

GUÍA DE HABIL IDADE(S)



PRINCIPAIS COMPETENCIAS BRANDAS PARA
DESENVOLVER O NOSO TALENTO E
MULTIPLICAR O NOSO VALOR

XUNTA DE GALICIA

MOTIVACIÓN

HABIL IDADE(S)



PRINCIPAIS COMPETENCIAS BRANDAS PARA
DESENVOLVER O NOSO TALENTO E
MULTIPLICAR O NOSO VALOR

XUNTA DE GALICIA

HABILIDADE(S)

MOTIVACIÓN

HABIL IDADE(S)

PRINCIPAIS COMPETENCIAS BRANDAS PARA
DESENVOLVER O NOSO TALENTO E
MULTIPLICAR O NOSO VALOR

01

_MOTIVACIÓN
SÓBRANNOS
OS **MOTIVOS**

A MOTIVACIÓN

Sóbranche os motivos ou sóbranche as escusas? Quizais esta sexa unha pregunta dura para empezar unha guía de habilidades. Pero, para que andarnos con rodeos?

A motivación é unha habilidade que está en ti. É a habilidade daquelas persoas que teñen a coraxe de atreverse a perseguir os seus soños e de comprometerse con eles. É unha cuestión de actitude. Pero tamén de

“Os tempos cambian e nós temos que cambiar”

- Nelson Mandela -

enfrentarse a cambios. E os cambios case sempre nos provocan certo choque, á vez que nos someten a unha pregunta complexa que, en realidade, se divide en tres: Debo cambiar? Podo cambiar? Quero cambiar? Responder estas preguntas supón sopesar o malo e o bo de saír da zona de confort; o malo e o bo de penetrar na zona de aprendizaxe; o malo e o bo de operar un cambio, que sempre implica unha aceptación, unha aprendizaxe e unha nova maneira de facer; un paso do A ao B.

valores, de crenzas, de hábitos e de medos. A actitude dános a forza. Os valores, a consistencia. Pero, á vez, as crenzas coacciónannos, os hábitos condiciónannos e os medos parálzannos. É unha loita permanente. Un duelo constante entre permanecer na zona de confort ou atrevemos a penetrar na de aprendizaxe. O tránsito dá vertixe, pois supón cruzar a zona de pánico; esa área en que un ten que

07



“A ilusión é o aire comprimido que dispara o talento”

- Joaquín Lorente -

A MOTIVACIÓN

Pero, de que depende a motivación? De que depende, en última instancia, a decisión de atrevemos a transitar do A ao B? En gran medida vai depender de onde vés, de onde estás, de que queres conseguir, de que te queres afastar e de cara a onde vas. Dito doutro xeito, da túa orixe, da túa posición, dos teus obxectivos, das túas ameazas e das túas metas.

**“Un optimista
é un realista
que sempre
ve unha saída”**

- Rubén Turienzo -

Sexa como sexa, convídoche a que sexas unha persoa motivada. Porque a motivación facilita a felicidade, acelera a túa mellora, a da túa contorna, e xera unha recarga de enerxía positiva ao teu redor. Se queres, propóñoche dez pímulas para axudarche a poñer en valor a túa motivación...

08



**“Se un caníbal
ten mercado,
cómo non o
vas a ter ti?”**

- Mónica Mendoza -

a motivación

EN DEZ PUNTOS

1. soñadora

Unha persoa motivada é unha persoa soñadora que é capaz de comprometerse cos seus sonhos. É alguén que cre que utopía é tan só unha palabra chea de prexuizos.

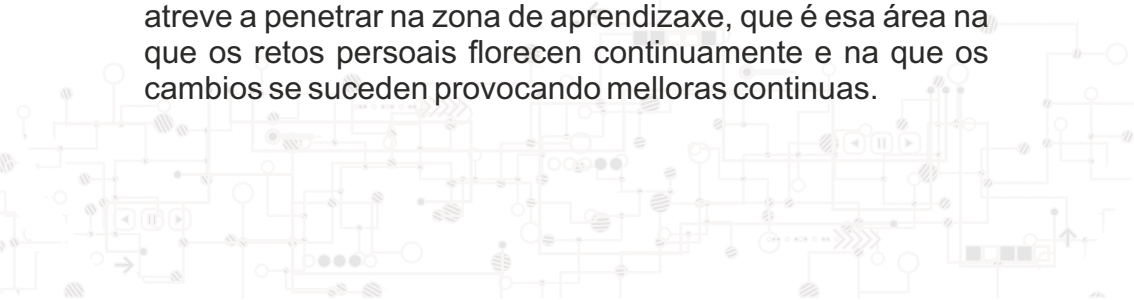
09

2. positiva

Unha persoa motivada é unha persoa con actitude e pensamento positivo que vai pola vida cun sorriso nos beizos e que cre que pode conseguir todo o que se propoña.

3. intrépida

Unha persoa motivada é unha persoa que é capaz de aventurarse a ir máis aló da súa zona de confort e que se atreve a penetrar na zona de aprendizaxe, que é esa área na que os retos persoais florecen continuamente e na que os cambios se suceden provocando melloras continuas.



a motivación

EN DEZ PUNTOS

4. feliz

Unha persoa motivada é unha persoa que busca sen medo a felicidade, que se atreve a ser feliz aprendendo a concentrarse no que ten e pensando só no que realmente necesita.

