



UNIVERSIDAD DE ARTES, CIENCIAS Y COMUNICACIÓN
Facultad de Administración
Carrera Magister en Coaching y Gestión Estratégica del Cambio

El Teatro y su relación con las Empresas

**Trabajo para optar al Grado Académico de Licenciado en Coaching y gestión
estratégica del cambio y al Título Profesional de Coach en gestión
estratégica del cambio**

Profesora Guía: José Peirano Santander

**Estudiante (s):
Carla Daniela Ibacache Calderón**

Santiago de Chile, Mayo de 2018

“Agradecimientos a mi familia y mi pareja que son parte fundamental de mi vida, brindándome el apoyo y fuerzas para seguir creciendo profesionalmente”

INDICE

RESUMEN	PÁG.4
INTRODUCCION	PÁG.5
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	PÁG.6
OBJETIVOS	PÁG.9
I.TEATRO	PÁG.10
I.I SIGNIFICADO DEL TEATRO	PÁG.10
I.II HISTORIA DEL TEATRO	PÁG.10
I.III INFLUENCIA DEL TEATRO EN LA SOCIEDAD	PÁG.13
II.LA EMPRESA:	PÁG.14
II.I SIGNIFICADO DE EMPRESA	PÁG.14
II.II HISTORIA DEL SURGIMIENTO DE LAS EMPRESAS	PÁG.15
II.III ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA	PÁG.16
III. RELACION ENTRE EMPRESA Y TEATRO	PÁG.17
IV. TECNICAS DE DRAMATIZACION	PÁG.21
V. BENEFICIOS DE LAS TECNICAS DRAMATICAS	PÁG.26
VI. CORPORALIDAD	PÁG.27
VII. COACHING TEATRAL EN LAS EMPRESAS	PÁG.35
VIII. LA RELACION ENTRE EL TEATRO Y LAS VENTAS	PÁG.39
IX. CONCLUSIÓN	PÁG.44
X. REFERENCIAS	PÁG.46

RESUMEN

El teatro es un arte influyente dentro de la sociedad que con el tiempo se ha camuflado dentro de distintas áreas que no necesariamente tienen que ver con el arte. La memoria de título se centra principalmente en la relación existente entre dos conceptos: Teatro y Empresa, enfatizando como las artes escénicas han intervenido diversas disciplinas que no son artísticas, ahondando en ambos conceptos y el principal punto de unidad.

Por otra parte, se profundiza la corporalidad, ligado paralelamente a los funcionamientos óptimos laborales y la efectividad dentro de las diversas comunicaciones que se manifiestan dentro de las empresas, recopilando técnicas y autores que aporten en los distintos planteamientos expuestos en el proyecto de título.

Finalmente, el objetivo de la memoria de título, es recopilar información sobre la presencia del teatro en las empresas, manifestándose en técnicas dramáticas, cursos, talleres. Para que estas herramientas se encuentren en disposición de las empresas en el transcurso de los diversos perfeccionamientos lúdicos existentes dentro de la organización.

INTRODUCCIÓN

El teatro reúne variadas técnicas de comunicación, relacionadas con la comunicación oral, verbal y corporal. Es por esta razón que esta arte se ha ido potenciando como una herramienta formadora importante a la hora de las comunicaciones efectivas y es que no solo entrega las herramientas básicas, sino que se adentra en la parte emocional de cada ser, para dejar salir los más grandes temores y poder controlarlos a partir de las habilidades personales que cada quien posee, siendo una práctica moldeable a las necesidades de cada participantes y que no impone un determinado patrón de conducta al momento de la ejecución. Estos factores potencian la práctica idónea a la hora de comunicar e invitan a la transformación absoluta personal, controlando los tics corporales y las conductas inapropiadas en la transición de una idea o conocimiento. Paralelamente en la época actual, las empresas han decidido apostar por nuevos cambios que potencien a sus trabajadores, dejando de lado las charlas e integrando diversas manera lúdicas que integren la efectividad del desarrollo organizacional, de esta manera, el teatro se ha acoplado con las empresas como una de las herramientas más lúdicas y transformadoras, intercediendo en ámbitos de trabajo en equipo, efectividad laboral, control de estrés, manejo de conflictos y desarrollo de habilidades personales. Integrando elementos que antes solo eran considerados para el teatro y entregando este conocimiento en causas efectivas para seres que poseen déficit en el ámbito comunicacional.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Peter Drucker plantea que “El 60% de los problemas empresariales son consecuencia de una mala comunicación” (Formanchuk, A., 2015) y cierto es, que la comunicación debe ser efectiva dentro de una organización para poder mantener una estructura organizacional con un óptimo rendimiento, entendiendo que al hablar de comunicación, esta no solo se limita a la comunicación verbal sino también a la corporal.

López, Martos y Sutil afirman que el 93% de la comunicación es no verbal (López, R., Martos, A. y Sutil, A., 2001). Identificándose por patrones de comportamientos corporales que tomaran protagonismo absoluto a la hora de comunicar efectivamente. Por otro lado, Albert Mehraian (1967) afirma que dentro de la comunicación el 7% se le atribuye a las palabras, el 38% a la voz, específicamente a la entonación, proyección, resonancia, tono y el 55% al lenguaje corporal, ligado específicamente a los gestos, posturas, movimientos de los ojos, respiración, etc. (Mehrain, A., 1967). Dejando al manifiesto la importancia de la comunicación no verbal a la hora de establecer relaciones comunicacionales integrales. Dentro de esta problemática, una práctica importante que podría mejorar este tipo de déficit comunicacionales es el coaching, proceso de entrenamiento de los individuos que buscan potenciar sus competencias, proporcionando bienestar y mejora en el desarrollo dentro del ambiente laboral, siendo este una metodología transformadora y sostenible en el tiempo. Benitez y Echeverri (2008) mencionan: “El problema que surge es que a pesar que desde que nacemos nos estamos comunicando, cometemos los mismos errores y los mensajes muchas veces no son dados de manera adecuada. Al creer que sabemos hablar, escribir, etc., sabemos comunicarnos pero existen ciertas habilidades y herramientas que se deben desarrollar para permitir que la comunicación sea exitosa, de esta forma el coaching se vuelve primordial dentro de la organización” (Benitez, J., Echeverri, M., 2008; pp. 20). Por ende, se plantea que surgirían mejoras si el coaching se aplicara cuando hay problemas comunicacionales, pero ¿Cómo se puede mejorar

la comunicación, si el noventa y tres por ciento de esta es no verbal? ¿Podrían enseñarse técnicas de comunicación corporal solamente de manera teórica? ¿Existe alguna herramienta externa que aporte de manera integral a la comunicación corporal?. Y es así, como se integra la práctica que posee más métodos comunicacionales, el teatro, siendo una práctica sumamente efectiva para integrar mejoras significativas en la comunicación corporal. Olga Barcenás (2013) menciona que la diferencia de las artes escénicas con otras prácticas comunicacionales radica principalmente en que en el teatro se distingue por el uso de técnicas lúdicas, no convencionales, extraídas del arte para impulsar la transformación de un individuo desde dentro hacia fuera, reforzando la expresión y participación genuina, siendo una metodología innovadora en ámbitos artísticos, integrales, expresivos, emotivos y conmovedoras. (Barcenás, O., 2013) y es que la transformación, toma mucho más peso cuando se comienzan los cambios de la parte interna, modificando el centro y logrando que sea más sencillo mejorar la comunicación corporal, pues ya se maneja la parte más esencial del ser humano: el yo interno.

Por otra parte, Stronks (2013) enfatiza que el teatro es una herramienta útil en el cambio personal en las organizaciones, de esta manera la integración de las artes escénicas provocaran cambios repercusivos desde otra mirada. Los directivos podrán potenciar a cada trabajador, no solo exteriormente sino también interiormente, efectuando cambios que ningún sistema organizacional produce, ya que se adentrara a la parte más íntima de cada ser humano. (Stronks, D., 2013). El planteamiento de Stronks devela una parte importante del teatro, y es el florecimiento de la parte interna de cada ser, y es que aunque no se desee y se pongan barreras, al interpretar estas surgen por si solas, mostrando cuales son las verdaderas inquietudes emocionales o corporales, manifestándose intrínsecamente en cada ser y dando la posibilidad del control de estas.

Otro punto a abordar es ¿Cuál es el aporte real del teatro en el Coaching y en las empresas? Rebeca Alonso (2016) menciona que el teatro aporta al coaching herramientas transformadoras, lúdicas y creativas, pero sin lugar a duda el

dominio del propio cuerpo, la conciencia corporal y las posibilidades expresivas marcan la diferencia. (Mata, T., 2016)

Por otra parte Herbert (1991) propone una teoría que se basa en que el teatro no debe hacer a todos los individuos artistas, sino que debe acercarles una disciplina que les permita nuevos y distintos modos de comunicación y expresión, desarrollando las competencias individuales interrelacionadas con lo social, a través de la sensibilización, la experimentación, la imaginación y la creatividad. (Herbert, R., 1991). Bajo estos puntos, el aporte del teatro al coaching y a las empresas, se enfoca principalmente en la develación de emociones y comportamientos a través del cuerpo, sin desarrollar necesariamente una conversación establecida para adentrarse en las problemáticas, siendo el cuerpo el principal revelador innato de nuestro ser interno y aportando en la integración de la corporalidad como un elemento activo dentro de la comunicación, volviéndose una herramienta primordial y extremadamente útil en distintas situaciones tales como, una sesión de coaching donde el coachee le cuesta abrirse o cambios de comportamientos sin explicación en los trabajadores o simplemente el teatro aplicado a técnicas de ventas.

Estos puntos llevan a explorar si el teatro podría volverse una práctica efectiva en el coaching organizacional, potenciando la corporalidad como un factor clave a la hora de interactuar, dictaminando la efectividad de la comunicación.

OBJETIVOS

Objetivo general:

Levantar información documental que permita observar el impacto que podría tener el teatro como una herramienta que aumente la efectividad en el coaching organizacional.

Objetivos específicos:

- Compilar los principales hechos históricos de empresa y teatro.
- Indagar las principales relaciones prácticas que posee el teatro con las empresas.
- Conocer técnicas de dramatización que podrían aportar a las empresas y a las prácticas de Coaching.
- Indagar en elementos que permitan realizar una vinculación entre técnicas teatrales y desarrollo de la corporalidad en el coaching organizacional.

I. TEATRO

I.I SIGNIFICADO

Teatro procede del griego theatrón, que se traduce como espacio o el sitio para la contemplación. Esta antigua y milenaria arte forma parte de las artes escénicas y se desarrolla especialmente con actores que representan una historia específica ante un público o audiencia, combinando distintos elementos como la gestualidad, el discurso, la música, los sentidos y la escenografía. Según una entrevista efectuada por la revista Primer Acto, Alonso de Santos define teatro como “La investigación sobre lo que nos rodea, es el laboratorio más inmediato que permite una comunicación más directa, siendo de todos los medios artísticos es el más inmediato” (Alonso de Santos, edición°194; pp.42-55) Por otra parte, Grotowski (1992) afirma “El teatro es un vehículo, un medio de auto estudio, de autoexploración, una posibilidad de salvación” (Grotowski, 1992; pp. 35)

Es necesario mencionar que esta práctica está formada por muchos elementos indivisibles entre sí, pero principalmente son tres los que guían al teatro en su totalidad, el texto que es el parlamento que dicen los actores, la dirección, relacionada a las órdenes que dicta el responsable de la puesta en escena y la actuación en sí, que es el proceso que lleva un actor a asumir la representación de un personaje. A este proceso se unen otros elementos que pueden sumar a las puestas en escenas, como son: el maquillaje, vestuario, escenografía, etc.

