

Material Imprimible

Curso Cómo generar una imagen profesional exitosa

Módulo ¿Qué es la imagen profesional?

Contenidos:

- Qué es una imagen profesional
- Cómo diseñar una imagen profesional
- Plan de desarrollo profesional
- La importancia del manejo de la comunicación no verbal
- La imagen profesional y el lenguaje corporal

La imagen profesional

La forma de vestir es una de las piezas que conforman la carta de presentación de los profesionales y una de las más determinantes a la hora de triunfar en una compañía. Sin embargo, hasta el vestuario más exclusivo no tiene sentido si la actitud de quien lo porta no proyecta liderazgo y personalidad.

La elegancia, la sobriedad, la versatilidad, la proactividad, y el profesionalismo de una persona, sin duda alguna, se podrán ver reforzadas por su indumentaria, siempre y cuando, la misma funcione como un complemento, utilizado como un plus, es decir, que no opaque ni reste importancia a las capacidades, y a la actitud de quien la luce.

El mundo laboral ejecutivo contemporáneo exige a sus integrantes ser más competitivos. Por lo dicho, aprender a proyectar una imagen de credibilidad y seguridad, se ha convertido en una herramienta fundamental a la hora de promover la confianza y generar autoridad, liderazgo y poder.

Según los expertos, todo profesional que ejerza puestos de dirección y desee obtener un mejor desempeño, tanto de sus labores, como de su equipo de trabajo, debe aprender a desarrollar una imagen integral, que incluya factores tan importantes como la vestimenta, la identidad y el compromiso corporativo.

La imagen y actitud que un profesional puede llegar a proyectar, son fundamentales a la hora de imponer su superioridad.

Aunque uno no sea consciente de ello, siempre proyecta su personalidad a través de la imagen personal que muestra hacia el exterior. Por lo que, si esta última no se acompaña de una determinada prestancia, sumada a una clara actitud de liderazgo, difícilmente podrá ayudar a que el profesional lleve adelante con éxito los desafíos de una relación empresarial.

Asimismo, podemos decir que, indistintamente de la ocupación que pueda tener, un verdadero líder puede ser formal y casual a la vez, dependiendo de su estilo de liderazgo. Un líder autócrata se verá muy bien formalmente, de traje y corbata, y un líder demócrata, se verá muy bien en estilo casual. Ambos, independientemente de su estilo, deberán poder atraer a los demás, sin encandilar.

También hay que tener en cuenta que la seguridad y la confianza que proyecta un profesional, debe estar mucho más respaldada por sus logros académicos que por la

marca o el color de ropa que esté usando. Si no se demuestran los conocimientos técnicos, experticia y experiencia, de nada sirve vestir un traje de alta costura.

Apuntando siempre al equilibrio, se debe pensar el estilo profesional, basándose en una identidad propia y acorde a las competencias que se subrayan como fortalezas profesionales.

La realidad es que el estilo propio se logra a través de la construcción estratégica de aquella imagen que uno previamente se ha propuesto proyectar. Es por eso que decimos que lo importante es asumir en la mente y en el cuerpo una mixtura contextualizada, que realce el perfil integral que se busca obtener.

Se puede lograr un equilibrio estratégico entre cuerpo, personalidad y competencias profesionales, sin tener una colección de trajes Dior o Armani, en el placard.

Pero ahora nos preguntamos... ¿qué es la imagen profesional? La imagen profesional puede definirse como la percepción que tiene el entorno laboral, en relación a una persona, partiendo de los estímulos que ésta proyecta durante su actividad corporativa.

Los mencionados estímulos provienen del aspecto físico, de la gestualidad, de los ademanes y expresiones corporales, y de la forma de expresarse vía oral y por escrito.

Estos tres componentes fundamentales de la imagen profesional, a los que se los denomina, respectivamente, la imagen física, la imagen no verbal y la imagen verbal, deben ser manejados en forma complementaria para lograr proyectar una imagen de credibilidad y seguridad, que se transforme en una herramienta primordial para promover la confianza, generar autoridad y liderazgo. Analicemos en particular a cada uno de ellos.

Sobre la imagen física, que tiene que ver con la forma de vestir, podemos decir que si bien no es determinante, es un factor clave.

Parafraseando un dicho muy popular, no basta con ser profesional, sino que hay que parecerlo: se debe ser coherente.