5. satisfeita

Unha persoa motivada é unha persoa que goza co que ten e co que fai e que se coida dos excesos de control e apego. É alguén que, lonxe de concentrarse no que lle falta, congratúlase polo que a satisfai e o que posúe.

10

6. ambiciosa

Unha persoa motivada é unha persoa que pensa de maneira ordenada nas súas necesidades, sen esquecerse de visualizar as súas metas e de aliñar os obxectivos precisos para alcanzalas.

7. proactiva

Unha persoa motivada é unha persoa que aprende a sortear os que se empeñan en convencerlo de que nada é posible, de que nada é mellorable e de que nada é alcanzable. É alguén proactivo que non se deixa guiar pola reactividade nin se deixa influír pola radioactividade das persoas tóxicas que se empeñan en empequenecelo.

a motivación

EN DEZ PUNTOS

8. DESBLOQUEADORA

Unha persoa motivada é unha persoa afeita a inhibir os bloqueadores da felicidade, que son a ansiedade, a seguridade, o desexo e o medo.

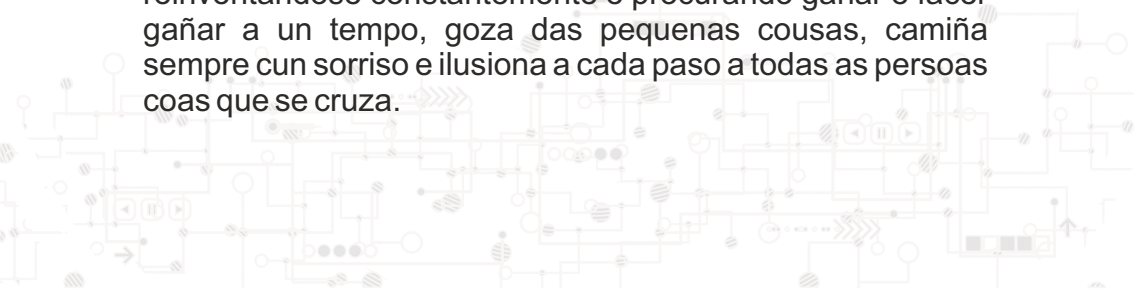
9. DES(α)PRENDIDA

Unha persoa motivada é unha persoa afeita a desaprender para aprender. Que desaprende como ser perfecta, porque sabe que na imperfección está a diferenza. Que desaprende como ser correcta, porque sabe que na asertividade está a verdade. Que desaprende como ser certa, porque sabe que no erro está a refutación que orienta cara á razón. Que desaprende como ser intolerante, porque sabe que na tolerancia está a pluralidade que maximiza o coñecemento.

11

10. INTELIXENTE

Pero, sobre todo, unha persoa motivada é unha persoa que recarga constantemente a súa enerxía e a dos demais a través dos seus hábitos. E así, sen postergar, reinventándose constantemente e procurando gañar e facer gañar a un tempo, goza das pequenas cousas, camiña sempre cun sorriso e ilusiona a cada paso a todas as persoas coas que se cruza.



a motivación

NUNHA INFOGRAFÍA

Pensa
en positivo

Visualiza
o (s) teu(s) obxectivo(s)

Saborea
o que fas

Enfoca
a túa Misión

Persegue
a túa Visión

12

**“Un optimista
sempre ve un
camiño.
Un pesimista
sempre ve unha
escusa”**

CREATIVIDADE

HABIL IDADE(S)



PRINCIPAIS COMPETENCIAS BRANDAS PARA
DESENVOLVER O NOSO TALENTO E
MULTIPLICAR O NOSO VALOR

XUNTA DE GALICIA

HABILIDADE(S)

CREATIVIDADE

HABIL IDADE(S)

PRINCIPAIS COMPETENCIAS BRANDAS PARA
DESENVOLVER O NOSO TALENTO E
MULTIPLICAR O NOSO VALOR

02

_ CREATIVIDADE
A ARTE DE
DAR LLE AO **COCO**

A CREATIVIDADE

Un día, situado fronte a unha das grandes iconas clásicas da creatividade, *O Pensador* de Rodin, comprendín unha cousa... Que máis aló de ser un don natural ou unha característica xenética, a arte de pensar seguramente é unha cuestión de actitude. E non me refiro a que precise de certa posición corporal como a da escultura. Pero, en certo xeito, si. É que para que as ideas flúan seguramente se teña que adoptar a postura

“Descubrir non é atopar novas vistas. É mirar con novos ollos.”

- Marcel Proust -

de poñerse a pensar. E que mellor efíxie para evocala que alguén sostendo todo o peso do seu cerebro sobre o seu queixo? E é que a creatividade non é un don. Máis ben require dun grande esforzo.

Para converterte nunha persoa creativa debes procurar analizar a realidade con obxectividade, libre de subxectividades e paixóns. Debes entender que as túas vivencias, experiencias e intuicións son

nesgadas e, en certo xeito, coartan a túa maneira de crear. Debes, por tanto, illalas e prescindir de moitas delas á hora de pensar. Debes aplicar o sentido común e a lóxica sen sucumbir a argumentos pesimistas ou optimistas. E debes buscar a orixinalidade para partir do pensamento lateral, unha maneira de conectar ideas que é capaz de poñerse a pensar máis aló da visión frontal dos procesos de razoamento estándares. Atrévete a pensar diferente? A continuación, resumimos en dez puntos como podes empezar a facelo.



