



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE PSICOLOGÍA

DIVISIÓN DE ESTUDIOS PROFESIONALES

**“CAPACITACIÓN DEL LENGUAJE CORPORAL PARA POTENCIALIZAR
COMPETENCIAS DE LIDERAZGO Y COMUNICACIÓN EN UN INSTRUCTOR.”**

TESINA
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN PSICOLOGÍA

PRESENTA:
EDER BARRERA MARTÍNEZ

DIRECTOR: MTRO. JUAN VARELA JUÁREZ
REVISOR: MTRO. GABRIEL JARILLO ENRÍQUEZ

México, Distrito Federal Mayo 2015





Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradecimientos

Gracias a Dios. Estoy eternamente agradecido a todas aquellas personas que confiaron en que podría terminar una carrera profesional. Gracias a mi familia que siempre ha sido mi apoyo, mi Papá, mi Mamá, mi Hermano, y quién me ama y me acompaña; gracias por todo su apoyo en mi vida.

Gracias a todos los profesores que me transmitieron su conocimiento durante la carrera y a todo el grupo del Sínodo que hacen posible que personas como yo siempre tengan el ánimo de estudiar y salir adelante.

Increíblemente agradecido a la Universidad Nacional Autónoma de México.

Índice.

Justificación.....	1
Resumen.....	3
Introducción.....	4
Marco Referencial.....	6
Capítulo I. La Capacitación de Personal.....	6
1.1 Definición y características.....	6
1.2 Características del Instructor.....	11
1.3 Desarrollo del aprendizaje.....	13
1.4 Conclusión.....	15
Capítulo II. El lenguaje Corporal.....	16
2.1 Definición y características.....	16
2.2 Elementos del lenguaje Corporal.....	21
2.3 Lenguaje Corporal y Competencias.....	27
2.4 Conclusión.....	28
Capítulo III. Competencias Laborales del Capacitador o Instructor.....	30
3.1 Definición y características.....	30
3.2 Elementos Competencia Liderazgo.....	32
3.3 Elementos Competencia Comunicación.....	35
3.4 Desarrollo de Competencias.....	38
3.5 Conclusión.....	42
Capítulo IV. La imagen Pública del Capacitador o Instructor.....	43
4.1 Definición y características.....	43
4.2 Axiomas de la Imagen Pública.....	47
4.3 Imagen Pública Exitosa.....	48
4.4 Componentes de la Imagen Pública.....	51
4.5 Conclusión.....	52
Propuesta.....	53

Limitaciones.....	56
Discusión.....	56
Referencias.....	59
Anexos.....	62

Justificación.

Suele pasar que en el momento de preparar futuros y prometedores Instructores, solo se haga énfasis en la enseñanza de solo identificar las claves de comportamiento en capacitandos o personas enfrente de un salón, pero no se practica regularmente un apartado para autoanalizar el lenguaje corporal y facial proyectado a los demás, ya sea en situaciones simuladas o reales.

Muchos Instructores posiblemente se les enseñó a observar al público y la manera de reaccionar por lo ocurrido al frente de un aula de capacitación, pero puede no haberse enseñado del todo bien a identificar y analizar las formas de conducta mostradas en un momento determinado, como es el que un capacitador muestre las mejores formas de actuación delante de un grupo de personas observando, y mucho menos a cómo poder mejorar el propio lenguaje corporal para causar un impacto todavía más favorable en las personas.

Entonces la Capacitación especializada en Lenguaje Corporal y Facial dirigida a Instructores en preparación, pioneros o algunos ya expertos; impactará de manera significativa el desarrollo de las Competencias de Liderazgo y Comunicación, viéndose beneficiadas las formas actuar e interactuar con cualquier persona, trabajador o un grupo.

Se dirige esta capacitación a futuros, principiantes o expertos Instructores, por la razón de tener la gran responsabilidad del logro de los resultados y del desarrollo del equipo de trabajo, dentro de una capacitación planeada; así como de lograr un impacto en los objetivos de la Organización correspondiente, atendiendo a una Detección de Necesidades de Capacitación (DNC), y todo lo anterior será posible teniendo en cuenta la importancia de desarrollar la habilidad de detectar propias y ajenas formas de expresión faciales y corporales, a autoanalizarlas y mejorarlas con el fin que ayuden a impactar a la propia imagen personal proyectada ante los demás, además de poder ser visto de manera más profesional y exitosa, reforzando el propio lenguaje verbal con expresiones corporales adecuadas, que

darán mejoría a las formas comportamiento como buen Líder y lograr comunicarse mejor frente a otras personas.

El sustrato es visualizar problemáticas, ideas, posturas, opiniones o actitudes tanto no sean expresadas de manera verbal por una o más personas, pero sí las demuestren mediante el lenguaje corporal (con sus gestos, micro-expresiones, posturas, acciones, vestimenta, etc.), y de alguna manera impidan o retrasen el ritmo de trabajo, logrando el Instructor tomar las medidas necesarias y responda de la mejor manera, al beneficio del logro de las metas.

La idea es tanto más conocimiento tenga un Instructor, en cómo pueda identificar y mejorar su propio comportamiento e imagen mediante el uso adecuado del lenguaje corporal, antes situaciones laborales importantes ya sean positivas o negativas; causará un impacto en el desarrollo de la competencia de liderazgo y comunicación.

Resumen

Para la formación de Instructores o Capacitadores que inician o desean potencializar sus competencias de Liderazgo y Comunicación en el ámbito profesional, se propone que mediante la impartición de un curso de Capacitación sobre la enseñanza del Lenguaje Facial y Corporal Humano, sea una herramienta para potencializar habilidades personales necesarias en el ámbito laboral, o al momento de colaborar con distintos grupos de personas; con la finalidad de obtener un beneficio en el incremento de propias competencias como buen líder y reforzar las formas de comunicación verbal con la no verbal, resultando beneficioso en el desempeño laboral con la forma de comportamiento con los demás. Dicha herramienta dotará al Instructor, mejor capacidad para detectar claves en el comportamiento propio y ajeno mediante el lenguaje no verbal, ayuden a identificar y resolver de la mejor forma, diversas circunstancias limitantes al cumplimiento de los objetivos, así como proyectar una mejor imagen profesional y exitosa de un Capacitador.

Introducción

Hoy en día la competencia en el mundo laboral es sumamente importante, se hace gran énfasis a los profesionistas adquieran experiencia y habilidades que respalden y garanticen el éxito en las actividades diarias y los hagan sobresalir del resto. Por ello se presenta el papel de los famosos Facilitadores del conocimiento, también llamados Capacitadores o Instructores, cuyo trabajo consiste en brindar un espacio y tiempo para transmitir un conocimiento general o especializado apegado a las necesidades existentes de alguna organización.

La situación actual radica tanto los mejores capacitadores o instructores, son los que demuestran tener ciertas competencias laborales, y propicien el éxito en la impartición de sesiones de capacitación a cierto número de personas en particular. No obstante las competencias se consolidan a través de conocimientos, habilidades, actitudes y experiencias, y el experto vaya desarrollando en su carrera y pueda ser sobresaliente en su trabajo.

El presente trabajo presenta una herramienta, para ayudar al Instructor a potencializar sus competencias de Liderazgo y Comunicación, la cual es el desarrollo de la habilidad de conocer, reconocer e identificar el Lenguaje Corporal y Facial Humano. Aquí se conocerá que un principiante o futuro Instructor, a través de recibir una capacitación especializada en Lenguaje Corporal, conocerá cómo el cuerpo y la cara reaccionan ante diversas situaciones, ya sean positivas o negativas, con el propósito de descubrir las claves en el comportamiento para mejorar las formas en que se actúa, se relaciona y comunica frente a las demás personas. Además servirá al capacitador para reconocer su imagen personal, la cual deberá cubrir con todos los requisitos y protocolos sociales, para mostrar ser un Capacitador confiado, comprometido, profesional y exitoso.

A través de un análisis teórico se expondrá la importancia de la Capacitación, dirigida específicamente a Instructores, ya sea en formación o expertos, y el significado del Lenguaje Facial y Corporal y su utilidad, también reconocerlo como

herramienta para potencializar las competencias de Liderazgo y Comunicación, y justificar que el Lenguaje Facial y Corporal ayuda en la imagen misma del Instructor inmerso en un ambiente organizacional.

La estructura de la Tesina se divide en cinco capítulos. El primer capítulo describe el contexto de la capacitación del personal. El segundo capítulo aborda el tema central de la propuesta de la Impartición de Capacitación a Instructores sobre Lenguaje Corporal y Facial Humano. El tercero refiere al marco de las Competencias Laborales que el Instructor deberá de potencializar, y el cuarto capítulo direcciona a la importancia de la Imagen Pública que un Instructor debe proyectar.

Marco Referencial

Capítulo I. La Capacitación de Personal

1.1 DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS.

Primeramente debe hacerse mención, si bien no todos los problemas o carencias en el contexto empresarial pueden resolverse con la impartición de capacitación, sí es la guía para la adquisición de conocimientos, habilidades o actitudes nuevas. Esta nueva adquisición depende tanto de la parte quien enseña como quien las recibe, para poder ser de mejora en el personal de una organización.

Ahora bien, bajo el argumento anterior, donde la adquisición de dichos conocimientos, habilidades o actitudes dependen de ambas partes, las organizaciones laborales se preocupan por tener, o bien contratar externamente, al mejor grupo de capacitadores. Dichos capacitadores, tuvieron que recibir una formación específica de formación propiamente de Instructor, además de contar con los debidos requisitos para ejercer.

Para un instructor, ya sea en formación o con experiencia; es de suma importancia no solo saber relacionarse con las personas y su contexto, también deberá empezar por el mismo analizar y reflexionar sobre qué comportamientos, actitudes, lenguaje verbal, lenguaje corporal e imagen pública, refleja ante los demás, e inevitablemente será la percepción de la sociedad o clientes formulen de ellos como capacitadores.

De esta forma el capacitador logrará tener apropiadas formas de expresión y comportamiento, no solo mejorará su imagen y desenvolvimiento, sino se verán afectadas de manera positiva sus competencias de Liderazgo y Comunicación. El argumento que se expone para sostener dicha aseveración, es que mientras el instructor demuestre tener las mejores formas de expresión, o bien trate de fortalecerlas, los demás tendrán una mejor percepción y opinión, como al momento de colaborar en equipo o liderar. No obstante si se adquieren las correctas vías de comunicación del propio lenguaje corporal, se reforzarán los

mensajes dichos con las palabras, pues una imagen vale más a mil palabras; además el ejemplo vivo y la coherencia de lo hablado y lo hecho, es el aspecto más más valorado y puntuado positivamente por las personas.

De esta manera la forma para poder conocer, identificar o mejorar el propio y ajeno lenguaje corporal, así como potencializar las competencias de Líder y Comunicación como consecuencia de la mejora de comportamientos e imagen que se tenga antes los demás, se logra mediante la impartición de un curso especializado en Lenguaje Corporal, para aquellos quienes quieran mostrarse más profesionales, comprometidos y exitosos Instructores.

La capacitación en las empresas en los tiempos actuales, visualiza al hombre como un organismo biopsicosocial, entendiendo la palabra aprender, como la capacidad de adquirir conocimiento y resolver problemas. En el área de capacitación es necesario desarrollar habilidades para aprender y reaprender, pues la función de un Instructor es provocar la necesidad de aprender, comunicar, investigar, escuchar, dirigir y trabajar en grupos de personas que se encuentran dentro de un proceso de enseñanza-aprendizaje (Grados, 2009).

De esta forma Reza (1995) hace referencia a la capacitación como la acción de impartir sistemáticamente un conjunto organizado de contenidos teóricos y prácticos a trabajadores con cierto grado de conocimientos y experiencias previas. De esta forma se entenderá que los cursos que se imparten a las personas interesadas, se entienden como el conjunto de actividades didácticas que se desarrollan con base a un programa de capacitación o adiestramiento, delimitado en tiempo y recursos determinados. Así mismo un curso es el conjunto de actividades de enseñanza- aprendizaje cuya finalidad es que los participantes adquieran nuevos conocimientos, desarrollen habilidades o modifiquen actitudes, para tender a mejorar su desempeño en el puesto de trabajo.

Desde el punto de vista clásico, se entiende como capacitación como un proceso consciente, deliberado, participativo y permanente implementado por un sistema educativo o una organización con el objetivo de mejorar desempeños y resultados;

estimular el desarrollo para la renovación en campos académicos, profesionales o laborales y reforzar el espíritu de compromiso de cada persona para con la sociedad, y particularmente para con la comunidad en la cual se desenvuelve. Esto es lo que da vida al proceso en enseñanza del adulto de manera continua (Huberman,1999).

Grados (2009) menciona la capacitación, es una enseñanza específica para una necesidad específica que debe dirigirse a la solución de necesidades propias de cada institución. No es solo para transmitir conceptos y conocimientos generales, si no el buen entrenamiento, es la transmisión de fórmulas acerca de cómo hacer correctamente las cosas. Lo anterior no se logra únicamente con instructores externos, sino con especialistas en cada área, donde la aclaración de dudas podrá efectuarse en un contexto que es del conocimiento no solo del grupo, sino también del instructor.

Reza (1995) señala a la capacitación como una acción que tiende a proporcionar, desarrollar, o bien perfeccionar aptitudes de una persona, lo anterior es con el propósito de prepararla para que se desempeñe correctamente en un puesto específico de trabajo. De esta manera se observa la relación con distintas áreas donde el ser humano se ha desarrollado a lo largo de los años; las cuales son las cognoscitiva, psicomotriz y el desarrollo humano.

Paín (2001) menciona ante la variedad de situaciones existentes, a la capacitación como cierto instrumento de cambio, más bien como un recurso entre otros de la dirección de la empresa. La institución, como se sabe puede además de promover, reclutar, modificar sueldos, despedir, etc., para resolver problemas. Todo esto ubica a la capacitación como un elemento altamente complejo y útil.