I.II HISTORIA DEL TEATRO

Los orígenes del teatro radican desde la antigüedad, específicamente en los ritos de orígenes prehistóricos, en donde se comienza a ser consciente de la importancia de la comunicación, es por esta razón que debido a la falta del lenguaje oral se coloca principal énfasis a la comunicación corporal como centro de las relaciones sociales. El teatro impacta fuertemente en los ritos religiosos y ritos de caza, siendo la imitación de animales una de las principales dramatizaciones que el hombre primitivo efectúa por primera vez, adoptando

posturas animalescas, sonidos y caracterizándose a través de pinturas como el barro, para así dar paso a la conexión con un ser superior a través de estas personificaciones. En África los ritos religiosos mezclan movimientos corporales, comunicación gestual con la música y la danza, agregando a estos elementos las máscaras que servían para expresar roles o estados de ánimos, por otro parte, en la América precolombina se efectúa el teatro de diversas maneras y cada cultura se enfoca a distintas áreas, la maya relaciona la dramatización directamente con las fiestas agrícolas, a diferencia de la cultura azteca que se enfoca en la mímica y finalmente la inca que adquiere el teatro para servir los intereses del estado. Estas manifestaciones mencionadas anteriormente son los primeros vestigios de las artes escénicas, sin embargo, las artes dramáticas como formalidad se centran con el nacimiento de la cultura griega y el teatro antiguo en el siglo VI a.C en las fiestas dionisiacas que se celebraban en honor al dios Dionisio, estas fiestas se llevan a cabo en la propia ciudad con la duración de cinco días, en donde el primero estaba dedicado a la procesión, el segundo a la representación de cinco comedias y los tres últimos a la competición de tragedias, por lo que habían variados dramaturgos que llevaban a cabo sus espectáculos en estas conocidas fiestas, siendo un panorama en donde todas las clases sociales asistían. La cultura griega va explorando en el teatro, dando paso a la tragedia, comedia, teatro social, mímica y la farsa, a través de grandes y conocidos exponentes como son Esquilo, Sófocles, Eurípides en la tragedia y Aristófanes y Menandro en la comedia. Luego de esta marcada etapa nace el teatro Medieval en donde se desconoce mucho de sus orígenes, sin embargo, se caracterizaba por ser un teatro de calle, lúdico y festivo centrado en tres fuertes tipologías subvencionadas por la iglesia: litúrgico, religioso y profano, comenzando en sus orígenes con actores principales como los sacerdotes, buscaba la reflexión del espectador a través de la exageración de situaciones cotidianas. En el siglo XVI nace el teatro renacentista, centrándose en el naturalismo histórico, por lo que busca principalmente reflejar las cosas tal como son, buscando la recuperación de la realidad, la vida en movimiento y la figura humana en el espacio. En este periodo y bajo la poética de Aristóteles surge la importante reglamentación teatral basada en

tres unidades: acción, espacio y tiempo, para posteriormente seguir en 1520 con el surgimiento de la histórica comedia del arte, predominando la mímica e introduciendo personajes con características completamente exageradas, destacando a dramaturgos como Lope de Rueda, Bartolomé Torres y Fernando de Rojas, en este periodo y paralelamente en Inglaterra destaca el teatro Isabelino, con autores como William Shakespeare, autor de Romeo y Julieta, Otelo, Hamlet y Macbeth. Finalmente, y hasta la actualidad nace el teatro contemporáneo, el que se caracteriza por el nacimiento de variados estilos, uno de estos es el romanticismo, el que es conocido por su sentimentalismo, dramatismo y predicción por temas oscuros y escabrosos. En este periodo también surge el melodrama, popularizándose los espectáculos de variedades, destacando a exponentes como: Georg Büchner, Francisco Martínez de la Rosa, el Duque de Rivas, José Zorrilla, etc. Por otra parte, a raíz del teatro realista nace el teatro moderno, el que destaca por sentar las bases del teatro del siglo XX, colocando especial atención en el naturalismo, la descripción detallada y minuciosa de la realidad, los vestuarios y decorados, para así, enfatizar interpretaciones veraces, sin exageraciones ni dicciones pronunciadas, centrándose principalmente en el concepto “actuar de verdad, como si no se estuviese en un teatro” estos conceptos llevan a que el público sienta una verdad absoluta en la representación, identificándose con las situaciones de manera directa. Finalmente, el teatro actual del siglo XX ha poseído una gran diversidad de estilos evolucionando en directa relación con las corrientes artísticas de vanguardia y colocando especial énfasis en que el teatro no es solo literario, sino también visual, avanzando en la técnica interpretativa y profundizando en métodos creados por Stanislavski como la profundización psicológica, replanteando los tres principios básicos, los gestos, la acción y el movimiento. Se desliga completamente de las tres unidades clásicas y comienza una etapa experimental, en donde toman mayor protagonismo corrientes como el teatro absurdo, el teatro épico, el expresionismo, volviendo a las artes escénicas en una totalidad en el arte del aspecto visual.

I.III INFLUENCIA DEL TEATRO EN LA SOCIEDAD

Desde la antigüedad el teatro ha poseído una gran influencia en la sociedad, siendo el encargado de reflejar situaciones de contingencia de manera artística y desarrollando una gran crítica social, generando una catarsis en el espectador. Según la web teatral choacan (2009) “El teatro hace más de cuatro mil años se ha manifestado, a través de curaciones. Los chamanes curaban de manera representativa y los griegos desarrollaron el poder curativo que tenía ir al teatro a ver una representación escénica en donde se producía una catarsis, definida como estado de quiebre emocional” (Ahoka, 2009. La influencia social del teatro). De esta manera el teatro ha llegado a involucrarse en temas políticos y ser la voz del pueblo en ocasiones de momentos críticos socialmente, otorgando una gran cercanía con la población.

Por otro lado, el impacto del teatro en la mente y cuerpo se ha dado a raíz del medio comunicacional, impactando no solo a través del lenguaje, sino también de la imagen, efectuando cambios reales en los seres humanos. Stambaugh y Muñoz afirman (1992) “El teatro es uno de los más eficaces vehículos de comunicación que han existido” (Stambaugh y Muñoz, 1992; pp. 67) esta afirmación nace ya que ha propugnado mucho de los cambios estéticos e incluso de personalidad en relación a las distintas épocas existentes. Por otra parte, Kapper menciona (1982) “La comunicación de masas refuerza las actitudes, los gustos y las predisposiciones existentes, así como las tendencias conductuales de los miembros, incluyendo tendencias hacia el cambio” (Kapper, 1982; pp.51) es por esta razón que el teatro posee un gran poder poco identificable para el ser humano, ya que afecta de manera directa a las masas sin ser conscientes completamente de la repercusión interna dentro de cada individuo, y pudiendo llevar a que se modifiquen conductas, sobre todo en los casos que este es aplicado en sesiones hacia un grupo de individuos. También Benza menciona (2007) que el principal valor del teatro es como medio de comunicación, sin

embargo, es la fusión de muchas maneras de comunicación en una sola. Tenemos la comunicación verbal; la no verbal o corporal; la comunicación visual, la comunicación sonora, la comunicación espacial. Todos los sentidos se activan y el proceso comunicacional se vuelve muy completo porque no sólo se da a un nivel racional, sino también a un nivel de sensaciones, percepciones y energías” (Rodrigo Benza, 2007; pp. 114). Por lo que, el teatro es un elemento transformador del ser humano y una de las artes comunicativas más completas, potencia cada aspecto de la comunicación dando paso a una comunicación total, integrando cada elemento en pro de la transmisión comunicacional efectiva y siendo consciente de que cada parte de nuestro cuerpo habla de manera indirecta volviéndose un arte influenciadora en el ser humano.

II EMPRESA

II.I SIGNIFICADO

Según la Real academia española, empresa se define como la unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos. Por otra parte, Idalberto Chiavenato (1993) define la empresa como una organización social que utiliza una gran variedad de recursos para alcanzar determinados objetivos, conformado por personas para la explotación de un negocio y que tiene por fin un objetivo que puede ser con fines de lucro o de atención a una necesidad social (Idalberto Chiavenato, 1993; pp.4). También Pallares, Romero y Herrera (2005) mencionan que la empresa se la puede considerar como “un sistema dentro del cual una persona o grupo de personas desarrollan un conjunto de actividades encaminadas a la producción y/o distribución de bienes y/o servicios, enmarcados en un objeto social determinado” (Pallares Z., Romero D. & Herrera M., 2005; pp.41). Profundizando en estas tres definiciones se puede extraer que la empresa se caracteriza por ser una unidad económica social, la cual es integrada por distintos capitales: humano, material y técnico, el fin principal que esta posee es obtener

utilidades a través de una participación específica en el mercado de bienes y servicios, para poder ejecutar este fin haciendo uso de los factores productivos.

II.II HISTORIA DEL SURGIMIENTO DE LA EMPRESA

En los siglos XVII y XVIII se instaura el capitalismo mercantil, el cual tenía como su mayor finalidad en el comercio convertirse en una actividad económica básica, surgiendo con esta finalidad la empresa comercial, distinguida por ser una unidad que se dedicaba a desarrollar el comercio internacional. Max Weber identifica el capitalismo moderno con “la aspiración a la ganancia lograda con el trabajo capitalista incesante y racional, la ganancia siempre renovada, la rentabilidad” (M. Weber Max, 1973; pp. 8).

Para el siglo XIX los sistemas económicos dejan de llevarse por el principal motivo que los movilizaba: la revolución industrial, este gran hecho lleva a que comience un nuevo tipo de empresa: Las industriales, que a pesar de ser más complejas buscan actividades transformadoras, siendo en su mayoría fabricas que buscaban como objetivo principal el producir, por lo que el proceso productivo sufrió una gran modificación, dejando a atrás a muchos artesanos y volviendo las producciones más mecánicas, formándose en esta época las primeras sociedades. De esta manera y en siglo XX se nota cuán grande había sido el crecimiento de las empresas, y por primera vez se siente la necesidad de diferenciar entre dos figuras importantes, el empresario y los dueños del capital, por lo que la empresa deja de ser exclusivamente una unidad de producción, sino que se transforma más bien en una unidad financiera y de decisión, por lo que comienza la búsqueda de fuentes de financiación para incrementar el crecimiento de nuevas tecnologías facilitadoras. Desde ese momento hasta la actualidad las empresas se han constituido de forma mucho más compleja debido a que cada día aparece más conocimiento y con ello la tecnología, es por esta razón que la empresa actual integra un conjunto de factores de producción que deben ser organizados por el empresario y dirigidos para la obtención de objetivos

empresariales, condicionado siempre por factores demográficos, tecnológicos, legales, intermediarios, competidores, etc.