Un ejecutivo debe saber vestirse adecuadamente para cada ocasión, tanto para una cena de gala como para asistir a las reuniones internas de la empresa para la que trabaja. Pero, como ya hemos mencionado anteriormente, hay que tener muy en cuenta que incluso el vestuario más exclusivo carece de sentido si la actitud de quien lo viste no proyecta liderazgo y personalidad.

Si el ejecutivo no tiene prestancia, ni una actitud de liderazgo, será difícil que dirija una organización. De ahí la importancia de, además de tenerla, saber manejar la presencia física.

Por su lado, la imagen no verbal tiene relación con los gestos, los ademanes y las expresiones corporales, y estos también comunican; de hecho, conforman el denominado lenguaje no verbal.

Un cuerpo encorvado, con los hombros apretados, y el rostro mirando hacia abajo, transmite derrota y depresión. Por el contrario, un cuerpo erguido, con los hombros sueltos, y una mirada firme, dirigiéndose a los ojos del interlocutor, transmite liderazgo, convicción, autoridad y confianza.

Un ejecutivo exitoso debe mantener coherencia entre lo que es y lo que exterioriza, tanto corporal como verbalmente.

La comunicación paralingüística y la proxémica forman parte de los seis tipos de comunicación no verbal.

La primera se compone de elementos tales como la entonación; el ritmo; la prosodia, o cadencia al hablar; el timbre; y el volumen de la voz.

En tiempos en los que predominan las comunicaciones vía audio de whatsapp, la voz es la que determina el estado de ánimo de los interlocutores y el ritmo de sus interacciones.

La segunda tiene que ver con la distancia que cada persona utiliza para relacionarse con los demás.

El ser humano tiene una tendencia natural a crearse un espacio personal en el que se mueve y desarrolla sus acciones. Ese llamado territorio, o espacio vital, representa una extensión invisible que fija cada individuo, sea cual sea su tamaño, para que lo rodee cual burbuja, y lo separe de los demás.

Una correcta proyección de la imagen personal, deberá respetar la distancia proxémica de los demás, y exigir que también se respete la propia.

Se establecen cuatro medidas de aproximación proxémica más o menos estándar, según el tipo de relación existente entre los individuos. Veamos cada una de ellas:

- La zona íntima se extiende de 15 a 45 centímetros, y es la que puede ser invadida únicamente por los que están ligados emocionalmente a la persona en cuestión, sea pareja, hijos, familiares, amigos muy queridos, etc. A la subzona que va de los

cero a los 15 centímetros solo accede aquella persona a la que el otro está ligado muy íntimamente.

- Por su parte, la zona personal se extiende desde los 46 centímetros a los 1,22 metros, y es distancia que puede mediar entre dos personas en una reunión social, tanto de trabajo como de entretenimiento.
- La zona social, que se desarrolla entre los 1,23 metros y los 3,6 metros, es la que usualmente separa a una persona de otra que puede calificarse como un extraño, alguien no conocido, y con el que se tiene un intercambio ocasional
- Finalmente, la zona pública, que supera los 3,6 metros, es la distancia que generalmente se utiliza para interactuar con un grupo de personas, poco o nada conocidas.

Continuando con la descripción de los componentes de la imagen profesional, llegamos al tercero y último: la imagen verbal. Tanto el ejecutivo líder, como el empleado administrativo de la misma oficina, deben mantener un claro paralelismo entre la imagen que proyectan físicamente y su forma de expresarse verbalmente.

La buena imagen personal proyectada debe ser complementada con una demostración de que se tienen los conocimientos técnicos y la experiencia que se requiere para el puesto que se está ocupando.

Tanto el alto ejecutivo que se dirige a los accionistas de una compañía para exponer los logros de la organización, como los gerentes en los comités de gerencia, o los mismos empleados en una reunión de trabajo, deben saber manejar adecuadamente este aspecto de su imagen.

Para cualquier exposición o presentación, ya sea ante jefes o subordinados, se recomienda ensayar lo que se va a decir y tener claros los mensajes que se van a emitir, siendo estos últimos la columna vertebral de la ponencia.

La imagen profesional, también llamada imagen ejecutiva, refiere, asimismo, al manejo de la proyección de la identidad personal en el ámbito laboral, ya que se la considera como una construcción consciente, una estimulación, y un manejo de una determinada percepción que ciertas personas, públicos o audiencias, tendrán sobre esa identidad personal específica, en un contexto y tiempo determinados, logrando una relación de beneficio mutuo.

