

PLAN NACIONAL MULTIMODAL 2024

Comunidad Nacional de Conocimiento en Comunicación y cuidado de la voz

Sesión #1

LA VOZ

Herramienta determinante para el relacionamiento y el posicionamiento

Experto Líder:

Ivette Consuelo Hernández Avendaño

Perfil Profesional:

Fonoaudióloga

Master en comportamiento no verbal y detección de la mentira

Consultora en comunicación y desempeño ante medios



ihernandez@dcaespecialistas.com



3138304434



Ruta del conocimiento



Evaluémonos



*“La voz es la tarjeta de presentación de la persona
y refleja el yo más íntimo, individual e irrepetible”*

M.T. HERRERO ISCAR



Objetivo general

Dar a conocer investigaciones y conceptos claves que evidencian la relevancia de la voz, en la comunicación de toda persona que desea consolidar su liderazgo, mediante el relacionamiento con sus públicos de interés y el posicionamiento de su imagen, sus proyectos e iniciativas.



Objetivos específicos



Brindar conocimientos acerca de la voz como herramienta para relaciones de calidad y con calidez.



Evidenciar la trascendencia de un manejo adecuado de la voz en función de la autoridad y seguridad de un líder.



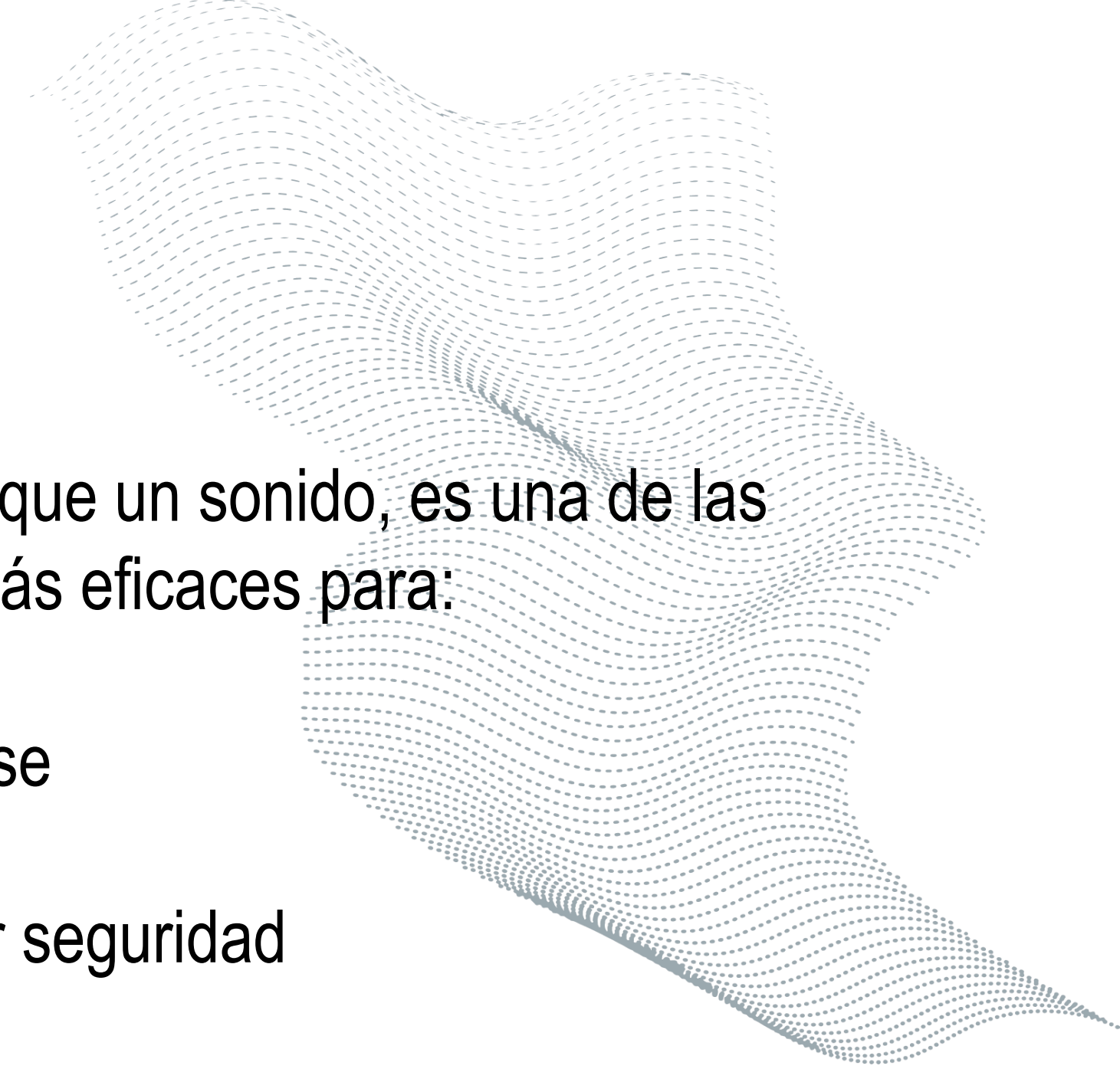
Proporcionar guías prácticas para el uso de la voz para lograr conexión e impacto en la audiencia e interlocutores.



