

Buenas preguntas – buenas respuestas

Usted seguramente conoce la expresión: “No hay respuestas tontas, solo hay preguntas tontas”. Esta expresión también da en el clavo con respecto al Método de Moderación. La función principal del moderador consiste en hacer preguntas (escritas), formuladas de tal manera que inciten la mayor cantidad posible de respuestas útiles.

Plantear preguntas es una de las tareas más importantes del moderador. Esto no siempre es fácil: El lema dice “No solo hacer preguntas”. Las preguntas deben abrir el espacio de la creatividad en lugar de restringirlo. Al igual que todas las otras técnicas de moderación, la técnica de hacer preguntas debe facilitar la participación espontánea de cada uno de los participantes.

Es por esto que las preguntas deben ser formuladas de modo que ofrezcan un margen de acción lo más amplio posible (¡y que no sea simulado!). Se deben evitar las formulaciones que impulsen a los participantes hacia una posición predeterminada o hacia el desarrollo preconcebido del tema de discusión.

● Las preguntas no deben esquivar el tema

Los participantes no podrán aprovechar el espacio de acción por más amplio que sea, si no se sienten motivados a hacerlo. Las preguntas siempre deberían ajustarse a las expectativas de los participantes y de ninguna manera parecer fuera de contexto ni evadir o sortear el tema. Por lo general, las preguntas abiertas se adaptan mejor al Método de Moderación que las preguntas cerradas. Además, todas las preguntas deben permitir dar respuestas cortas y sencillas o poder ser visualizadas con señas previamente convenidas.

● Preguntas abiertas

- Se deben contestar con una oración completa (que también se puede expresar con solo las palabras principales)
- Admiten muchas respuestas diferentes
- Estimulan la reflexión
- Promueven el trabajo en conjunto del grupo
- Favorecen el seguimiento.

Ejemplo:

¿Cómo considera usted el grado de efectividad/ rendimiento de nuestras sesiones?

● Preguntas cerradas

- Se contestan con sí o no
- Suscitan una reacción más o menos mecánica

- Toleran no más de dos respuestas
- Dividen el grupo en dos partidos
- Tienen efecto concluyente.

Ejemplo:

¿Es satisfactorio el grado de efectividad de nuestras sesiones?

● Preguntas de varias etapas

Con el fin de obtener la mayor cantidad posible de ideas de los participantes, las preguntas del Método de Moderación se plantean en dos, tres o aún más etapas:

Con la **primera pregunta** se obtienen las ideas que emergen con más facilidad.

Con la **segunda pregunta**, que enfoca el problema +o tema desde otro ángulo, emergen las ideas ocultas en las capas más profundas.

Con la **tercera pregunta** el dardo se hundirá aún más a fondo o bien se introducen ideas desde regiones que aparentemente no tienen relación con el tema. Las técnicas más apropiadas para las preguntas de varias etapas son las preguntas reversibles, las preguntas análogas y las preguntas polarizantes.

● Preguntas reversibles

Al revertir la pregunta original usted se conecta con una nueva fuente de ideas. No admita críticas en esta etapa para que nadie se sienta impedido de expresar ideas inusuales. No valore las ideas antes de que la fuente se agote.

***¿Qué es lo que en ningún caso haremos?
¿Cuáles son las soluciones que no se aceptan?
¿Qué sería lo que no funciona?***

● Preguntas análogas

Con las preguntas análogas usted busca las ideas que en otras circunstancias, en otro momento y con

otras personas se aplicaron para resolver con éxito tareas semejantes.

Ejemplos:

**¿Cómo lo hace la competencia?
¿Cómo resolvieron este problema antes?
¿Encontramos pautas en la naturaleza?**

● **Preguntas polarizantes**

Con las preguntas polarizantes usted induce a expresar afirmaciones insensatas, alocadas o engañosas.

Ejemplos (Objetivo de la discusión: Plan para aumentar las ventas):

Sin embargo, en este tipo de afirmaciones a menudo queda un fondo realista y utilizable. Escarbe este fondo – de este modo encontrará indicios valiosos e inesperados.

**¿Por qué se estancó nuestro nivel de ventas?
Los siguientes motivos son mentiras:**

**¿Cómo podemos aumentar nuestras ventas?
Ideas alocadas:**

**Liquidaremos nuestra empresa
¿Cómo procederemos?**

● **Preguntas de control**

Para una estimación eficiente y la valoración precisa de las propuestas de solución acumuladas, son indispensables las preguntas de control en varias etapas/escalas:

Pregunte en una primera etapa por ejemplo, por las posibilidades, ventajas y fortalezas de una propuesta de solución.

Pregunte en una segunda etapa por los riesgos, las desventajas, las flaquezas y las deficiencias de una propuesta de solución.

Pregunte en una tercera etapa por las resistencias con que habrá que contar durante la realización de una determinada idea.

● **Análisis de vacíos**

Después de que han sido escogidas, clasificadas y sistematizadas las ideas (“formación de grumos” y dados los “conceptos generales”), haga otra pregunta. Por ejemplo:

- ¿Qué más falta?
- ¿Qué es lo que no se ha dicho aún?
- Esto se me acaba de pasar por la mente: ...

La mayoría de las veces a los participantes se les ocurren muchas nuevas ideas aún para completar. Por esta razón, el análisis de vacíos suele ser muy productivo.

● ● **Metalogtools® El Arte de la Comunicación**

La clave del éxito de esta actividad, reside en la comunicación explícita, la escucha activa y el pensamiento estratégico.

Temas: Comunicación en equipo, liderazgo, gestión de proyectos, entrenamiento en comunicación

Contenido: 30 tarjetas de plástico, 16 vendas, e instrucciones detalladas.

Dimensiones (sin incluir las vendas): 33 x 15 x 25 cm.

Peso: 1,5 kg en caja de madera.

Precio: **USD 405**