II.III ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA

La estructura organizacional es vital en todas las empresas, ya que esta, define los principales parámetros de la organización de la empresa, poseyendo como función principal el establecimiento de autoridades, jerarquía, cadenas de mandos, organigramas y departamentalizaciones, de esta manera la estructura organizacional varía de acuerdo a las tareas que se pretenden realizar. La claridad de la estructura organizacional traerá consigo el establecer funciones idóneas para la empresa y los departamentos de estos, mediante un orden que se volverá primordial en el alcance de metas y objetivos. Para Strategor (1995) “La estructura es el conjunto de las funciones y de las relaciones que determinan formalmente las funciones que cada unidad deber cumplir y el modo de comunicación entre cada unidad” (Angie Larrosa, 1995; pp.289). Por otra parte, Hall (1996) menciona que la estructura organizacional es “El arreglo de las partes de la organización” (Richard Hall, 1996; pp.69).

Bajo estas miradas expuesta de dos autores y mencionando nuevamente que la estructura organizacional varía según la empresa, se reconocen tipos específicos de estructura organizacional, la primera de estas se conoce como la estructura lineal, basada en la autoridad directa del jefe sobre los subordinados , por lo que hay ciertas líneas que deben ser respetada en torno a la autoridad ejercida y el mando único del directivo, de esta manera cada jefe de las distintas áreas dela empresa va a ser el encargado de transmitir las nuevas informaciones a sus trabajadores. También se encuentran las estructuras organizacionales en comité, en donde la autoridad es compartida conjuntamente con un grupo de personas, la toma de decisiones se lleva a cabo a través de comités en donde todos los integrantes podrán ejercer su opinión de manera directa con los altos mandos. Por

otra parte, se encuentra la estructura funcional, llevándose a cabo a través del otorgamiento de funciones para cada tarea, centrándose en tres principios funcionales: separa, distingue y especializa. Finalmente se encuentra la estructura línea y staff, que combina las relaciones lineales de autoridad directa con las consultas y asesoramiento de los staffs, de esta manera los departamentos en líneas se ocupan de las decisiones y los del staff realizan funciones de apoyo y asesoramiento.

De esta manera la nueva armonía que se necesita una empresa exige una compensación de los valores económicos y morales; o bien, una moralización de los valores económicos, no sólo desde el punto de vista social, sino primordialmente desde la perspectiva personal. En este nuevo modo de actuar que la evolución histórica hoy está exigiendo, la empresa y los empresarios tienen, como ya fue en tiempos pasados, un papel preponderante que desempeñar. La historia muestra que las soluciones técnicas en lo organizativo son absolutamente necesarias para que el desarrollo sea una realidad. (González Agustín, 1987; pp.20)

III.RELACIÓN ENTRE EMPRESA Y TEATRO

La relación entre ambos conceptos se da en tres aspectos principalmente que han estado inmersos en la empresa de distintas maneras. Primero, se encuentra el liderazgo carismático, que posee como eje central la comparación entre los directivos o líderes de la empresa contrarrestados con personajes de obras teatrales, de esta manera el teatro pasa a ser parte del medio interpretativo del líder, pudiendo identificar errores en tercera persona a través de la comparación de los personajes, asemejando los pros y contra en la manera de desenvolverse ante diversas problemáticas , de esta manera se fortalece el arte dramático como medio de enseñanza en el mundo empresarial. Hay autores como Biehl que mencionan que “el liderazgo es un arte” (Biehl-Missal, 2010; pp. 279) lo cual conlleva a que se pueda expresar a través del análisis de extrapolaciones teatrales, Biehl también señala que en la historia teatral ha habido muchos más

líderes problemáticos que líderes ejemplares (Biehl- Missal, 2010; pp. 281) de esta manera es altamente más importante analizar a los líderes problemáticos para poder notar las principales falencias cometidas tales en personajes teatrales como Macbeth, Edipo y otros, por lo que “el liderazgo carismático” tendrá un sentido más efectivo aun si se ejerce a la inversa, centrándose en los líderes teatrales negativos más que en los positivos, el teatro nos ofrece lecciones críticas sobre líderes problemáticos que carecen de carisma y muchas veces, de confianza (Biehl- Missal, 2010; pp. 280). Por otra parte, Harvey (2001) afirma que el líder, al igual que el actor, debe saber desenvolverse y ser aceptado por su audiencia. Las relaciones entre ambas figuras se fundamentan en el carisma compartida de ambos que surge a través del arte dramático (Harvey, 2001; pp. 253) por lo que es sumamente importante el desarrollo del carisma como entes comunicadores y líderes idóneos, con esta forma se desarrollan las habilidades blandas personales, que son fundamentales en la comunicación efectiva y que en reiterados casos son abandonadas por los líderes sin otorgarle la importancia correspondiente, por ende la teoría del liderazgo carismático ha sido el primer acercamiento entre la relación de teatro y empresa, trayendo consigo beneficios como la transformación positiva de cambios en torno a comparaciones teatrales históricas que aportan con referentes identificables. Por otra parte, los personajes de una dramaturgia muchas veces tendrán características más extrapoladas que las personas de la vida real, lo que suma a características de patrones de comportamiento identificables. Segundo, encontramos el teatro organizacional, se caracteriza por ser sumamente práctico a través de la contratación de un equipo de actores profesionales que llegan a intervenir la empresa con la finalidad de la solución de problemas, Sánchez Guevara y Baca Lobera (2007) indican que el Teatro Organizacional” constaría, por tanto, de cuatro elementos principales: los actores contratados, que deberán representar la obra teatralmente; el problema específico a tratar en la empresa; la audiencia, que serán los empleados o grupos de interés afectados y la empresa, que normalmente contratará, en el exterior, al equipo de actores profesionales. El efecto a conseguir es resolver el problema recurrente de la empresa a través del desempeño, la catarsis y el acuerdo de los empleados

(Sánchez Guevara y Baca Lobera, 2007; pp.47), poseyendo como característica principal el trato de problemas de forma lúdica, de esta manera los empleados no tendrán una actitud a la defensiva y podrán desenvolverse de manera libre, aportando al entendimiento efectivo y positivo de las falencias organizacionales. Lesavre (2011) señala “Los diferentes efectos que puede causar el teatro organizacional en la empresa dependerá del objetivo deseado y del tipo de implicación por parte de la audiencia. Primeramente, habla sobre informar y desarrollar conciencia” (Lesavre, 2011; pp. 247). Ello va dirigido a una audiencia pasiva del área comportamiento organizacional que se limitará a observar la representación teatral. “Los actores interpretarán problemas típicos que pueden ocurrir en cualquier empresa, sin estar ello personalizado. Seguidamente, si el objetivo es “cambiar opiniones” (Lesavre, 2011; pp. 248), la representación teatral debe estar lo más personalizada posible y requerirá que se escriban escenas que narren problemas concretos de la empresa. En este caso, la audiencia deberá investigar los problemas existentes en la empresa para comunicarlo a los actores. Finalmente, Lesavre menciona (2011) que, si el propósito es cambiar comportamientos, existen dos formas principales para conseguirlo: una de ellas requerirá una audiencia reactiva puesto que la representación teatral se realizará dos veces. Otra de ellas requerirá que la audiencia intervenga en la obra informando a los actores de cómo deberían haber actuado en primer lugar. Esta forma tiene más implicación por parte de la audiencia, puesto que requerirá que éstos escriban e interpreten la obra teatral ellos mismos, estando presente en todo el proceso de “El Teatro Organizacional” (Lesavre, 2011; pp. 248). De esta manera se busca que el espectador reflexione o intervenga en la puesta en escena, identificando situaciones recurrentes y problemáticas, produciendo el efecto de catarsis y memoria del comportamiento, relacionado con la modificación de cambios del comportamiento, siendo relevante mencionar que estos cambios solo se efectuaran si los actores logran repercutir en el público plasmando las situaciones de manera identificables y otorgando soluciones efectivas a las problemáticas de la empresa a través de las técnicas teatrales, como son el lenguaje oral, corporal e improvisación. Finalmente, y tercero, la organización

como teatro, el autor que explica con mayor claridad el tema propuesto es Erving Goffman (1959) el cual, asemeja el mundo del teatro con el mundo de la empresa a través de diversas analogías relacionadas principalmente la comparación entre líderes y actores, recogiendo elementos de las artes escénicas para efectuar una comparación efectiva en torno a las funciones que poseen ambos mundos del teatro y empresas. En la organización como teatro se mencionan puntos en relación a como los trabajadores de la empresa son los actores y los clientes de esta son la audiencia de una obra teatral, por lo que se toman elementos como el guion elaborado que se deben aprender los actores relacionados a los mismos que se deben aprender los directivos de la empresa para la ejecución de sus tareas, por lo que las comparaciones de ambas profesiones tienen un sinnúmero de similitudes que van en disposición del aprendizaje empresarial. Vera y Crossan (2004), admiten que la técnica de la improvisación ofrece aspectos positivos. Destacando que la improvisación fomenta el trabajo en equipo, esta técnica promueve el acuerdo mutuo, la cooperación y el apoyo grupal. Más importante aún, otorga habilidades para desenvolverse óptimamente en situaciones de incertidumbre y descontrol. En el mundo de la empresa, esto puede referirse a situaciones en las que el empleado debe saber actuar ante los problemas y exigencias del cliente para lograr su satisfacción (Vera y Crossan, 2004; pp. 736).

Estos primeros acercamientos del teatro con la empresa han sentado las bases para las nuevas y tantas propuestas que existen hoy en día en torno a la dramatización, pero es importante recalcar que para la aplicación de cualquier práctica teatral dentro de una empresa va a ser necesario que exista una disposición hacia esta arte, por ende los participantes deben despojarse de sus prejuicios y sumergirse en las artes escénicas, permitiéndose “jugar” de manera integral, por ende, si la disposición no es la idónea para comenzar estas intervenciones, se deberán hacer ejercicios teatrales previos que puedan aportar al despoje de prejuicios personales.

Actualmente y a raíz de las bases anteriormente mencionadas nace el TA, sigla que se refiere al Teatro Aplicado y el cual es un término relativamente nuevo y que

busca englobar todas estas nuevas técnicas teatrales aplicadas a cualquier tipo de empresa. El teatro aplicado (TA) es un nuevo campo de conocimiento que ha sido construido a partir de la compilación de estudio de casos y de ensayos de reflexión teórica publicados en revistas de disciplinas tan diversas como el teatro, la educación, la medicina, el derecho, la psiquiatría o la psicología, entre otras. No solo encontramos un creciente cuerpo de textos centrados en esta disciplina, sino que es objeto de estudios universitarios en diferentes reuniones, jornadas y congresos (Motos, T., Ferrandis, D., 2015; pp.14). Refiriéndose principalmente a la gran fama de actividades dramáticas existentes hoy en día. Taylor afirma “Todos ellos comparten la creencia en el poder que tiene el teatro de ir más allá de su mera forma estética, siendo útil para encontrar enlaces y conexiones entre todos los que estamos comprometidos con el poder del teatro para cambiar las cosas a lo largo de la vida” (Philip Taylor, 2006; pp.93). El TA es tan versátil, que su ocupación va desde promover la unión de un grupo en una sede comunal, a resolver los problemas del área gerenciales en una grande empresa, enfocándose en todas las áreas disponibles: educación, jurídica, salud, ingeniería, etc. y es que posee miles de fines en relación a los objetivos que se desean proponer, como afirma Robert Landy “El teatro aplicado es una forma híbrida y puede ser conceptualizada como teatro y algo más” (Landy Robert, 2012; pp.130). y a este pensamiento Helen Nicholson completa “Los trabajadores del TA buscan desarrollar nuevas posibilidades para la vida cotidiana más que separar el hecho de ir al teatro de otros aspectos de la vida” (Nicholson Helen, 2005; pp. 4). Lo que manifiesta que la practicas de las distintas áreas dramáticas son aplicadas con un solo fin: lograr un objetivo y al ser un arte libre da paso a que el teatro se pueda deformar en su totalidad y deje de ser aplicado solo en centros de culturas, sino también rescatar la esencia de este arte que es el comunicar y poder llevarlo a otros niveles, deformando el fin, pero no el objetivo, viéndose marcado por tres rasgos que definirán la esencia del TA: intencionalidad, hibridación y alteridad.