Ahora bien. La identidad personal se proyecta a través de cinco factores:

- identidad profesional
- la actitud
- el comportamiento
- el discurso
- y la vestimenta

La actitud, el comportamiento y la vestimenta, son visuales; el discurso es oral, y la identidad profesional depende directamente de los otros cuatro, además de ser el más difícil de proyectar. A continuación, describiremos brevemente a cada uno de ellos.

El factor identidad profesional abarca no sólo el aprendizaje adquirido en el área específica laboral de una persona en particular, sino también las habilidades y competencias profesionales que esta posee.

Podríamos decir que la identidad profesional expresa, también, aquellos elementos que conforman un plan de vida y de carrera: conciencia sobre el cambio, equilibrio en las diversas esferas del ámbito personal, misión profesional, objetivos de carrera y estrategia profesional a seguir.

Desafortunadamente, no es fácil transmitir clara y adecuadamente este factor, a menos que se tengan algunas evidencias que hablen de él.

La actitud está relacionada con la postura corporal y la proyección de la energía.

Además, podemos agregar que la misma va desde la postura hasta la forma de caminar, pasando por la gestualidad, y el manejo del espacio interpersonal. Estos componentes proyectan la energía, las emociones, y los estados de ánimo.

Asimismo, la actitud suele ser un elemento importante a considerar, ya que la seguridad y el carisma son aspectos destacables de las personas.

Por su parte, el comportamiento tiene más que ver con las decisiones y las acciones a implementar en ciertas circunstancias o contextos, sumadas al dominio y a la efectividad en el manejo de los protocolos profesionales, como saludos, reuniones de trabajo, comidas, presentaciones y demás.

El comportamiento en relación al protocolo deberá estar precedido de una decisión y seguido de una acción. La labor misma del profesional, sea de la profesión u oficio que sea, será parte de su comportamiento y afectará muchísimo a su imagen profesional.

De igual manera, una correcta imagen profesional tiene que estar ligada a un comportamiento congruente con el entorno en el que se desarrolla. Por esto es muy importante ser consciente de los códigos de comportamiento de cada ámbito en el que se deba interactuar competentemente.

Podemos decir entonces que se lleve a cabo una acción o no, la actitud va a estar siempre presente.

Por su lado, en el discurso existen dos niveles de análisis, importantes por igual: uno es el hablado, y el otro es el escrito.

En el primer caso se debe estar muy atento al manejo de la, o las, lenguas que se dominen, y a todas las cuestiones que involucran la emisión correcta, entendible, y coherente de un mensaje; como también, a las características paralingüísticas que tienen que ver con la pronunciación, dicción, modulación, tono, acento, volumen y timbre de vos.

En el segundo caso, la atención debe concentrarse en la posesión de una buena y efectiva redacción, algo que tiene un impacto determinante en la imagen profesional de cualquier persona. Para esto, es imprescindible y muy necesario, conocer los lineamientos básicos de la gramática, como sintaxis, ortografía, acentuación y puntuación, de él, o los idiomas que se manejen.

Finalmente diremos que sobre la vestimenta existen diversas interpretaciones, e incluso los especialistas muchas veces dudan de su relevancia. Sin embargo, en el mundo profesional, de negocios o académico, este factor tiene un impacto que no puede dejarse de lado, ya que en ciertas ocasiones puede ser el determinante para establecer, dañar o reforzar una efectiva imagen profesional.

Lo cierto es que no existe un lineamiento general de vestimenta profesional, porque dependiendo de cada ámbito profesional, el código de vestimenta variará notoriamente. Por ejemplo, el código del ámbito de negocios -en cuestión de vestimenta- será mucho más tradicional y rígido que el código de vestimenta del ámbito artístico o un *coworking*.

Plan de desarrollo profesional

Aprender a proyectar una imagen que refleje profesionalismo y compromiso es la llave capaz de abrir las puertas de cualquier oportunidad laboral o social.

Ya sea para buscar trabajo, socios, inversionistas, aliados comerciales, o clientes, poseer una correcta imagen profesional es clave para dar una primera buena impresión y asegurar el camino hacia el éxito.