La voz

Es mucho más que un sonido, es una de las herramientas más eficaces para:

- Destacarse
- Proyectar seguridad
- Resaltar un mensaje
- Persuadir: influye poderosamente sobre las reacciones-acciones de la audiencia.



"La VOZ del
pueblo es la
VOZ de Dios"

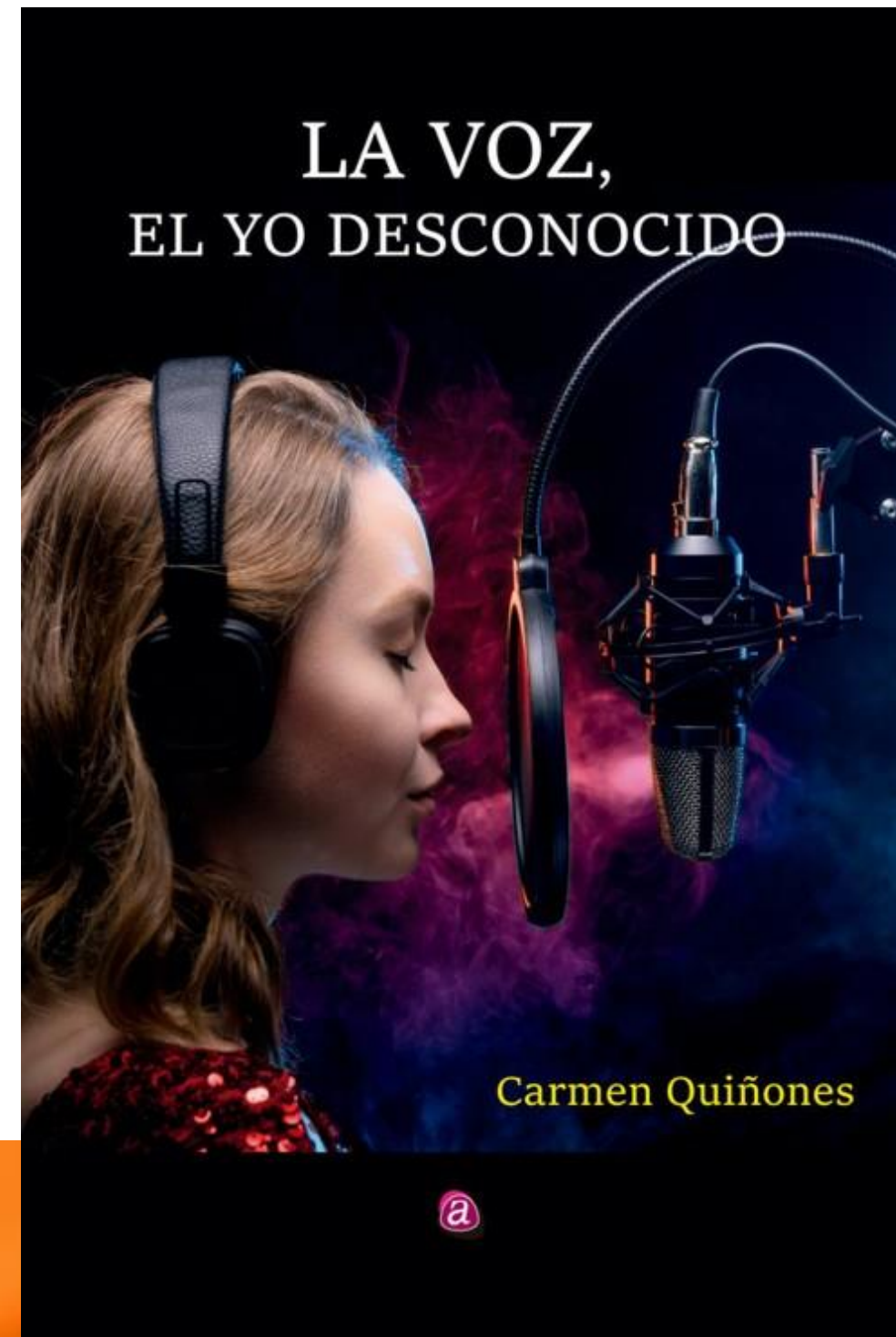
"Haga oír
su VOZ"