IV.TECNICAS DE DRAMATIZACIÓN

El ser humano en la vida se desarrolla a través de la interpretación, cumpliendo papeles como hijo, mamá, papá, trabajador, etc., sin embargo, muchas veces las interpretaciones no se juegan al cien por ciento, a través de técnicas de dramatización se puede conseguir sumarse a un papel teatral en su totalidad, ya que el actor es entrenado en el cómo decir y en el cómo actuar. Según Héril y Mégrier (2004) las técnicas dramáticas ayudan a eliminar ciertas inhibiciones y a olvidarse del estrés cotidiano. Como es una aventura en grupo, se practica la convivencia y el trabajo en equipo. Además, favorece el autoconocimiento y la relajación (Heril y Mégrier, 2004; pp. 23). De esta manera esta práctica se vuelve idónea para los directivos, líderes y trabajadores que quieren mejorar la comunicación de manera lúdica y en torno a la nutrición del autoconocimiento, aportando no solo en el cómo actuar, sino también en temas de control de stress, presión y otros. Por otra parte, Malay y Duff (2005) argumentan que “También favorecen la consciencia de los gestos y del lenguaje corporal” (Malay y Duff, 2005; pp. 79), lo que sin duda añade valor agregado a los trabajadores, ya que son capaces de identificar los tips corporales y tomar el control de estos en pro a la comunicación efectiva, logrando equilibrio entre la inteligencia cognitiva y afectiva.

En cuanto a las técnicas teatrales se pueden mencionar un sinnúmero que podrían aportar al desarrollo organizacional de una empresa, ya que muchas de estas herramientas son personalizadas en relación a los problemas existentes dentro de la organización. A continuación, se mencionarán las técnicas más conocidas en torno a distensión de ambiente, manejo y conocimiento de capacidades personales y practicas efectivas del trabajo grupal.

- *Talleres teatrales de improvisación y corporalidad*: La improvisación es una técnica escénica que consiste principalmente en contar historias que se van generando en el momento de actuarlas, de esta manera el que actúa es paralelamente el dramaturgo y director, trayendo consigo respuestas rápidas en torno a las acciones que los otros participantes van generando. A falta del guion preestablecido, el ensayo y los elementos técnicos, se

centrará todo en la imaginación, el desplante oral y corporal, fortaleciendo la destreza en torno a la creación, siendo la espontaneidad el único recurso real para poder liberar los prejuicios y potenciar el poder creativo de cada participante. Más importante aún, es mencionar que cuando un individuo se suma a la improvisación cultiva también la cooperación con los otros participantes, ya que la regla básica de esta es el nunca decir no, la negación no es parte de este proceso, ya que trae consigo el no poder progresar dentro una determinada historia, por ende los participantes deben aceptar cualquier propuesta establecida por el otro, para así, poder construir sobre estas de manera cooperativa, centrando la aceptación como factor primordial en el desarrollo de la propuesta, el trabajo en equipo y la escucha activa.

Claudio Espinoza (2015), del club de improvisación Lospleimovil menciona: “La improvisación significa creer en ti y creer en el otro, aceptar y siempre construir propuestas a partir de los que tu ofreces o lo que ofrece el otro” (Lastra, 2015).

Por ende, la improvisación suma conciencia en la importancia del trabajo en equipo y en como cada ser aporta de manera integral en la cultura organizacional, formando cadenas colaborativas efectivas y sumando habilidades como la explotación de recursos personales, el conocimiento del cuerpo, descubrimiento de habilidades del equipo y predisposición efectiva.

- *Talleres de Stand up comedy*: El stand-up comedy se ha vuelto en la actualidad uno de los géneros del humor más popular. Este consiste en la realización de una rutina de humor a cargo de un “comediante” que ocupa como únicos recursos el micrófono, la expresión oral y corporal, basándose principalmente en la cotidianeidad y buscando identificar hechos comunes y recurrentes que se desarrollan en distintos ambientes. El guión se debe escribir previamente, pero la condición principal es que siempre se base en la experiencia propia y anécdotas, marcando la visión particular que cada

ser posee. Además de mejorar la creatividad, el stand-up comedy invita a que cada ser se desahogue de manera lúdica, tomando las experiencias vividas como un crecimiento personal. También, este aporta notablemente en la expresión oral y corporal, incluso en la oratoria, ya que al plantarse arriba de un escenario se debe manejar el nerviosismo, la ansiedad y el poder de la palabra para poder plasmar el guión de la manera previamente ensayada, aportando en los tiempos de reacción del público y en el dominio de los ritmos orales, nutriendo en el tiempo al desplante de presentaciones formales dentro de una empresa, conferencias, lanzamiento de productos internos y reuniones. Dan Trugman (s/f), comediante y profesor de stand up, dice que el monólogo es algo así como una versión interpretada de nosotros mismos. Le ponemos un lente de aumento a nuestras falencias y el público agradece que abramos nuestro corazón y mostremos lo que regularmente está oculto. Mis alumnos viven de manera catártica la exposición de sus desventajas (Riera, 2014. Aprender Stand Up ¿Por qué?).

- Ejecución de obras de teatro: El teatro laboral se enfoca principalmente en la creación de puestas en escenas, las cuales pueden ser ejecutadas por actores profesionales o por los mismos trabajadores de las empresas, reflejando las situaciones cotidianas que ocurren en el ambiente laboral, tratando temáticas como el manejo de conflictos, desconformidades y proyecciones se pueden llegar a puestas escenas que produzcan una catarsis en el espectador, ya que al mirar los problemas de manera externa se pueden identificar de manera idónea, colocando énfasis a los mayores puntos del conflictos y sus causas.

Ana Zepeda (2007), fundadora del grupo DEO menciona que el teatro se usa cuando hay conflictos, rumores, chismes o sienten que hay injusticias. Nosotros les damos una serie de pensamientos que por equipo pueden representar, nunca les decimos que hagan una escena de la empresa, sin embargo, ellos solos recrean la situación, buscando finalmente la solución

(Ulloa, 2017, Teatro Empresarial). La realidad es que cuando los trabajadores ven que se recrea una situación, generalmente se sienten involucrados generando empatía instantánea y fomentando la comunicación, el liderazgo y el compromiso con la organización, potenciando los aprendizajes dinámicos. Finalmente, Zepeda (2007) menciona: “La falta de trabajo en equipo es muchas veces culpa del sistema educativo, desde pequeños nos ponen a competir, eso debe cambiar por educación colaborativa y sumar inteligencias, que cada quien aporte su talento y se felicite por eso” (Ulloa, 2017, Teatro Empresarial). De esta manera las prácticas escénicas cultivan y conforman variadas prácticas comunicativas que permiten la libre incrementación de diferentes capacidades en relación a la variedad de personalidades.

- Role playing: Esta técnica se conoce como dinámica de grupo, técnica de dramatización, simulación o juego de roles. Consiste principalmente en que dos o más personas representen una situación, actuando según los papeles asignados, sin mayores exageraciones y recreando las situaciones de manera real y auténtica. Además de representar los roles, el objetivo radica en que el observador participe activamente en la comprensión de procesos, los que serán transmitidos por los participantes actores que plantearán las sensaciones provocadas con la actividad, de esta manera se pueden identificar la influencia de determinadas situaciones ante el comportamiento laboral y personal, marcando climas de riesgos limitados y preestableciendo comportamientos y normas de actuar. Xus Martín (1992) afirma que la técnica del role-playing pretende facilitar la adquisición de capacidades, tales como, la perspectiva social, la empatía y el role talking. En ella se trabajan conjuntamente aspectos como la dirección de las relaciones interpersonales, o las motivaciones racionales y emocionales que actúan en la toma de decisiones, siendo todo ello objeto de análisis posterior (Xus Martín, 1992; pp.63).

El role playing se ejecuta a través de cuatro etapas: Primero, motivación, que posee como objetivo principal la generación de un clima de confianza en el entorno en el que se va a representar, segundo, preparación de la dramatización, en donde se aportan los datos necesarios para llevar a cabo la representación, indicando el conflictos, los personajes y la escena dramática, tercero, dramatización, en esta etapa se lleva a cabo la escena en relación a las instrucciones correspondientes previamente asignadas, cuarto, el debate, instancia en donde se analizan los datos y actuaciones, evaluando comportamiento y sensaciones, para así, buscar las mejores soluciones en torno a la recreación dramática y el conflicto.

V. BENEFICIOS DE LAS TECNICAS DRAMATICAS EN LAS EMPRESAS

A pesar de que el teatro mucha veces se liga al juego de interpretar, cierto es que se destaca por ser una práctica sumamente rigurosa en la cual se necesita un alto grado de compromiso, hecho que queda demostrado en la memorización de largos guiones o años de ensayos de puestas teatrales, cada detalle dentro de la obra es revisado continuamente y nada dentro del montaje se hace sin previo ensayo, de esta manera los efectos y beneficios del teatro se ligan mayoritariamente al desarrollo personal de cada individuo que lo experimenta conmoviendo paralelamente la vida social, los grandes beneficios individuales van en relación a la confianza en sí mismo, siendo relevante destacar que el auto conocerse mejora la identificación de las debilidades y fortalezas que cada ser posee, además de generar consciencia sobre las señales que se transmiten con la gestualidad, tono de voz, energía emotiva, miradas, etc. por ende prepara a seres más alerta de sí mismos. “Se ha comprobado que los sujetos construyen la representación más eficaz del problema cuando este les viene dado de forma directa y sencilla” (García Madurga, J y Pardo de León, P. 1999; pp. 85) por

consecuencia el aportar la técnica dramática en la empresa nutrirá al entendimiento sencillo de las mayores problemáticas, poseyendo una visión más neutral ya que el conflicto podrá ser apreciado de manera vivencial, para así, hacerse cargo también del lenguaje verbal y corporal integralmente. El lenguaje corporal es uno de los principales factores que determinan la primera impresión cuando conocemos a alguien, generalmente solemos juzgar a las personas más por su apariencia que por lo que realmente nos dicen, pero este juicio es en gran medida subconsciente. “Pocas veces se detiene a analizar por qué nos formamos una opinión acerca de alguien; si lo hiciéramos, a menudo descubriríamos que esa opinión se basa en el prejuicio y la suposición” (Judi James, 1995; pp.53). De esta manera si se domina el lenguaje corporal se será capaz de proyectar exactamente lo que la persona desea, controlando la ansiedad, nerviosismo, stress, etc. que quedan generalmente al manifiesto por los tics corporales que se poseen (exceso de parpadeo, movimientos con los dedos, golpear acompasadamente con el pie) este punto traerá consigo otro beneficio: la seguridad personal, al conocer cien por ciento la corporalidad, los tics, las principales debilidades y fortalezas que cada individuo posee se incrementa con la seguridad personal notoriamente, ya que el conocimiento en su totalidad lleva a que no queden cabos sueltos porque se posee el control de todas las herramientas que se disponen y por más que pasen situaciones improvisadas se tendrá la capacidad de desarrollar los recursos y orientarlos a favor de cada punto de conflicto, lo que crea trabajadores seguros de las capacidades individuales que se poseen. Mario Loran(s/f) menciona que el teatro es una actividad que redundando en mayor seguridad siempre es beneficiosa, sea cual fuere la tarea que realicemos. La sociedad nos educa para la represión y para los hábitos que, al ir creciendo, eliminan el juego como posibilidad, a la vez que te enseña a evitar los conflictos a fin de ser feliz.