Además, la llamada imagen ejecutiva ha tomado mucha relevancia en el cada vez más competitivo campo laboral, ya que, tanto empresas como reclutadores, toman como referencia la imagen proyectada por cada candidato.

Una buena imagen profesional puede dar a conocer a una persona de una manera más efectiva, dado que es un gran elemento diferenciador e identificador de la relación con los otros.

En este sentido, conocer la importancia de la imagen profesional es el primer paso para comenzar a trabajar en ella o cambiarla, en caso de que sea necesario. Y, en paralelo, es muy necesario trabajar de manera constante, tanto interior como exteriormente, en los siguientes aspectos que les contaremos a continuación.

En primer término necesitamos tener conocimiento del entorno, es decir, conocer el contexto y las normas de convivencia de la empresa, e intentar familiarizarse con los demás, mostrando interés por sus expectativas, deseos, metas y hasta frustraciones.

Esto solo se logra siendo una persona que escucha activamente a todos los individuos con los que debe interactuar, desde los gerentes generales, hasta el personal de limpieza.

También es fundamental practicar la proactividad. ¿Y cómo se hace? Bien, para dominar este aspecto hay que anticiparse a las necesidades de la compañía, tratando de buscar soluciones creativas a los problemas, tomando la iniciativa, y generando nuevas oportunidades y puntos de vista, que manifiesten diferencias constructivas con el resto de los empleados.

Otro aspecto valioso radica en mantener la información. Con esto queremos decir que para actuar de forma correcta en todo momento, hay que estar al tanto de las circunstancias que acontecen alrededor, dedicando tiempo y esfuerzo a estudiar y analizar el ambiente laboral que nos rodea.

Finalmente, lo ideal para fortalecer la imagen profesional, es desarrollar la disciplina. Este es uno de los aspectos más importantes de una buena imagen profesional, porque la disciplina nos permite cumplir con todo tipo de compromisos, estar presentes cuando

más se nos necesite, poder anticiparnos a brindar soluciones, y cumplir con nuestro trabajo en tiempo y forma.

Ahora bien. A pesar de que nuestros padres y abuelos, por lo general permanecían en el mismo trabajo hasta su jubilación, siguiendo una trayectoria profesional muy sencilla, al trabajador moderno se le presentan, a lo largo de su vida laboral, una gran variedad de nuevas industrias, trabajos y oportunidades para demostrar sus conocimientos.

Este amplio abanico de oportunidades es fantástico pero también puede ser abrumador, y confundir, a la hora de generar y mantener una imagen profesional que se adapte a los diferentes escenarios.

En este sentido, es aconsejable optimizar los objetivos profesionales, a través del trazado de un plan de desarrollo profesional, conocido como PDP.

Pero... ¿Qué es el PDP? Es un documento que describe habilidades y conocimientos actuales, que incluye objetivos específicos y acciones que se deben tomar para lograrlos. Además de recursos, plazos y límites de tiempo previamente establecidos.

Lo cierto es que para conseguir avanzar, hay que aprender a mejorar las habilidades y superarse todo el tiempo.

Asimismo, hay que entender que elaborar un plan de desarrollo profesional es una forma de definir con claridad qué se quiere conseguir a lo largo de una carrera laboral, que hoy se plantea de una manera cada vez más dinámica.

Por lo tanto, un PDP no es un proyecto aislado, es un documento en constante transformación, que se va actualizando a medida que cambian los objetivos, el entorno y las prioridades.

En otras palabras, es un mapa de los objetivos profesionales que se quieren alcanzar a lo largo de la vida laboral, a corto o a largo plazo, y que sirven para trazar la ruta a seguir.

Al mismo tiempo, este plan de desarrollo profesional ayuda a identificar las habilidades que faltan, cuánto tiempo se debe invertir para conseguirlas, y qué tipo de empleos hay que buscar.

Tengan en cuenta que crear un buen plan de desarrollo profesional requiere tiempo y esfuerzo pero, una vez realizado, permite tener mucho más claro cuál es el camino a seguir, y puede ayudar a que la imagen profesional se proyecte exitosamente.

Cabe destacar que no hay límites respecto al formato de este plan: puede ser un esquema dibujado en una hoja de papel, o un documento de texto complejo y extenso... Eso dependerá de hasta donde se quiera profundizar.

Lo cierto es que el proceso de creación de un plan de desarrollo profesional básico, también denominado ciclo de vida, consta de seis pasos.