Huberman (1999) entiende el concepto de formación permanente como una especie de *modus vivendi* de cada profesión u oficio ,lo que implicaría una actitud abierta a la preparación constante, para estar actualizado a los hechos de la vida profesional y personal.

Algunas personas la llaman capacitación en el trabajo, donde el conjunto de acciones van dirigidas a desarrollar y perfeccionar las habilidades del trabajador para el mejor desempeño de su puesto de trabajo. Otras personas le denominan capacitación o educación para el trabajo; donde los conocimientos del sistema educativo formal, se proporcionan fuera del ámbito laboral para aquellas personas que pretendan ingresar al mercado de trabajo (Reza, 1995).

En cuanto a sus características la capacitación en la organización, interviene en el contexto económico, organizacional y de relaciones socialmente complejo. Paín (2001) refiere a que se capacita en la organización en un momento preciso, bajo los estándares de la institución donde se esté, además las organizaciones son sistemas inestables, permanentemente sometidas a la presión de la competencia que se manifiesta de diferentes maneras, introduciendo un cambio tecnológico, desarrollando un producto nuevo, etc.

En el caso de la capacitación, se intenta convencer de diferentes formas a los trabajadores que cooperen, es decir, la empresa es quien va a pagar una parte y ellos van a invertir tiempo personal en su capacitación. En cuanto a la situación del público, ningún participante en un curso desconoce el tema, pues ya sabe algo aunque se oculte y a veces se disminuye para poner a prueba al instructor; saben algo porque tal vez hicieron algo o porque tienen experiencia, etc. Por otro lado los objetivos son negociados, ya que están vinculados a la acción y van de acuerdo a varios niveles. El instructor negocia con la dirección de la organización, el capacitador negocia a su vez con los participantes, pues si lo que se enseña o lo que se aprende no sirve para la acción la gente lo va a rechazar, pues la acción es lo que motiva (Paín, 2001).

En la capacitación o la educación para adultos, los objetivos pretenden metas organizacionales para la aplicación inmediata de lo aprendido. Por otro lado se utilizan una gran cantidad de métodos, los conocimientos transmitidos son concretos y se dirigen a situaciones específicas, pues el aprendizaje está basado en experiencias vivenciales (Reza, 1995).

Además Paín (2001) indica al programa de capacitación como totalmente negociado con la intención de mejorar la calidad y aprovechamiento por parte de los trabajadores, no obstante permite integrar aquello que está en la acción cotidiana. Por otro lado los contenidos de la capacitación tienen que estar traducidos en términos de acción inmediata. De esta manera con respecto al profesional de capacitación Paín (2001), menciona que hay un doble proceso en la elaboración de la identidad social, uno es la atribución de dicha identidad por parte de las instituciones, es decir, la forma cómo las personas ven al capacitador; y el otro proceso es el de interiorización, pues se refiere a la incorporación de las experiencias a la identidad de instructor.

Reza (1995) indica a la educación para los adultos, basada en objetivos instruccionales; la medición de conductas observables y de retroalimentación constante e inmediata. Por otro lado se nota a los participantes conscientes de la utilidad del proceso educativo y lo aceptan con facilidad, se estimula su cooperación, pues el tiempo de enseñanza- aprendizaje es corto.

Paín (2001) explica a la ingeniería de la capacitación, apunta a la toma de conciencia, a la explicación de todos los aspectos de la situación contextual como un elemento previo al diseño de capacitación. De esta forma se propone una metodología de trabajo que permita anticipar una serie de aspectos como es primeramente la exploración de la demanda, seguido de la elaboración del proyecto; una vez decidido se establecen las características del curso y se verifican las condiciones para que se lleve a cabo. Como elemento tercero aparece la puesta de acción y se termina con el proceso de evaluación. Todo lo anterior se muestra para lograr un éxito en el desarrollo tanto de la empresa como de los trabajadores.

La capacitación surge entonces como una necesidad, una búsqueda de respuestas a nuevas interrogantes que plantea la vida laboral, la transformación

de los contenidos o la modificación de orientaciones positivas o negativas dentro de una institución (Huberman, 1999).

1.2 CARACTERÍSTICAS DEL INSTRUCTOR.

En esta línea, Grados (2009), expone que un Facilitador es aquel profesional de la capacitación que se desempeña como catalizador o guía para descubrir nuevos conocimientos y habilidades en el trabajo. Su función principal es generar procesos autosuggestivos, creativos y productivos en los capacitandos. En la medida en que el Instructor realice dicha función, se estarán aprovechando los conocimientos de cada participante, y los contenidos temáticos se enriquecerán por la aportación de los capacitandos y la guía del instructor.

La formación de Instructores, se ubica en la fase de organización dentro del proceso de capacitación. Es en esta fase donde se prepara a los Instructores, en el manejo de aquellas habilidades específicas, pues le ayudarán a transmitir de forma más clara y eficiente toda la experiencia y los conocimientos propios. Darán a conocer aquellas actitudes y posiciones que sustenten con respecto a la institución, la manera de realizar las tareas y sus consejos o expectativas sobre la materia. Así pues, el Facilitador debe poseer una serie de características básicas que le ayudarán a manejar con mayor eficiencia los procesos que se dan en grupo.

Ante las características del Instructor que Grados (2009) hace mención, están que el instructor debe interesarse en transmitir sus conocimientos con fines de aprendizaje, también es importante que los capacitandos reconozcan la capacidad técnica del instructor, o al menos no rechazarlo, por creerlo técnicamente inferior. Este requisito es indispensable porque de él depende en gran medida el interés y la consecuente atención que preste el grupo que imparta. Además, es conveniente que sustente cierta autoridad moral o institucional sobre los participantes y poseer un nivel cultural superior al de los participantes.

En cuanto a los capacitadores o el responsable de algún área en específico, por el simple hecho de estar en contacto directo con el personal y tener la

responsabilidad de lograr ciertos objetivos, se encuentran en mejor posición para poder establecer las competencias o los comportamientos necesarios, observar dichos comportamientos, así como tener la capacidad de la detección de necesidades de capacitación. De esta forma se podrá determinar los cambios del comportamiento precisos en el personal (Arias y Heredia, 2006).

Algunas de las características de Grados (2009), que debe poseer el instructor, tanto personales y profesionales se presentan facilidad de palabra, claridad, pensamiento lógico, saber escuchar, manejo de ideas, persuasión, paciencia, compromiso, madurez, autoconocimiento, confianza en sí mismo, empatía, gusto por la gente.

Para Arias y Heredia (2006), referido a las características que debe poseer un instructor, mencionan características profesionales que se adquieren en la época contemporánea, las cuales incluyen al raciocinio para analizar los pensamientos y sucesos del contexto, la correcta toma de decisiones, el aprendizaje de los errores, la fijación de misión y metas, la responsabilidad y compromiso, la conciencia y el uso adecuado del tiempo, la creatividad, la autocrítica y la transformación de sí mismo y del medio circundante.

De esta forma, un buen instructor debe poseer las características técnicas y funcionales para poder enseñar de la manera correcta, no es suficiente ser un orador público, sino deberá contar además con conocimientos sólidos para asegurar la transmisión de información y ofrecer la credibilidad necesaria (Paín, 2001).

Los buenos Instructores se sirven de una serie de estrategias para facilitar el aprendizaje y, más importante aún, para controlar su estado, ya que si éste no es bueno dichas estrategias fracasan. De esta forma cuando una persona, ya sea presentador o Instructor, pretende enseñar algo, es importante que evalúe su capacidad de generar un estado de aprendizaje en su audiencia. El fenómeno del aprendizaje dependiente del estado es muy conocido: para recordar lo aprendido, se ha de retomar al estado en que se aprendió. Cuando una persona se propone

aprender algo, debe formularse en qué estado se quiere aprender (O'Connor, 1997).

Es en los cursos de capacitación donde se pueden adquirir dichas habilidades. El aprendizaje se manifiesta por medio de cambios operados en la conducta, cambios resultados de la incorporación de nuevos esquemas de comportamiento al repertorio previo del sujeto (Grados, 2009).

1.3 DESARROLLO DEL APRENDIZAJE.

O'Connor (1997) y Grados (2009) señalan que el aprendizaje de cualquier habilidad se compone de cuatro fases o etapas; la primera es la Incompetencia inconsciente; es decir, no se sabe hacerlo, ni se ha intentado. Después de iniciado el proceso de aprendizaje aparece la Incompetencia consciente; donde se reconoce que no se hace bien, se tiene buena disposición y exige un esfuerzo de atención, es la fase donde más se aprende. La siguiente fase es la Competencia consciente; donde se sabe hacerlo con un desempeño adecuado pero se sigue necesitando mucha concentración, se es mínimamente competente y se reconoce el nivel de conocimiento que se posee y de las debilidades aún existentes, y finalmente se llega a la fase de Competencia inconsciente; donde se ejecuta la acción con facilidad sin la necesidad de pensar y es ahí, donde se convierte en un acto habitual.

Rodríguez (2010) refiere que la relación entre persona adulta y la formación es compleja, pues se asumen distintas posibilidades de expresión entre las cuales destacarían las actividades y las experiencias formativas intencionales, las actividades y las experiencias formativas implícitas, y las experiencias de vida. De ahí la necesidad de destacar la diversidad de métodos y de técnicas de enseñanza aprendizaje puestas a punto para explicarlo que se quiere, el mecanismos de acción y una vez finalizado el aprendizaje para que posea buena capacidad de aprender a aprender.

Los autores Spencer y Spencer (1995), refieren doce principios de los cuales las personas pueden adquirir o cambiar el conocimiento de sí mismos. Los principios pueden resumirse en cinco:

1. Modelo Conceptual. Donde los capacitandos deben tener un nuevo marco conceptual para pensar acerca de sus comportamientos, y razones para creer en este nuevo modelo (investigaciones, entrenadores confiables, referencias prestigiosas, confianza en el entrenador, conexión con los objetivos valiosos para el capacitando). Refiere un motivo como la red asociativa impregnada de afectividad. Será pues una guía de pensamientos (un modelo) con sensaciones positivas incorporadas.
2. Autoevaluación. Los capacitandos deben recibir retroalimentación sobre cuánto de la competencia que le dará a ellos lo que quieren en la vida.
3. Práctica. Los capacitandos deben practicar usando los nuevos pensamientos y comportamientos, primero en actividades simuladas y luego, de poco a poco, en actividades de la vida real.
4. Establecimiento de objetivos. Los capacitandos deben establecer objetivos y planear el uso de la competencia en actividades importantes de sus vidas.
5. Soporte Social. Los capacitandos deben tener un contexto socialmente seguro y de soporte en el cual aprender, experimentar y practique nuevos pensamientos y comportamientos. Sería altamente deseable que el entrenamiento convirtiese al grupo en uno prestigioso, que hable un nuevo lenguaje común, comparta nuevos valores y esté comprometido en mantener vivo el aprendizaje obtenido por sus integrantes.

Para la transmisión de nuevos conocimientos, se sugiere en todo los casos que los conocimientos teóricos se sumen a la experimentación práctica, como una forma de comprender mejor la temática y de fijar los conocimientos. En ocasiones las personas rechazan los cambios, y una forma de debilitar sus barreras frente a éstos es a través de la experimentación. Cuando una persona puede llevar a su vida cotidiana los conocimientos teóricos, se siente más propensa aplicarlos en el día a día (Alles, 2007).

1.4 Conclusión.

Dado lo anterior se puede decir que la capacitación en el trabajo es imprescindible a la hora de proporcionar y tratar de desarrollar ciertos conocimientos o aptitudes en personas trabajadoras, además de ser un recurso para la dirección del sector empresarial.

Por otro lado es un proceso educativo, donde se pretende escoger temas de alta relevancia, para impartirlos en los trabajadores con el fin de llevarlos a otro nivel de desempeño en sus laborales, así como para el logro de los objetivos planteados.

De esta manera para desarrollo profesional, la capacitación atiende múltiples factores como psicológicos, sociológicos, físicos (motrices), etc., los cuales influyen sobre la naturaleza y significado del trabajo a lo largo de todo el ciclo vital de cualquier persona. De esta forma el desarrollo profesional queda asentado como el componente principal dentro de un sistema laboral, pues la capacitación ejemplifica la importancia de los conocimientos adquiridos para el puesto de trabajo.

Capítulo II. El lenguaje Corporal

2.1 DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS

Primero se debe conocer al lenguaje corporal es aquel producido por cualquier medio aparte del idioma. Esta comunicación puede realizarse entre los seres humanos, a través de cabeza, cara y cuello, contacto visual, postura corporal, gestos, piernas y pies, orientación del cuerpo, boca, voz, distancia corporal, cabello, olfato, tacto y piel (Gordoa, 2003).

Para comprender mejor el significado de los estímulos no verbales es fundamental dimensionar el contexto donde se producen, distribuyen y se consumen, por lo cual es necesario considerar la relación entre los seres humanos y el medio circundante, pues aquí intervienen: ecosistemas, floras, faunas, tiempo y horario, cortesías, protocolos, gastronomía, música, bailes, vestuario y signos especializados (Gordoa, 2003).

En este sentido para Gordoa (2003) el conjunto de signos enviados por el cuerpo humano e interaccionan en el plano de las relaciones humanas se le llama lenguaje corporal. Todas las acciones motoras, sensomotoras y psicomotoras se conocen como lenguaje corporal. Es un paralenguaje, es decir, todo un conjunto de magnitudes, de rasgos y factores que no son lingüísticos, pero acompañan al lenguaje verbal. En la comunicación habitual, los procesos de percepción, es decir los visuales, tienen mayor predominio, lo cual significa a decir más con el cuerpo que con la comunicación verbal.

El lenguaje corporal también se relaciona con los estilos institucionales y personales, con las reglas de demostración y con las emociones y las conductas. El cuerpo puede acentuar la información verbal, modificarla, o incluso anular su significado. En la imagen pública, el lenguaje corporal se contempla en función de su utilidad para que se proyecte una buena imagen y proporcionar seguridad en uno mismo y, a partir de ella, comunicar confianza para provocar la credibilidad en palabras y en los actos (Gordoa, 2003).