“Cada vez que penetres no bosque, acharás algo novo”

- Graham Bell -

a creatividade

EN DEZ PUNTOS

1. crear é querer

A creatividade non é un don natural nin un xene presente no noso xenoma. É unha habilidade. E, como tal, practícase, exercítase e desenvólvese. Non permitas que nunca ninguén, nin sequera ti mesmo, diga que non es unha persoa creativa. Se queres, podes.

19

2. crear é enfocar

Unha persoa creativa achega e importa ideas, enfoca o seu pensamento cara a un obxectivo concreto, apóiase noutras persoas para mellorar a súa creatividade, pensa constantemente en como mellorar o mundo a partir das ideas e, en todo o proceso, só activa as neuronas que necesita, pensando así de maneira eficiente.

3. crear é crer

Unha persoa creativa cre. Cre en si mesmo e no seu potencial creador. E crendo crea, pois de pouco vale poñerse a pensar se non se crea nada a partir das ideas. E, ao crear, crece e fai crecer os demais. “Crer para crear e así crecer”. Este é o gran mantra da creatividade.

a creatividade

EN DEZ PUNTOS

4. crear é cambiar

Unha persoa creativa ama o cambio e sempre está disposta a abandonar a súa zona de confort para saltar á zona de aprendizaxe, de xeito que activa constantemente o seu pensamento de maneira proactiva.

5. crear é combinar

Unha persoa creativa pon o hemisferio esquerdo do seu cerebro, o máis analítico e racional, ao servizo do dereito, o máis creativo e discursivo. Non trata de escoller entre ambos. Procura combinalos. E, deste xeito, espreme as súas ideas sen deixar de analízalas con racionalidade.

20

6. crear é analizar

O primeiro que debe facer unha persoa para tratar de aproveitar toda a creatividade que leva dentro é enfocar o obxectivo do seu proceso creativo, concentrarse nos feitos e procurar analízalos con obxectividade. A isto chamámoslle “pensar en branco”.

7. crear é obxectivar

Unha vez orientado o proceso e analizada a realidade con obxectividade, a persoa creativa debe abstraerse de todo aquilo que a apasiona e aparcas a subxectividade das súas vivencias, as súas sensacións e as súas intuicións. A isto chamámoslle “desaprender en vermello”.

a creatividade

EN DEZ PUNTOS

8. crear é razoar

Analizados os feitos e controladas as paixóns, a persoa creativa debe aprender a ordenar as súas ideas aplicando a lóxica. Para iso debe ser capaz de equilibrar dúas forzas de signo contrario. Unha é a lóxica positiva, que tende a facerlle ver o vaso sempre medio cheo. Outra é a lóxica negativa, que sempre lle presenta o vaso medio baleiro. A isto chamámoslle “pensar a medio camiño entre o amarelo e o negro”.

21

9. crear é irromper

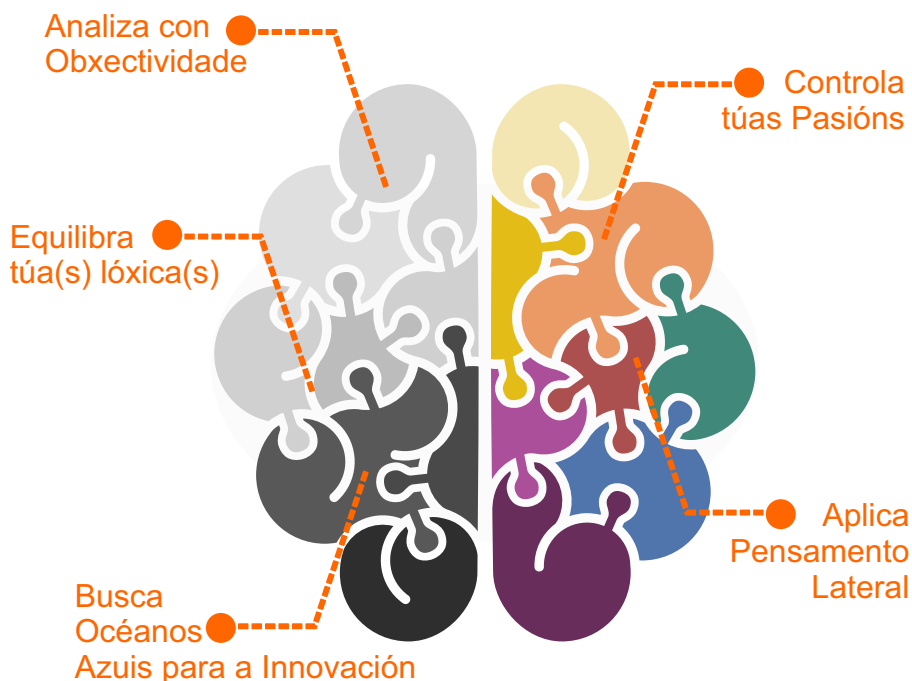
Analizados os feitos, controladas as paixóns e equilibrada a lóxica, chega o momento de deixar fluír as ideas. Pensa como converter unha ameaza nunha oportunidade, como satisfacer unha necesidade insatisfeita, como mellorar unha experiencia, como aplicar un servizo a outro sector, como hibridar un produto... Pensa. É gratis. A isto chamámoslle “pensamento lateral”.