Los mismos son:

- Realizar una autoevaluación que determine cuál es la situación actual
- Definir los objetivos
- Determinar un plan de acción
- Reunir los recursos
- Elaborar un cronograma
- Y hacer un seguimiento del proceso

El primer paso para crear un PDP, radica en realizar una autoevaluación que determine cuál es la situación actual. De acuerdo a lo que señalan los expertos, la evaluación es la base de todo plan de desarrollo profesional, y un paso fundamental que se debe tomar muy en serio al momento de actualizarlo en el futuro.

En este primer paso, hay que estimar los intereses personales y profesionales, las aspiraciones, los planes y los sueños que se tengan en relación a la carrera profesional; además de sumar los conocimientos y las habilidades vigentes sobre temas relevantes, para poder identificar qué es necesario mejorar o cambiar para progresar.

Si bien el grueso del plan de desarrollo profesional se centra en la dirección hacia la que se quiere enfocar la carrera laboral, primero se debe conocer cuál es nuestro punto de partida.

En esta línea, se aconseja encarar las siguientes acciones:

- Primero, armar una lista de habilidades, conocimientos e intereses
- Luego, identificar los puntos fuertes y las áreas que se necesitan desarrollar en profundidad
- También sirve analizar las competencias transversales, es decir, las aptitudes y las cualidades que mejoran el rendimiento y la eficacia laboral en el día a día, que también se conocen como *soft skills* o “habilidades blandas”, en contraposición a

las “habilidades duras”, que se pueden cuantificar y acreditar con un diploma o una titulación

- Y finalmente, especificar la capacidad para utilizar las herramientas informáticas más extendidas.

Es importante que comprendan que evaluarse a uno mismo no siempre es fácil, por lo que se puede recurrir a herramientas de evaluación y test de personalidad que se encuentran online, para poner en marcha el proceso.

Continuando con la descripción de los pasos para armar un plan de desarrollo profesional, vamos a conocer el segundo de ellos, que radica en definir los objetivos. Para hacerlo, los expertos en la materia indican que resulta más fácil dividir los objetivos por plazos de tiempo, de la siguiente manera.

- Primero, a corto plazo, que son los objetivos que oscilan entre un par de días y un par de semanas
- Luego, a mediano plazo, que abarcan un período de unas pocas semanas a unos meses
- Y posteriormente a largo plazo, que pueden extenderse durante varios meses o incluso años en el futuro

Se recomienda empezar por el final, estableciendo un objetivo a largo plazo, para luego ir dividiéndolo en porciones a mediano y corto plazo.

Asimismo, es muy recomendable utilizar la denominada técnica SMART, por sus siglas en inglés, para asegurarnos de que los objetivos sean específicos, medibles, alcanzables, relevantes y de duración limitada.

Por otro lado, también ayuda hacerse preguntas del tipo: ¿hacia dónde quiero ir?, ¿qué áreas de mi trabajo quiero desarrollar?, ¿en qué empresa me gustaría entrar a trabajar en un futuro?, ¿lucharía por un ascenso, o preferiría quedarme en mi zona de confort?

Una vez contestadas, y en relación a las respuestas, es ideal escribir los objetivos generales que se quieren alcanzar a largo plazo, de tres a cinco años; a mediano plazo, que van desde los próximos uno o dos años; y a corto plazo, es decir, el próximo año; analizando si ellos encajan de forma realista con los conocimientos y habilidades que se poseen ahora, o que se pueden adquirir en el futuro.

Bien. El tercer paso radica en determinar un plan de acción. Esto es fundamental y sumamente necesario para poder alcanzar los objetivos definidos con anterioridad, al plantear las iniciativas que se deberían tomar de ahora en más.

Dichas iniciativas pueden incluir acciones tales como: asistir a una conferencia para reforzar conocimientos, encontrar un referente que pueda brindar acompañamiento dentro de la empresa, inscribirse en un taller para perfeccionar habilidades, etcétera.

En este sentido, hay tres formas de diseñar una estrategia para alcanzar objetivos profesionales:

- La primera, y la más eficaz, es aprender de la experiencia mientras se desempeña el trabajo día a día
- La segunda, conocida como exposición, contempla el hecho de aprender de otras personas
- Y la tercera es formarse y continuar estudiando de manera permanente

Continuemos con el cuarto paso de este plan, que consiste en reunir los recursos. En esta nueva instancia hay que aprender a buscar los medios, o herramientas, que permitirán que el plan de desarrollo profesional continúe exitosamente.

