

El poder del lenguaje

Hablar en público ¡Comunique, Impacte y Convenza!

Hablar puede ser una actividad que desarrollamos en nuestro quehacer cotidiano sin siquiera darnos cuenta, pero comunicarnos con fluidez, expresar nuestras ideas clara y precisamente es una actividad diferente, sobre todo cuando tenemos que dirigirnos a un público determinado.

En esta época en que el ritmo de vida tan acelerado nos exige rapidez en la acción, debemos ser concretos y aprovechar al máximo nuestras herramientas para ser altamente efectivos. Si sabemos utilizarlas de manera correcta, el lenguaje será, precisamente, una de nuestras principales armas.

Este libro pretende ser un manual para todas aquellas personas que quieran o necesiten desarrollar sus habilidades comunicativas, ya sea para dirigirse a un interlocutor o a un público amplio, después de todo hablar bien es una de las claves del éxito.

- Tomo 1** La gramática y sus componentes
- Tomo 2** Los verbos y sus conjugaciones
100 modelos conjugados y más de 10 000 verbos de uso cotidiano
- Tomo 3** Escribir bien
- Tomo 4** Reglas de ortografía
- Tomo 5** Aumente su vocabulario
- Tomo 6** Análisis de lectura y escritos
- Tomo 7** Estudiar, comprender y memorizar
- Tomo 8** Hablar en público
¡Comunique, Impacte y Convenza!

El poder del lenguaje

Hablar en público ¡Comunique, Impacte y Convenza!



CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	9
CÓMO TENER ÉXITO AL HABLAR ANTE UN PÚBLICO	11
CÓMO ORGANIZAR LA INTERVENCIÓN	16
CARACTERÍSTICAS DE UNA INTERVENCIÓN	19
TRES USOS DE LAS PALABRAS CLAVES	23
EMPLEO DEL LENGUAJE	29
ELEMENTOS BÁSICOS DE LA EXPRESIÓN ORAL.....	37
COMUNICACIÓN VERBAL	39
TÉCNICAS DE EXPRESIÓN ORAL	44
CLASES DE LENGUAJE	49
ORATORIA MODERNA	54
ESTUDIO DE LA INTERVENCIÓN EN PÚBLICO	61
PREPARACIÓN PREVIA	62
PREPARE EL DISCURSO	64
TEMAS DE CONVERSACIÓN	68
LA TIMIDEZ EN LAS CONVERSACIONES	73
LUGAR Y DURACIÓN DE LA INTERVENCIÓN	76
PREPARACIÓN DEL DISCURSO	81
TÉCNICAS DE EXPRESIÓN ORAL	85
ESTRUCTURE EL MENSAJE	86

RECOMENDACIONES PARA LA ENTREVISTA DE TRABAJO ..	92
ENTREVISTA PARA MEDIOS DE COMUNICACIÓN	93
RUEDAS DE PRENSA	95
TENGA EN CUENTA LA PRESENTACIÓN	109
ETAPAS DE LA PRESENTACIÓN	110
EFECTOS DE UNA INTERVENCIÓN PÚBLICA	115
RECURSOS EXPRESIVOS	121
ESTILO DE INTERVENCIONES EN PÚBLICO	127
POSTURAS Y MIRADAS: EL LENGUAJE CORPORAL	137
LOS GESTOS Y LA IMAGEN	142
EL VESTUARIO	149
LA VOZ	153
IMPORTANCIA DE CONOCER EL PÚBLICO	161
IMPORTANCIA DEL PÚBLICO EN EL PROCESO DE COMUNICACIÓN.....	162
CARACTERÍSTICAS DEL PÚBLICO	163
TIPOS DE PÚBLICO	164
UN TEMA DE REFLEXIÓN: LA SICOLOGÍA DE LAS MASAS ..	177
RESPUESTAS	190

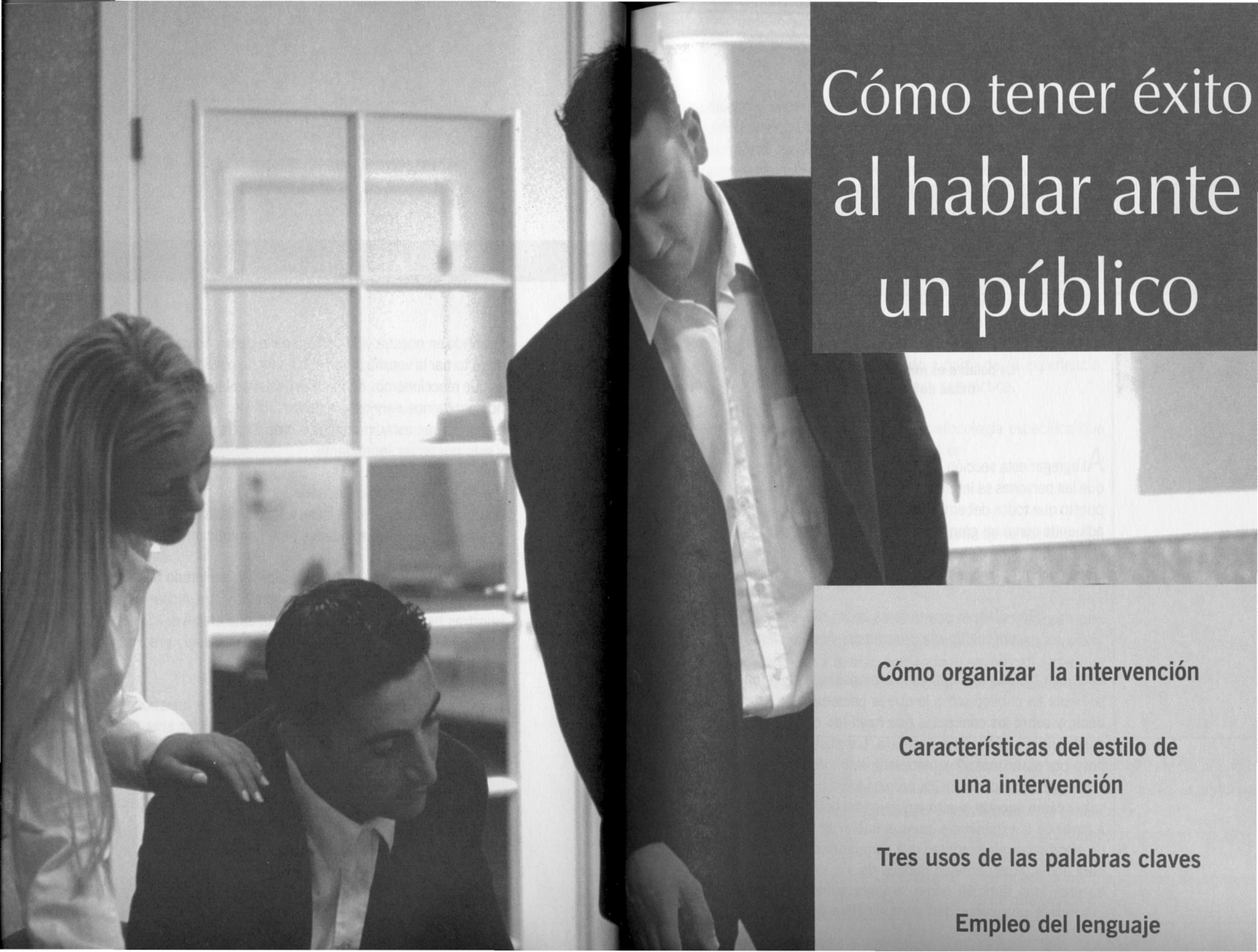
INTRODUCCIÓN

Cuando en nuestra vida profesional o personal nos vemos obligados a tomar la vocería para hablar ante un público, lo más probable es que reaccionemos de manera desfavorable. Suele suceder que nos pongamos nerviosos ante la sola idea de enfrentar a varias personas que estarán atentas a todo lo que digamos y hagamos, y esto puede ser intimidante.