10. crear é explorar

E ao pensar non te esquezas nunca de mirar alí cara a onde outras persoas non miraron. Non creas que xa está todo inventado. De ser así, non seguirían existindo innovacións. Pensa que sempre hai un océano azul virxe ategado de bancos de peixes que están a esperar a que alguén os descubra e os pesque. Esa é a actitude!

a criatividade

NUNHA INFOGRAFIA



22

**“Non fracasei.
Descubrín dez
mil maneiras
de facelo que
non funcionan”**

- Thomas Edison -

NEGOCIACIÓN

HABIL IDADE(S)

An abstract graphic featuring a blue silhouette of a human head in profile, facing left. The head is composed of two shades of blue. Overlaid on the head and extending upwards are several overlapping squares in various colors: orange, yellow, green, light blue, and pink. The squares are arranged in a way that they appear to be floating or attached to the head.

PRINCIPAIS COMPETENCIAS BRANDAS PARA
DESENVOLVER O NOSO TALENTO E
MULTIPLICAR O NOSO VALOR

XUNTA DE GALICIA

HABILIDADE(S)

NEGOCIACIÓN

HABIL IDADE(S)

PRINCIPAIS COMPETENCIAS BRANDAS PARA
DESENVOLVER O NOSO TALENTO E
MULTIPLICAR O NOSO VALOR

03

_NEGOCIACIÓN
SOLUCIÓN
NEGOCIADAS

A NEGOCIACIÓN

A negociación é unha das primeiras habilidades que un ser humano aprende. E é que, ao pouco de nacer, decátase de que chorando consegue cousas. Esa é unha arma poderosa para os escasos recursos dunha persoa acabada de nacer! Unha estratexia que aprende pouco a pouco. Apréndeo por repetición. Por proba erro. Apenas me comunico —pensa. Pero, ao chorar moitas veces, obteño o que quero. É un bo motivo para chorar, non cren?

“Mellor ser un constructor mediocre que un criticador fóra de serie”

- Tom Peters -

Logo crece. E, conforme o fai, dáse conta de que a estratexia vai perdendo eficacia. Pero vai gañando noutras habilidades. Unha delas é a capacidade de negociación. Primeiro seguramente escoita, observa, comprende e aprende maneiras de conseguir o que quere. Pero rapidamente se decata de que a vida ten moito de regateo. Que moitas veces se necesita ceder para conseguir.

“Se me dás tal cousa, prométoche tal outra”. E así empeza o xogo. Pouco despois, entende que non sempre se pode conseguir todo o que se quere e que, moitas veces, hai que priorizar, é dicir, debemos ceder algo menor para conseguir un ben maior. E aprendemos como facelo. Todo é cuestión de necesidades. Todo é cuestión de intereses. Todo é, en certa maneira, un *quid pro quo*, un latinismo básico para comprender a arte de negociar.

Pero se hai unha lección maxistral á hora de aprender a negociar é a teoría das ganancias recíprocas ou da intelixencia. E é que non hai nada máis importante á hora de solucionar conflitos ca procurar gañar facendo gañar a todas as partes. Iso é ser intelixente! E non hai mellor maneira de chegar a acordos que poñelo en práctica con credibilidade, empatía, principios e confianza.



“Negociar é máis que gañar”

a negociación

EN DEZ PUNTOS

1. Tipos De conflitos

A persoa con habilidade negociadora comprende que nin todos os conflitos son iguais nin todos admiten o mesmo tipo de solución, e é consciente de que a súa capacidade de negociación mellorará conforme se enfronte a máis conflitos e en tanto que comprenda a eficacia dos distintos tipos de solucións.

29

2. aliñar intereses

Gran parte dos seus dotes negociadores faranse depender da súa capacidade para aliñar as necesidades e os intereses das partes en conflito. Así, unha persoa negociadora, máis que ter espírito gañador, debe aspirar a posuír unha extraordinaria habilidade conciliadora.

3. negociar é coñecer

Negociar é entender as partes e comprender o que buscan. É satisfacer o interese de quen lle dá prioridade a gañar máis. É incrementar a autonomía de quen busca autosuficiencia. É regalarlle tempo a quen se sente apresurado. É propiciarlle unha mellora a quen desexa progresar. É outorgarlle seguridade a quen se sente inseguro. Negociar é coñecer.

a negociación

EN DEZ PUNTOS

4. Tender pontes

Negociar é comprender o perfil de cada negociador. É propiciarlle oportunidades de regateo e risco ao negociador que lle gusta xogar. É propoñerlle solucións orixinais ao negociador creativo. É darlle motivos ao negociador motivado. É formularlle preguntas con resposta ao negociador indagador. É tenderlle pontes ao negociador enxeñeiro...

5. negociar é namorar

30

A negociación, como toda nobre arte, tamén ten unhas regras de ouro. A primeira é escoitar para coñecer, resumir e comprender as partes. A segunda é ceder, xa que para a boa saúde dun acordo non se debe esixir sen estar disposto a entregar. A terceira é orientar a negociación cara a uns obxectivos que, ademais, se deben priorizar. A cuarta é observar porque un mal observador é un mal negociador. E a quinta é persuadir, porque quen non namora non conquista.