El lenguaje corporal será entonces como un espejo de las emociones, todas las partes del cuerpo lanzan mensajes que permiten la exteriorización de los pensamientos y sentimientos (Langevin, 2000).

Pease (1986) menciona que más de la mitad del impacto de un mensaje es no verbal, aproximadamente un 55%. También refiere que en un mensaje dado cara a cara aproximadamente el 65% es de tipo no verbal, en sentido estricto esto incluye la expresión de la cara, la mirada, la sonrisa, los gestos, el tacto, etc. De esta manera se puede decir, el canal verbal se usa principalmente para proporcionar información, mientras el canal no verbal se usa para expresar actitudes personales mediante el lenguaje corporal, y en algunos casos como sustituto de los mensajes verbales.

Los sentidos son los canales, pues perciben los estímulos del mundo exterior, la vista, el oído, el tacto, el gusto y el olfato. El ojo humano responde a una estrecha banda de frecuencia electromagnética al estimular la retina, el mensaje se envía a la zona óptica cortical de cada hemisferio para analizarse con experiencia pasadas para crear una percepción; se proyecta esta percepción al exterior y actuamos (O'Connor, 1997).

Se utiliza el término No Verbal para describir todos los acontecimientos de la comunicación humana, pues omiten las palabras dichas o escritas. Al mismo se advierten acontecimientos y conductas no verbales pueden interpretarse mediante símbolos verbales (Knapp, 1982).

La falta de armonía se manifiesta en el empleo que hace el hombre de su cuerpo en sus actitudes, en sus movimientos. Acciones tan simples como estar sentado o de pie, caminar, utilizar y volver a su sitio los objetos de la vida cotidiana, e incluso hablar son ejecutadas con una carencia total de armonía y eficacia (Dropsy, 1982).

Algunos factores de la desarmonía del cuerpo, es la escasa coordinación. Las diferentes partes del aparato técnico-motor (cuerpo), hubiesen perdido los lazos que hacen de ellas una unidad orgánica; otro elemento es el defectuoso uso de la fuerza, pues oscila entre un uso exagerado y la relajación extrema de los

miembros del cuerpo; y por último la falta de ritmo, por sus movimientos bruscos, violenta aceleración, que termina dando la impresión de que se observa a una máquina mal ajustada en vez de fluir rítmicamente (Dropsy, 1982).

O'Connor (1997), señala muchos de los actos son hechos de manera inconsciente, a razón de que la mente no podría procesar múltiples estímulos al mismo tiempo, aunque termina siendo visible por lo menos en pocos microsegundos, ya que los estudios clásicos en psicología, una persona solo puede prestar atención consciente a un número entre cinco y nueve unidades de información al mismo tiempo. La mente inconsciente ejerce una influencia mucho mayor y puede realizar muchas más tareas que la consciente, pues no siempre se dan órdenes conscientes a los músculos para que desempeñen algunas funciones, pues la mente inconsciente se encarga de ello.

Nasio (1995), refiere al inconsciente es un proceso constante activo, pues no cesa de exteriorizarse mediante actos, acontecimientos o palabras, y reúnen las condiciones que definen a un significante, para ser una expresión involuntaria, oportuna, desprovista de sentido y situable como un acontecimiento en ligazón con otros acontecimientos ausentes y virtuales.

O'Connor (1997), se refiere al aprendizaje y el cambio tiene lugar en el nivel inconsciente, luego se percibe el cambio y se integra en la propia vida. La mente consciente posee razones e ideas, pero es incapaz de cambiar por sí sola. Por otro lado el inconsciente controla la mayor parte de la conducta. Para conocer los motivos de la conducta se debe comprender el puente entre el consciente y el inconsciente, aunque es allí donde surge la congruencia entre ellos. Ser congruente significa ser de una sola pieza, es decir, que el lenguaje corporal, tono de voz, apariencia y palabras transmiten el mismo mensaje, pues hace que las convicciones y valores sean acordes con las acciones.

Bajo la pregunta sobre si es posible fingir en el lenguaje del cuerpo, la respuesta general es no, porque la falta de congruencia se manifestaría entre los gestos principales, las microseñales del cuerpo y el lenguaje hablado. La mente humana

parece ser un mecanismo infalible que registra la desviación cuando recibe una serie de mensajes no verbales incongruentes. Aunque en algunas ocasiones se simula el lenguaje del cuerpo para ganar ciertas ventajas de percepción (Pease, 1986).

Para reconocer las señales del inconsciente se debe saber, a cualquier costumbre o comportamiento chocante con el carácter habitual, demuestra que una parte no ha sido reconocida, sobre todo si la costumbre o la conducta se reitera. Lo inconsciente equilibra lo consciente, y por esa razón una conducta insólita demuestra que la mente consciente está descuidando un importante propósito. Cuando se presta atención a una experiencia, sea cual sea, se establece una relación entre el consciente e inconsciente, así empieza a saber qué se siente y qué significa, pues se es sensible al propio cuerpo, lo que implica acomodarse a sí mismo, de tal modo que resulta más fácil dirigirse hacia dónde se quiere ir (O'Connor, 1997). Esta sería la mejor forma de conectar la mente para poder ser congruente con el pensamiento y con el lenguaje corporal y facial, es decir, se logra identificar aquellas señales que el cuerpo envía al exterior al mismo tiempo en que la mente procesa información.

Decir que la mayoría de los seres humanos no tiene conciencia plena de su cuerpo, excepto cuando éste les molesta, no está muy alejado de la verdad. No es casual presentar inexpresividad corporal marcada, más aún cuando manifiesten rigidez como consecuencia de un encadenamiento de hábitos fijados por las convenciones culturales de nuestro medio. Es lógico esas carencias se reflejen particularmente en el modo personal de moverse. Esta situación ha impulsado la búsqueda de técnicas contrarrestantes. La expresión corporal es una de ellas, y la más eficaz por constituir en sí misma un lenguaje (Stoke & Schachter, 1997).

Cuando se tiene la oportunidad de hallar a un ser humano, quien ha observado su armonía de movimientos, por lo menos de manera parcial, o bien que ha recuperado mediante un trabajo sobre sí mismo, aparece el asombro de la unidad de todo su cuerpo, visible en cada uno de sus gestos. La economía y la simplicidad de sus movimientos, la distensión interior y exterior que los acompaña

ofrecen una impresión de gracia sin afectación, y al mismo tiempo, de una elevada eficiencia (Dropsy, 1982).

El lenguaje corporal también incluye las palabras, el tono de voz, nuestra vestimenta y las expresiones, pues se toman como un. Así las palabras constituyen solo una parte de la comunicación. O'Connor (1997) menciona una investigación, donde el lenguaje corporal y el tono de voz influyen en la percepción de la credibilidad de los interlocutores, es decir, si las palabras y el lenguaje corporal se contradicen, casi siempre se da por más verdadero al mensaje no verbal que al verbal, a pesar de que la mayor parte de la atención se preste conscientemente a las palabras.

Algunas investigaciones muestran que se empiezan a elaborar los pensamientos sobre las personas durante los primeros siete segundos de nuestro primer encuentro con ellas, en algunas ocasiones no se habla pero se está en comunicación con gestos, caras, cuerpos y actitudes. Un especialista en lenguaje corporal, ha sugerido que es posible interpretar la agenda oculta (motivos personales) de una persona a partir de la posición de los brazos, piernas, torso, etc. Pero no es tan simple se debe tener en cuenta un conjunto de signos como el tono, la velocidad del discurso, las frases, la respiración e incluso la dilatación del ojo (Ailes, 1993).

Pease (1986) señala al rostro como lo más usado para encubrir mentiras, pues se emplean sonrisas, gestos de asentimiento, guiñadas, etc., intentando encubrirlos, pero desgraciadamente la señales corporales dicen la verdad y no hay congruencia entre los gestos del cuerpo y los de la cara. Es difícil simular el lenguaje del cuerpo durante mucho tiempo, pero es bueno aprender y usar gestos positivos, para comunicarse y eliminar los gestos con señales negativas.

Desde el punto de vista de la percepción Pease (1986), señala que cada vez que se califica al alguien de perceptivo o intuitivo, se está refiriendo a su capacidad para leer las claves no verbales de otra persona y para comparar esas claves con otras señales verbales. Gran parte de la conducta no verbal básica es aprendida, y

el significado de los movimientos y gestos está determinando por el tipo de civilización.

No pretende afirmar que exista un lenguaje corporal universal, pero sí se sirve de sistemas de representación y una buena cantidad de personas manifiestan una preferencia por usar uno de ellos. Así pues, cabe la posibilidad a la fisiología acabe por mostrar algunas características de ese sistema de expresión integrado al entorno social.

Knapp (1982), propone que el lenguaje corporal recurre a los efectos del movimiento del cuerpo, la postura y otros movimientos corporales, los efectos de la conducta táctil, los efectos de las expresiones faciales, los efectos de la conducta visual, los efectos de las señales vocales que acompañan a las palabras habladas, la capacidad para emitir y recibir señales no verbales y la observación y registro de la conducta no verbal. Son de vital importancia pues dan la pauta para el reconocimiento de todas aquellas señales de utilidad para determinar de qué tipo de lenguaje corporal se analiza.

2.2 ELEMENTOS DEL LENGUAJE CORPORAL.

Para Stoke y Schachter (1997), el lenguaje de la expresión corporal se manifiesta y es percibido, en varios niveles simultáneos, pues logra la integración de las áreas físicas, afectivas, intelectuales del ser humano y tiene la posibilidad de alcanzar diferentes grados de perfeccionamiento. Lo anterior está unido con un dominio físico cada vez más profundo, y los medios para lograrlo son la toma de conciencia, la sensibilización y el dominio consiguiente del cuerpo, para lograr la expresividad, la liberación y la comunicatividad buscadas.

Dropsy (1982), muestra en el uso del cuerpo es donde se percibe la carencia de armonía, de hecho esta expresión corporal refleja a la persona íntegra. Cuerpo y psique, vida interior y expresión corporal resultan inseparables en el hombre vivo y alerta. La unidad psicomotriz aparece precisamente en la vida de relación y en la expresión corporal: movimientos y actitudes. La relación que existe entre la vida psíquica y movimiento expresivo constituye la base de la comprensión directa

entre los estados interiores de los demás, permite de manera inconsciente, identificar y reconocer en el otro el estado psicológico vinculado con lo que trasmite la expresión de su cuerpo.

Knapp (1982) refieren dentro de las perspectivas del lenguaje corporal, se puede repetir, contradecir, sustituir, complementar, acentuar o regular el comportamiento verbal, lo cual se conglomeraría de la siguiente forma:

- ✓ Repetición: La comunicación no verbal meramente puede repetir lo que se dijo verbalmente.
- ✓ Contradicción: El comportamiento no verbal puede contradecir la conducta verbal.
- ✓ Sustitución: La conducta no verbal puede sustituir a los mensajes verbales.
- ✓ Complementariedad: La conducta no verbal puede modificar o elaborar mensajes verbales.
- ✓ Acentuación: El comportamiento no verbal puede acentuar las partes del mensaje verbal.
- ✓ Regulación: Las conductas no verbales también se utilizan para regular los flujos de comunicación entre los interactuantes.

Serrano (2004) menciona al lenguaje corporal como herramienta estratégica en la difícil interacción con otros. Esta sería la herramienta adaptativa que se ha utilizado para dar a conocer quizá algunos de los mensajes más importantes para los humanos como es el simplemente sobrevivir o transmitir ideas, emociones o sentimientos.

Para los autores Stoke y Schachter (1997), los aspectos fundamentales de la expresión corporal pueden sintetizarse en los siguientes puntos:

- ✓ La sensibilización, es decir, la afinación del cuerpo propiamente dicho desde el punto de vista de los sentidos. Y no solo hablamos únicamente de los sentidos visual, táctil y auditivo, sino también de su integración con la percepción del cuerpo en cuanto a peso, elasticidad, capacidad de movimiento, etc.

- ✓ El cumplimiento del punto anterior lleva al dominio del cuerpo por medio de su conocimiento cada vez más profundo y de su entrenamiento consciente.
- ✓ Conocimiento y aprendizaje del manejo y dominio de la rítmica corporal derivada de los movimientos básicos del cuerpo.

De esta forma el autor Knapp (1982) categoriza al lenguaje corporal en el siguiente esquema clasificatorio:

1. Movimiento del cuerpo o comportamiento de la energía corporal:

Comprendería el modo característico los gestos, los movimientos corporales, los de las extremidades, las manos, la cabeza, los pies, las expresiones faciales, la conducta de los ojos (parpadeo, dirección y duración de la mirada y dilatación de las pupilas) y la postura.

Algunas señales no verbales son muy específicas y otras son generales, unas proporcionan información acerca de las emociones mientras que otras dan a conocer rasgos de personalidad o actitudes. Algunas tienen la intención de comunicar y otras son expresivas. Las categorías que incluyen son las siguientes:

- A) Emblemas: Son actos no verbales que admiten una trasposición oral directa o una definición de diccionario que consiste, en general, en una o dos palabras o en una frase; como los gestos que se usan para representar OK o Amor y Paz.
- B) Ilustradores: Hay actos no verbales que van directamente unidos al habla y sirven para ilustrar lo que se dice verbalmente, sirven para ayudar a la comunicación.
- C) Muestras de Afecto: Con configuraciones faciales que expresan estados afectivos.
- D) Reguladores: Hay actos no verbales que mantienen y regulan el hablar y el escuchar entre dos o más sujetos interactuantes.
- E) Adaptadores: Se piensa que se desarrollan en la niñez como esfuerzos para satisfacer necesidades, cumplir acciones, dominar emociones, desarrollar contactos sociales. Hay tres tipos: Autodirigidos (frotarse,

apretarse, rascarse, etc.), dirigidos a objetos (fumar, escribir, etc.) y heterodirigidos (dar a otro y tomar de otro, atacar o proteger, establecer proximidad o alejamiento, etc.).

2. Características Físicas:

Comprende el físico o la forma del cuerpo, el atractivo, altura, peso, cabello, tono de piel, etc.