Por ello, en los tiempos actuales, en los que debemos ser vendedores eficaces de nuestras ideas y conocimientos, es indispensable potenciar nuestras habilidades para comunicarnos.

En esta época en que el ritmo de vida tan acelerado nos exige rapidez en la acción, debemos ser concretos y aprovechar al máximo nuestras herramientas para ser altamente efectivos. Si sabemos utilizarlas de manera correcta, el lenguaje será, precisamente, una de nuestras principales armas.

Nuestra intención, en este tomo, es brindar a nuestros lectores los conocimientos necesarios para poder hablar ante cualquier tipo de público y transmitir las ideas de manera clara y exitosa, comunicando, impactando y convenciendo.



Cómo tener éxito al hablar ante un público

Cómo organizar la intervención

**Características del estilo de
una intervención**

Tres usos de las palabras claves

Empleo del lenguaje

CÓMO TENER ÉXITO AL HABLAR ANTE UN PÚBLICO

**La palabra es mitad de quien la pronuncia,
mitad de quien la escucha.**

Michel Eyquem de Montaigne

Al agregar esta sección introductoria, nuestra intención es lograr que las personas se interesen por este tema del hablar en público, puesto que todos debemos enfrentar este reto alguna vez. No sólo actuando como un gran conferencista, sino como persona que en su vida cotidiana debe interactuar en diferentes circunstancias. Napoleón Hill plantea:

“Ten claro lo que quieras decir, dilo con todo el sentimiento que dispongas, y luego siéntate”.

Esta idea plantea una interesante proposición: lo primero es que se habla en público sobre **lo que la persona sabe, lo que quiere decir, y sobre los conceptos que haya ido construyendo**, ya sea desde sus estudios o su experiencia. Los postulados teóricos dicen poco por sí mismos, y es necesario interiorizarlos, estudiarlos, y reconstruirlos a partir de los propios juicios. Segundo, es preciso saber **cómo hacerlo**, y esto requiere una preparación y validación a partir de la experiencia, pues el hablar se desarrolla por medio de estrategias que permitan una comunicación efectiva. Además, para poder hablar ante un público no sólo es preciso saber cómo hacerlo, sino también cómo se logra enfrentar a un auditorio. Esto exige una capacidad comunicativa que todo profesional,

empresario o académico deben poseer, y que forma parte de la formación intelectual que haya podido desarrollar para promover su desempeño en los diferentes campos o escenarios. No se trata únicamente de hablar bien, pues este calificativo no evidencia qué desempeño tiene como orador-conferencista-expositor, sino que se evidencia en la relación entre el marco conceptual y semántico que debe tener el profesional y la capacidad de llevar ese marco a la práctica. Es decir, llevar la teoría a la acción. Esto no significa hacerlo bien, sino saber hacerlo a partir del **aprender a aprender haciendo**, mediado por el lenguaje cuando se intercambia información, se argumenta, se persuade o se sustentan ideas; en consecuencia, cuando la persona utiliza la palabra hablada con los significados que ha ido construyendo a partir de su experiencia, en la relación existente entre el saber y la práctica.

No contamos con alguna fórmula o metodología específica que nos permita hablar en público, sino que es:

- **Una competencia que se desarrolla.**
- **Una habilidad que se construye a partir de la experiencia, pues un buen conferencista ha tenido que prepararse como ser discursivo.**

La literatura sobre este tema nos ofrece recomendaciones que apoyan el desarrollo de esta habilidad para comunicarse en relación con **el aprender a hablar, hablando**, y se indican áreas que cualquier hablante puede fortalecer. Éstas son algunas de ellas:

Conocimiento del tema que se vaya a exponer

- Es un requisito fundamental para hablar ante un público.
- Se adquiere mediante el estudio, el análisis, la continua reflexión y, por supuesto, la experiencia.
- Se logra a través del tiempo, cuando se asimilan modelos, teorías y fundamentos conceptuales.
- Un expositor no se puede dirigir a un público sin conocer plenamente el tema que vaya a tratar.

Autoconfianza

- Si se maneja el conocimiento, la autoconfianza constituye un factor positivo que genera seguridad en uno mismo. Para lograrla es necesario comenzar por el conocimiento que cada uno tenga de su propio yo. Hablar ante un público no es sólo una tarea, sino que forma parte del proyecto de vida de la persona, y por eso es preciso que se pregunte qué sabe, qué ha construido y qué tiene que decir sobre algo..., a quién le va a hablar y por qué quiere exponer sus ideas. En fin, qué significa para ella.
- Antes de emprender alguna acción de desarrollo personal uno debe asegurarse de sus fortalezas y debilidades. Las personas que confían en sí mismas adoptan posturas y toman decisiones, en una posición de confrontación y reto. Como dice Goleman, poseen "presencia". Pero esta confianza debe tener un fundamento sólido y no puede convertirse en arrogancia. Un presentador arrogante... no hace falta decir nada más. En resumen, reconocer su competencia como expositor para hablar en público.

Autocontrol

- Este aspecto se relaciona con la actitud, pues depende de la persona frente a lo que hace. El conferencista debe evidenciar que se siente a gusto al exponer sus ideas. Esto determina el nivel de elocuencia que demuestra frente a su público.
- En primera instancia, el autocontrol se manifiesta cuando la persona domina adecuadamente sus impulsos y emociones; pero va más allá, de modo que se puedan usar las capacidades y asumir responsabilidades, incluso bajo presión, y en general en condiciones de confrontación y retos. Sin duda, durante una presentación ante un público se puede generar una situación de tensión, y esto indica que se necesita tener autocontrol: la mejor forma es ser seguro frente a lo que se está realizando al exponer ante un auditorio, sea éste pequeño o grande. Lo importante es no mostrarse inseguro, lo que indica falta de control.

Orientación al logro

Los esquemas tradicionales de comunicación evolucionan con el tiempo y con la idiosincrasia propia de cada civilización. Hoy, el discurso de los grandes retóricos griegos, que fueron maestros en su época, no sólo carecería del interés que entonces suscitaba, sino que incluso nos aburriría hasta extremos insoportables.

En este sentido, se ha producido un cambio significativo para adaptarse a una época como la actual, cuando todo se mueve a ritmo de reloj, y la televisión marca no sólo la pauta de lo que sabemos, sino también de cómo se nos comunica.