6. negociar é acordar

Unha vez entendidos os intereses, o perfil de cada parte e as regras do proceso, o negociador debe avanzar cara ao acordo. Un acordo desexable é aquel que resulta óptimo para os nosos intereses, un acordo de reserva é a nosa segunda mellor opción, un acordo de mínimos é o que ten en conta as esixencias mínimas que debemos manter e MAAN é á mellor alternativa a un non acordo, dito doutro xeito, ao último que aceptaríamos se consideramos que é peor levantarse e marchar sen acordo ningún.

a negociación

EN DEZ PUNTOS

7. negociar é conceder

Negociar é descubrir o factor motivador primario da negociación para non desviarse del. Para iso débense coñecer as necesidades, desexos e intereses de cada parte, así como a estrutura de priorización de cada unha desas tres variables. Sen ter claras estas estruturas, é imposible valorar con lóxica as concesións e pretensións de cada parte.

8. crear un Bo clima

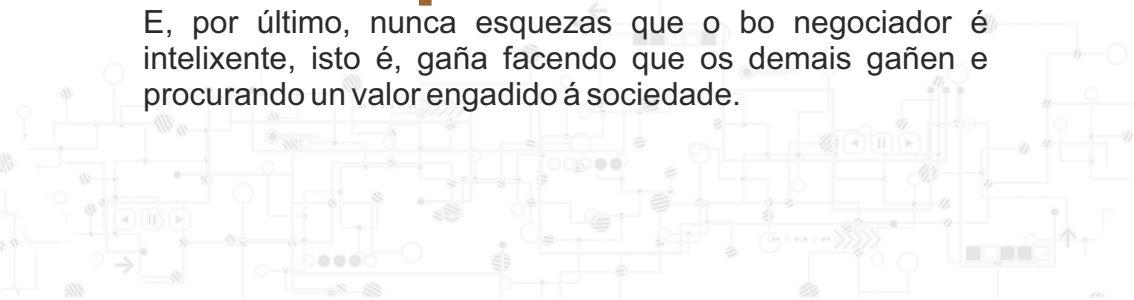
A arte do bo negociar convida a (re)crear un bo clima de negociación, a articular unha corrente de empatía entre as partes, a expoñer as vantaxes de cada cesión e cada petición, a ilustrar con claridade o camiño e describir para a conquista de cada obxectivo e a ofertar dando sempre seguridade.

9. negociar é aproximar

Coñeces a regra do nunca? Pois nun proceso de negociación nunca chantaxeas, nunca axuíces e nunca discutas, o que é distinto a debater. Lembra. Negociar non é gañar. É acordar.

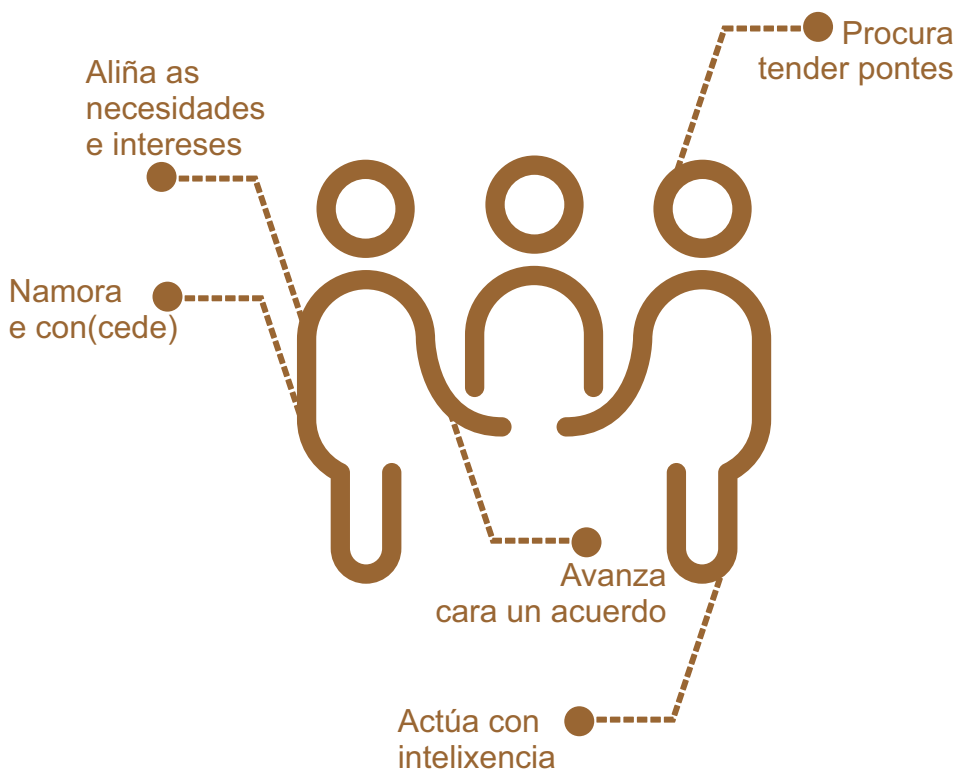
10. aplica a intelixencia

E, por último, nunca esquezas que o bo negociador é intelixente, isto é, gaña facendo que os demais gañen e procurando un valor engadido á sociedade.



a negociación

NUNHA INFPGRAFÍA



32

**“O intelixente
é, gañando,
facer gañar
aos demais”**

- Carillo Cipolla -

PERSUASIÓN

HABIL IDADE(S)