Cabe destacar que los recursos deben estar plasmados con todo el detalle posible en el plan. Lo más importante es tratar de tener una idea completa de los medios que se tienen a disposición, y de sus requisitos.

Con estos recursos nos referimos a, por ejemplo, seminarios, webinars o talleres; herramientas de aprendizaje y desarrollo; inserción en redes profesionales que permitan conectar con nuevos compañeros o mentores; presencia en plataformas sociales profesionales, como LinkedIn, entre otros.

Avancemos al quinto paso de este plan: elaborar un cronograma. Establecer plazos fijos y bien definidos para el logro de los objetivos puede ser de gran ayuda para poder cumplirlos. Entonces, dependiendo del tipo de metas que se establezcan, se programan intervalos semanales, mensuales o trimestrales, intentando encontrar el equilibrio adecuado entre darse el tiempo suficiente para lograr los objetivos y desafiarse a uno mismo.

Pensemos en el siguiente ejemplo para comprender mejor: si el objetivo principal está vinculado a una fecha específica, como puede ser, un puesto nuevo al que se aspira, y para el que se desocupa una vacante a principios del próximo año, el cronograma debe

impulsarnos a cumplir en primer término los objetivos a corto y mediano plazo que sean necesarios y que nos acerquen adecuadamente a esa nueva oportunidad profesional.

Finalmente, llegamos al sexto y último paso del plan de desarrollo profesional, que es hacer un seguimiento del proceso. En este punto, con el cronograma y los objetivos SMART ya definidos, se puede hacer un seguimiento de todo el proceso y evaluar avances y retrocesos.

Lo cierto es que realizar este tipo de valoraciones nos lleva nuevamente al principio de todo, por lo que, al llegar a este punto, nos queda claro que un PDP no es un plan lineal, sino un ciclo de vida.

En este sentido, es importante entender que desarrollarse profesionalmente es una tarea para toda la vida, por lo que también, se deben ejecutar autoevaluaciones un poco más profundas cada cierto tiempo, orientadas a comprobar si el plan sigue siendo útil y eficaz, y si continúa reflejando los objetivos.

Toda evaluación debe ser documentada para que se pueda incorporar al plan todo lo aprendido y madurado. La idea es mantener el PDP siempre actualizado, ya que es la única forma de poder asegurar una mejora y un avance seguro en toda carrera profesional.

Para redondear estos conceptos vamos a mencionar algunos ejemplos, propuestos por la plataforma de gestión de proyectos Asana. Como les decíamos, los objetivos pueden ser a corto, mediano y largo plazo, y su finalidad es la de mantener la motivación y garantizar que las personas no se queden estancadas en su trayectoria profesional. Ayuda mucho dividir un objetivo principal en partes más fáciles de gestionar, para quitar presiones, permitir trabajar las metas paso por paso, y brindar motivos para celebrar pequeños logros a lo largo del camino. Veamos.

Imaginemos que el objetivo número 1 es empezar un trabajo nuevo. Para eso planteamos lo siguiente:

- A largo plazo, apuntamos a conseguir una buena oferta y renunciar al trabajo actual.
- A mediano plazo, vamos a postularnos a cinco puestos de trabajo que realmente nos interesen, como mínimo.

- Y a corto plazo, necesitamos encontrar cinco ofertas de trabajo al finalizar la semana

Veamos otro ejemplo. El objetivo número 2 podría ser involucrarse más en las actividades de la empresa. Para lograrlo planteamos:

- A largo plazo, participar y ayudar a organizar al menos un evento antes de fin de año.
- A mediano plazo, unirnos a un grupo o comité de nuestro interés.
- Y a corto plazo, encontrar tres oportunidades que nos interesen, para vencer la tendencia a trabajar en solitario y comenzar a relacionarse con los demás en pos de un interés común, y comunicarse con ellos para participar antes de fin de mes.

La importancia del manejo de la comunicación no verbal

Decíamos previamente que la buena interacción con los demás es una pieza fundamental para tener éxito en cualquier área de una compañía u organización.

Sin importar la carrera elegida, un profesional idóneo que valore la proyección de una buena imagen debe contar con herramientas sólidas, que le permitan interactuar con sus compañeros, superiores, y/o subalternos, dentro y fuera de su entorno laboral.