Pese a todo, lo más importante sigue siendo empezar por despertar el interés del auditorio. No basta con que una persona esté presente, sino que debemos interesarla en nuestras palabras, y para eso nada mejor que hablarle de ella misma. Las primeras palabras deben responder lo que todos los asistentes se estarán preguntando: "¿Qué estoy haciendo aquí?". Aclarar sobre qué se va a hablar, presentarse muy brevemente si uno no ha sido introducido por un presentador, agradecer a los asistentes su presencia y a la organización, el haber sido invitado. Esta etapa introductoria no debe ocupar más del 10% ó 15% del tiempo.

Para romper el bloqueo inicial y despertar la simpatía del público es frecuente utilizar una anécdota, pero debe ser una historia que se relacione con el tema a tratar, y debe contarse bien. Hay personas que no saben hacer esto o no tienen la gracia natural necesaria, y en esos casos el resultado será peor que omitir esta parte.

Brevedad

Es un requisito muy importante: todo debe tener su medida justa. El manejo del tiempo es indispensable. Una introducción excesivamente larga limitará cualquier posibilidad de despertar el interés de los asistentes, que están allí para escuchar algo novedoso sobre el tema que les interesa, pero no sobre el currículum o los datos sin importancia del conferencista. Con antelación se debe clarificar con los organizadores el tiempo dispuesto para la disertación en público.

Ésta es una fase esencial de organización. Es estratégica porque ello determina el procedimiento que se va a seguir durante la exposición. Se debe hacer de forma ordenada y lógica. Deben incluirse todos los conceptos necesarios y ordenarse a partir de un mismo criterio, que pueden ser sus características, su cronología, su importancia, etc. Esta parte del discurso debe ocupar entre un 70 y 80% del tiempo disponible y con base en ello se debe decidir la cantidad de elementos conceptuales que ha ido construyendo. No se recomienda memorizar la exposición, y de ningún modo limitarse a leerla, pero sí es imprescindible haberla preparado antes. Es más efectivo hablar desde la experiencia y relacionarlo con el marco conceptual que ha construido. Por ello no se puede olvidar que se está hablando de competencia comunicativa. Es decir, qué tanta capacidad tiene para interactuar mediante la información que posea y demostrar qué sabe hacer y aplicar del tema a que se está refiriendo.

CÓMO ORGANIZAR LA INTERVENCIÓN

A la hora de preparar el discurso hay que tener en cuenta:

- **El público asistente:** el discurso debe ser apropiado para el público que asistirá: qué temas le pueden interesar, cuál puede ser su nivel de conocimiento sobre el mismo, hay que utilizar un lenguaje adecuado y tener en cuenta si conoce o no términos técnicos, etc.
- No es lo mismo explicar los resultados del ejercicio a la junta general de accionistas que a los empleados de la sociedad. En el primer caso, será un discurso mucho más formal.
- Tampoco es lo mismo hablar sobre el cambio climático ante una comisión de científicos, que en un auditorio no especializado

en el tema. El nivel de precisión y el lenguaje técnico que se pueden utilizar son muy diferentes en ambos casos.

- Tampoco es lo mismo hablar ante 10 personas que ante 1.000. En el primer caso hay más posibilidades de interacción con el público, más cercanía; en el segundo, el discurso tenderá a ser mucho más formal.

Objeto de la intervención

Hay que tener muy claro el motivo de la intervención.

Felicitar a los empleados por los buenos resultados, comunicar un recorte de plantillas, felicitar a un empleado por sus 25 años en la empresa, convencer al público para que vote por un determinado partido político, etc.

El discurso puede tener por objeto informar, motivar, recrear, advertir, amonestar etc., y en función de ello habrá que adaptar el estilo del mismo: formal o informal, serio o entretenido, cercano o distante, monólogo o participativo, etc.

Tema que va a tratar

Según el tema que se vaya a tratar, el estilo del discurso puede ser radicalmente diferente.

No es lo mismo dirigirse a los empleados para explicarles los resultados del año, que presentarles los nuevos objetivos. En el primer caso, se busca comunicar con un lenguaje preciso, y en el segundo, motivar con un discurso más apasionado y entusiasta.

Lugar de la intervención

El lugar donde se realizará el acto también imprime carácter. No es lo mismo hablar en un auditorio que en la sala de reuniones

de la empresa, o en una fiesta de cumpleaños, banquete de boda, etc.

Tiempo de la intervención

El tipo de discurso será completamente diferente, dependiendo de si va a durar 5 minutos o 1 ½ horas. Las posibilidades de improvisar, de profundizar en la materia, de estructurar el discurso (introducción, desarrollo y conclusión), de utilizar fichas de apoyo, de utilizar transparencias, etc., varían en uno y otro caso.

Todos estos aspectos habrá que tenerlos en cuenta a la hora de definir el tipo de intervención que se quiera presentar.

Estilo de la intervención

Cuando se habla en público, el estilo de la intervención va a depender de diversos factores, entre ellos los que se señalaron en la lección anterior.

Es decir, en función del motivo de la intervención, del objetivo que se pretende conseguir, del público asistente, etc., el discurso tendrá un estilo determinado.

Un mismo tema se puede presentar de maneras muy diferentes. Por ejemplo, la presentación de los resultados de una empresa variará según se trate de rendir cuentas ante los accionistas o de felicitar a los empleados por los objetivos conseguidos.

No se puede pretender hablar en público siempre de la misma manera: hay que ajustar el estilo de la intervención a las características de cada ocasión, ya que si no se hiciera, la actuación podría resultar en un enorme fracaso.

CARACTERÍSTICAS DE UNA INTERVENCIÓN

Son numerosas: formal o informal; serio o desenfadado; sobrio o entusiasta; cercano o distante; riguroso o generalista; monólogo o participativo; con o sin apoyo audiovisual.

Ejemplos:

- En un acto oficial, el discurso será formal, sobrio y riguroso.
- En la presentación de un proyecto técnico será muy técnico y preciso; el estilo puede ser más informal y cercano; se utilizará apoyo visual, posibilidad de preguntar, etc.
- En un discurso de inauguración de las fiestas locales será informal, aunque no por ello menos preparado, entusiasta, divertido, con anécdotas que tengan toques de humor, de ironía, etc.
- En un banquete de boda serán palabras improvisadas, un discurso informal, familiar, entrañable, breve, etc.

En caso de duda se adoptará la opción más conservadora: resulta menos llamativo hablar de manera formal en un acto informal, que hablar de manera informal en un acto formal.

La forma de vestir también puede estar determinada por el tipo de acto. No es lo mismo intervenir en el Congreso o en una empresa, que en una reunión pública.

Si no se cuidan todos estos detalles, puede suceder que el orador no consiga captar la atención del público, que se irá con la impresión de que el discurso ha estado completamente fuera de lugar.