PRINCIPAIS COMPETENCIAS BRANDAS PARA
DESENVOLVER O NOSO TALENTO E
MULTIPLICAR O NOSO VALOR

XUNTA DE GALICIA

HABILIDADE(S)

PERSUASIÓN

HABIL IDADE(S)

PRINCIPAIS COMPETENCIAS BRANDAS PARA
DESENVOLVER O NOSO TALENTO E
MULTIPLICAR O NOSO VALOR

04

_PERSUASIÓN CLAVES PARA CONQUISTAR

A PERSUASIÓN

Unha persoa persuasiva é aquela que sempre atrae os demais coa súa presenza e cos seus argumentos. Poderíamos chamarlle sedutora ou conquistadora? Seguramente. Pois, malia seren palabras diferentes, a súa significación aproxímase moito, sobre todo se atendemos á habilidade á que nos queremos referir, que é a de imantar ou adherir; a que contén a esencia de actividades tan cruciais como a comercialización ou a convicción.

**“Como podemos
soñar con algo
grandioso? Como
facer soñar a todos
os que nos rodean?”**

- Nelson Mandela -

En certo xeito, unha persoa persuasiva ten moito de ilusionista, pois é capaz de xerar e de facer perceptible unha ilusión. Pero tamén ten moito de fascinadora, pois adoita xerar expectación e provocar asombro coa súa actividade. E mesmo de conquistadora, pois é capaz de alcanzar metas que antes parecían imposibles e de acabar por colonizar o que previamente semellaba inalcanzable.

38

Cal é o protocolo ou o *modus operandi* dunha persoa persuasiva? O acrónimo AIDA sintetízao moi ben. Din que o primeiro que hai que facer para persuadir é chamar a atención (A) dun modo coherente. Isto é, sen extravagancias nin estridencias. Sen atención, é imposible avanzar cara á segunda fase da persuasión: a de suscitar interese (I). E é que, como alguén se vai interesar polo que outra persoa ofrece se antes non o ve e non repara niso? Unha vez desatado o interese, é normal que empecen as preguntas. Para pasar de fase, as respostas a esas preguntas teñen que provocar un desexo (D). Porque, se non son satisfactorias, o interese non crecerá, non se converterá en desexo e non fará posible chegar á cuarta fase: a de acción (A), que é o que realmente busca a persoa persuasiva.



**“Queres pasar o resto da
vida vendendo auga azucarada
ou vés comigo a cambiar
o mundo?” | Steve Jobs**

a persuasión

EN DEZ PUNTOS

1. Boa impresión

Unha persoa persuasiva busca causar unha boa impresión procurando preservar en todo momento ese mantra que di: “Non hai unha segunda oportunidade para causar unha primeira boa impresión”.

39

2. CLima persuasivo

Unha persoa persuasiva trata de recrear ao seu redor un clima propicio coidando o seu sorriso, establecendo un contacto visual apropiado, practicando a escoita activa, comunicando cun ton e un volume agradable e adoptando unha expresión corporal atractiva que coide a distancia interpersoal.

3. empatía comunicativa

Unha persoa persuasiva escoita de maneira activa sen vulgar, entende os demais servíndose da empatía e comunica usando unha linguaxe comprensible e asegurándose sempre de que se entenda o verdadeiro significado das súas mensaxes.

a persuasión

EN DEZ PUNTOS

4. presta atención

Unha persoa persuasiva, máis que reclamar atención, préstaa. E para atender procura entender. E para entender fai preguntas oportunas nos momentos oportunos. Porque alguén persuasivo é alguén comprensivo, intempestivo e atento.

5. equiLiBrio sedutor

Unha persoa persuasiva é auténtica, coherente e equilibrada. É alguén que seduce coa súa maneira de ser, que se comporta seguindo unha lóxica e que non sucumbe ao desequilibrio dos extremos, xa que é consciente de que a virtude adoita estar no medio.

40

6. HoneSTiDade resolutiva

Unha persoa persuasiva é honesta, sincera e resolutiva. Enfádanos a mentira e sedúcenos a verdade. Asústannos as dúbidas e gústannos as solucións. Por iso, as persoas persuasivas deben proporcionar seguridade e achegar solucións desde a sinceridade e a honestidade.

7. extraverterse

Unha persoa persuasiva ofrece máis do que se espera, comprométese sen pedir nada a cambio e namora a partir da autoridade que se desprende da súa solvencia. Extravértese. E, ao darnos un extra, sorpréndenos. É xenerosa, non reclama. E non impón, propón e demostra, co que gaña autoridade.

a persuasión

EN DEZ PUNTOS

8. emociona

Unha persoa persuasiva emociona. E para facelo utiliza catro estratexias básicas: sorrí e fai sorrir, comparte os seus valores, narra historias e procura facer partícipes a todas as persoas que a rodean.