En este sentido, más allá de manejar un discurso oral y escrito adecuadamente, aquellos componentes no verbales, que indefectiblemente acompañan a la comunicación verbal, son primordiales para que el mensaje a transmitir sea eficaz.

Un lenguaje corporal correcto, algo que no muchas personas se preocupan por mantener, es necesario no solo para ser usado durante las conversaciones laborales, sino también en presentaciones, entrevistas, y exposiciones de todo tipo ante auditorios.

Recordemos que este tipo de comunicación, denominada kinésica, se entabla a través de los gestos y los movimientos de las manos y del cuerpo en general, y repercute directamente en la interpretación, la aceptación y la valoración que el interlocutor le da a su contenido.

También es importante destacar que el lenguaje no verbal tiende a funcionar como un espejo, por lo que las expresiones faciales, la posición de los brazos, la postura, o los bostezos, se repiten en los otros.

Por lo tanto, el rostro, el cuerpo y la voz son fundamentales para generar diferentes tipos de interpretaciones en el entorno laboral, proyectando la imagen del profesional como creíble, seguro, lejano, empático o autoritario, según el caso.

La realidad es que la comunicación no verbal está presente en cada momento para apoyar a la verbal, o para contradecirla. Muchas veces lo que se calla, causa mayor impresión que lo que se dice, ya que, si bien es cierto que las palabras son la esencia, el verdadero significado de ellas se transmite gracias al lenguaje corporal y al tono de voz. En este sentido, los expertos en neurociencias sostienen que la comunicación no verbal desempeña un papel mucho más fuerte que la comunicación verbal, debido a su naturaleza espontánea que la transforma en una expresión directa e involuntaria de los estados emocionales.

Dicho esto, es importante remarcar que para transmitir una adecuada imagen profesional, hay que intentar emplear tanto la comunicación verbal, como la no verbal, desde la consciencia, aumentando las probabilidades de transmitir con éxito los mensajes.

Para esto, es necesario entender que determinados gestos y actitudes transmiten información concreta, por lo que, conocer dicha información podrá jugar un papel fundamental en la forma en que un profesional se comunique en todas las áreas de su entorno laboral.

Antes de lanzarnos a transmitir un mensaje, es preciso conocer a la audiencia que lo va a recibir, y entender las implicaciones de la información que se va a compartir con ella. A partir de esta base, se puede pensar en potenciar la forma en que dicha información será comunicada, manejando a consciencia y con habilidad los factores de comunicación verbal y no verbal de distinto tipo, que sean necesarios.

Entonces, para alinear ambos modelos comunicacionales, además de la preparación necesaria para el discurso, habrá que utilizar la actitud y los gestos adecuados para transmitir el mensaje de manera más efectiva, lo que implica comprender qué significa cada muestra de comunicación no verbal que se realiza.

Ahora bien. Entre los elementos fundamentales del lenguaje no verbal podemos destacar los siguientes:

- En primer lugar, la expresión facial, puesto que los ojos, las cejas y la boca conforman una fuente de información muy potente, ya que en segundos pueden transmitir de forma muy clara dolor, ira, alegría, disgusto, decepción, aburrimiento o confusión, entre muchos otros estados de ánimo.
- También debemos considerar al lenguaje corporal, es decir, la postura del cuerpo, la posición de los pies, el modo de sentarse, y otros movimientos sutiles que revelan de nosotros mucho más que las palabras.
- Y, por último, tenemos que destacar a los gestos, que añaden significado a las palabras, sobre todo, cuando provienen de los movimientos de las manos.

Algunas de las acciones de comunicación no verbal que hay que tener en cuenta en los ámbitos profesionales son:

- En principio, mantener el contacto visual y sumar expresividad a lo hablado con los ojos, demostrará seguridad en los planteamientos que se están exponiendo
- A su vez, es necesario mantener una posición erguida y con los pies abiertos, durante todo el tiempo que se esté en contacto con la audiencia, y cuidarse mucho de las posturas cerradas y los brazos cruzados
- También se debe buscar un lugar idóneo para establecer contacto con los otros, teniendo muy en cuenta el contexto en el que se realiza el intercambio de mensajes
- Mantener la sonrisa como expresión acorde y espontánea en relación a la situación que se está transitando, puede ser de mucha utilidad
- Generar momentos de pausa no muy largos para crear dinámica con la audiencia
- Establecer coherencia entre el rostro y el diálogo. Si se van a realizar movimientos enfáticos, hay que hacerlos con la mano abierta y sin señalar
- Y finalmente, utilizar cambios de entonación, hablar a un buen ritmo y evitar muletillas