Lugar de la intervención

Este aspecto también determina, en gran medida, la eficacia del tipo de discurso. El lugar imprime al acto su propia identidad, dándole una nota de mayor o menor formalidad:

- No es lo mismo intervenir en una pequeña sala de juntas, en un auditorio, o desde el balcón del ayuntamiento, asamblea, congreso, o en un lugar público.
- El orador debe conocer el lugar en el que va a hablar, y tenerlo en cuenta a la hora de ensayar.
- Debe conocer sus dimensiones; si podrá contar con proyectores, pizarras, etc.; si el estrado tiene un tamaño suficiente para moverse por él; si tendrá también la posibilidad de moverse entre el público, por ejemplo, en un aula universitaria, etc.
- Además de conocerlo, lo ideal sería realizar allí un último ensayo general, previo al acto.
- Todas estas recomendaciones le permitirán familiarizarse con el sitio, y también, en cierta medida, para calmar un poco los nervios.
- Si no se tiene posibilidad de visitar el local, al menos debería contactarse con los organizadores del acto para que le informen sobre sus características.
- Lo que no se debe hacer es desconocer el lugar donde se va a hablar hasta el momento de la intervención, pues podrían aparecer sorpresas de última hora de difícil solución, como no disponer de proyector para mostrar las transparencias que se habían preparado, no contar con un atril donde colocar las fichas de apoyo, o que el estrado sea demasiado pequeño, etc.

Se trata, en definitiva, de evitar imprevistos que puedan perjudicar la intervención.

Duración de la intervención

- La duración condiciona la preparación del discurso, pues no es lo mismo tener que hablar por 5 minutos que por 1 ½ horas.
- Cuando se prepara un discurso hay que intentar ajustarse a un tiempo algo inferior al que uno tiene previsto, ya que durante el mismo es frecuente extenderse con el saludo, agradecimientos o alguna anécdota improvisada, etc.
- Siempre es preferible quedarse corto que sobrepasar el tiempo asignado. El público agradece la brevedad.
- Puede ocurrir que a último momento los organizadores del acto modifiquen la duración de la intervención, ya sea ampliándola, porque otro conferenciante no podrá asistir, o recortándola, porque el acto está retrasado.
- El orador debería tener preparado material adicional (otros argumentos, anécdotas, ejemplos, transparencias, etc.) por si tuviera que hablar más tiempo del previsto.
- También, para el caso contrario, debe tener identificadas partes del discurso que se puedan omitir y así poder recortar el tiempo de la intervención.
- Durante el discurso es necesario controlar el tiempo (con un reloj a la vista que se pueda mirar discretamente), tratando de que la intervención se desarrolle según lo previsto, y evitando que el tiempo se agote cuando el discurso aún está por la mitad.
- No hay que olvidar que una de las partes principales del mismo es la conclusión, a la que hay que dedicar el tiempo necesario para poder desarrollarla convenientemente.
- Si el discurso es extenso, el orador no debería confiar únicamente en su memoria, pues correrá el riesgo de olvidar algún

punto fundamental o, peor aún, de quedarse en blanco. En este caso es conveniente llevar preparadas fichas de apoyo que le sirvan de guía a lo largo de su exposición.

- Por último, una idea debe estar siempre presente: el orador sólo se extenderá si tiene algo interesante que decir, y bajo ningún concepto debe tratar de “rellenar” el tiempo con información carente de interés (al público no se le debe aburrir).

En este caso es preferible hablar con los organizadores del acto y comunicarles que el tiempo asignado es demasiado extenso para el tema que va a tratar.

Pautas y recomendaciones...

- Es necesario aprovechar la experiencia de los expertos, haber analizado a otros conferencistas, porque cada uno tiene algo significativo que puede establecer una diferencia.
- Es mejor utilizar frases cortas y palabras concisas. También es imprescindible modular la voz para reforzar las ideas y evitar las monótonas letanías. No debe permitirse que la voz baje al final de las frases, que es precisamente cuando se debe reforzar la idea que se comunica.
- Si el orador está sentado, debe mantenerse erguido para hacer llegar su voz al auditorio. Si está de pie, debe mantener una pierna adelantada, el pecho bien destacado y la espalda recta.
- Hay que evitar hacer gestos o tics que delaten el nerviosismo, muy normal en estos casos. Mantener la vista en los papeles, el suelo o el techo es una de las fallas más frecuentes. En su lugar, la vista debe dirigirse a los ojos de los asistentes.
- Se supone que el orador es un experto en la materia, por lo que se espera escuchar su visión personal. Es importante aportar toda la información necesaria, utilizando apoyos visuales como gráficos, imágenes o datos, con la profundidad que requiera la especialización del auditorio.
- No se trata de aportar todos los datos disponibles, sino únicamente los necesarios para cumplir los objetivos de la exposición. En una charla introductoria para profanos en la materia no es necesario, ni conveniente, profundizar tanto en los detalles como en una conferencia en un simposio de expertos.

TRES USOS DE LAS PALABRAS CLAVES

Cuando una empresa necesita comunicarse con sus empleados para transmitirles un mensaje importante, el mejor modo de hacerlo es por vía oral, mediante conferencias públicas, aunque hoy es clave la comunicación por medio de la Intranet.

Independientemente del tamaño de su empresa o del auditorio al que se enfrente, debe aprender a comunicarse de manera eficaz. Al ponerse en pie para tomar la palabra se convierte automáticamente en una autoridad en la materia, y su público desea escucharlo.

Las palabras empleadas pueden servir para:

- **Informar:** en ocasiones sólo queremos informar a nuestro público. Por ejemplo, podemos querer hablar únicamente de algunas cifras de la producción de la semana anterior, o de los resultados de alguna reunión con un cliente importante. O sólo comunicar una información fundamental para los procesos que, por ejemplo, sigue una organización.
- **Explicar:** quizá el objetivo de la charla sea el de explicar brevemente un nuevo procedimiento a seguir. Por regla general, las charlas explicativas también suelen proporcionar información. Existe un principio: una persona no puede explicar si no ha comprendido, es decir, si no tiene los elementos esenciales sobre el tema para sustentar una idea.
- **Persuadir:** las conferencias persuasivas suelen ser las más complejas. Lo ideal es poner la información y la explicación al servicio de la persuasión. Existe un objetivo claro: con las ideas que se planteen se pretende lograr que la otra persona comparta las ideas del autor. Para ello se requiere tener la habilidad de argumentar, de tomar posición frente al mensaje que se emite.

Si tenemos claro nuestro propósito, la conferencia resultará más fácil de preparar y de dar. Primero, **decir algo** significa expresar las ideas con calidad. Segundo, **la intencionalidad** que se tenga frente a lo que se dice exige un esquema claro que el orador debe planear. Y **los efectos que causen lo dicho** significan qué impacto producirán en los oyentes. Estos elementos resultan indispensables en todo discurso que apunta a ser un proceso de comunicación eficaz. En síntesis, que cumple con un objetivo principal: intercambiar información con sentido.

Temor escénico

Si de algo somos conscientes es que, en algún momento, todo orador siente miedo al dirigirse a un público. Todos los estudiosos apuntan en el mismo sentido: tenemos miedo al ridículo. La mejor forma de superarlo, en la práctica, es pensar que nos estamos dirigiendo a un grupo de amigos. No todos somos grandes oradores, pero sí podemos ser amenos y eficaces, si hacemos llegar nuestro mensaje de forma cordial, clara y efectiva.