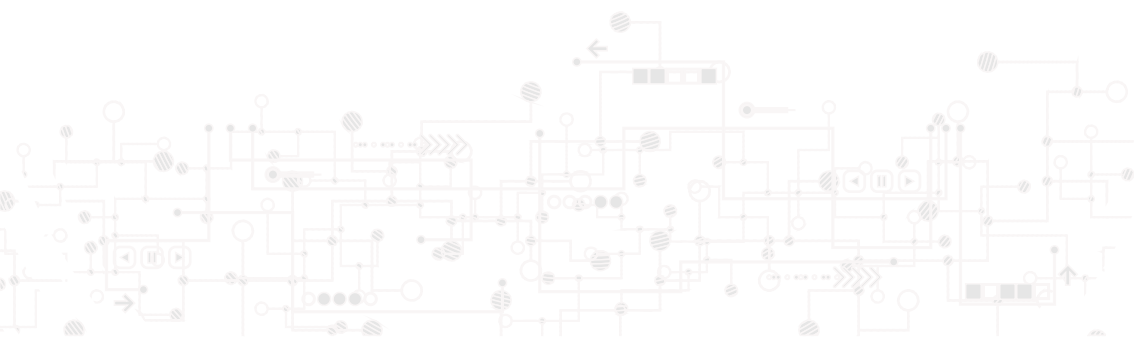
9. XESTionar crise

Unha persoa persuasiva sabe xestionar os enfados con mestría. E para facelo procura manter a calma, comprender o que esperan os demais de cada situación e dar solucións ás inquietudes de cada parte, pedindo desculpas sempre que crea que deba facelo.

41

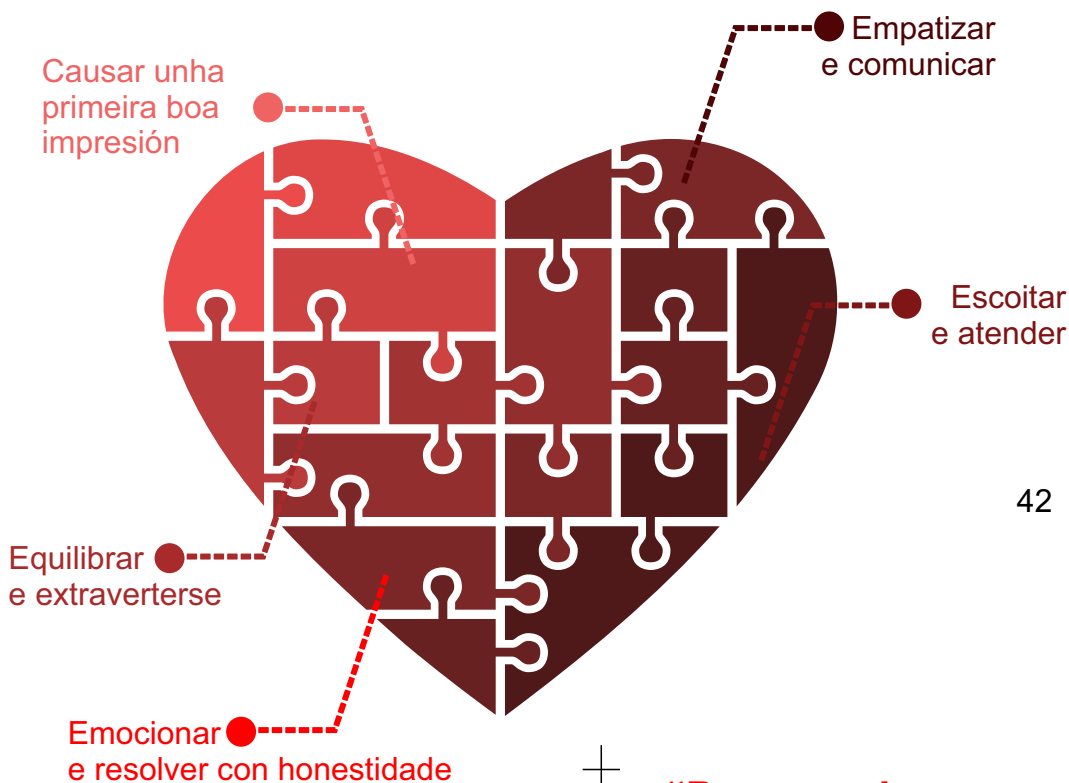
10. virtudes persuasivas

Unha persoa persuasiva cumpre o que promete, mantén unha actitude positiva e trátate coma se foses a persoa máis importante do mundo, antepoñendo o interese colectivo ao individual. É obxectiva, asertiva, resiliente, conciliadora, empática, crible, simpática, responsable, positiva e xusta.



a persuasión

NUNHA INFOGRAFÍA



42

“Para vender, a clave está no intanxible emocional do vendedor. Na súa capacidade de motivar e contaxiar”

- Gay de Liébana -

COMUNICACIÓN

HABIL IDADE(S)

An abstract graphic of a human head profile in blue, facing left. The head is composed of several overlapping, semi-transparent colored squares in shades of blue, green, yellow, orange, and pink, creating a layered effect. The squares are arranged to form the shape of the head, with some squares appearing in front of others, giving it a three-dimensional feel.

PRINCIPAIS COMPETENCIAS BRANDAS PARA
DESENVOLVER O NOSO TALENTO E
MULTIPLICAR O NOSO VALOR

XUNTA DE GALICIA

HABILIDADE(S)

COMUNICACIÓN

HABIL IDADE(S)

PRINCIPAIS COMPETENCIAS BRANDAS PARA
DESENVOLVER O NOSO TALENTO E
MULTIPLICAR O NOSO VALOR

_COMUNICACIÓN
CONSEGUE QUE A TÚA
MENSAXE CHEGUE

A COMUNICACIÓN

Transmitir ou non transmitir. Chegar ou non chegar á túa audiencia. Esa é a cuestión! Pero, cal é a mellor maneira de facelo? Depende da distancia cos interlocutores, dos medios, dos métodos e das habilidades de cada persoa. Pero hai certas regras comúns que merece a pena aprender.