3. Conducta Táctil:

Es el contacto físico real con otros individuos.

4. Paralenguaje:

Se refiere a cómo se dice algo y no a qué se dice. Sus componentes son:

A) Cualidades de la voz: Registro de la voz, control de altura, control del ritmo, articulación, resonancia, control labial.

B) Vocalizaciones: Son los Caracterizadores vocales (risa, llanto, suspiro, etc.), Cualificadores vocales (intensidad de voz, tonos grave o agudo, hablar cortado, etc.) y Segregaciones vocales (las muletillas existentes).

5. Proxémica:

Es el estudio del uso y percepción del espacio social y personal.

6. Artefactos:

Comprenden la manipulación de objetos con personas interactuantes que pueden actuar como estímulos no verbales (perfume, ropa, gafas, maquillaje, etc.).

7. Factores del entorno:

Aquellos elementos que interfieren en la interacción humana pero que no son parte de ella (muebles, arquitectura, luz, olor, etc.).

En suma, los pasos a seguir gradualmente son tomar consciencia del cuerpo y lograr su progresiva sensibilización, aprender a utilizarlo plenamente, tanto desde el punto de vista motriz como de su capacidad expresiva y creadora; para lograr la exteriorización de ideas y sentimientos (Stoke y Schachter, 1997).

O'Connor (1997), es de la opinión que lenguaje corporal provoca estados en los demás, la mayoría de las veces sin saberlo, y tampoco se suele advertir el estado

de otra persona. La calibración es la capacidad de reconocer el estado de los otros. No siempre se debe confiar en lo que las personas nos dicen en qué estado se encuentran, para ello es vital desarrollar dicha habilidad de calibrar, primeramente atendiendo a indicadores sutiles del estado de una persona con solo observarlos no adivinarlos: como es el ritmo de respiración, el ángulo de la cabeza, la contracción de los músculos faciales, relajación de piernas y brazos, tono de voz y dilatación de la pupilas.

Knapp (1982) informa las fuerzas biológicas son muy comunes, se usan para comunicar y algunos aspectos de las expresiones faciales o de la emoción son heredados y comunes a otros miembros de la especie humana. Tales que han sido resumidas tres fuentes primordiales del comportamiento no verbal 1) programas neurológicos heredados, 2) experiencias comunes a todos los miembros de la especie y 3) la experiencia variable de acuerdo a la cultura, la clase, la familia o el individuo. Cualquier expresión facial puede ser alterada o modificada por el aprendizaje de las reglas de comportamiento público que son específicas en la cultura. La sociedad también es responsable en gran medida del modo en que une dos o más expresiones emocionales

Pease (1986), considera en el lenguaje del cuerpo, un error es interpretar un gesto aislado de otros y de las circunstancias. Como cualquier otro lenguaje, el del cuerpo consiste de palabras, frases y puntuación. Cada gesto es una sola palabra y una palabra puede tener varios significados; sólo cuando una palabra forma parte de una frase se puede tomar el significado correcto. Los gestos se presentan como frases y siempre dicen la verdad sobre los sentimientos y actitudes de quien los hace. La persona perceptiva es la que lee bien las frases no verbales y las compara con las expresadas oralmente.

Stoke y Schachter (1997), son de la opinión que para lograr internamente la imagen del cuerpo, o bien, integrar el esquema corporal, cuya etapa se llama toma de conciencia, basado en la capacidad de percibir el cuerpo por medio de pequeños movimientos y las sensaciones que éstos producen llevado a un nivel consciente. El siguiente paso utiliza las vías externas como estímulos táctiles,

visuales y auditivos, de origen propio y ajeno. La razón es que todo gesto resultante de una auténtica comunicación consigo mismo es expresivo.

Para Ddropsy (1982), un funcionamiento psicomotor inconsciente y defectuoso, se extiende a todo el físico de la persona. Este empleo defectuoso de sí mismo puede ser definido como un triple problema de relaciones interpersonales, cuyas tres partes están siempre unidas y resultan complementarias. El triple problema puede enfatizarse a resumen de la siguiente forma:

1. Mala autorregulación en un doble aspecto:
 - A) Mala relación con su organismo físico.
 - B) Mala relación con su vida interior y con el flujo viviente y móvil de la creatividad y de las imágenes nacidas del inconsciente.
2. Mala relación con la realidad física, a la vez espacial (dificultades de la orientación, de situación, de lateralidad, etc) y temporal (dificultades rítmicas).
3. Mala relación con lo demás, incluyendo todos los problemas de proyecciones, transferencias y resistencias, cuyo estudio constituye uno de los objetivos de la dinámica de grupos y del psicoanálisis.

Dropsy (1982), señala que en esos tres campos de relaciones resultan inseparables y cualquier problema en uno de ellos tendrá repercusiones sobre los otros dos, como también las tendrá toda mejoría consciente.

Los componentes no verbales de la comunicación son generadores de vínculos y estabilidad, pues trabajan a largo plazo y juegan un papel en el establecimiento de relaciones y su mantenimiento. El enfriamiento y rompimiento de tales relaciones se empieza con el apaciguamiento y la neutralización de la capacidad generadora de signos no verbales que alimenten la relación.

Serrano (2004), se refiere que Comunicar bien, lo hace aquella persona que es capaz de provocar actitudes positivas en los demás, la persona empática, y esta empatía constituye un acto no verbal que nos permite desenvolverse en distintos escenarios, pues sabe escuchar bien y escucha con todo su cuerpo. Se recurre

con mucha frecuencia a los signos no verbales para representar la identidad personal, estado de ánimo, emociones o motivación, o para mostrar el estado de la relación por medio de la actitud, ya que éstos son más globales y más fáciles de representar.

2.3 LENGUAJE CORPORAL Y COMPETENCIAS.

Para O'Connor (1997), las Competencias para Líder y Comunicación, se deben tomar en cuenta que la vestimenta y apariencia son de vital importancia para la cuestión de credibilidad. Las personas suelen tardar menos de diez segundos en formar una primera impresión de alguien, pues no existe una segunda oportunidad para dar una primera buena impresión. Además el significado de la comunicación está en la respuesta que se recibe, solo basta con prestar atención a las señales que son enviadas y no intentando adivinar los pensamientos o intenciones. Lo anterior es especialmente útil en el ámbito profesional.

La habilidad para denotar un correcto lenguaje corporal es la clave para el éxito de los líderes en negocios, política y otras profesiones. Dicho conocimiento del lenguaje corporal es utilizado por psicólogos de hoy en día, para poder aplicarlo en áreas donde los profesionales puedan mejorar su imagen para mostrarse más exitoso (Ailes, 1993).

Dropsy (1982), señala que es posible adquirir un mejoramiento en el propio lenguaje corporal, pero la verdadera comprensión solo puede surgir cuando dos elementos coexisten: una experiencia vivida y una toma de conciencia que permita reaprender su sentido. El educado, tal como se entiende, es tan grande como su nivel de comprensión, puede ayudar al otro en la medida en que él se conoce, de manera práctica y consciente.

O'Connor (1997), considera para ser congruentes, una de las claves para establecer relaciones interpersonales satisfactorias, radica en dar a los demás la atención y el reconocimiento merecido, pues este reconocimiento hace que aparezca lo mejor de las personas y poder mostrarse al exterior. De esta forma se debe ser lo suficientemente flexible para acercarse a la visión del mundo de otra

persona, en lugar de pretender que se aproxime al propio. Para poder dirigirse a los demás como su guía debe haber una acomodación como puente para guiar a los demás hacia otras posibilidades, pues es sumamente difícil liderar a las personas sin acomodarse y compenetrarse con ellas primero.

Por lo tanto Gordo (1999), refiere necesario adquirir cierto tipo de conocimiento especializado para conseguir seguridad propia y poder incrementar la eficiencia de la actuación en público siendo más competente en las acciones diarias. Se conseguirá más seguridad consigo mismo cuando se asuman las acciones de una persona confiada, y en consecuencia la audiencia observará cada una de las acciones, la presencia física, los ademanes, gestos, contacto visual y conducta táctil como saludos, etc.

2.4 Conclusión.

Con base a lo anterior, se observa la importancia de considerar más a fondo los mensajes que capacitadores en formación, deben cuidar procurar enviar correctamente, a la audiencia de trabajadores y clientes del contexto empresarial contemporáneo.

Para capacitadores quienes se preocupan cada vez más por la búsqueda de opciones para el incremento de habilidades y aptitudes propias; la capacitación de lenguaje corporal y facial, será una herramienta para poder lograr el autoconocimiento del lenguaje corporal para desarrollar las competencias de liderazgo y comunicación.

Con ello se puede decir; la mayoría de las decisiones que el ser humano toma se dan por medio de la vista, de esta manera la Impartición de una Capacitación, que contenga temas concernientes a todo lo relacionado en cómo mejorar el Lenguaje Corporal y Facial humano, sería de gran ayuda para que cada uno de los participandos pueda analizar la manera en que actúan para/con los demás, en momentos vitales de su empleo.

Se verá que las competencias, siendo un conglomerado de características personales que ayudan a sobresalir en un puesto de trabajo determinado, como es el de un capacitador; se ven directamente beneficiadas si se toma el argumento siguiente:

Los Instructores, siendo personas y seres sociales, están continuamente comunicándose y relacionándose unos con los otros. Si se les enseña a mejorar su lenguaje corporal por medio de una capacitación, por ende mejoraría la forma de actuar con su medio circundante, acentuando competencias de Liderazgo y de Comunicación. Si se piensa que los trabajadores, para la vida laboral toman la mayoría de las decisiones por medio del proceso de percepción, es decir por medio del aspecto visual; y tomando en cuenta que el lenguaje corporal es un proceso casi completamente visual; entonces el lenguaje corporal es un proceso de percepción, y si mejora la percepción entorno de un capacitador, entonces se habrá mejorado la manera en que las otras personas ven y opinan de ese instructor.

Capítulo III. Competencias del Capacitador o Instructor

En este apartado se reconoce qué son las competencias, cuáles competencias necesita y potencia un Instructor mediante el uso del lenguaje corporal, así como la importancia del Liderazgo y la Comunicación verbal y no verbal para poder ser competente en un ambiente laboral que lucha constantemente por separarse y diferenciarse de los demás.

3.1 DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS.

Una competencia es un conglomerado interrelacionado de conocimiento, habilidades y capacidades que necesita una persona para ser efectiva (Hellriegel y Slocum, 2010, p. 7).

Rodríguez (2010) señala a la competencia como un complejo conjunto de ciertos atributos poseídos por una persona (pudiendo ser conocimientos, capacidades, aptitudes o características personales), tales atributos se consideran necesarios para poner en acción de forma correcta. En este camino, la competencia queda como una característica fundamental de la persona, característica genérica, independiente del contexto, que puede aparecer en muchas actividades laborales.

Spencer y Spencer (1993), refiere que la característica subyacente en un individuo relacionada a un estándar de efectividad o desempeño en un trabajo o situación es a lo que menciona como competencia. Donde la palabra Característica Subyacente, significa que la competencia es una parte profunda de la personalidad y puede predecir el comportamiento en una amplia variedad de situaciones y desafíos laborales; la palabra Estándar de efectividad refiere a lo bien o mal se hace algo, será entonces un criterio estándar.

Para Levy-Leboyer (1997), los comportamientos observables en la realidad cotidiana del trabajo y en situaciones de evaluación son lo que refiere a una competencia como tal. Esas personas aplican íntegramente sus aptitudes, sus rasgos de personalidad y los conocimientos adquiridos. Son un rasgo de unión

entre las características individuales y las cualidades requeridas para conducir mejor las misiones profesionales prefijadas.

Corominas (1998), refiere que en el análisis etimológico del término Competencia, sería una palabra tomada del latín *competere*, se conoce como ir de una cosa al encuentro de otra, encontrarse o coincidir, además denota ser adecuado, pertenecer, a su vez se deriva de *petere* que significa dirigirse a. Pero sea cual sea el verbo tomado para describirlo, se hace referencia a un rasgo positivo, es decir, la palabra denota algo para encontrar, y es eso justamente lo deseado; encontrar conocimiento a partir de algo ya adquirido por las experiencias.

Por su parte Rodríguez (2010), añade también competencia deriva del verbo latino *competo* (-is), cuyo verbo posee tiene muchos significados como convergere, acordar, estar a la altura de, dominar. Sólo las dos últimas acepciones se aproximan al significado que se le da hoy.

Lévy- Leboyer, (1997), indica que el concepto de competencia surgió en psicología como una alternativa al concepto de rasgo, herramienta de trabajo habitual en psicología diferencial y en psicología industrial. El concepto de competencias trata de abordar las dificultades del cliente a la hora de alcanzar las metas que éste se ha propuesto, ello implica habitualmente ocuparse de la imagen que tiene el cliente de sí mismo, de la manera que tiene cliente de afrontar la realidad de su vida diaria, de las estrategias de identificación y solución de problemas a las que recurre rutinariamente, de la manera como maneja normalmente sus relaciones interpersonales.

Alles (2007), menciona que para tener éxito en un puesto de trabajo se requieren ciertas competencias que marcarán la diferencia entre un desempeño malo, uno estándar y uno superior, pero al mismo tiempo serán necesarios ciertos conocimientos. De esta manera, si se posee un alto grado de desarrollo de competencias pero carece de algunos conocimientos necesarios, podrá adquirirlos o pedir soporte a algún colaborador que los posea, pero dichas competencia serán desarrolladas únicamente por el profesionalista.

Mertens (1996), por su parte añade que la formación y desarrollo de los recursos humanos basado en un enfoque de competencia laboral atiende a la valorización de esos recursos y de su capacidad laboral. La formación basada en competencias adquiere gran parte de su importancia en una corriente de pensamiento social contemporáneo

Lévy- Leboyer (1997), indica una clara diferencia entre aptitudes y rasgos de personalidad. Los primeros permiten caracterizar a los individuos y explicar la variación de sus comportamientos en la ejecución de tareas específicas; las segundas afectan a la puesta en práctica integrada de aptitudes, rasgos de personalidad y también conocimientos adquiridos para cumplir bien una misión compleja en el marco de la empresa. No se puede decir que las competencias no estén en relación con las aptitudes y los rasgos de personalidad. Las competencias no pueden desarrollarse si las aptitudes requeridas no están presentes, pero las competencias no se reducen a una aptitud, también una competencias es diferente de las conductas organizadas, ya que una competencias es un conjunto de conductas organizadas dentro de una estructura mental.