Muchos oradores creen que deben limitarse a presentar una información. Esto indica falta de conocimiento y de seguridad frente a un planteamiento propio. En realidad, al exponer nuestras ideas buscamos que los **oyentes, o el auditorio, actúen a partir de esa información recibida**, pues así la conferencia resulta verdaderamente persuasiva. El conocimiento del propósito de la conferencia resulta de gran importancia a la hora de ponerse en pie para tomar la palabra.

Es preciso entender que las personas del público no son enemigas, sino que por el contrario, como consideran que el orador puede aportarles algo, van a aprovechar el tiempo escuchándolo. Por ello, no se debería tener un miedo exagerado a hablar en público, algo que, sin embargo, suele ser bastante habitual.

Tener miedo antes de una intervención pública es algo natural, por lo que no deberíamos ser excesivamente autocríticos con

nosotros mismos. No por sentirlo debemos considerarnos débiles e inseguros.

Gran parte de este miedo es irracional (no obedece a motivos lógicos): miedo de hacer un ridículo espantoso, de que se rían de nosotros, de tartamudear, de caer en desgracia, de hundir el prestigio profesional, de que nos abucheen... Son situaciones que no van a ocurrir, y por lo tanto, debemos rechazar este miedo absurdo.

Otro tipo de miedo puede ser racional, y obedece a algunas situaciones adversas que sí pueden presentarse, como quedarse en blanco o no saber contestar a una pregunta. Sin embargo, con la experiencia esto se logra enfrentar. Frente a este miedo racional se deben tomar todas las medidas posibles para reducir al mínimo las posibilidades de que estas situaciones se produzcan. Por ejemplo, llevando fichas de apoyo, preparando el discurso a conciencia, verificando previamente que el proyector funcione correctamente.

A veces también preocupa el pensar que el público pueda darse cuenta de nuestro miedo, pues se nota el sudor, el temblor en el habla o en las piernas, o presentamos cara demacrada, aunque es muy difícil que esto ocurra. Además, aun cuando así fuera, el público las ve como reacciones muy naturales, que le pueden ocurrir a cualquiera.

La mejor forma de combatir el miedo es con una adecuada preparación, trabajando y ensayando la intervención con rigurosidad. Cuando se domina la presentación, se reducen drásticamente las posibilidades de cometer errores: esto genera confianza y disminuye el nivel de ansiedad.

También resulta muy útil pensar en positivo, es decir, en la satisfacción tan enorme que nos produciría obtener un gran éxito. Si cuenta con una buena preparación, el orador debe convencerse de que este éxito está al alcance de su mano.

Otro modo de combatir el nerviosismo es realizar, unas horas antes de la intervención, algún ejercicio físico intenso como jugar un partido de tenis, salir a correr, etc.

Cuando llega el momento de la intervención, el orador debe imponerse con tranquilidad, especialmente en los momentos iniciales de la misma:

- Subir al estrado con tranquilidad, sin prisa, mirar al público unos instantes mientras se lo saluda, ajustar el micrófono, organizar las notas... y comenzar a hablar sin apresurarse.
- Nunca se debe recurrir a tomar pastillas o un par de "copitas", ya que podrían generar un estado de aturdimiento que dificulte la exposición.
- Para lograr una buena presentación, se pueden tener en cuenta ciertas pautas básicas:
 1. Saber cuándo empezar y cuándo terminar, e incluso improvisar. Si vemos que el público está muy aburrido, podemos tratar de acortar el discurso.
 2. Saber qué queremos decir y transmitir. Para que el mensaje llegue correctamente y sea comprensible para el público, hay que tener claro el objetivo del discurso y sus puntos fundamentales.
 3. Cómo hacerlo llegar: se debe "interpretar" el papel de forma convincente, para que el público reciba y entienda el mensaje. Hay que saber captar su atención y mantenerla.

Como ya se anotó, una forma de perfeccionar nuestro discurso o intervención pública es practicar delante de un espejo, grabándolo en una cinta y escuchándolo, o ante amigos que puedan hacer críticas, etc. Pero no se debe olvidar al mayor protagonista: la voz. Hay que cuidar la entonación, la modulación, el tono —que debe ser claro y relajado—; el volumen —ni bajo, que no se oiga

nada, ni gritando, que atemorice al público—; el ritmo —no hablar muy pausado ni muy rápido, como con ganas de terminar lo antes posible—; la vocalización —pronunciar correctamente, para que se entienda mejor—; evitar las pausas, tartamudeos, repeticiones, vacilaciones y alargamiento de palabras —tipo *eeeehhhh*, *queeee*, *buenoooo*, etc.

Según los expertos, es mejor utilizar un lenguaje directo que indirecto, y voz activa mejor que voz pasiva. En lo posible, evitar las estadísticas y los excesivos datos numéricos.

Siempre se debe mirar al auditorio y nunca al suelo, a los lados, o peor aún, a la parte de atrás, aunque haya otras personas. Debemos ser respetuosos del auditorio y pedir perdón si nos equivocamos o cometemos algún error.

Una sonrisa inspira confianza y ofrece un aspecto más atractivo, siempre que lo hagamos de corazón. Debemos evitar las risas forzadas y los modales poco naturales. Cuidado con la risa, si está hablando sobre temas muy serios; no hay que confundir cordialidad con falta de seriedad.

Antes de la puesta en escena, se debe controlar que la logística esté bien: los micrófonos deben encontrarse en perfecto estado y funcionar correctamente. En determinadas ocasiones hacen ruido por culpa del "acople", por lo que debemos separarlos o disminuir el volumen. Para comprobar que funcionen, podemos preguntar al público si se oye correctamente, aunque también otras personas optan por dar unos golpecitos al micro para comprobar su funcionamiento.

Dependiendo del tamaño de la sala y del número de oyentes, se puede hablar sin micrófono, dando un ambiente más cercano y personal a la charla. Pero hay que asegurarse de que todo el mundo escuche bien. De lo contrario, habrá que utilizar un sistema de megafonía.

La utilización de medios audiovisuales como complemento de la presentación, puede ser de gran ayuda. No obstante, los profesionales recomiendan preparar la exposición como si no se tuvieran

apoyos audiovisuales, para que en caso de que estos medios fallen, la exposición no se vea muy afectada. Cuando se usen los medios audiovisuales hay que procurar no dar la espalda al público.