Otro punto con el que hay que ser cuidadosos es la forma de saludar, que obviamente cambia según el contexto. En Occidente, lo normal, con alguna que otra diferencia, es saludar dándose la mano. En cambio, en Oriente, donde la distancia interpersonal es mayor, hay que tener muy en cuenta e informarse sobre las costumbres y las normas de protocolo empresarial vigentes.

Al dar la mano siempre se debe estar parado de frente al interlocutor, no se debe apretar en exceso, con una posición recta y firme. Con este gesto siempre se trata de generar una primera impresión de fuerza y autoridad, evitando que la otra persona intente girarla hacia una posición dominante para sí misma.

Pero... ¿Cuáles son las acciones no verbales que hay que evitar a toda costa, ya que pueden dañar severamente la percepción de la imagen profesional?

- En primera instancia, mirar hacia abajo en una conversación es señal de sentirse intimidado, o no creer en lo que nos están diciendo. Si, por alguna razón en particular, nos cuesta trabajo lograr mantener el contacto visual, hay un pequeño truco que ayuda a mantener la vista fija sobre los ojos del otro sin generar distracciones: esto es clavar la mirada en el puente de la nariz del interlocutor.
- A su vez, frotar constantemente las manos o jugar con los dedos, es una muestra de impaciencia o nervios.
- Y tener los brazos o piernas cruzadas demuestran que estamos a la defensiva y que por ese motivo no recibimos abiertamente lo que nos están compartiendo. Nos digan lo que nos digan, siempre debemos recordar estar abiertos a nuevos puntos de vista.
- Por otro lado, si caminamos con desgano, nuestro lenguaje corporal estará enviando señales de cansancio, desinterés, y apatía. Es por eso que debemos caminar con una postura recta, ya que estaremos hablando de nuestra seguridad y autoconfianza.
- En las reuniones de trabajo siempre se debe mantener también la espalda erguida, con una cierta inclinación hacia la mesa y las manos sobre ella, ya que, como decíamos, estar cruzado de brazos da impresión de aburrimiento o no apertura ante nuevas propuestas.
- Sigamos. Tocarse constantemente la nariz denota dudas e inseguridad sobre lo que nos están diciendo. Cuando el mismo gesto se realiza estando solos, dicen, los especialistas en este rubro, que estamos auto-enjuiciando nuestras acciones.
- Por otro lado, jugar con el cabello representa aburrimiento o inseguridad. Esta acción puede llegar a incomodar a nuestro interlocutor, sobre todo si se realiza sin control.
- Otra de las acciones que se deben evitar es caminar con las manos en los bolsillos, ya que habla de una persona derrotada o que considera que sus ideas no están siendo tomadas en cuenta.

- Comerse las uñas, es otro de los puntos para mejorar, ya que, independientemente de que se ve muy mal, una persona que se está mordiendo sus dedos constantemente demuestra que es ansiosa, que no está lista para el fracaso, y que los nervios podrían llegar a dominarla en una situación que requiere respuestas y acciones inmediatas.
- Tomarse la cabeza por la nuca al estar sentado también es una señal mal vista. Una persona que adopta seguido esta posición, habla de alguien que tiene control sobre sí mismo, y que es seguro, pero que, además, se siente superior a las personas que tiene enfrente. Los gestos que demuestran superioridad no se llevan bien con una buena imagen profesional. Si todos ya saben que uno es el jefe, no hay porqué subrayarlo de una manera tan grosera.
- Al mismo tiempo, los expertos dicen que mirar hacia la izquierda durante una conversación, le demuestra abiertamente a la otra persona que le estamos mintiendo. No obstante, no se aconseja intentar dominar este gesto, sino que se recomienda hablar con honestidad.
- Y, por último, reposar la cabeza en las manos, o acariciar las sienes, deja entrever que la persona se encuentra o muy angustiada o muy presionada. Una buena imagen profesional es aquella que también se forja a la luz de ejercicios de relajación, y técnicas tan productivas como el *mindfulness*.