3.2 ELEMENTOS COMPETENCIA DE LIDERAZGO.

La competencia de Liderazgo se define como el proceso de desarrollar ideas y una visión, de vivir conforme a los valores que apoyan esas ideas y esa visión, de influir en terceros para que los adopten en su propio comportamiento y de tomar decisiones difíciles sobre los recursos humanos y otros. Además un Líder, es una persona que exhibe los atributos clave del liderazgo: ideas visión, valores, capacidad para influir en otros y para tomar decisiones difíciles (Hellriegel y Slocum, 2010, p. 262).

La autora Alles (2002), se refiere a la competencia como las características de personalidad, devenidos comportamientos, que generan un desempeño exitoso en un puesto de trabajo; cada puesto de trabajo puede tener diferentes características en empresas y/o mercados diferentes. No obstante nos señala dos

grandes Competencias: la competencia de Liderazgo y la de Comunicación, que se concretan de la siguiente manera:

- ❖ Competencia de Liderazgo: Puede tratarse tanto Competencia de Nivel Ejecutivo como Niveles Intermedios.

Liderazgo es la habilidad necesaria para orientar la acción de los grupos humanos en una dirección determinada, inspirando valores de acción y anticipando escenarios de desarrollo de la acción de ese grupo. La habilidad para fijar objetivos, el seguimiento de dichos objetivos y la capacidad de dar retroalimentación, integrando las opiniones de los otros.

Alles (2002), menciona al Liderazgo como el establecimiento claro de directivas, fijar objetivos, prioridades y comunicarlas. Tener energía y transmitirla a otros. Motivar e inspirar confianza. Deseo de guiar a los demás. Tener valor para defender o encarnar creencias, ideas y asociaciones. Manejar el cambio para asegurar competitividad y efectividad a largo plazo.

Reza (1995) comparte la idea que el líder es la persona o empresario que logra los esfuerzos particulares de su personal para alcanzar juntos (empresario-trabajadores) los objetivos de la empresa, procurando por una parte el aumento de la productividad, es decir, producción de calidad con costos razonables, y por otro lado la satisfacción en el trabajo para sus subordinados, empleados o trabajadores. Así pues, líder es quién obtiene resultados que se esperan de él durante un cierto periodo y mediante el empleo eficaz de los recursos a su disposición.

Las acciones del Líder Competente se resumen de esta forma:

- ✓ Orienta la acción de un grupo en una dirección determinada, inspirando valores de acción y anticipando escenarios.
- ✓ Fija objetivos, realiza su seguimiento y da retroalimentación sobre su avance integrando las opiniones de los diferentes integrantes.

- ✓ Tiene energía y la transmite a otros en pos de un objetivo común fijado por él mismo.
- ✓ Capacita constantemente a su personal.

Hellriegel y Slocum (2010) dentro de las perspectivas actuales, refieren a un modelo de Liderazgo efectivo llamado Modelo de Liderazgo Auténtico, el cual refiere a los individuos que se conocen y comprenden a sí mismos, saben en qué creen y lo que valoran y actúan conforme sus valores y creencias mediante una comunicación abierta y honesta con sus subordinados y con otros. De ésta manera los subordinados están más dispuestos a confiar en el líder auténtico y a seguirlo. Se observa que el líder auténtico genera credibilidad y se gana el respeto de los seguidores, alentando y respetando diversos puntos de vista, además de darle valor a las competencias.

Hellriegel y Slocum (2010) además mencionan los componentes clave que se encuentran interrelacionados, los cuales se resumen de la siguiente forma:

1.- Estimula la identificación del seguidor. Este tipo de líderes influyen en actitudes y conductas de sus seguidores, además de determinar y desarrollar las fortalezas de sus seguidores. El líder guía con el ejemplo y establece altos estándares.

2.- Crea esperanza. Se forma una motivación para sus seguidores. Se nota que esperanza implica a fuerza de voluntad o determinación de una persona y avanzar para alcanzar las metas.

3.- Refleja confianza. Estos líderes revisan constantemente sus atributos y tienen más probabilidad de que sus seguidores confíen en ellos. Existe retroalimentación.

4.- Muestra emociones positivas. Las emociones positivas de los líderes auténticos amplían los pensamientos de los seguidores sobre la forma de alcanzar las metas y resolver problemas.

5.- Incrementa el optimismo. Los líderes auténticos optimistas perseveran frente a los obstáculos o dificultades, evalúan las fallas personales como algo temporal y muestran altos niveles de motivación para el trabajo, el desempeño y la

satisfacción laboral. El optimismo supone que los individuos pueden hacer un esfuerzo para cambiar las situaciones para bien, a diferencia del pesimismo donde ninguna acción incrementa las probabilidades de que se establezcan metas y se aspire alcanzarlas.

De esta forma el liderazgo auténtico se enfoca en comprender lo suficiente acerca de sí mismo para poder hacer acciones confiadas como saber en dónde se es competente y dónde no lo es, además de rodearse de personas que quieran ser igualmente competentes.

Reza (1995) menciona a las reglas básicas del líder están dar ejemplo permanente personal, se tiene que esforzar por ser respetado por sus colaboradores y subordinados, tiene que permitir que se inspire afecto en el círculo donde se presente, tenderá a ayudar a su personal cuando lo requiera, pedir a su personal consejos y ayuda, además debe fomentar en el personal el sentido de la responsabilidad, debe criticar la conducta de manera constructiva y que trate a la gente como seres humanos.

Aprender el liderazgo, significa que a la persona a quien se le quiere enseñar modelos de cómo ser líder, busque de forma activa efectuar los cambios personales que se requieren para llegar a dicho estado. Un liderazgo efectivo implica el desarrollo de múltiples competencias, por tal motivo, y porque la mayoría de las personas profesionistas pasan una cantidad considerable de tiempo tratando con otros, la comunicación interpersonal establece los elementos de la parte de liderazgo. Así la competencia de Comunicación estará vinculada para el desarrollo de tales habilidades (Hellriegel y Slocum, 2010).

3.3 ELEMENTOS COMPETENCIA DE COMUNICACIÓN

- ❖ Competencia de Comunicación: Puede Clasificarse tanto Competencia de Nivel Intermedio, como Competencia de Conocimiento.

Es la capacidad de escuchar, hacer preguntar, expresar conceptos e ideas en forma efectiva, exponer aspectos positivos. La habilidad de saber cuándo y a

quién preguntar para llevar adelante un propósito. Es la capacidad de escuchar al otro y comprenderlo. Comprender la dinámica de grupos y el diseño efectivo de reuniones. Incluye la capacidad de comunicar por escrito con claridad (Alles, 2002).

También puede verse a la competencia de comunicación como los conocimientos, habilidades y capacidades para emplear todas las formas de transmitir, comprender y recibir ideas, pensamientos y sentimientos (verbales, auditivas, no verbal, escritas, electrónicas y demás) a efecto de poder transmitir e intercambiar información y emociones (Hellriegel y Slocum, 2010, p. 10).

Monereo (2005), indica a la competencia de Comunicación como un conjunto de estrategias que favorecen el diálogo eficaz y comprensivo con otro u otros interlocutores. La capacidad de escuchar adecuadamente, comprender y responder a pensamientos, sentimientos o intereses de los demás.

Las acciones del Comunicador Competente son:

- ✓ Es reconocido por su habilidad para identificar los momentos y la forma adecuados para exponer diferentes situaciones en las políticas de la organización y llamado por otros para colaborar en estas ocasiones.
- ✓ Utiliza herramientas y metodologías para diseñar y preparar la mejor estrategia de cada comunicación.
- ✓ Proporciona y alienta una actitud abierta en relación a la comunicación y su actuación es un modelo en ésta área. Logra comprensión y compromiso de cooperación demostrando superioridad para distinguir, interpretar y expresar hechos, problemas y opiniones.
- ✓ Identifica y dirige de forma constructiva los conflictos dentro del equipo. Es confiado pero puede responder a los desafíos sin ponerse a la defensiva. Formula preguntas perspicaces que van dentro del problema. Comprende y comunica los temas complejos. Puede comunicarse eficientemente en un entorno internacional.

- ✓ Demuestra seguridad para expresar opiniones con claridad. Alienta el intercambio de ideas y es abierto y sensible a los consejos y puntos de vista de las demás personas.

También demuestra sólida habilidad de comunicación y asegura una comunicación clara dentro del grupo; alienta a los miembros del equipo a compartir información, habla por todos y valora las contribuciones de todos los miembros.

Hellriegel y Slocum (2010) además mencionan que algunos otros conocimientos, habilidades y capacidades que incluye la competencia de comunicación son el transmitir ideas y emociones a otros, proporcionar retroalimentación constructiva, la escucha activa, utilizar e interpretar la comunicación no verbal como las expresiones faciales, los movimientos corporales y el contacto físico.

Massana (2002), considera la sensibilidad a las normas y valores culturales como elementos que pueden mejorar la competencia comunicativa, a la vez que su ignorancia puede conducir a un fracaso en las interacciones. Añade que la competencia comunicativa se define como la capacidad de comunicar con eficiencia personal y adecuación social. Se compone de dos niveles; el primer nivel superficial llamado competencia de actuación, que consiste en las conductas comunicativas observables, y el segundo nivel profundo; denominado competencia procesual, constituido por toda la actividad cognitiva y conocimiento necesarios para generar una actuación adecuada.

Massana (2002), explica las habilidades comunicativas requieren la intervención de ambos niveles, puesto que deberán estar disponibles en el sujeto y puestas en práctica en el momento adecuado, razón por la cual se utiliza el término como sinónimo de competencia comunicativa. El término habilidades comunicativas se refiere tanto a la comunicación no verbal como a la verbal, aspectos que también son considerados en el concepto de estilo comunicativo.

Roger (1993), menciona las cuatro reglas de un gran comunicador es estar preparado, la segunda es hacer sentir cómodos a los demás, la tercera es comprometerse y la cuarta es resultar ser interesante con quien te comunicas.

Langevin (2000), analiza que el esquema de la comunicación entre personas permite constatar que un diálogo se establece entre un emisor (el que habla) y un receptor (el que recibe el mensaje). El objetivo del emisor es que el mensaje sea transmitido y bien recibido por el receptor; sin embargo a veces el emisor, de forma consciente o inconsciente, transmite un mensaje filtrado, es decir, que no corresponde a su intención inicial. Si llega a ocurrir lo anterior, sucede en efecto, que la falta de competencia para adquirir cualidades esenciales de la comunicación.

Massana (2002), describe el estilo comunicativo es la manera en que una persona interactúa a nivel verbal, no verbal y paraverbal (rasgos de la voz como el tono). Por otra parte un mayor desarrollo de las habilidades lingüísticas parece llevar a mejores habilidades comunicativas expresivas y receptivas, dado que el lenguaje es un instrumento de la comunicación.

Para Langevin (2000) comunicar de forma afirmativa es expresar con precisión y espontaneidad los gustos, deseos, opiniones, emociones e intenciones; es decir, revelar al otro y ser capaz de escuchar su punto de vista, abrirse a las ideas sin mostrar agresividad.

3.4 DESARROLLO DE COMPETENCIAS.

Ahora bien, cuando se hace referencia a la necesidad de capacitar en materia de competencias se utiliza el término desarrollo, como una forma de incluir dentro del mismo concepto tanto a la capacitación como el entrenamiento. Para modificar comportamientos se requiere de un proceso de aprendizaje. Se menciona al desarrollo como las acciones tendientes alcanzar el grado de madurez o perfección deseado en función de puesto de trabajo que la persona ocupa en el presente o se prevé que ocupará más adelante.

Alles (2007), sigue añadiendo que en el autodesarrollo de competencias, se refiere a las acciones que se enfrentan para alcanzar el nivel de madurez o perfección que en esa competencia desea tener. Lo anterior puede ser a través de una espiral creciente, que significa adquirir y/o perfeccionar de manera progresiva las competencias y conocimientos que las personas poseen para tener éxito en sus puestos de trabajo.

Lévy- Leboyer (2003), señala el análisis de competencias como parte del estudio de la propia competencia personal de quienes ocupan determinados puestos de trabajo. En primer lugar sale a relucir su grado de cualificación; es decir su pericia y conocimiento experto en asuntos culturales, científicos y tecnológicos, es en pocas palabras lo que saben. En segundo lugar aflora su talento para el quehacer; es decir, sus habilidades, destrezas, capacidades de índoles genérica o específica. En tercer lugar asoma su voluntad, sus motivos, sus deseos, sus gustos, sus valores ante sí mismos, ante los demás, ante las exigencias y retos laborales.

Alles (2007), menciona que existen numerosos estudios que han mostrado que modelar comportamientos a través de referentes es eficaz para capacidades interpersonales difíciles de articular. Por este camino, Judith Gordon (1997), también ha escrito sobre el aprendizaje social, quien presenta la teoría del aprendizaje social, que integra dos enfoques (conductista cognitivo) con la idea de modelar o imitar comportamientos. Los capacitandos primero observan a otros que les sirven de modelo. A continuación, se forman una imagen mental del comportamiento y sus consecuencias. Por último, ellos mismos intentan el comportamiento. Si las consecuencias son positivas, el capacitando repite el comportamiento; si las consecuencias son negativas no hay repetición.

Se requieren aptitudes específicas para adquirir o utilizar competencias concretas, estas aptitudes desempeñan un papel que está limitado a la fase de aprendizaje, cuando la tarea puede ser completamente automatizada. En segundo lugar, cuando la tarea no es rutinaria y está caracterizada por exigencias imprevistas y

constantemente renovadas, se recurre permanentemente a procesos cognitivos y a aptitudes mentales (Lévy- Leboyer, 2003).