- En caso de llevar objetos o piezas para mostrar, no se deben ver hasta el momento de su presentación, para evitar que el público se distraiga.
- Es importante controlar cuánto dura nuestra exposición, y adaptarla al tiempo del que disponemos. Por ello es fundamental ser puntuales. Si no controlamos bien el tiempo de forma "intuitiva", podemos colocar un pequeño reloj en el atril, pero no está bien consultar la hora a cada rato, pues es síntoma de nerviosismo y da la impresión de que se quiere acabar rápido.
- Si nos interrumpen, no debemos ponernos nerviosos; podemos ignorar los comentarios o "ataques" que puedan venir del público. Si son muy insistentes, se puede pedir que esas personas abandonen la sala, o dar la orden a los correspondientes servicios de seguridad para que lo hagan. La mejor forma de terminar una discusión es evitarla.
- Cualquier otro problema que pueda surgir, como que se vaya la luz o desaparezca el sonido... debe tratarse con calma y no con nerviosismo ni angustia. Es preciso informar al público sobre lo que acontece, para la tranquilidad de todos. Si el problema persiste, se puede dar por concluido el acto.
- Nunca deben pronunciarse frases que den a entender que nuestra exposición va a concluir, cuando aún falta mucho para ello, como por ejemplo: *para terminar... para ir concluyendo... voy a terminar diciendo...* pues crean expectativas que pueden resultar negativas.
- Si la exposición ha sido larga, se puede terminar con un breve resumen de la misma, haciendo hincapié en los puntos más importantes.

EMPLEO DEL LENGUAJE

- Hay que utilizar un lenguaje apropiado para el público al que uno se dirige, ya que lo primero que se debe procurar es ser entendido. De ahí la importancia de tener una cierta idea del tipo de público que va a asistir a la presentación.
- Por ello, no se deben utilizar términos y expresiones que parte del público no comprenda.
- Sólo se emplearán términos técnicos si la audiencia conoce su significado.
- Si se utilizan abreviaturas o acrónimos, hay que estar seguro de que el público los conoce; de lo contrario deben ser explicados.
- No se deben utilizar palabras extranjeras, salvo que no hubiera un equivalente en castellano, en cuyo caso hay que saber pronunciarlas correctamente.
- El objetivo del discurso es ganarse al público con las ideas, no tratar de asombrarlo con nuestro vasto dominio del idioma. Hay que huir de un lenguaje rebuscado o de las frases complicadas.
- Hay que evitar emplear "coletillas", que a veces se intercalan continuamente en la conversación sin que uno sea consciente (*ya ves, entiendes, me sigues*, etc.), pues el efecto que producen es terrible (bastaría con oírse en una grabación para darse cuenta de esto).
- La sencillez es la regla que debe presidir todo discurso.
- Mientras que en un texto escrito el lector puede volver sobre un párrafo que no haya entendido, en un discurso no existe tal posibilidad, por lo que hay que facilitarle su comprensión a la audiencia.

- El lenguaje debe ser preciso y directo, con frases sencillas y cortas, utilizando tiempos verbales simples.
- En definitiva, el público aprecia la sencillez y aborrece la pedertería.

La mirada

Cuando se habla en público la mirada juega un papel fundamental: es un excelente medio de conexión entre la persona que habla y la audiencia.

Al público le gusta que la persona que le habla le dirija la mirada. El orador que no mira al público da la impresión de tenerle miedo, o de carecer de interés en él.

Cuando se mira al público hay que intentar presentar una imagen abierta, agradable, optimista, sonriente. La simpatía conquista el corazón del público.

Al subir al estrado, lo primero que hay que hacer es saludar al público, mirándolo a los ojos, tratando de abarcar con la mirada toda la sala, enfocando las distintas zonas (pero evitando hacer un efecto "barrido", como si se tratase de un faro).

En lugar de mirar difusamente a la masa, es mejor individualizar rostros concretos, moviendo la mirada entre el público y fijándola en personas determinadas, tratando de dar cobertura a toda la audiencia.

A veces, de manera inconsciente, se comete el error de dirigir la mirada preferentemente a una zona determinada de la sala (por ejemplo, al público que está sentado en las primeras filas, o a la parte derecha del auditorio), y el resto del público puede llegar a pensar que no se le está prestando la debida atención.

La ventaja de improvisar el discurso, utilizando notas de apoyo en lugar de leerlo, está en que resulta mucho más fácil mirar al público.

En todo caso, aunque el discurso sea leído, se debe mantener un contacto visual con la audiencia (no debemos enfrascarnos en la lectura y no levantar la vista del papel, pues resulta poco elegante y el público terminaría desconectado).

En los momentos de silencio hay que mirar al público, pues esto permite intensificar la conexión "orador-audiencia".

Mientras alguien formule una pregunta se le dirigirá la mirada, pero cuando se responda se mirará a toda la audiencia (todos pueden estar interesados en conocer la respuesta).

Cuando asista a una conferencia, identifique los aspectos señalados en esta primera parte y discuta con otras personas los aciertos o desaciertos que se observaron.

Trabajo libre

Responda de manera puntual cómo las siguientes situaciones responden a una situación comunicativa.

- Un diálogo formal sobre un asunto empresarial
- Un debate académico
- Un debate político
- Un foro
- Una conferencia

Trabajo libre

Ejercicios

1. Ejercicio sobre el tema de un discurso

Durante 5 minutos, improvise sobre su tema favorito:

Ideas:

¿Por qué ese tema es importante?

¿Para qué quiere transmitirlo?

¿Qué valores quiere comunicar?

2. Ejercicio de impostación de la voz:

Impostar la voz es apoyarla, impulsándola desde el diafragma, que es el músculo sobre el que descansan los pulmones.

- Durante 5 segundos tome aire y sienta cómo lo guarda en su estómago: déjelo allí por otros 5 segundos.
- Espire en 5 segundos, diciendo: **mi, me, ma, mo, mu**. Si le es posible hacerlo en una nota musical como "do", mucho mejor.
- Continúe ampliando el tiempo hasta llegar a usar 30 segundos para cada paso: inspiración, retención y espiración, con el fin de controlar las emisiones de su voz, la duración de cada una de las sílabas y el apoyo que debe darles desde el diafragma.

3. Ejercicio de vocalización:

Durante varios minutos, deje salir su voz abriendo y cerrando bien la boca al emitir los sonidos. Practique con la siguiente "declaración de amor en chino", que en realidad no es más que un juego de vocales sin un significado definido, útil para ejercitar la vocalización:

Taun taun, kené, kenó, tanganchinga,
aristapurapía, kanakatán punai.

Agregue otra frase de su propia cosecha, con la cual pueda practicar:

4. Ejercicio de fortalecimiento del diafragma:

- Acuéstese boca abajo, con su estómago sobre dos o tres cojines, para que presionen entre el estómago y los pulmones.
- En forma lenta, inhale aire en los pulmones mientras cuenta mentalmente hasta cinco.
- Cierre la nariz y mantenga el aire en los pulmones contando despacio hasta 5.
- Deje salir el aire por la boca diciendo: **pa, pa, pa, pa, pa**, y contando mentalmente hasta 5, sin apurarse.
- Repita el ejercicio durante algunos minutos, con mucho cuidado.

5. Ejercicio de declamación:

También se le llama *fraseo*. Consiste en coordinar la variación y la intensidad de la voz, según el sentido lógico de las ideas, oraciones, períodos o párrafos. Se puede mejorar escuchando a buenos lectores y declamadores, memorizando discursos y poemas que luego se dirán o declamarán en voz alta.

Ensaye con el siguiente poema de Antonio Machado:

¿Dijiste media verdad?
Dirán que mientes dos veces,
si dices la otra mitad.