El teatro es al revés, es lo contrario. Te permite jugar, te invita a no reprimirte, a buscar el conflicto y enfrentarlo. (Loran, 2016).

Por otra parte, cuando se aplica a grupos de trabajos, se logran beneficios que van en directa relación a la comunicación organizacional dentro de la empresa, mejorando aspectos relacionados a la escucha activa, paciencia, comunicación,

confianza con el otro, tolerancia, entre otros. Al ejecutar un taller de teatro a un equipo de trabajo se dan a conocer distintas percepciones personales que muchas veces el equipo no sabe, conectando a cada ser con el otro y comprendiendo el universo que envuelve a cada participante, lo que sin duda repercutirá de manera directa en el trabajo, ya que la comunicación es el factor clave dentro de la efectividad de tareas. “El Teatro ofrece una manera vivencial de generar diálogo y permite a los trabajadores hablar de sus problemas y sus relaciones conflictivas con jefes, clientes o compañeros de manera lúdica y evitando el carácter confrontacional” (Stronks, D, 2013; pp.46)

VI. CORPORALIDAD

La corporalidad se define como el conocimiento inmediato del cuerpo, sea en estado de reposo o en movimiento, en función de la interrelación de sus partes, del espacio y objetos que nos rodean (Le Boulch, 1981; pp.18). Según Pieron (1975) es la organización de las sensaciones relativas a su propio cuerpo en relación con los datos del mundo exterior (Piéron Maurice, 1975; pp. 104). Por otra parte, Ballesteros (1993) propone que la corporalidad es la intuición global o el conocimiento inmediato de nuestro cuerpo, tanto en estado de reposo o en movimiento en función de la interacción de sus partes y sobre todo, de su relación con el espacio que lo rodea (Ballesteros Soledad, 1993; pp. 29).

Estas tres definiciones sobre corporalidad poseen un elemento en común y es que todas relacionan la corporalidad con los estímulos del espacio que rodea al cuerpo, siendo este, una herramienta que reacciona a emociones, situaciones y percepciones. La predisposición de la corporalidad afecta directamente en nuestra vida cotidiana, en la disposición anímica, energética y emocional, muchas veces el cuerpo reacciona a sobrecargas y llega a enfermarse por el descontrol y el poco manejo de este instrumento.

Una frase muy conocida dice “Cualquier persona podría decidir dejar de hablar, pero no por ello dejaría de comunicar” y es debido a que no solo existe el lenguaje oral, sino que también el corporal que es igualmente importante que el anterior, ya

que el cuerpo comunica incluso cuando se está en silencio, mandando señales involuntarias sobre determinadas situaciones. En el transcurso del tiempo los seres humanos han sostenido la comunicación en el habla, aprendiendo a escuchar únicamente palabras y dejando de lado la capacidad de observar otras señales, como las corporales, gestuales y sentimentales, llevando a un importante desligamiento de los signos que envía el entorno y volviendo a los individuos seres de atención centralizada, perdiendo una gran habilidad, la de comunicar de manera integral y la de observación, es por esta razón que el lenguaje no verbal, también posee su propia semántica y la interpretación de sus señales, para esto hay que sumergirse en el mundo de los analistas del comportamiento corporal, ya que como se mencionó anteriormente el entender completamente la corporalidad, posiciona a las personas en un puesto de ventaja a la hora de entender los acontecimientos del entorno y el de afrontar las diferentes situaciones relacionales en entornos laborales y personales. Por ende, son cinco los factores fundamentales que se deben tener en cuenta a la hora de la comunicación corporal:

- a) Expresión facial y micro expresiones: Estos son los movimientos involuntarios de los músculos de la cara como reflejo de las emociones, si bien muchas veces los seres humanos son conscientes de esto, hay un grado en donde no se dominan en su totalidad, el cerebro manda la señal en torno a algún estado de ánimo y este se manifiesta con pequeñas expresiones involuntarias. Según Jesús Rosas (2011), autor del libro *Lenguaje corporal en 40 días*, menciona que en la actualidad se ha determinado que las siete emociones básicas (Alegría, rabia, tristeza, sorpresa, desprecio, miedo y asco) no pueden ser “falsificadas”, pues los músculos de la cara se mueven, en la mayoría de los casos, de manera automática, y no hay forma que podamos reproducir esos movimientos perfectamente de manera consciente, aún con mucha práctica (Rosas Jesús, 2011; pp. 72), y a pesar de que nunca se podrá poseer cien por ciento el control de estos movimientos, si se puede adquirir conciencia de cuáles son los movimientos que delatan ciertas inseguridades o cuales son

los más recurrentes y como se pueden suplir o mejorar en torno a las capacidades propias que se posean, volviéndolo también un beneficios hacia el observador, que puede desarrollar una faceta casi de predicciones emocionales y sentimentales a través de la importancia de la observación de las expresiones faciales.

b. Kinésica: Este término estudia el significado expresivo, apelativo o comunicativo de los movimientos corporales y de los gestos aprendidos o somatogénicos, no orales, de percepción visual, auditiva o táctil en relación con la estructura lingüística, paralingüística y con la situación comunicativa. Por ende, involucra en su totalidad las formas de comunicación en la que intervienen los movimientos corporales en sí, considerándolo como una forma de comunicación que es acompañada en reiteradas ocasiones con el lenguaje verbal. Un ejemplo clave, es cuando una persona cuenta una historia y a medida que va hablando, va relatando con sus manos lo que narra, de esta manera no solo ocupa un medio de comunicación sino dos paralelamente.

Albert Mehrabian y Morton Wiener (1967), demostraron que la mayor parte de nuestra comunicación pasa a través del lenguaje no verbal (93%), aquella que se da por los gestos corporales y la mirada. Solo el 7% de la información se atribuye a las palabras, mientras que el 38% se atribuye a la voz y el 55% al lenguaje corporal (Mehrabia Albert y Wiener, Morton, 1967; pp.110). Sugiriendo especialmente que el efecto combinado de la actitud vocal, facial y verbal, en forma simultánea, es una suma ponderada de sus efectos independientes.

c. Paralenguaje: También conocida como “paralingüística”, estudia principalmente todos los temas relacionados con la construcción del lenguaje humano, en relación a los signos orales, auditivos, táctiles y visuales, enfocándose principalmente en elementos como el llanto, la risa, el bostezo, el gruñido, distorsiones del habla, imperfecciones vocales,

entonaciones y ritmos, tratando de identificar como estos influyen en la comprensión de un mensaje de manera efectiva y en la percepción del que lo escucha.

En el plano oral o fónico, se coloca mayor énfasis al tono y a pesar de que este puede ser considerado dentro de la rama del lenguaje oral, evalúa factores como la emocionalidad y la afectividad del emisor, por ende, su evaluación no va en directa relación con lo que se habla, sino con los tiempos y silencios. La adecuación emocional del tono de voz utilizado condicionara muchas veces las relaciones establecidas, derivando a variaciones tonales que se encuentran codificadas, por otra parte, la intensidad (suave, regular o suerte) expresan la adecuación del emisor a la situación, su intencionalidad de imponerse o su timidez ante alguna situación, también el ritmo, conocido como la fluidez verbal con la que se expresa una persona develara un rechazo a afinidad en una relación, marcado por características como átono, monótono o entrecortado.

En cuanto al plano escrito o grafemático, se evalúan aspectos como la distribución espacial, por ende, el texto escrito aprovecha su carácter visual para hacer que la configuración del mensaje sea expresiva en sí, también toma importancia la puntuación y la tipografía que se utiliza.

Gema Sánchez (2009) hace énfasis a que los sonidos fisiológicos o emocionales como el llanto, la risa, el suspiro, el carraspeo, el bostezo, son sonidos que comunican estados de ánimo en general, pero algunos tienen también la función de calificar enunciados o regular la conversación, como la risa, que además de indicar alegría, miedo o nerviosismo, la utilizamos para mostrar acuerdo, entendimiento, seguimiento en la conversación y señalar comienzo o final de turno, entre otros. (Sanchez Gema, 2009; pp.2)

d. Proxémica: La proxémica describe las distancias medibles entre las personas mientras interactúan entre sí, haciendo referencia al empleo y percepción que el ser humano tiene de su propio espacio físico, de su intimidad personal y de cómo y con quien lo utiliza. De esta manera se

estudian las relaciones espaciales entre personas y como estas demuestran afectividad o disgusto a través de las distancias en el momento de la comunicación oral en relaciones también a factores como el sexo, la edad, el status, etc. y dándole importancia a como el traspaso de los límites del espacio pueden generar intimidación o rechazo dentro de determinados contextos. Según Edward Hall (1959) se encuentran cuatro clases de distancias interpersonales: íntima, personal, social y pública (Hall, Edward. 1959; pp.60). La íntima es de 0-60 cm y se caracteriza por cuidar el espacio como su propiedad, por ende, es sumamente personal y esta solamente reservada para situaciones comunicativas de máxima intimidad, en donde predomina el contacto físico, comunicándose a través de elementos como el tacto, olor, temperatura del cuerpo, etc. En segundo lugar, se encuentra la distancia personal, que va desde los 60 a 120 cm.; predomina principalmente en el contacto con familiares, amigos y personas conocidas, de esta manera no se está en contacto constante, pero sí dentro de una distancia permisible para este. En tercer lugar, se encuentra la distancia social, que va entre 120 a 300 cm, y generalmente es la distancia habitual entre personas que no se conocen, siendo esta la separación adecuada para personas con las que se comunica en situaciones cotidianas, pero no de importancias y finalmente se encuentra la distancia pública que es mayor a los 300 cm, y que es la distancia cómoda para dirigirse a un grupo de personas, ocupando recursos como el aumento de voz para poder ser escuchado.

Finalmente, Hall menciona “Estas distancias varían según las culturas, los latinos tienden a generar relaciones de menos distancias que los asiáticos” (Hall, Edward. 1959; pp.68)

e) Háptica: Esta se refiere a la comunicación por tacto y como esta devela percepciones internas de cada ser humano. Sabido es, que la forma de tocar dice mucho de la personalidad de un individuo, transmitiendo mensajes que quedan en el inconsciente colectivo, manifestando cercanía o

lejanía con los participantes dentro de la comunicación, volviéndose uno de los canales más poderosos para transmitir proximidad. Cuando se nace, el único recurso efectivo que encuentra un bebe es el tacto y es el papel más influyente dentro del primer año de vida, a través de la piel se establecen vínculos afectivos únicos que desatan el desarrollo de la información emocional.