Lévy- Leboyer (2003), explica también tres formas existentes de desarrollar las propias competencias: en la formación previa, antes de la vida activa; a través de cursos de formación para adultos. Durante la vida activa y por el ejercicio mismo de una actividad profesional, es decir, nunca se cesa de aprender a lo largo de la existencia, todas las experiencias son susceptibles de construir ocasiones de aprendizaje y estas experiencias no tienen por qué pertenecer a las actividades profesionales. Las empresas conceden cada vez más importancia a estas competencias extraescolares, diferentes de los conocimientos adquiridos en la formación tradicional. Porque los entornos de trabajo son específicos y requieren de la adquisición de competencias precisas, y sobre todo porque el papel de las competencias de dirección y de las competencias de relación, de la capacidad de trabajar en equipo, de resolver conflictos, de mantener la sangre fría en situaciones de estrés, no pueden enseñarse en la escuela y tiene un peso cada vez más importante.

Para Spencer y Spencer (1995) mencionan que las personas adquieren habilidades interpersonales a partir del modelo de comportamiento de roles; observando e imitando a otras personas que demuestran exitosos comportamientos en una situación. Estos comportamientos muestran a los capacitandos a través de numerosos ejemplos reales, filmes o videos de qué manera una persona como el capacitando desarrolla la competencia específica en una situación determinada.

Para que los gerentes aprendan cómo hacer un discurso carismático sobre la visión, como lo mencionan Spencer y Spencer (1995), se les puede mostrar grabaciones de grandes oradores, a continuación, intentan dar un discurso sobre la visión por sí mismos, imitando y aun exagerando los roles. La exageración ayuda a romper inhibiciones cuando se está tratando de tener nuevos comportamientos.

Lévy- Leboyer (2003), señala el desarrollo de las competencias no es una nueva técnica pedagógica que estaría impuesta, no supone una relación de autoridad entre quienes definen las necesidades de formación y quienes se someten a ella. Es la voluntad propia de intentar concretar sus posibilidades de desarrollo y encontrar los medios que favorecerán este desarrollo. La experiencia es, una condición de la adquisición de las competencias, pero no siempre es útil, en otras palabras, todos los individuos no aprovechan de la misma manera las posibilidades que se les ofrecen. Adquirir competencias puede parecer una actividad espontánea, de hecho requiere una actitud favorable, como un reto y como una ocasión de desarrollo propio; después de la experiencia se extraen las conclusiones necesarias.

Por su parte Alles (2007), añade que el entrenamiento y la capacitación en competencias ofrecen diferentes aproximaciones y vertientes. Las acciones para el desarrollo de las competencias se basan en la sumatoria de los siguientes componentes concretados:

- ✓ Un curso formal sobre la competencia a desarrollar, idealmente de tipo muy práctico, de los que usualmente se denominan talleres.
- ✓ El entrenamiento derivado del propio desempeño en un puesto: los resultados de las evaluaciones, los comentarios diarios de los superiores y las indicaciones cotidianas del trabajo, sirven como retroalimentación para el desarrollo de las competencias.
- ✓ El autodesarrollo, que será en definitiva, la base para el desarrollo de competencias.

Lévy- Leboyer (2003), expone además que solo las experiencias sobre el terreno permiten construir competencias, pero las competencias no son cualidades innatas que la experiencia fortalece y desarrolla. El desarrollo de las competencias no tiene lugar ni antes de la entrada en el mundo laboral, ni paralelamente al ejercicio de una actividad profesional, sino directamente mediante esta misma actividad. Para que las experiencias sean fructíferas es necesario que las dificultades sean aprovechadas activamente, desarrollar la capacidad de

retroceder permite volver aprender; y que la naturaleza de las expectativas y de las situaciones concuerde con el estilo cognitivo propio de cada uno.

3.5 Conclusión:

Las competencias laborales se dicen entonces, como el conjunto de habilidades, conocimientos y actitudes que requiere una persona para poseer la capacidad de desempeñar actividades específicas para un puesto de trabajo.

Las competencias engloban comportamientos socioafectivos y habilidades cognoscitivas, sensoriales o motoras para tener un buen desempeño.

El contexto empresarial actual toma muy en cuenta las habilidades, conocimientos, actitudes, que cada trabajador posea en su área de trabajo. Por todo lo anterior se puede decir que la impartición de la capacitación de lenguaje corporal y facial, se relaciona directamente con las Competencias que cada Instructor adquiere y desarrolla a lo largo de su experiencia en la impartición de cursos, conferencias, talleres, evaluaciones, etc. Pues es indicado decir que el líder aunque sea elegido burocrática o democráticamente, es su imagen y forma de expresión, lo que define el consentimiento, seguimiento y aprobación de los seguidores; lo cual puede llegar a ser un impedimento al logro de las metas, cuando no haya correctas formas de expresión verbal y no verbal.

De tal manera se puede decir que un instructor, a la cabeza de un grupo, debe prestar constantemente atención a propias y ajenas formas de expresión corporal, pues son ellas las claves para decidir si el rumbo de un curso, va encaminado al éxito, o bien, si presenta deficiencias por el simple hecho de no estar enviando las señales o mensajes adecuadamente a los capacitandos.

Capítulo IV. La imagen Pública del Capacitador o Instructor.

Dentro de este capítulo se expone que es lo que define a una imagen de una persona, además de los componentes que forman y modifican a una imagen pública, específicamente la que debería prestar atención un Instructor. También se reconoce cuán importante es prestar atención al Lenguaje Corporal que se usan frente a otros y a las Competencias que se demuestran poseer, que darán como resultado Imagen Pública propia y única.

4.1 DEFINICIÓN Y CARÁCTERÍSTICAS.

Antes que nada se dice que la imagen es la representación de la figura humana en forma visible y reconocible, así como una manifestación esencial de la personalidad, puesto que la imagen constituye uno de los elementos fundamentales en la proyección externa de la persona. Así pues, la imagen realiza funciones de individualizar e identificar a la persona (Adarraga, 1998).

Joly (2009), menciona la imagen como una producción consciente e inconsciente de un sujeto, también constituye una obra concreta y perceptible, es inevitable que su lectura la haga vivir y perdurar, que movilice la conciencia y el inconsciente de un espectador. El mensaje siempre está ahí para observarlo, examinarlo, comprenderlo y compararlo con otras interpretaciones en un momento y circunstancias determinadas.

De esa forma está involucrado un proceso físico-psicológico de percepción, que abarca primeramente una sensación que canaliza al sistema nervioso central para de ahí pasar al proceso cerebral de la aprehensión, desciframiento y comprensión de la causa que la produjo traduciéndola en un efecto semejante a una experiencia o vivencia que a su vez se convierte en una imagen mental de lo percibido (Gordoa, 1999).

La imagen es la representación, o proceso físico-psicológico, de una persona en cómo es percibida y no necesariamente como es en realidad. Es una impresión constituida a partir de su apariencia física, estilo de vida, porte, acciones, conducta

y modales. Se forma a través del esfuerzo constante con tres características fundamentales: físicas, intelectuales y emocionales, y habrá que encontrar un equilibrio entre todas, pues una imagen favorable se gana gracias a la acumulación de pequeños detalles, fijando objetivos concretos y alcanzables (Valdez, 2003).

Gordoa (1999) menciona al vocablo de imagen, viene del latín *imago imaginis* donde se refiere a figura, representación, semejanza y apariencia de una cosa. Se diferencian tres tipos de imágenes mentales las más elementales que corresponden a la retención en nuestra mente de lo percibido y su capacidad de reproducirlo, es decir una especie de memoria visual o fotográfica. Las segundas, son referidas a nuestra capacidad de crear imágenes, a la facultad de la mente que pueda reproducir de la memoria, interrelacionar ideas y crear, es decir la capacidad de imaginar, y las terceras que son el principal objeto de estudio, son las que una vez conformadas mediante el proceso físico- psicológico descrito anteriormente, pueden producir efectos en la conducta de los individuos. Son las imágenes que habiendo quedado grabadas en la memoria van a influir en las preferencias y por lo tanto en las decisiones del ser humano.

El tercer tipo de imágenes mentales son consecuencia de las percepciones acumuladas que necesitan de la coherencia para producir una reacción en la gente, ya que la mente solo asocia lo que ve junto, lo que se repite de manera similar. De aquí surge la terminología de Imagen es percepción, tomando en cuenta como percepción como la sensación interior que resulta de una impresión material hecha en nuestros sentidos. Así se puede identificar imagen con percepción y desprender que la imagen será la manera en que son las personas (Gordoa, 1999).

La imagen de sí mismo tiene múltiples facetas y funciones, da identidad que intenta que sea comprendida y aceptada por los demás. En el transcurso de las interacciones sociales cada uno utiliza una variedad de estrategias y de tácticas para comunicar a los demás una determinada imagen de sí mismo. Para Lévy-Leboyer (2003), esta diversidad del autoconcepto es más o menos fuerte según el

individuo. Investigaciones sugieren que cuanto más rica y compleja es la estructura del autoconcepto, más registros de identidad disponibles tiene el individuo, más protegido está contra los choques afectivos y más equilibrado es. Los individuos difieren en su capacidad de elaborar una imagen de sus competencias no sólo precisa, sino también, perfectamente diferenciada y correctamente integrada en la diversidad de situaciones.

La imagen es dinámica y relativamente maleable. Es variada en el sentido de que está compuesta por variedad de representaciones de naturaleza diferente (cognitivas, afectivas, etc) y está hecha de imágenes visuales y de datos verbales. En cada momento, uno de estos aspectos se activa e influye en los comportamientos y en las motivaciones. La adquisición de una imagen adulta de sí mismo se basa primero en las expectativas sociales y luego en procesos interiores y en la percepción de las propias realizaciones. Lévy- Leboyer (2003), indica que la imagen es el resultado de procesos cognitivos, también se basa en comparaciones sociales que la enriquecen y la concreta. La imagen utiliza informaciones procedentes de cuatro fuentes diferentes: percepción de los propios resultados, observación de los demás, influencia social, percepción de propias reacciones. Así la imagen, determina los comportamientos sociales porque influye en la valoración de los demás, determina las estrategias sociales, determina la forma en que se reacciona frente a las opiniones dadas por otros.

Considerar la imagen como un mensaje visual compuesto de distintos signos lleva a considerarla, como un lenguaje y entonces como una herramienta de expresión y de comunicación. Joly (2009) refiere que ya sea que la imagen se vuelva expresiva o comunicativa, podemos admitir que esa imagen siempre constituye en efecto un mensaje para otro. Por tal razón, una de las precauciones necesarias a tener en cuenta, para comprender de la mejor manera un mensaje visual, es buscar para quién fue producido.

Las funciones del análisis de la imagen pueden ser la búsqueda o la verificación de las causas del buen funcionamiento, o por el contrario, del mal funcionamiento de un mensaje visual (Joly, 2009).

Para Dropsy (1982) el concepto de imagen, se asocia con la representación del propio cuerpo percibido desde el interior por el sentido propioceptivo. La misma palabra imagen, evoca de manera espontánea una forma espacial, es pues, la representación que cada uno tiene en todo momento, de manera consciente o subconsciente, de la forma y la posición del cuerpo en un espacio.

En este terreno de la imagen pública, el lenguaje corporal se contempla en función de su utilidad para proyectar una buena imagen que proporcione seguridad en uno mismo y, a partir de ella, comunicar confianza para provocar la credibilidad en los actos (Gordoa, 2003).

La imagen pública ha devenido en un concepto clave para el desempeño comunicacional de instituciones, personas, productos y servicios y hasta países que compiten en el espacio público por un lugar en la mente de públicos, ciudadanos, consumidores e inversionistas, diplomáticos, etc. Por ello Abreu (2001) menciona en términos de opinión pública, la imagen equivale a la opinión como reputación, aprecio y consideración general de los otros. La imagen se forma sustancialmente por la apariencia externa, que está constituida por todo: cualquier acción, gesto o manifestación, los símbolos usados, las acciones ejecutadas en los ámbitos público y privado, contribuyen a formar una imagen determinada del hombre público.

Gordoa (2007) propone que la imagen es la figura, la representación, semejanza y apariencia de una cosa. La imagen pública es la imagen colectiva que de un individuo se sostiene en un tiempo y lugar determinado.

Abreu (2001), refiere la imagen pública no es un objeto o una cosa material que se encuentra en el espacio exterior, sino una representación mental, un fenómeno imaginario. Fuera del público, de una colectividad, las imágenes públicas no existen.

Rowden (2004), toma propiamente la Imagen Pública como algo llamado identidad. Refiere que toda identidad aparece como una imagen fija dentro de un mundo en movimiento. La imagen puede ser la intención de lo que quieren ser o

cómo desean ser vistas. La identidad verdaderamente eficaz promueve un conjunto de mensajes deliberados y proporcionando suficiente flexibilidad. El beneficio más obvio de la identidad es ser visto, y más aún, ser visto como diferente. La diferencia lo hace visible y separa su personalidad de la de los otros. Pero la diferencia no es suficiente, ésta debe ser atrayente, motivadora e impulsora de los instintos de quienes le rodean, de acuerdo a sus ambiciones.

4.2 AXIOMAS DE LA IMAGEN PÚBLICA.

Gordoa (1999) menciona los axiomas de la imagen, tomando en cuenta la palabra axioma como un principio, sentencia o proposición que se resumen de la siguiente forma:

1. Es inevitable tener una imagen:
Todo y todos tenemos una imagen que es percibido por los sentidos de alguien más.
2. El 83% de las decisiones las hacemos por los ojos:
El sentido de la vista es tan importante en nuestras decisiones.
3. El proceso cerebral que codifica los estímulos toma unos cuantos segundos:
Científicos dicen que varían entre 5 y 12 segundos los que constituyen el momento crítico en el que causamos la primera impresión.
4. La mente decide mayoritariamente basada en sentimientos:
Estudio muestran que algunas funciones del cerebro, especialmente a la habilidad de toma de decisiones, están gobernadas por las emociones que por la razón.
5. La imagen es dinámica:
Una imagen deteriorada puede mejorarse, pero una buena imagen también puede arruinarse al acontecer hechos no previstos que la perjudiquen.
6. La creación de una imagen debe respetar la esencia del emisor.
7. La imagen es siempre relativa:
La imagen debe ser de acuerdo a la esencia del emisor, con la necesidad de la audiencia y con el objetivo que se desea cumplir.