Pruebe con otros poemas que sean de su agrado.

6. Ejercicio de ademanes o lenguaje no verbal:

Implica todo lo referente a los movimientos del cuerpo, las manos y los gestos. Para pulir esta parte también sirve observar a excelentes oradores y fijarnos cómo manejan esta parte.

Grandes discursos de buenas películas cinematográficas también pueden servirnos, así como los vídeos de grandes conferencistas internacionales.

Frente al espejo, ensaye un discurso improvisado durante 5 minutos, y mejore sus gestos y movimientos.

7. Ejercicio para el desarrollo de un discurso:

Con base en el mismo tema de nuestro primer ejercicio, elegido por usted:

- Escríbale una introducción:
- Redacte las principales ideas de su discurso:
- Plantee varios argumentos lógicos a favor de su proposición:
- Plantee también los argumentos lógicos en contra, que podrían seleccionar quienes no compartan su proposición:
- Prepare algunas ideas que refuten los argumentos en contra y que confirmen su proposición:

8. Ejercicio con los temas de su vida:

- Haga una lista de aquellos temas que, en su opinión, serán muy importantes en su vida presente y futura:
- Investigue qué obras de la cultura universal pueden ayudarlo a cultivar y enriquecer dichos temas:


9. Ejercicio ante el espejo:

- Empiece el ejercicio sonriendo de forma natural.
- Exprese algunas frases frente al espejo, fijándose bien qué gestos hace. Ensaye cada frase con diferentes entonaciones, velocidades, movimientos de manos y corporales.
- Algunos ejemplos de frases:
 - Tratar de entender este tema es como intentar ver claramente el lugar en donde el océano se transforma en cielo, en una tarde de niebla.
 - ¡Esto no es permisible!, ¡es inconcebible!
 - ¿Cómo se da la lluvia?, ¿cómo amanece?, así eres tú.
- Añada tres frases de su propia cosecha:

10. Ejercicio sobre la presentación en el estrado o la tarima.

Para ejercitarse en la presentación oral ante un público:

- En primer lugar, se debe conseguir un espacio mediano como un aula de clase, en donde se puedan tener sillas o pupitres y una pared con una mesa, en donde estará sentada la oradora o el orador, con espacio para pasearse en frente de los concurrentes.
- Pídale el favor a un grupo de amigas y amigos (entre 4 y 10 está bien) que lo acompañen en este ejercicio.
- El ejercicio consiste simplemente en hablar, mientras usted permanece sentado, de algún tema a su elección. Luego debe pasear adecuadamente por el espacio situado enfrente de su público. Su intervención no debe superar los 5 minutos.
- Los asistentes evaluarán la seguridad de sus movimientos y su pertinencia respecto del tema que haya escogido. Si uno o varios de ellos están interesados también en pulir sus movimientos escénicos en la oratoria, mucho mejor, pues esta persona podrá pasar adelante y usted podrá evaluarlo(a) junto con el resto del público.



Elementos básicos de la expresión oral

Comunicación verbal

Técnicas de expresión oral

Clases de lenguaje

Oratoria moderna

ELEMENTOS BÁSICOS DE LA EXPRESIÓN ORAL

En la actualidad es muy importante sobresalir e impactar cuando tenemos la oportunidad de hablar y no es sólo hablar ante un auditorio, hablar ante otra persona es suficiente para proyectar, convencer y guiar la respuesta del interlocutor hacia la respuesta que queremos escuchar.

Los roles vigentes nos exigen conocer y aplicar muchos conocimientos, así como entender que todas las variables relacionadas con nuestro trabajo, profesión, estudio, familia —es decir, con todo el medio que nos rodea—, están definitivamente compuestas por las relaciones humanas.

La comunicación, contemplada técnicamente como la fórmula EMISOR- RECEPTOR - CANAL- CÓDIGO - MENSAJE, tiene una dimensión ecológica y ética sujeta a un contexto y una situación que determinan el funcionamiento de las relaciones humanas y, en nuestros tiempos llenos de productividad y competitividad, de las relaciones públicas y académicas. Sin embargo, esta «fórmula» de la comunicación se revalúa, cuando el hombre intenta descubrir nuevos canales y conceptos que necesariamente deben incluirse en el sistema comunicativo, para expresar las ideas, demostrar los conocimientos específicos o simplemente expresar emociones o pensamientos.

Hoy, todas las relaciones personales, familiares, corporativas e incluso internacionales, se determinan por la interpretación de

ciertos componentes que están definidos por las formas, modos, modelos y canales de comunicación.

Gracias a las complejas e interesantes variables que permiten que las personas generemos, procesemos e intercambiamos información, los individuos definen sus estructuras mentales y las culturas se sostienen a través de la historia. La plataforma del desarrollo de la humanidad es, precisamente, el desarrollo de la comunicación.

Si bien es cierto que no todas las personas tienen la misma capacidad para hablar en público, no puede ser esto un obstáculo para aprender a hacerlo. Si tenemos la preparación adecuada, lograremos ser oradores exitosos.

No todas las profesiones requieren en la misma medida el desarrollo de personal que se desempeñe con capacidad para hablar en público, sin embargo, en algún momento se hace necesario contar con dicha habilidad, ya sea para presentar un informe verbal, una entrevista, un debate, una exposición, entre otros.

A lo largo de este escrito le brindamos al lector los elementos necesarios para fortalecer su destreza para dirigirse a diferentes tipos de públicos, usando adecuadamente las diversas herramientas que le ayudarán para expresarse mejor y ser suficientemente persuasivo.

COMUNICACIÓN VERBAL

A pesar de los grandes avances de la tecnología, la palabra sigue siendo uno de los medios de comunicación más eficaces que existen. De hecho la palabra, como la caricia, son portadoras de los primeros mensajes que un ser humano recibe cuando nace.

Quien sabe hablar bien, con corrección y perfección, demuestra su buena educación personal, y permite que se descubran sus valores

y principios. Contar en una reunión con un buen conversador es un lujo, tanto para el anfitrión como para los invitados, pues no hay nada más agradable que disfrutar de una buena conversación, hecho que se considera un arte.

Aunque en la comunicación verbal es importante lo que se dice, también lo es **cómo** se dice.

Tal como detallamos anteriormente, siempre hay que cuidar la vocalización, entonación y timbre, pero mucho más cuando no se está delante de la persona o personas receptoras del mensaje, pues estamos perdiendo algo tan fundamental como la comunicación no-verbal, los gestos.

Diferenciaremos de forma clara los dos tipos de comunicación hablada: cuando hay alguien delante (reuniones, conferencias, etc.) y cuando no lo hay (teléfono, intervenciones en radio, etc.).

Las conversaciones no presenciales, muy de actualidad desde la aparición del teléfono, y de nuevo puestas en auge con la aparición de la Internet, han hecho que se creen nuevos lenguajes o formas de expresarse, y que cuenten, incluso, con sus propias expresiones.

Las palabras, en este tipo de conversaciones, cobran una gran importancia por dos razones fundamentales: no vemos a nuestro interlocutor, y en muchos casos son de países distintos, por lo que las palabras y ciertas expresiones pueden tener diferentes significados.