El mayor sentido de nuestro cuerpo es el sentido del tacto. Es probablemente el principal sentido en los procesos de dormir y despertar; nos proporciona el conocimiento de la profundidad o el grosor y la forma; sentimos, amamos y odiamos, se nos ofende se nos conmueve mediante los corpúsculos del tacto de nuestra piel. (Lionel Tayler, 1921; pp.157). Un claro ejemplo de la relevancia del tacto y como este puede comunicar, son las relaciones políticas, si un político estrecha la mano fuerte demuestra seguridad, pero si esta fuerza es excesiva demuestra agresividad, lo que lleva a que el público observante genere opiniones inmediatamente a través de la comunicación por tacto observada, por lo que todo contacto tomara protagonismo dentro de este tipo de comunicación. El tacto si se puede automatizar, para esto solo se deberá entrenarlo y adquirirlo como una costumbre, para así, poder incorporarlas dentro del patrón de comportamiento habitual.

Por otra parte, es relevante mencionar que estas varían según las culturas y las costumbres adquiridas dentro de estas, mezclándose con la personalidad de cada comunicador

Todos estos elementos mencionados ayudan a la comunicación corporal de manera integral, dándole la importancia correspondiente en una época en donde esta se ha postergado de manera notoria, abandonando la observación y quitándole la importancia relevante al cuerpo como instrumento comunicativo. La utilización del cuerpo para realizar gestos, expresiones y movimientos manifiestan las necesidades intrínsecas del ser humano, aportando en ámbitos como la sensibilidad, la imaginación, la creatividad y la comunicación, siendo el lenguaje

por el cual el individuo puede percibirse de la manera más efectiva y del cual derivan otros tipos de lenguaje como el oral.

Ahora, enfocándonos en la corporalidad en el coaching, se encuentra el coaching ontológico, el cual es una disciplina que aporta una manera diferente de interpretar a los seres humanos, su modo de relacionarse, de actuar y de alcanzar los objetivos que se proponen para sí mismos, para sus empresas y para la sociedad. De esta manera Rafael Echeverría (1994) reconoce la existencia de tres dominios en lo que al tema del coaching se refiere: lenguaje, cuerpo y emociones, enfatizando que cada uno de estos repercute en el otro. Para entender cómo se liga el cuerpo en el coaching ontológico es necesario explicar los otros dos dominios. Primero se encuentra el lenguaje, el cual es descriptivo, pero también generativo, además crea realidades y puede ser potenciador o limitante. Como se menciona anteriormente el lenguaje permite que uno se comunique fácilmente, ya que cualquier descarga se puede efectuar con facilidad a través de este y de manera concreta. Segundo, las emociones, que son parte de nuestra vida diaria y que se vuelven intrínsecas en el ser humano, de esta manera es muy difícil camuflarlas ya que se expresan por sí solas en el cuerpo. Cada emoción puede ser entendida como una predisposición a la acción, siendo esta la forma de comprender el mundo emotivo y las diferentes maneras de manifestación. En cuanto a las predisposiciones que se manifiestan en una corta duración de tiempo se conocerán como emociones, a diferencias de cuando se habita en una emoción de forma permanente se conocerá como un estado de ánimo. Tercero, el cuerpo, el observador que cada persona es se relaciona directamente con el tipo de observador que se es, de esta forma la corporalidad del cuerpo va a determinar la forma en que se ve a una determinada persona, por ende, el miedo, la felicidad, el enojo, etc. determinan el cómo me enfrento a la vida, siendo relevante mencionar que la postura en la corporalidad es un factor clave de la imagen que se da, forjándose una coherencia entre la postura y el mundo emocional, lo que sin duda lleva a que nuestro cuerpo siempre esté en disposición de alguna emoción y actué en torno a esta. De esta forma, para efectuar cambios verdaderos no solo basta por modificar uno de estos tres puntos mencionados, sino que se requiere de una

coherencia nueva entre los tres mundos: Lenguaje, emociones y cuerpo, otorgándole la importancia correspondiente a cada dominio, de esta manera el aprendizaje jamás puede quedar desvinculado del cuerpo, ya que solo se volvería un aprendizaje conceptual y no un aprendizaje integral.

Por otra parte, se encuentra el coaching integral, este suma las tendencias del Coaching pragmático (americano), humanista (europeo), filosófico (sudamericano) y ontológico (lingüística), proporcionando herramientas encaminadas al desarrollo de todas las dimensiones que integran a la persona: mente, emoción, lingüística, cuerpo, espiritual, considerando la integración de la totalidad del cliente y su mundo, ayudando a interiorizar nuevas perspectivas sobre cómo se enfocan las distintas situaciones de vida, para así, poder lograr etapas más felices de las vivencias actuales.

Integral Coaching Canadá, es la escuela más influyente sobre la formación de Coaching integral y menciona que es una disciplina que permite a los clientes hacerse más conscientes de como enfocan habitualmente las situaciones, les facilita ver nuevas posibilidades y a partir de ahí construir nuevas y duraderas competencias para alcanzar resultados profundamente importantes para ellos. El coach y el cliente están dedicados a las necesidades de desarrollo únicas y particulares del cliente y del tema del coaching. (Sánchez, S., 2014, ¿Qué es Coaching Integral)?

A raíz que el coaching integral se basa en los distintos modelos de coaching, el cuerpo se ve de la misma manera que en el coaching ontológico, siendo nuevamente el lenguaje, emociones y cuerpo una parte importante del aprendizaje.

También se encuentra, el coaching PNL (Programación neuro lingüística), el que es un enfoque de la psicología aplicada, que se centra en enseñar a utilizar el lenguaje interno del cerebro a través de imágenes, sonidos y sentimientos, para comunicarse con uno mismo y con el entorno y decidir como sentirse o comportarse, brindando las herramientas necesarias para asumir el control de la vida y del comportamiento personal, orientado al ámbito corporal Vicky Mondeira

(2014) menciona que mente y cuerpo son partes del mismo sistema, recalcando que ambos integran un sistema abierto en donde poseen la característica de interactuar e influir entre si. Dado este punto el cambio en la mente, afecta el cuerpo, ya que cuando asaltan pensamientos tristes o desoladores el cuerpo experimenta cambios concretos a raíz de la emocionalidad. (Mondeira, V., 2014). De esta manera el pensar positiva o negativamente afecta el cuerpo y a la vez, las sensaciones que se provocan a raíz de esta situación influyen en los sentimientos y en la parte cognitiva de cada individuo, sin embargo, este Coaching PNL postula que estos movimientos son controlables en la medida que se sea consciente de estos.

Mondeira (2014) agrega, que el estado emocional con PNL se puede modificar, cambiando posturas corporales, ritmos de respiración y los pensamientos, afectando de manera positiva al estado emocional y controlando los cambios emocionales de manera idónea. (Mondeira, V., 2014)

VII. COACHING TEATRAL EN LAS EMPRESAS

El coaching teatral se caracteriza por prestar un servicio a una empresa en donde diversas situaciones son intermediadas por las artes escénicas, el teatro interviene a los trabajadores en distintas facetas que se relacionan directamente con las necesidades e inquietudes que posea la organización. En cuanto a la intervención esta se puede dar de distintas maneras, desde recreaciones teatrales a capacitaciones teatrales. Por otra parte, las empresas hoy invierten recursos en potenciar a sus trabajadores profesionalmente, colocando el énfasis necesario a la importancia que posee el trabajo en equipo, siendo esta hoy en día una unidad fundamental dentro de la estructura de la organización.

La revista online Entrepreneur, menciona que uno de los objetivos más importantes de éste es lograr que los miembros de una organización participen en el liderazgo y planteen técnicas de trabajo grupal, creando nuevos desafíos entre éstos. (Entis, L., 2010). Siendo este un objetivo fundamental para poder unir al grupo de manera idónea, de esta manera se forma un verdadero trabajo en engranaje, en donde ya

no solo importan las funciones de manera individual sino también las grupales, por ende, la ejecución laboral será mucho más colaborativa.

Por otra parte, Jimena Ballen (2016) saca conclusiones en los aportes principales que entrega el coaching al teatro y viceversa. Una de las conclusiones importantes es la aportación del coaching al teatro, o la aportación del teatro al coaching y lo que aporta es la mirada desde el ser; este ser que eres tú, que soy yo, que tiene un montón de creencias, que tiene un cuerpo, que se comporta de una manera, que se relaciona de una manera, entonces a la hora del taller podemos ver que cuando yo exploro y trabajo en este “ser” puedo modificar mis creencias, puedo modificar las creencias que tengo sobre mí mismo y eso me puede permitir desarrollarme en otros aspectos que hasta ahora yo no sabía. (Ballen, J., 2016). Y es el teatro una disciplina tan multifacética e histriónica, que invita al desarrollo en variadas áreas, como la improvisación, la actuación con guion, actuación para televisión, estos distintos enfoques en las artes escénicas logran que cada participante logre desarrollar sus habilidades y capacidades en torno a las técnicas que más le dan comodidad, por ende, la imposición queda a un lado en esta práctica.

Elisa Rillon (2003), creadora del teatro coaching rescata los principales elementos del teatro que integra al coaching, mencionando que lo primero que trabaja es la voz, para que así, los participantes adquieran consciencia de cómo esta moviliza a otros, y dando énfasis a la importancia de los silencios, pausas y mala dicción (Rillon, E., 2003), y es que la voz toma protagonismo a la hora de comunicarse, y también es parte de la generación de buenas relaciones, es necesario que la voz sea lo suficientemente clara para poder comunicar al otro de manera efectiva, manejando los ritmos. Según Rillon, muchas veces las personas que hablan de manera rápida generan en la otra confusión, ya que no son capaces de entender idóneamente lo que se habla, de esta manera las comunicaciones orales que se generan no logran ser cien por ciento efectivas y desmarcan la atención de los otros participantes.

Rillon (2003) también hace hincapié, “Como segunda herramienta recurrimos a la emocionalidad. Los ejercicios teatrales permiten explorar las emociones propias que uno tiene guardada. Una vez tuve un alumno muy correcto, caballero, ordenado, al que le dimos el papel de un heroinómano, en una de las sesiones, nos dijo: “Por primera vez en mi vida, me estoy dando permiso para ser inadecuado, ¡y lo estoy gozando al máximo!” (Rillon, E., 2003). De esta manera el poner a un participante a ejecutar un papel distinto a lo que es y en el que prueba nuevas experiencias que son completamente ficción, reafirma la seguridad de exposición llevando a la mejora del desplante y apostando a dominar las condiciones de presión y nerviosismo a las que se pueda estar expuesto. Esto no quiere decir que el participante adquirirá las costumbres que proponen los personajes, sino que más bien, inconscientemente tomara los elementos más enriquecedores a la hora de actuar, en modo de ejemplo si el participante fue víctima de un nervio excesivo a la hora de interpretar, esta experiencia “incomoda” quedara guardada en su inconsciente, por ende cuando lo haga por segunda vez será un poco menos incómodo y así sucesivamente hasta que se transforme en una situación cotidiana y controlable, es en este momento cuando el participante tiene un control total de sus nervios y ha incrementado su seguridad al comunicar.