8. El proceso de creación de una imagen es racional por lo que se requiere de una metodología:
Se trata de evocar una emoción en la audiencia a través de conocimientos, creatividad y sensibilidad.
9. La eficiencia de una imagen irá en relación directa a la coherencia de los estímulos que la causen:
Una imagen integral especialmente fuerte y estable se generará por el conjunto coherente de todos los mensajes verbales, no verbales que las persona o institución emita en un contexto particular.
10. Siempre tomará más tiempo y será más difícil reconstruir una imagen que construirla desde el origen.
11. A mejor imagen mayor poder de influencia.
12. La imagen de titularidad permea en la institución.
13. La imagen de la institución permea en sus miembros.

Es cierto que la imagen es un reflejo, una representación de una persona en su conjunto, pero la parte del cuerpo que mejor plasma la personalidad es el rostro; sin embargo, no es posible limitarse a una noción de la imagen solo por las facciones de la cara. La noción de la imagen no se identifica con la personalidad, pero sí es una de sus vehículos más directos para su expresión. Esa capacidad de la imagen para individualizar y comunicar procede del sujeto, un sujeto que es consciente de una aptitud comunicativa. En consecuencia, la imagen se relaciona con la dignidad propia como humano, y aquí radica el carácter valioso de la imagen y la exigencia de su adecuada protección (Adarraga, 1998).

4.3 IMAGEN PÚBLICA EXITOSA.

Se pretende que la identidad exitosa triunfe en todos los niveles de la comunicación, solo así se le asegura el éxito y lo aleja del fracaso; pues además, una identidad inadecuada únicamente puede desviar y obstruir a quien la porta. Una identidad completa debe cubrir todos los aspectos de la comunicación visual, escrita y hablada. La gente tiende a creer lo que ve, pues todo compartimos una

tendencia a juzgar el contenido por el contenedor. Todo público es impaciente y tiene un nivel de atención limitado; tal público, deseará ponerle una etiqueta, e identificar y archivar esta imagen con cierta urgencia y de igual forma, la persona evaluará al público. (Rowden, 2004).

Como prosigue Rowden (2004), los juicios ya mencionados seguirán por una mezcla de razón y emoción consciente e inconsciente y se formarán en pocos segundos o minutos. Cualquier público juzgará lo que la persona diga contra la forma en la que se presente, con base en este simple juicio, el público se inclinará a basar su confianza o desconfianza. El público creerá lo que la persona dice de ella misma cuando lo compare con lo que puede ver.

De esta forma el liderazgo y la identidad dependen estrechamente una de otra. El liderazgo será necesario para una imagen o identidad, para su implementación y para obtener un resultado exitoso, pues dicha identidad se ocupa de definir a la persona. (Rowden, 2004).

La proyección externa de la persona se da fundamentalmente a través de su imagen, esa proyección externa, que es natural al ser humano como ser comunicativo, es una representación de la propia personalidad. Por lo tanto, la imagen comunica una referencia esencial a la propia personalidad, y a la vez, la imagen es un rasgo de la personalidad humana (Adarraga, 1998).

En la integración de una persona en un ámbito social tiene un papel importante de su capacidad comunicativa, la aptitud para dar a conocer el propio modo de ser, la propia personalidad, algo que se da de forma inmediata a través de la imagen. Adarraga (1998) señala a lo que se considera tener buena imagen en un determinado entorno, es el grado de penetración y de integración que haya podido conseguir al darse a conocer, ya sea por sus actividades, o a través de la publicidad; porque en cualquier caso debe mediar un proceso comunicativo.

Cuando se menciona que la imagen es una representación sensible, se hace hincapié en que la imagen no es una abstracción sino una identidad concreta que tiene la cualidad de ser captada por los sentidos. De aquí se derivan una

consecuencia, y es que la imagen es susceptible de ser manipulada, es decir, contiene las aptitudes de poder ser fijada, reproducida y difundida (Adarraga, 1998).

Algunas aseveraciones según Gordo (1999), refiere acerca de la definición de imagen pública son que:

- ✓ La imagen es un resultado y por lo tanto está provocada por algo, es el efecto de una o varias causas. Estas causas siempre serán externas, ajenas al individuo, ya que se produce dentro del mismo individuo, en su mente. Se refiere a la imagen en su carácter mental.
- ✓ La imagen producirá un juicio de valor en quien la concibe, por lo que su opinión se convertirá en su realidad. Dicha realidad no tiene que ser verdadera por lo que se hablaría de una realidad ficticia estrictamente individual, es decir ante una imagen individual.
- ✓ El juicio de valor es lo que impulsa la acción individual consecuente: aceptar o rechazar lo percibido. La conducta estará entonces condicionada por la imagen individual y será producto de la coherencia con el mensaje transmitido.
- ✓ Cuando la imagen individual es compartida por un público o conjunto de públicos se transforma en una imagen mental colectiva dando paso a la imagen pública.

Cuando una imagen mental individual es compartida por muchas personas, se transforma en una imagen mental colectiva, por lo que la imagen pública será la percepción compartida que provoca una respuesta colectiva unificada (Gordo, 2003).

En sentido figurado un estímulo es un incitamiento para obrar o funcionar, desde el punto de vista biológico es cualquier agente que provoca la respuesta de un organismo; en este camino las causas que generan la imagen serán los estímulos recibidos a través de los sentidos los cuales también incitarán a actuar. Se distinguen los estímulos verbales, no verbales y mixtos (Gordo, 1999).

Gordoa (1999) menciona con base a lo anterior, los estímulos emitidos por algo o alguien generarán percepción que se traducirá en una imagen. La imagen se convertirá en la identidad de quien ha sido percibido y una vez otorgada, esta verdad se convertirá en la verdad particular de quien lo ha percibido, es decir en la reputación de la persona, ésta considerada como la opinión que la gente tiene de una persona o cosa. Esta noción de identidad explica porque las cosas son representadas por su imagen, mediante la que se son reconocibles y memorizables.

4.4 COMPONENTES DE LA IMAGEN PÚBLICA.

De acuerdo a Gordoa (2007) la llamada Ecuación de la Imagen se comprime de la siguiente forma:

Estímulo + Receptor = **Percepción**

Percepción + Mente = **Imagen**

Imagen + Opinión = **Identidad**

Identidad + Tiempo = **Reputación.**

La identidad se forma entonces por la apariencia y la opinión. Se trata de un proceso que no se puede contradecir o ser ajeno a la esencia misma, cuya misión es poner en forma la armonía de una persona o institución, para potenciarla de tal manera que pueda ser identificada positivamente (Gordoa, 1999).

Para crear una imagen pública, se deben reunir lo que Gordoa (2003), menciona como las principales condiciones:

- ✓ Conocimientos: No es una cuestión de buen gusto o intuición, está basada en el saber.
- ✓ Creatividad: Ésta es una cualidad que siempre separará los buenos profesionales de los menos eficaces. Se necesitará usar la capacidad de imaginar, sobre todo en la etapa de diseño estratégico.

- ✓ Sensibilidad: Porque la imagen pública siempre dependerá de personas y porque el proceso llevará involucrada la producción de sentimientos.
- ✓ Respeto de la esencia: La esencia determinará el resultado final, sin importar cuán buena sea la apariencia.
- ✓ Metodología: Se necesita un proceso que rijan y dé cohesión a las acciones.

4.5 Conclusión:

Dado lo anterior se puede concluir que crear o modificar una imagen pública de un instructor, requiere de múltiples factores, desde la perspectiva hasta la identidad misma, y deben ser considerados para conocer cuál es el impacto visual de un capacitador para saber tan incongruente, mejorada o exitosa imagen posee.

Se dirá entonces que la imagen pública nace desde que se perciben los estímulos visuales emitidos de una persona mediante su cuerpo, voz, movimientos, vestimenta, modos de actuar, etc., después se les deposita un significado por medio de la experiencia del receptor de dichos estímulos visuales; por ende se ofrece una identidad a dicha persona que resulta ser la imagen compartida por todas las personas.

Por lo anterior se puede decir, la Imagen puede moldearse como lo sería la de un futuro instructor exitoso, pero para llegar a ello la herramienta de la capacitación del lenguaje corporal, será ideal para dotar de técnicas para que se pueda modificar el comportamiento, si el capacitador analiza y reflexiona sobre el modo en que su cuerpo emite los mensajes y para conocer las formas para crear, modificar y/o mejorar la percepción colectiva hacia una persona.

PROPUESTA

Dado que el proceso de capacitación tiene como finalidad la enseñanza del adulto en un ambiente laboral, la capacitación del lenguaje corporal y facial está destinada a quienes deseen desarrollar habilidades como capacitador, desarrollando mejores modos de actuar para desarrollar las competencias de liderazgo y comunicación.

- Las principales características de la propuesta son:
 - ✓ Curso de capacitación de: Lenguaje corporal y facial para potencializar competencias de Liderazgo y Comunicación en un Instructor.
 - ✓ Población: Ya sea dirigido a capacitadores que inician o ejercen la profesión, que deseen potencializar habilidades necesarias en el ámbito laboral para un beneficio en las competencias de liderazgo y de comunicación, para mejorar la capacidad de detección en claves del comportamiento mediante el lenguaje no verbal, para proyectar una mejor imagen profesional y exitosa.
 - ✓ Objetivo general: Al finalizar el curso el participante aplicará los elementos básicos del uso lenguaje corporal y facial, vinculado a las acciones personales para el incremento propio de las competencias de Liderazgo y Comunicación, mediante diversas técnicas de enseñanza aprendizaje.
 - ✓ Objetivos Específicos:
 - Al finalizar el tema “conceptos y fundamentos del lenguaje corporal” el participante ubicará las principales características para una efectiva detección del lenguaje corporal mediante la técnica de enseñanza-aprendizaje “expositiva”.
 - Al finalizar el tema “Detección de las señales corporales” el participante identificará las formas de análisis y detección de señales corporales básicas mediante la técnica de enseñanza- aprendizaje “expositiva”.
 - Al finalizar el tema “Imagen Pública de un Instructor” el participante reconocerá los principales elementos de la construcción de una Imagen

pública exitosa mediante la técnica de enseñanza- aprendizaje “dramatización”.

En cuanto a la impartición del curso, se deberá planear la capacitación, detectando las necesidades de la población, es decir; que tanto se necesita implementar esta propuesta tomando en cuenta las áreas de capacitación, la población escogida, cantidad y profundidad de los conocimientos, habilidades y actitudes, y cuándo serán capacitados.

Se realizará una programación y presupuesto con la finalidad de obtener un plan estratégico del cómo y en cuánto tiempo se llevarán a cabo dichas actividades correspondientes a la propuesta, además de los costos.

Se impartirá el curso de acuerdo a la carta descriptiva anexa, siguiendo los objetivos establecidos y las técnicas de enseñanza aprendizaje requeridas.

Por último podría hacerse una evaluación para verificar los resultados obtenidos, utilizando métodos de encuesta, observación directa, entrevistas, cuestionario de mejora del desempeño, etc.

La capacitación del lenguaje corporal, se propone que sea de manera presencial por la naturaleza del contenido, se espera que sea de mayor utilidad los ejemplos en vivo. Sería extraño dar este tema online, si se trata de ofrecer la mayor resolución de dudas mediante el acto presencial usando la herramienta del cuerpo mismo.

Para dicho curso considera necesario al menos 8 horas de impartición, para que puedan cubrirse los temas expositivos de contenido, los temas demostrativos de contenidos y los temas de ejemplificación. Podrá dividirse en dos días si es necesario, en caso de limitantes de tiempo.

Al inicio de la impartición del curso de lenguaje corporal y facial, se deben cubrir la necesidades de la mención de los objetivos, contar con un manual de capacitación impreso, mencionar las expectativas por parte del grupo hacia el curso con el fin

de corroborar al final de este, si fueron cumplidas. Tales expectativas pudieran ser:

- ¿Qué es el lenguaje Corporal y Facial?
- ¿Cómo reconocer claves de comportamiento a través del cuerpo?
- Importancia del lenguaje corporal en el trabajo
- Aplicación en el marco empresarial.
- Lenguaje corporal y competencias de Liderazgo y Comunicación
- Detección de ademanes, posturas y gestos.

Se pretende que el Instructor que lo imparta posea la experiencia suficiente en el área para ser buen modelo y guía, pudiendo ser un psicólogo y/o consultor en imagen pública, para el enriquecimiento de técnicas de enseñanza aprendizaje y de contenidos.

Contará con una evaluación de pretest y postest, en el cuál se medirá el grado de conocimiento del tema por parte de los capacitandos y servirá como evidencia de la relevancia de la impartición de este tema, aún nuevos en muchos sectores educativos y empresariales.

También deberá contar con una evaluación de reacción donde indudablemente se calificará al Instructor principal, para evaluar justamente la propuesta. Puede incluirse aspectos a evaluar como vestimenta del Instructor, manejo del tema, forma de expresión verbal, forma de expresión corporal adecuada, espacio físico adecuado, etc.

A manera de evaluación de dicha capacitación, podrá hacerse alrededor de tres meses en la misma población de capacitandos, evaluaciones referidas a lo aprendido en el curso y su aplicación o eficacia en el contexto real. Como sugerencia pueden ser útil la encuesta con un diseño observacional o de opinión, la entrevista, cuestionario.

LIMITACIONES.

Algunas limitaciones que se encontraron para hacer el análisis teórico de dicha propuesta recaen en la aún poca bibliografía para el tema de Imagen Pública. Además para el tema de Lenguaje Corporal existe poca evidencia concerniente a la aplicación del mismo, pues solo existen ejemplificaciones ilustradas.

