

TALLER

Carmen Sebastián defiende el valor de 'La Comunicación Emocional'
JAVIER CID. El Mundo. 29 de abril de 2002

MADRID. La forma con la que nos posicionamos en el territorio tiene mucha más significación que la meramente visual: está comprobado que las personas que tienen más poder en un grupo ocupan más espacio, por ejemplo, en una reunión. Las manos abiertas también son un símbolo de poder. La ropa morada, mezcla de un color cálido rojo y uno frío azul, expresa conflicto según los expertos y, sin embargo, tiene también un carácter místico que es aprovechado por la liturgia cristiana.

Todas estas cuestiones, que parecen no tener nada en común, cobraron la semana pasada un sentido unificado en el taller La Comunicación Emocional, organizado por la Asociación de Directivos de Comunicación (Dircom). El taller, impartido por la consultora de Comunicación y Formación en Eficacia Personal Carmen Sebastián, indagó en la importancia de la transmisión de las emociones en los mensajes para garantizar el éxito de la gestión de la comunicación.

«Siempre ponemos la máxima atención en la comunicación verbal, pero todos los mensajes no verbales, de los que la mayoría de las veces no somos conscientes, son los más eficaces a la hora de transmitir las emociones», explicó Carmen Sebastián. De hecho, el 80% de los mensajes que emitimos se difunden a través de la comunicación no verbal. Todo lo que expresamos está moldeado por la postura que se adopta con el cuerpo, el espacio que utilizamos, la respiración, los gestos, las muecas, el movimiento de las manos, la mirada, el vestuario, o incluso los símbolos y las imágenes que se utilizan.

En el transcurso del taller, los participantes directivos de comunicación, intercambiaron sus experiencias emocionales tanto en el terreno laboral como el profesional: «Cuando el jefe de un equipo viste de una forma seria, se produce entre los subordinados un proceso de imitación. Ocurre lo mismo con el carácter: si el director general de una empresa es serio, no transmite emociones, no es cercano, marcará esa misma pauta hacia el resto de trabajadores». Otro de los participantes, gesticulando con las manos, explicaba: «Me molesta que me miren sin verme. Hay gente a la que odio por eso».

«Aunque queramos expresar ideas intelectualmente muy ricas», afirmó Carmen Sebastián, «si no lo hacemos con una actitud emocionalmente positiva, el mensaje se distorsiona». El coloquio, enmarcado dentro de una serie de talleres sobre la gestión de la comunicación organizados por Dircom, fue desgranando los diferentes elementos de la comunicación emocional, cuya carencia «altera el sistema inmunológico». ¿Y cómo se puede evitar esa alteración? De muchas formas. Una, muy sencilla, podría ser mirar, pero no de cualquier manera; mirar viendo.