"Levanta tu
VOZ por los
que no tienen
VOZ"

"Tenga VOZ
y voto"

La voz

- La herramienta comunicativa más desconocida.
- La “Cenicienta” de los estudios en neurofisiología y comportamiento no verbal.
- Uno de los sistemas del cuerpo sobre el cual se comete más abuso.





1. ¿Le gusta su voz?
2. ¿Siente confianza en su voz?
3. ¿Al escucharla en un mensaje de voz le parece que suena igual a como la percibe siempre?

La voz como herramienta de relacionamiento



No es lo que
dices, es el tonito con el
que lo dices.

10% de los conflictos se
deben a una diferencia
de opinión, y 90% a un tono
de voz equivocado.

<http://www.utopiasargentinas.com/2016/09/bajemos-el-tonito.html>

LO QUE REVELAN LAS INVESTIGACIONES

- 01** En 2011, un estudio encontró que los cambios sustanciales de tono aumentaron la persuasión y la credibilidad.
- 02** Existen evidencias de que la voz de una persona varía según con quién hablamos. Variamos nuestro tono de voz en función de si percibimos a nuestro interlocutor como una persona dominante, prestigiosa o de forma neutra.
- 03** Alrededor de los dos años, una persona ya es capaz de identificar 5 emociones positivas a partir de vocalizaciones emocionales. Las personas llegan a poder expresar unas 15 emociones diferentes a través de la voz y a detectar 22 emociones diferentes a partir de la voz.
- 04** En relación con el reconocimiento de la emoción en la expresión facial, se han conseguido resultados de un 58% de precisión. En cuanto al reconocimiento de la emoción en la voz, diciendo una sola palabra se han conseguido juzgar la emoción de la ira, el miedo, la felicidad, la tristeza y la sensibilidad con una precisión 70%.





La voz como herramienta de posicionamiento

VIDA MODERNA

PSICOLOGÍA

Voces poderosas

Estudios recientes afirman que la voz es clave en la imagen que proyecta una persona y determina su éxito.



VARIAS CARACTERÍSTICAS hacen únicas a las personas, pero algunas son más notorias y generan mayor recordación en los demás. Una de ellas es la voz, cuyo tono—grave, medio o agudo—ayuda a revelar el temperamento de la gente. Y no solo eso. Quienes saben usar este atributo físico pueden tener ventajas en su vida social, laboral y amorosa. Así lo han revelado numerosas investigaciones científicas en las cuales se ha medido el éxito de las personas según su tipo de voz.

El trabajo más reciente, publicado en la revista *Evolution & Human Behavior* y realizado por un grupo de profesores de Finanzas de la Escuela de Negocios Fuqua de la Universidad de Duke y de la Universidad de California, reveló que los hombres que tienen voz grave suelen ocupar cargos de poder, lo cual demuestra que es un factor que favorece el estatus y proyecta una imagen de autoridad y liderazgo ante los demás. Para el trabajo, estudiaron las voces de aproximadamente 800 ejecutivos de empresas que cotizan en la bolsa de valores y

encontraron que aquellos con un timbre más profundo tenían mejores salarios. Lo anterior se suma a la teoría de otra investigación publicada en 2012 durante las elecciones presidenciales de Estados Unidos, en la cual se afirmaba que las personas preferían votar por un candidato que tuviera una voz cálida y potente, una característica que

esencial en el ámbito político. En los medios de comunicación, especialmente en la radio, muchos escuchan y prefieren a locutores que tienen voces graves, cálidas y convincentes, como por ejemplo la de Julio Sánchez Cristo de La W Radio, o la de Judith Sarmiento, de Señal Radio Colombia. La voz también es un arma de seducción y conquista. Las de matiz grave son preferidas de Ciencias del Lenguaje de la Escuela Universitaria de Londres. Aunque la asociación entre la tonalidad de la voz y el éxito de una persona es solo un indicador y los expertos señalan que falta investigar más para entender su mecanismo, todos coinciden en que es un factor que se debe tener en cuenta. Pero aclaran que no solo el timbre es importante, sino la forma