Por otro lado no existe un temario estricto para la aplicación de algún curso del tema Lenguaje Corporal e Imagen Pública.

No existen fuentes que vinculen temas de Capacitación con propiamente el tema Lenguaje Corporal.

DISCUSIÓN.

Se puede concluir que la capacitación será nuevamente el área de enseñanza adulta que se utilice para hacer que futuro instructor aprenda o reaprenda a utilizar su cuerpo y utilizar la opinión de los demás a su favor, en los momentos cruciales del desempeño de su trabajo en la impartición de cursos, para lograr comunicar, escuchar, observar dirigir y trabajar con grupos de personas que se encuentran dentro de un proceso de enseñanza aprendizaje.

La comunicación no verbal se traduce a lo que se conoce como lenguaje corporal, es la demostración de forma consciente o inconsciente de todas las partes que conforman a una persona como ideas, posturas, emociones etc., que son emitidas como señales o indicadores por algunas partes del cuerpo de una persona, que a su vez son traducidos como mensajes positivos o negativos por otros individuos, e indudablemente producen un opinión y que permiten la formación de una imagen colectiva de esa persona

Así también, en la situación laboral se deberá reconocer al lenguaje corporal está conjuntamente relacionado con las reglas de demostración, con las emociones y las conductas de las personas. El cuerpo en todos los contextos puede acentuar la

información verbal, modificarla, o incluso anular su significado. En la imagen pública, el lenguaje corporal se observa en función de su utilidad, para que se proyecte una buena imagen proporcionando seguridad en el instructor y, a partir de ella, comunicar confianza para provocar la credibilidad en la propia identidad y en los actos.

Se puede decir entonces, que dentro del proceso de comunicación; comunicar bien mediante el uso adecuado del lenguaje corporal, lo hará aquella persona que es capaz de provocar actitudes positivas en los demás, la persona que es empática, y esta empatía constituye un acto no verbal que permite desenvolverse en distintos escenarios, pues se sabe escuchar bien y escucha con todo su cuerpo. Se recurre con mucha frecuencia a los signos no verbales para representar la identidad personal, pues la habilidad para comunicarse bien, es clave para el éxito de los líderes.

De esta forma, la capacitación del lenguaje corporal y facial en un instructor será el medio para un instructor logre conocer del modo en que se utiliza el cuerpo mismo, con la finalidad de analizar el comportamiento propio y mostrar una mejor manera de transmitir los mensajes a los demás.

Se verá pues como Competencia, a un complejo conjunto de atributos poseídos por una persona (conocimientos, capacidades, aptitudes, características personales) que se encuentran relacionados a un estándar de desempeño un trabajo o situación. Por ende tener éxito en un puesto de trabajo se requieren ciertas competencias que marcarán la diferencia entre un desempeño malo, uno estándar y uno superior. Si se posee un alto grado de desarrollo de competencias pero carece de algunos conocimientos necesarios, podrá adquirirlos pero dichas competencias serán desarrolladas únicamente por el profesionista.

En cuanto al mejoramiento en la utilización del lenguaje corporal servirá para que el instructor potencialice sus competencias de liderazgo y comunicación, al ser capaz de hacer congruentes los mensajes que emite con su cuerpo y voz, además de encontrar las mejores formas de expresión al frente de otros individuos.

La capacitación del lenguaje corporal y facial está dirigida a enriquecer el área de desarrollo Humano y Capacitación de una empresa, institución o centro universitario, pues al poseer instructores competentes en la impartición de cursos, se verá afectada positivamente la opinión pública que se tenga, no solo de la persona que dirige un curso, sino también la imagen del lugar donde se trabaja; dado que la imagen de los trabajadores permea la imagen del lugar donde se trabaja y viceversa.

Entonces tal capacitación del lenguaje corporal y facial en un instructor, no podrá ser totalmente responsable de subsanar o remediar absolutamente todos aquellos problemas relacionados con carencias de liderazgo y/o comunicación, ya sea en lugares escolares o empresariales; pero sí va dirigida a la solución de necesidades propias de la era contemporánea, en que la mejor preparación es la que posee visión multidisciplinaria para enfrentar la competencia laboral real. Así pues, se presenta como una nueva entera herramienta para direccionar y potencializar el desarrollo profesional de los trabajadores o futuros instructores.

Al inspeccionar los conocimientos a los que debe prestar mayor atención un Capacitador, se puede concluir que la impartición de un curso especializado en el Lenguaje Corporal y Facial, a Instructores en formación o con experiencia, dará como resultado un impacto positivo en la potencialización de las Competencias de Liderazgo y de Comunicación, tras reconocer que poseer y mostrar un mejor lenguaje corporal es importante en la aplicación de habilidades, conocimientos y actitudes relacionadas con la identidad profesional; además la precisión del lenguaje corporal depende de la precisión de los propios sentimientos, ideas y posturas; dando como resultado que el autoconocimiento, se relaciona en gran medida con la imagen pública que se demuestre hacia las demás personas.

Referencias:

Abreu, S. (2001, marzo). *El estudio de la imagen pública: ¿la clave del éxito?*. *Revista Latina de Comunicación Social*, 39.

Adarraga, A. (1998). *El derecho a la propia imagen, su identidad y aproximación al derecho a la información*. México: Fundación Manuel Buendía.

Ailes, R. (1993). *Tú eres el mensaje. La comunicación con los demás a través de los gestos, la imagen y las palabras*. España: Paidós.

Alles, M. (2002). *Gestión por competencias, el diccionario*. México: Granica.

Alles, M. (2007). *Desarrollo del talento humano*. México: Granica.

Corominas, J. (1998). *Breve diccionario etimológico de la lengua castellana*. Madrid: Gredos.

Dorado, J. y García, M. (2010). *Protocolo, relaciones públicas y comunicación*. España: Síntesis.

Dropsy, J. (1982). *Vivir en su cuerpo, expresión corporal y relaciones humanas*. Argentina: Paidós Técnicas y lenguajes corporales.

Fletcher, S. (2000). *Análisis de competencias laborales*. México: Panorama.

Gordoa, V. (1999). *El poder de la imagen pública*. México: EDAMEX.

(2003). *Imagología*. México: Grijalbo

(2007). *Imagen vendedora. Cómo hacer la venta de tu vida*. México: Grijalbo.

Gordon, J. (1997). *Comportamiento organizacional*. México: Prentice Hall.

Grados, J. (2009). *Capacitación y desarrollo de personal*. México: Trillas.

Hellriegel y Slocum. (2010). *Comportamiento Organizacional*. México: Cengage Learning.

Huberman, S. (1999). *Cómo se forman los capacitadores*. Argentina: Paidós.

Joly, M. (2009). *Introducción al análisis de la imagen*. Buenos Aires: la marca editora

Knapp, L. (1982). *La comunicación no verbal. El cuerpo y el entorno*. México: Paidós Comunicación.

Langevin, H. (2000). *La comunicación: un arte que se aprende*. España: SalTerae.

Levy-Leboyer, C. (1997). *Gestión por competencias*. Barcelona: Gestión 2000.

Levy-Leboyer, C. (2003). *Gestión de las competencias, cómo analizarlas, como evaluarlas, cómo desarrollarlas*. España: Gestión 2000.

Massana, D. (2002). *Psicología de la comunicación*. España: Ariel Psicología.

Mertens, L. (1996). *Competencia laboral: sistemas surgimiento y modelos*. Montevideo: Cinterfor.

Monereo, C. (2005). *Internet y competencias básicas*. España: Graó.

Nasio, J. (1995). *Cinco lecciones sobre la teoría de J. Lacan*. Barcelona: Gedisa.

O'Connor, J. (1997). *El lenguaje Corporal*. Barcelona: Plaza y Janes editores.

Paín, A. (2001). *Capacitación laboral*. Argentina: Ediciones novedades educativas.

Pease, A. (1986). *El lenguaje del cuerpo, cómo leerla mente de los otros a través de sus gestos*. México: Planeta.

Reza, T. (1995). *El ABC del administrador de la capacitación*. México: Panorama editorial.

Rodríguez M., Serreri, P. y Del Cimmuto, A. (2010). *Desarrollo de Competencias: teoría y práctica*. España: Laertes educación.

Rowden, M. (2004). *El arte de la identidad. Creación y manejo de una identidad corporativa exitosa*. México: McGrawHill.

Serrano, S. (2004). *El regalo de la comunicación*. Barcelona: Anagrama.

Spencer, L. M. y Spencer, S .M. (1993). *Competence at work, models for superior performance*. USA: John Wiley and Sons Inc.

Stoke, P. y Schachter, A. (1997). *La expresión corporal*. Buenos Aires: Paidós.

Valdez, A. (2003 enero- febrero). *Imagen pública y poder político*. *Revista Mexicana de Comunicación*, 16-21.

Anexos. Carta descriptiva para el curso de 8 horas.

Curso:	Lenguaje corporal para potencializar competencias de liderazgo y comunicación en un instructor.		
Duración:	8 horas		
Antecedentes del participante:			
-Conocimientos:	Conocer sobre capacitación básica, competencias.		
-Habilidades:	Interacción social, manejo de grupos.		
-Actitudes y Valores:	Favorable a la participación grupal, respeto a nuevas perspectivas de conocimiento, disposición a nuevas formas de actuación.		
Propósito General:	Al finalizar el curso el participante aplicará los elementos básicos del uso lenguaje corporal y facial, vinculado a las acciones personales para el incremento propio de las competencias de Liderazgo y Comunicación, mediante diversas técnicas de enseñanza aprendizaje.		
Condiciones de Operación:	Espacio: Salón o aula de aprendizaje	Población: de 13 a 25 personas	Material de uso frecuente: Mesas, sillas, pintarrón, laptop, cañón.
Contenidos:	Las actividades están organizadas alrededor de nueve módulos temáticos que permiten al participante conocer y aplicar el lenguaje corporal y facial a las competencias de liderazgo y comunicación, abarcando conocimiento teórico y práctico.		

<u>MÓDULO</u>	<u>TEMA</u>	<u>OBJETIVOS PARTICULARES</u>	<u>TÉCNICA/ ACTIVIDADES</u>	<u>TIEMPO</u>
1. Lenguaje Facial y Corporal	-¿Qué es y para qué sirve el Leng. Corp.? -¿Cómo se expresa el Leng. Corp.?	- Definir qué es leng. Corporal y su utilidad en el medio laboral - Reconocer las señales consciente e inconscientes que emite el cuerpo	-Exposición por parte del Instructor -Formación de equipos. -Participación	-20 min
2. Expresión de mensajes faciales	-Relación emoción y cuerpo -Estados faciales y emociones	-Describir la relación entre mente y cuerpo para la comunicación. -Identificar la expresión	-Exposición del Instructor - Participación guiada.	-30 min Hora Acumulada: 50 min

		corporal con un significado real de emoción.		
3. Expresión de mensajes corporales	- Movimiento o corporal.	- Ilustrar diversas claves de comportamiento para decodificar un mensaje.	- Formación de equipos - Discusión por equipos de material visual o impreso. - Participación guiada por el instructor.	1 hora, 20 min. Hora Acumulada: 2 horas 10 min.
4. Detección de señales corporales	- Posturas y gestos y su significado en las personas.	- Interpretar las diferencias personales en expresión corporal	- Exposición del instructor. - Participación guiada.	20 min. Hora Acumulada: 2 horas 30 min.
5. Aplicación de técnicas de Lenguaje Corporal	- Expresión corporal positiva y negativa - La comunicación con el solo uso del leng. Corp.	- Contrastar diferencias entre enviar mensaje positivo y negativo mediante el leng. Corp. - Aplicar el leng. Corp. para enviar el mensaje deseado.	- Formación de parejas - Dramatización por parejas de estados corporales positivos y Negativos. - Participación guiada.	1 hora 30 min. Hora Acumulada: 4 horas
6. Competencias	- Definición y elementos de una competencia - ¿Qué es comp. de liderazgo? - Modelo de liderazgo auténtico - ¿Qué es competen	- Definir el término competencia en el contexto laboral actual - Interpretar los elementos de la competencia de comunicación y liderazgo como elementos importantes para el desarrollo profesional - Relacionar el	- Exposición por parte del Instructor. - Formación de equipos. - Discusión y elaboración de mapa mental de liderazgo y comunicación. - Elaboración y exposición de rotafolio por equipos del modelo de	- 30 min - 30 min - 30 min. Hora Acumulada: 5 horas 30 min.

	cia de comunicación?	modelo de liderazgo auténtico con el uso correcto leng. Corp.	liderazgo - Participación guiada por el instructor.	
7. Competencias y lenguaje corporal	- Ejemplos de Leng. Corp. En líderes y buenos comunicadores reales.	- Ilustrar el vínculo entre la aplicación de las competencias de liderazgo y comunicación con la aplicación del leng. Corp. de personas profesionales reales.	-Exposición por parte del Instructor. - Presentación de imágenes y videos del leng. Corp en personas públicas.	- 25 min. Hora Acumulada: 5 horas 55 min.
8. Imagen Pública	- Conceptos y elementos básicos -Normas de apariencia y vestuario profesional.	-Reconocer los conceptos básicos de una imagen pública profesional -Explicar la importancia del uso correcto de las normas de apariencia y vestuario para obtener una imagen profesional.	-Exposición por parte del Instructor. - Presentación de imágenes y videos de normas y apariencia en contexto laboral.	- 30 min. Hora Acumulada: 6 horas 25 min.
9. Imagen pública y lenguaje corporal	-Relación del leng. Y desarrollo de competencias para una mejor imagen Pública.	- Aplicar el lenguaje corporal a diversas situaciones actuales para producir un adecuada imagen profesional	-Formación de equipos. - Dramatización por equipos de diversas situaciones aplicando el leng. Corp, el desarrollo de competencias de liderazgo y comunicación. -Participación guiada por el instructor.	1 hora 30 min. Hora Acumulada: 7 horas 55 min. 8 horas cierre.

			-Cierre conclusiones.	
--	--	--	-----------------------	--