimientos. Debemos **estar en contacto con nuestros sentimientos.** Si los ignoramos, no sabemos lo que estamos comunicando. Nuestros sentimientos pueden distorsionar nuestro mensaje, porque no podremos esconderlos. Los demás los captarán por nuestra voz y nuestro cuerpo. Por eso, porque ellos captan lo que nosotros no vemos, debemos observar en todo momento a los interlocutores. Mirarles a los ojos, leer sus reacciones, cambiar la comunicación en todo momento en función de las reacciones que percibamos.

En nuestra exposición nuestro objetivo debe ser mostrarnos convencidos, contagiar entusiasmo, y hacer que los otros se acerquen (¡si quieren!). Cuando intentamos convencer, no convencemos. Con ilusión y convencimiento debemos **invitar** a los demás a compartir nuestro mensaje. Tenemos que evitar las afirmaciones categóricas, el tono imperativo, las opiniones taxativas y el empeño de querer exponer las comunicaciones de "arriba abajo". No defender encarnizadamente nuestras posiciones porque eso, sin duda, es lo que menos convence.

Y todo ello tratando de provocar emociones!

En la construcción de nuestro mensaje y en el acto mismo de comunicación debemos conseguir "tocar" a los otros, llegar a su corazón. **Olvidamos las cosas que sólo entendemos. Recordamos siempre las cosas que, además de entender, sentimos.**

Ferran Ramon-Cortés (2006). La isla de los 5 faros. Un recorrido por las claves de la comunicación. Barcelona: RBA Revistas.

Mensajes de despedida

OBJETIVO: Reflexionar sobre el trabajo desempeñado en el grupo y valorar la disponibilidad y aportaciones de las diferentes personas.

PROCEDIMIENTO: se invita a cada participante a escribir en una hoja un mensaje de despedida a un compañero/a, al animador/a, a todo el grupo... haciendo referencia a algunas actividades realizadas y a las aportaciones hechas por esa persona o personas contribuyendo al buen clima y al desarrollo del trabajo por parte del grupo. Se doblan las hojas dejando en la parte exterior escrito el nombre de la persona/s a quien va dirigido el mensaje. Se entregan los mensajes y si hay algunos para el grupo se leen en voz alta. De igual manera si alguien que haya recibido un mensaje lo quiere leer, puede hacerlo.

Adaptada de Pinto, A. y otros (2010)