“Para atopar unha agulla nunha palleira non busques a agulla. Retira a palla”

- Anxo Pérez -

É importante saber que a primeira regra para comunicar é aprender a escoitar. Igual que é esencial comprender que case todos, á hora de comunicarnos cos demais, experimentamos certa sensación de medo. Medo a non ser capaz de transmitir, medo ao ridículo, medo á incomprensión, medo á desconexión... Non o conseguirás se non o tentas. Así que hai que aprender a convivir con ese medo, a dominalo e a lanzarse a comunicar.

48

Para facelo hai que pensar nunha obertura de luxo. Un saúdo breve, unha presentación curta, unha idea clara e unha mensaxe directa poden axudarche a arrincar. Para desenvolver a túa intervención pensa en frases curtas de suxeito, verbo e predicado. Procura ser unha persoa asertiva e directa. Coida as túas palabras. E sorrí. Os xestos comunican tanto como as letras.

Se te aventuras a compartir a túa mensaxe cun grupo de persoas máis numeroso, procura ser orixinal na presentación, enérxico na exposición, actualizado en contidos e minimalista en recursos. Unha boa diapositiva é moito mellor ca tres mediocres. Un bo parágrafo é moito máis efectivo ca tres de recheo. E unha liña que dea resposta a unha pregunta é moito mellor ca tres que sementen máis dúbidas. A continuación, compartimos un decálogo que nos axudará a comunicar con solvencia...



“Tres minutos é o tempo necesario para crear química ” | Hurry Date

a comunicación

EN DEZ PUNTOS

1. as Tres DISTancias

Á hora de comunicar, temos que coidar a comunicación en tres distancias. A comunicación na distancia curta, que é a que se establece no trato cara a cara. A comunicación na distancia media, que é a presencial ante audiencias. E a comunicación na distancia longa, que é aquela na que intervén un medio de comunicación.

49

2. Simple, CLaro, Directo

Quen comunica debe vencer o medo, reducir os filtros, eliminar os seus prexuízos e axustar os tempos. Unha vez feito isto, debe empezar a súa intervención dicindo de que vai falar e procurando transmitir unha idea sinxela, clara e directa, mediante un estilo ben definido e perfectamente orientado a quen vai escoitar a súa mensaxe. Para iso é moi importante coñecer a audiencia.

3. Linguaxe(S) COIDAADA(S)

Escoller as palabras é tan importante como escoller os xestos. Coida a túa linguaxe verbal e tamén a non verbal. E, sobre todo, procura que non se contradigan.

a comunicación

EN DEZ PUNTOS

4. formas amables

Na distancia curta, a comunicación empeza por aprender a escoitar e a sorrir antes de falar. Logo, sempre hai que presentarse. A continuación, é a hora de empezar a dialogar con amabilidade e asertividade. A clave está en ser amable nas formas e firme na exposición.

5. (Des)aprende

Para dominar a comunicación na distancia curta é importante aprender... Aprender a criticar os feitos e non as persoas, a pedir desculpas cando alguén se equivoca, a formular preguntas antes que acusacións, a solicitar antes que ordenar, a preguntar polo que non se entende e a atopar unha atalaia da que falar cando algo se tensa.

50

6. palabras máxicas

Hai tres palabras chave que axudan á comunicación. Son máxicas! Non as esquezas nunca e pronúnciaas sempre que poidas. Conseguen resultados extraordinarios. Son: por favor, perdón e grazas.

7. articula ben

Na distancia media, a articulación do grupo é moi importante. Para fluidificala, debes coidar onde sitúas a cada interlocutor, anticipar as preguntas que xurdirán e buscar a resposta adecuada antes de que xurdan e tratar de ser unha persoa xenuína.

a comunicación

EN DEZ PUNTOS

8. Tres Dimensións

Á hora de comunicar ante un grupo procura, na medida do posible, que todas as persoas interactúen; a xente lembra, sobre todo, aquilo no que participa. E coida sempre estar pendente de tres dimensións: do que se di, do que non se di e do que se quere dicir.

9. repite a mensaxe

Na distancia longa, lembra cinco cousas: o interesante adoita primar sobre o importante; a percepción vale máis ca o argumento; a comunicación constrúe a mensaxe, pero é a promoción a que o mantén; lembra que cada medio ten o seu uso: a prensa inflúe, a radio informa, a televisión entretén e a rede fluidifica, e nunca esquezas que a base da comunicación consiste en repetir a mensaxe.

51

10. SINTETIZA

Para acabar, tres regras básicas: se non tes nada que dicir, mellor non o digas; se tes algo que contar, utiliza palabras comúns, non esquezas que a xente desconfía do que non entende, e lembra sempre: en comunicación menos é máis. Tres palabras mellor ca dez, cinco liñas mellor ca seis, unha imaxe mellor ca mil. Comunicar é sintetizar.



a comunicación

NUNHA INFOGRAFÍA

Mensaxe simple,
clara e directa

Linguaxe(s)
coidada(s)

Formas
amables

Coida as
tres dimensións

Sintetiza e
repite a mensaxe

52

**“Se non formulas
as preguntas,
como obterás
as respostas?”**

- Joaquín Lorente -