Finalmente, Rillon menciona, “Por último ocupo la herramienta corporal. Hay personas que cuando hacen presentaciones y uno los ve corporalmente, no saben qué hacer con las manos, dónde ponerlas. En el teatro aprendemos que este cuerpo comunica todo el tiempo. A medida que se va trabajando la propia corporalidad, uno va encontrando un idioma distinto, que va potenciando la presencia de cada uno”. (Rillon, E., 2003). Como hemos mencionado anteriormente el dominio corporal se vuelve esencial a la hora de comunicar, muchas veces los participantes tratan de ser empáticos con su voz, pero el cuerpo esta tenso, de esta manera las percepciones que se dan a terceros no van en consecuencia con lo que se desea comunicar, provocando un déficit corporal importante, a modo de ejemplo si un trabajador trata de explicar algo con un tono de voz muy enérgico pero su cuerpo no reacciona a los estímulos y es algo lánguido, la primera percepción de los participantes de la conversación será que

han una discordancia entre lo que habla y su actitud corporal, pensando que realmente no tiene ganas de hablar pero lo está haciendo solo porque es una obligación laboral, y es que el cuerpo es tan potente que el protagonismo que adquiere muchas veces es mayor, ya que las personas no hablan todo el día, muchas veces hay momentos de silencios en donde lo único que puede comunicar es el cuerpo, por ende cuando el sujeto en ejemplo entro a reunión y preparo su material o simplemente al escuchar, no emitía palabra alguna, ósea estaba en completo silencio con su voz, pero su cuerpo estaba presente comunicando en relación a la postura y gestos.

Finalmente, es importante recalcar que el teatro para empresas puede mejorar variados aspectos laborales, según Beatriz Ariza (2015) el teatro puede ser una buena herramienta de coaching, para utilizar en sesiones o cursos como coach, trayendo consigo múltiples beneficios personales y laborales, además de su valor artístico y la utilidad práctica que encuentran muchas personas con miedo a hablar en público. Descartando la creencia limitante de que ciertas actividades están reservadas a aquellos con verdadero talento, como pintar, tocar un instrumento o hacer teatro, cuando en sí mismas pueden ser divertidas y enriquecedoras para cualquiera. De hecho, todas ellas pueden aportar una serie de beneficios personales y técnicos, como es el caso de las artes escénicas, que además de afición puede verse como herramienta muy útil por varios motivos, permitiendo el auto conocerse, empatizar, procesar emociones, implementación de técnicas prácticas, control para hablar en público y mejorar las presentaciones laborales. (Ariza, B., 2015)

VIII. LA RELACIÓN ENTRE EL TEATRO Y LAS VENTAS

Antes profundizar en las técnicas dramatizadas, es importante mencionar que es vender. Javier Heredia (2016) define el vender como “Detectar las necesidades de nuestro cliente y a través de nuestro producto o servicio, ofrecer la oportunidad de cubrirlas” (Heredia, J., 2016, ¿Qué es vender?). Por otra parte, Kossen (1992) menciona “La venta como el proceso de analizar las necesidades y deseos de los

clientes potenciales y de ayudarles a descubrir cómo se pueden satisfacer plenamente los mismos con la compra de un bien, servicios o idea determinado” (Kossen, S., 1992; pp.5)

Sabido es, que la venta se da por medio de los vendedores, estos muchas veces dejan de lado las necesidades del cliente y solo se enfocan en ofrecer el producto y tratar de que los consumidores lo adquieran, generando una gran desventaja a la hora de vender, ya que el cliente busca una experiencia más allá de un simple ofrecimiento lejano en donde presenten las ventajas y desventajas de un producto específico. Es por esta razón que los vendedores deben ser seres consultivos, y poseer una escucha activa, para así, poder elaborar las preguntas correspondientes a través de la comprensión de las necesidades del cliente a través de argumentos idóneos para cada situación.

Según la directora del Área de Desarrollo Empresarial de la Cámara de Comercio de la Ciudad Real en España, Mayte Carmona (2017) afirma: “Los trabajadores están desprovistos de herramientas que potencien sus habilidades de ventas, por lo que ellos deben aprender de manera autodidacta como vender los productos que la organización impone” (Carmona, M., 2017, la cámara de comercio enseña a los empresarios como vender más y mejor) y es que muchas veces notamos a vendedores que son sumamente entusiastas a la hora de ofrecer un producto pero no poseen las herramientas básicas para explotar sus propias capacidades en pro de un servicio de excelencia debido al déficit de conocimiento y capacitaciones que potencien sus habilidades de manera personalizada.

En los ítems anteriores hemos mencionado reiteradamente como el teatro puede aportar a procesos laborales de manera efectiva, sin embargo, es importante saber cómo se puede implementar estas técnicas en un proceso de venta, identificando cuales son las similitudes entre un actor y un vendedor y la importancia de esta.

Stan Kossen (1992) afirma: “La dramatización es una importante actividad en las ventas que puede transformar una presentación insulsa en una experiencia apasionante y atractiva” (Kossen, S., 1992; p.287). Es por esta razón que el teatro

como practica enriquecedora dentro del ser humano puede integrar los matices dentro del individuo necesarios para que transforme situaciones comunes y corrientes, en una excepcional, y no solo para él, sino también para las personas que lo rodean que pueden ver el desplante que se generara. Por otra parte, es necesario mencionar que lo positivo de las técnicas teatrales es que entregan múltiples herramientas para que cada integrante pueda actuar de manera idónea a la situación requerida, lo que lleva a que el comportamiento no sea predecible ni constreñido, provocando que los diálogos encasillados y practicados por el vendedor dejen de tomar protagonismo en situaciones que no siempre serán fructíferas. A cambio de esto se le entrega seguridad al vendedor ya que maneja la improvisación en torno a sus habilidades y espontaneidad al cliente, que no escuchara el mismo dialogo reiterativo persistentemente.

Kossen (1992) hace hincapié a la importancia de las demostraciones dramatizadas y a los resultados positivos dentro de la teatralidad, trayendo consigo beneficios: Primero, la dramatización mantiene la atención y el interés, de esta manera el manejar las presentaciones solo enfocándose en el lenguaje oral y olvidando el corporal, hará que el cliente piense mucho más rápido de lo que un vendedor habla, por lo que perderá gran parte de su atención en cosa de segundos, este punto se revierte si la mente humana se encuentra participando de forma activa en la conversación, por este motivo una buena dramatización captura la atención del cliente de manera instantánea. Segundo, se fundamentan las reivindicaciones de venta, es claro que los clientes han escuchado mucho antes otros intentos de ventas, por lo que llegan en un estado de predisposición de escuchar otra vez lo mismo, lo que los hace estar más escépticos a las reivindicaciones de los vendedores, de esta manera una buena dramatización no engañara a nadie, sino que tomara los elementos más lúdicos del desplante de un individuo para que sea capaz de identificar que resaltar y como poder mostrarlo de manera efectiva y práctica. Tercero, apela a los sentidos, las palabras solas claro que pueden ser efectivas, pero una llamada a los sentidos de una persona puede dar como resultado unas presentaciones más claras, significativas y vivas, la dramatización potenciara el cómo poder aflorar los sentidos a través del teatro,

entregando herramientas actorales en torno a ruidos, movimientos corporales entre otros. Estos puntos mencionados dejan al manifiesto que las técnicas teatrales pueden ser un aporte para un vendedor.

Hay puntos específicos en la práctica de vender que se deberían llevar a cabo cada vez que se ofrece un producto o servicio. El primer punto tiene relación en cómo construir una relación de confianza con el cliente, Martínez, Borja y Carvajal (2000) proponen en libro fidelizando clientes, que recopilar información relevante y actualizada sobre los clientes es un punto clave, siendo importante disponer del conocimiento de los consumidores para saber cuáles son sus necesidades, sus hábitos, sus gustos, etc. para que así, cada vendedor pueda conocer los productos y servicios que satisfacen estas necesidades pudiendo presentarlos como la solución de sus problemas y así generando el primer vínculo de confianza (Martínez, J., Borja, L., Carvajal, P., 2000). Este punto guarda directa relación con una práctica teatral que es el estudio de personajes teatrales, la cual se caracteriza por llevarse a cabo antes de que comiencen los ensayos y la puesta en escena en sí. Lo primero que hace un actor al momento de la entrega del guion es leerlo, a raíz de lo que lee comienza a perfilar su personaje, de esta manera lo estudia, observa y saca conclusiones con la meta principal de llevarlo al escenario de la manera idónea. En paralelo el punto de estudiar a un cliente es muy similar al estudio de personajes, conocer los perfiles y estar completamente actualizado de las preferencias en relación a la época, logra que el actor genere una confianza en el al igual que si el vendedor maneja en su totalidad el tipo de cliente que les puede tocar.

En segundo lugar, el cómo hacer preguntas y escuchar al cliente es parte importante en la comodidad de este. Alejandra Vartuli (2006) menciona “Cuando pensamos en los clientes, lo primero que surge es la experiencia, es el modo o canal de comunicación que establecemos con ellos. De manera que la comunicación es el primer modo de intercambio que deseamos establecer con los clientes” (Vartuli, L., 2006). De esta manera se debe elegir un modo de comunicación en donde el cliente se sienta sumamente escuchado, este punto se

podría relacionar teatralmente al ámbito de la improvisación, específicamente al estar siempre en disposición de lo que dice el compañero, tratando siempre de ser positivo y sumar al diálogo en vez de entorpecerlo, rescatando los puntos interesantes y generar nuevos diálogos a partir de estos, de esta manera las preguntas que plantea el vendedor van a ir en directa relación de las necesidades que manifieste el cliente, develando las preguntas que tiene por sí solo a la hora de exponer sus inquietudes, lo que sin duda facilita la labor del vendedor, que a través de la escucha activa sabrá las inquietudes que aquejan al cliente casi de manera instantánea.

Tercero, como entender las motivaciones del comprador. Hoyer, MacInnis y Pieters (2010) mencionan en su libro *Comportamiento del consumidor* que la motivación, la habilidad y la oportunidad ejercen una poderosa influencia en las decisiones de adquisición, uso y desecho de un consumidor. Los individuos motivados pueden invertir una gran cantidad de pensamiento y actividades con el fin de lograr sus metas, por lo tanto, comprender e influir sobre la motivación de los consumidores tendrá como resultado un mayor comportamiento de adquisición de productos y servicios. (Hoyer, W., MacInnis, J., Pieters, R., 2010). En este caso la parte de interna que cada ser posee se manifiesta en sus propias necesidades, por ende, como vendedor se debe distinguir la motivación esencial que posee el consumidor y de esta manera solo sumar a esta, para así, seguir incrementándola de manera significativa.