USAR BIEN LA VOZ PUEDE SER DETERMINANTE PARA PROYECTAR SEGURIDAD Y LIDERAZGO ANTE LOS DEMÁS

posee el actual mandatario Barack Obama. “Este tipo de timbre vocal hace que los oyentes perciban capacidad, honradez y fortaleza en el interlocutor, por lo cual es ideal para un dirigente”, afirma la investigadora española Emma Rodero. La oratoria, es decir el arte de persuadir, es fundamental en la política. Varios historiadores citan el característico timbre de voz de la recientemente fallecida Margaret Thatcher como un factor esencial para que ganara aceptación cuando fue primera ministra británica. Y no solo es

por las mujeres debido a que se relacionan con mayores niveles de testosterona y con un carácter dominante, según los expertos. Un estudio publicado recientemente en la revista *PLoSOne* reveló que una voz profunda y ronca como la del famoso cantante Barry White es muy atractiva para ellas, mientras que para la población masculina una de tono agudo es mucho más llamativa porque denota sumisión y feminidad. “Marilyn Monroe es un buen ejemplo”, señaló en la publicación Yi Xu, coautor del trabajo y profesor adjunto

de usarlo. Para René Figueroa, locutor internacional y profesor de técnica vocal y oratoria de la Academia ECO (Excelencia en Comunicación Oral), la voz es como un instrumento musical que debe aprenderse a tocar para sacarle diferentes sonidos, tonos, ritmos y matices. Según Figueroa, “la persona que sabe manejar su voz con claridad, proyección adecuada, correcta pronunciación y riqueza de léxico, ya sea presencialmente o a distancia, tiene mucho terreno ganado en sus relaciones comerciales e interpersonales”.

Revista
Semana
Julio 8 de 2013

USAR BIEN LA VOZ PUEDE SER DETERMINANTE PARA PROYECTAR SEGURIDAD Y LIDERAZGO ANTE LOS DEMÁS

“Los hombres que tienen voz grave suelen ocupar cargos de poder, lo cual demuestra que es un factor que favorece el estatus y proyecta una imagen de autoridad y liderazgo ante los demás.
(...)
Aquellos con un timbre más profundo tenían mejores salarios”

(U. DE DUKE - U. DE CALIFORNIA)



FUENTE:

<https://www.politico.com/magazine/story/2014/03/obama-russia-ukraine-foreign-policy-test-104211>

Debido a la dinámica de poder entre hombres y mujeres, las mujeres descendieron su frecuencia habitual de **229 Hertzios (Hz) a 206**. Han cambiado agudeza por gravedad para lograr un tono más profundo para proyectar autoridad y dominio en el lugar de trabajo.

Profesora JOEY CHENG

U.de Illinois

***Experimento con grupos de debate**

CECILIA PEMBERTON

U. de Australia del Sur

***Grabaciones de archivo de 1945 /década de los 90
Voces femeninas entre 18 y 25 años**

Las mujeres que habían bajado su tono terminaron con rango social más alto y se consideraron más dominantes en el grupo.



Mujeres, voz y poder



La partitura de la empatía





1
Intención
Conciliación

2
Velocidad
Lenta / Moderada

3
Volumen
Adecuado /disminuido

4
Tono
Grave/ medio

Bibliografía

-  Hernández Avendaño, I.C. & Díaz Ochoa, R.F. (2018). *La puesta en escena de sus mensajes, Palabras, voz y cuerpo*. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario.
-  <http://www.utopiasargentinas.com/2016/09/bajemos-el-tonito.html>
-  <https://evidentiauniversity.com/es/blogs/clublenguajenoverbal/dime-con-quien-hablas-y-te-dire-que-tono-usas-club-lenguaje-no-verbal/>
-  <https://evidentiauniversity.com/es/blogs/clublenguajenoverbal/la-voz-es-un-reflejo-de-nuestras-emociones-club-de-lenguaje-no-verbal/>



Evaluémonos



Recuerda que POSITIVA tiene para ti:

Posipedia

<https://posipedia.com.co/> 



Cursos virtuales



Artículos



Audios



Juegos digitales



OVAS



Guías



Mailings



Videos