Finalmente, Kossen (1992) menciona: “Los actores no ensayan hora tras hora tan solo para actuar ante las cuatro paredes de un teatro. Esperan conseguir la atención y el interés de sus audiencias. También quieren que sus audiencias deseen presenciar la representación completa y que incluso se impliquen en la acción o en la actividad o que se lo recomienden a sus amigos, en este sentido el vendedor posee los mismos objetivos que un actor” (Kossen, S., 1992; p.287)

El punto mencionado anteriormente es el punto en común que poseen los actores con los vendedores, ambos luchan por la atención de un público con el mismo fin: vender, claro que para esto se nutren de otros factores como la atención

centralizada que se debe lograr con un cliente, o la empatía que se debe generar con este, independientemente cual sea el camino para llegar al objetivo, finalmente ambos buscan conseguir la atención de un individuo y en el fondo lo creativo de la técnica teatral es que el desarrollo de la improvisación dentro de este ambiente de venta, es fundamental para poder manejar conflictos dentro del área, para persuadir sin parecer desesperado, para agradar sin ser forzado y para generar una espontaneidad que provocara que toda situación parezca sencilla.

CONCLUSIÓN

Los distintos autores mencionados se han enfocado principalmente en resaltar el teatro como una forma integral de comunicación, potenciador de habilidades personales, en donde se adquieren nuevos aprendizajes. De esta forma, el teatro

trae beneficios que van directamente ligados a la comunicación efectiva como canal trascendental en la elaboración de relaciones, colocando el énfasis necesario a la corporalidad como un factor clave dentro de la expresión positiva, por ende los pequeños gestos delimitaran la pauta comunicativa y la forma de comportamiento, influyendo directamente en la imagen que se proyecta al entorno.

Como mencionan los autores García y Pardo (1999) al ejercer las técnicas teatrales en una organización los participantes pueden identificar y construir las diversas problemáticas que los aqueja de forma mucho más práctica y sencilla. Este punto se vuelve clave en los resultados concretos que entregan las artes escénicas a la efectividad de una organización, ya que la identificación dentro del ámbito emocional de cada integrante de la empresa se vuelve compleja a raíz de la falta de recursos que se poseen a la hora de sumergirse en las emociones de cada trabajador, de esta forma el avanzar en la expresión de los sentimientos y emociones, tanto en las alegrías laborales como los disgustos, de manera frontal, transparente y con el respeto correspondiente, potencia sin lugar a duda un ambiente laboral grato en donde el aprendizaje a través de la identificación de los déficit organizacionales es un punto clave dentro del avance y mejoras empresariales óptimas.

En cuanto a la corporalidad, se resaltan los puntos claves que pueden aportar a comunicaciones más efectivas, integrando técnicas que favorecen a la entrega de control, favoreciendo el clima ideal bajo el que se efectúan las conversaciones. En relación a estos puntos el teatro se identifica por ser un arte de herramientas comunicadoras, siendo una de las más potentes: La corporal. Como Menciona el autor Jesús Rosas (2011), las siete emociones básicas (Alegría, rabia, tristeza, sorpresa, desprecio, miedo y asco) no pueden ser “falsificadas”, pero si controladas, supliendo o mejorando en torno a las capacidades propias que se posean. Por ende, el control del cuerpo es sin lugar a duda lo más importante a la hora de comunicar, debido a que aunque no se inicie una conversación oral el cuerpo habla por si solo y los gestos involuntarios toman protagonismo, develando en reiteradas ocasiones pensamientos que solo se manifiestan por este medio y

que la mente quiere mantener en resguardo, más sin intención, estos afloran de manera espontánea.

De esta forma el teatro potencia las herramientas concretas y efectivas que cultiva las artes escénicas, como el arte que reúne más formas de comunicación, adaptándose a diversas prácticas a raíz de los principios básicos que esta promulga y deformando la practica en torno a los objetivos que se desean lograr. Como menciona Loran (2016) el teatro te permite jugar, invitando al no reprimirse, para así, buscar el conflicto y enfrentarlo. De esta forma, las técnicas dramáticas eliminan las inhibiciones, favoreciendo el autoconocimiento y la relajación.

La entrega de herramientas del teatro a la organización pueden ser variadas, abarcando desde mejoras en el trabajo colaborativo, manejo del estrés, distención laboral, conocimiento de herramientas personales, manejo de tics corporales, control de ritmos y tonos de voz, herramientas de oratorias, mejoras en la comunicación con el entorno, potencialización de expresión oral y corporal en reuniones o exposiciones, entre otras, dictaminadas siempre por los objetivos que desee abordar la empresa. Dejando al manifiesto cual es la entrega principal de esta arte en la empresa y uniendo estos dos mundos: Teatro y Empresa, que aunque en las generalidades sean distintos, encuentran el punto de unión en la comunicación, que se encuentra presente de manera constante en cualquier ámbito, deformando la práctica teatral en pro de las necesidades que posee una organización.

REFERENCIAS

Kossen, Stan. (1992). *La venta creativa*. Madrid. España: Editorial Diaz de santos.

Oliva, C., Torres, F., (2002). *Historia básica del arte escénico.*, Madrid. España: Ediciones Cátedra.

Chiavenato, Idalberto. (1993). *Iniciación a la organización y Técnica Comercial*. México: Editorial McGraw-Hill.

Pallares, Z., Romero, B., y Herrera, M., (2005) *Hacer empresa*. Bogotá, Colombia: Fondo Editorial Nueva Empresa.

Ribeiro, L., (2001). *Generar beneficios*. Barcelona, España: Empresa Activa.

Cabrera, J., y Muñiz, M., (2014). *¿Son las técnicas teatrales útiles para desarrollar habilidades en el liderazgo en directivos de empresas?* Madrid, España: Universidad Pontificia Icaí Icade Comillas Madrid.

Benza, Rodrigo. (2011). *El teatro como herramienta de comunicación intercultural*. Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú, Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación.

James, Judy. (2007). *El lenguaje corporal: Proyectar una imagen positiva*. España: Paidós Ibéricas.

Pont, T., (2010). *La comunicación no verbal*. Barcelona, España: Editorial UOC.

Sergio, Rulicki. (2007). *Comunicación No-Verbal, Cómo la inteligencia emocional se expresa a través de los gestos*. Buenos Aires, Argentina: Granica Editores, Buenos Aires.

Anwandter, Paul. (2008) *Introducción al coaching integral*. Santiago, Chile: RIL editors.

Motos, T., y Ferrandis, D., (2015). *Teatro aplicado*. Barcelona, España: Octaedro.

Martinez, J., Borja, L. y Carvajal, P., (1999). *Fidelizando clientes*. Barcelona, España: Gestión 2000.

Clegg, Brian. (2000). *Cautive el corazón de los clientes y deje que la competencia persiga sus bolsillos*. Barcelona, España: Prentice Hall.

Elias, Joan. (2002). *Cientes contentos de verdad*. Barcelona, España: Gestión 2000.

Day, G., y Trabal, B., (2000) *Comprender, captar y fidelizar a los mejores clientes*. Barcelona, España: Gestión 2000.

Loran, M. 2016. *El teatro atribuye a mejorar la autoestima y la seguridad personal*. recuperado el 02 de junio de 2017 de portal noticias ahora: www.03442.com.ar/2014/05/mario-loran-el-teatro-contribuye-a-mejorar-la-autoestima-y-la-seguridad-personal/)

Ulloa, A. 18-01-2017. *Teatro Empresarial*, recuperado el 02 de junio de 2017 de diario digital cartera: www.archivo.eluniversal.com.mx/notas/400950.html

Ulloa, A. 18-01-2017. *Teatro Empresarial*, recuperado el 02 de junio de 2017 de diario digital cartera: www.archivo.eluniversal.com.mx/notas/400950.html

Riera, D. 2014. *Aprender Stand Up ¿Por qué?*, recuperado el 02 de junio de 2017 de portal web selecciones: www.cl.selecciones.com/contenido/a606_estudiar-stand-up

Lastra, F, 02-12-2015. *Improvisación: una herramienta teatral que deberías aplicar en tu trabajo*, recuperado el 02 de Junio de 2017 de diario el definido: www.eldefinido.cl/actualidad/pais/4677/Improvisacion-una-herramienta-teatral-que-deberias-aplicar-en-tu-trabajo/

Ahoka, J. 24-06-2009. *La influencia social del teatro*, recuperado el 01 de Junio de 2017 de teatro de mi choacan: www.teatrodemichoacan/la-influencia-social-del-teatro.html

Perez, J., Gardey, A., 2008. *Definición de teatro*, recuperado el 3 de Mayo de 2017 de definición.de: www.definicion.de/teatro/

Perez, J., 2008, *Definición de empresa*, recuperado el 3 de Mayo de 2017 de definición. De: <http://definicion.de/empresa/>

Panez, J., 2002. *Importancia de la expresión corporal*, recuperado el 10 de Junio de 2017 de Psicomotricidad: www.app.kiddyshouse.com/maestra/articulos/importancia-de-la-expresion-corporal.php

Martinez, C., 2015. *La importancia de saber leer el lenguaje corporal*. Recuperado el 13 de Junio de 2017 de Comunicar con emoción: www.comunicarconemocion.com/la-importancia-del-lenguaje-corporal/

Toledo, C., 2017. *Háptica, el poder del tacto como canal de comunicación no verbal*. Recuperado el 13 de Junio de 2017 de Mpr Group: www.politico.com/2017/01/12/haptica-el-poder-del-tacto-como-canal-de-comunicacion-no-verbal-en-la-politica/

Olalla, J., 2014. *El observador*. Recuperado el 13 de Junio de 2017 de Newfield Network: www.newfield.cl/newsletters-antiguos/el-observador

Mondeira, V., 28-04-2014. *Fundamentos de PNL: Mente y Cuerpo son parte del mismo sistema*. Recuperado el 20 de Junio de 2017 de Vicky Mondeira: Coaching para protagonistas: www.coachingprotagonistas.wordpress.com/2014/04/28/fundamentos-de-pnl-mente-y-cuerpo-son-partes-del-mismo-sistema-cibernetico-8/

Ballen, J., 2016. *El coaching teatral como recurso escénico comunicacional para promover el desarrollo humano*. Recuperado el 20 de Junio de 2017 de Facultad de ciencias y artes de comunicación: www.facultad.pucp.edu.pe/comunicaciones/novedades/el-coaching-teatral-como-recurso-escenico-comunicacional-para-promover-el-desarrollo-humano/

Jimenez, C., 2014. *Elisa Rillon, creadora del Teatro- Coaching: ¿Cuándo fue la última vez que hiciste algo por primera vez?* Recuperado el 20 de Junio de 2017 de revista somos: www.revistasomos.cl/2014/06/elisa-rillon-creadora-del-teatro-coaching-cuando-fue-la-ultima-vez-hiciste-algo-por-primera-vez/

Ariza, B., 2015. *Herramienta de coaching: El teatro*. Recuperado el 21 de Junio de 2017 de Filo Coaching: www.filocoaching.com/herramienta-de-coaching-el-teatro/

Middleton, R., 2013. *Técnicas de ventas: Como vender más fácilmente*. Recuperado el 21 de Junio de 2017 de Mujer de Empresa: www.promonegocios.net/mercadotecnia/escuchar-al-cliente.html

Heredia, J., 2016. *¿Qué es vender?* Recuperado el 22 de Junio de 2017 de Javier Heredia: Gestión comercial, Marketing y Ventas: www.javierheredia.com/2016/11/que-es-vender.html