Elementos de la comunicación verbal

Comunicar es hacer participar al otro de lo que uno sabe. Hay un EMISOR, que es quien tiene la responsabilidad en el proceso de la comunicación, un RECEPTOR y, entre ellos, el MENSAJE que se transmite.

Se comunica a través de un CÓDIGO común. Para comunicar es necesario adaptar éste al receptor, a su nivel y características. Si pretendemos que suba a nuestro nivel, desde el principio perderemos su atención.

Es necesario cuidar el CANAL, medio a través del cual el mensaje llega al destinatario, y el RUIDO, que es todo aquello que impide que el mensaje llegue correctamente, porque son limitantes del proceso.

El proceso de la comunicación

Para que el mensaje sea eficaz es necesario adaptarlo a quien lo escucha. Es muy probable que usted utilice diferentes palabras y que use diferentes gestos cuando habla con sus «colegas» que cuando lo hace con sus padres o con un desconocido.

Comunicar es lanzar información y recibir, ojalá dando en el blanco. Para que la comunicación cambie las conductas, el mensaje debe ser:

1. percibido
2. comprendido
3. aceptado
4. integrado

El mensaje es eficaz cuando es intenso, duradero y posee un tono afectivo positivo, agradable. El tono es agradable si el mensaje crea seguridad, simpatía, autonomía. El tono es desagradable si el mensaje genera inseguridad, hostilidad y dependencia.

Barreras de la comunicación

Las barreras de la comunicación son todas aquellas que interfieren en la captación del mensaje:

- **Concepción de la idea.** Es de gran utilidad desarrollar la capacidad de síntesis, la habilidad para resumir en pocas palabras lo que queremos explicar.
- **Codificación o formulación de las palabras.** Utilizar un lenguaje amplio, pero adecuado al oyente.
- **Transmisión.** Rectificar defectos en la expresión (mala pronunciación, mala articulación) y revisar los medios de que nos valemos.
- **Recepción.**

Recuerde:

- Si se somete a una persona a mucha información, perderemos su atención.
 - Verificar si las personas a las que nos dirigimos tienen deficiencias auditivas o visuales, para desarrollar otro tipo de comunicación.
 - Controlar factores externos como mala ambientación, ruido e incomodidad.
 - Preverlos en caso de programar un evento.
- **Descodificación.** Cada persona tiene esquemas mentales individuales. Estamos llenos de prejuicios.
 - **Interpretación.** Es la percepción subjetiva del mensaje. Cada uno interpreta cosas diferentes a partir de un mismo medio.
 - **Aceptación.** Aunque la comunicación haya sido buena, si el receptor cree que no le conviene, no aceptará el mensaje. Los

individuos se resisten a aceptar nuevas ideas. Se trata de la **neofobia** o miedo a lo nuevo.

Problemas de la comunicación

En el proceso de la comunicación existe una pérdida de información desde quien recibe y desde quien emite.

Se piensa decir el 100%, se transmite el 80%, se recibe el 60%, se interpreta el 50% y ¿cuánto de esto aceptará y pondrá en práctica el receptor?

Pautas y recomendaciones...

- Mantenga el contacto ocular con el que habla.
- Indique que se escucha diciendo «sí» y afirmando con la cabeza.
- No exprese inicialmente el propio acuerdo o desacuerdo. Deje hablar.
- Haga pausas para animar al que habla a seguir haciéndolo.
- Resuma de vez en cuando lo que se escucha, para comprobar si ha sido comprendido o no.
- No menosprecie al que habla o su forma de hacerlo.
- Responda a los sentimientos que están detrás de las palabras. Muestre que se comprende.

TÉCNICAS DE EXPRESIÓN ORAL

TÉCNICA	OBJETIVO	DEFINICIÓN	PROCEDIMIENTOS	APLICACIONES
CONFERENCIA	Presentar información de una manera formal y directa. Estimular a un grupo hacia la investigación o profundización de un tema.	Es una disertación expositiva centrada en el conferencista, y consiste en proporcionar información al grupo, al tiempo que se limita la participación de éste.	Preparación de la conferencia considerando aspectos como: tiempo, tema, justificación y auditorio. Desarrollo de la conferencia, lo que incluye una introducción, la exposición de la tesis apoyada con ejemplos, demostraciones o ilustraciones; en un período de preguntas y respuestas, y finalmente la síntesis del tema propuesto.	Para proporcionar información a grupos numerosos. Para concentrar información en un tiempo limitado. Para transmitir información de expertos. Para complementar con otras técnicas didácticas en la exposición de teorías, que no exceda de 20 a 30 minutos.
PANEL	Presentar hechos, opiniones, o puntos de vista en ambientes de conversación.	Conversación acerca de un tema por un grupo de personas, ante un auditorio, con diferentes enfoques o puntos de vista.	El moderador introduce el tema. Lo presenta a los expositores. El moderador determina el orden de las exposiciones y actúa como coordinador. Al finalizar las exposiciones, el coordinador invita al grupo a hacer preguntas para reafirmar algún aspecto del tema.	Para transmitir información a grupos numerosos. Para lograr una visión interdisciplinaria en un tema específico. Para lograr síntesis en poco tiempo. Para complementar con otras técnicas didácticas como un medio para interesar a los participantes.

MESA REDONDA	Dar a conocer a un grupo la confrontación de puntos de vista sobre un tema o materia a fin de obtener una información variada o ecuánime.	Es la discusión de un tema por un grupo de expertos ante un auditorio con la ayuda del moderador.	El moderador introduce el tema y explica la mecánica de la mesa redonda. El moderador define un aspecto del tema para su discusión y actúa como moderador. Al final el moderador hace conclusiones.	Para explorar un tema ante grupos numerosos. Para sugerir puntos de vista diferentes a un grupo. Para proporcionar hechos y opiniones sobre problemas en discusión.
FORO	Permitir la libre expresión de ideas y opiniones. Obtener conclusiones generales. Adoptar una decisión grupal.	Consiste en la discusión grupal sobre un tema, hecho o problema, coordinado por un moderador par obtener las opiniones de distintos participantes, y poder llegar a conclusiones y establecer diversos apreciaciones.	El moderador informa al grupo el tema, hecho o problema que se van a discutir. El moderador formula al grupo una pregunta concreta referida al tema. El moderador invita al grupo a exponer sus opiniones. El moderador cede el uso de la palabra. Al agotarse un aspecto, el moderador formula nuevas preguntas. El moderador sintetiza las ideas expuestas. El moderador obtiene conclusiones generales, evalúa el proceso desarrollado.	Para incrementar la información sobre un tema. Para analizar información a través de la discusión grupal. Para desarrollar una actitud participativa en un grupo.

Continúa...

<p>SIMPOSIO</p>	<p>Obtener información fidedigna y variada sobre un tema enfocado desde diferentes ángulos.</p>	<p>Consiste en presentar ante un auditorio un equipo de personas especialistas en un tema o materia, las cuales exponen sus ideas o experiencias en forma sucesiva de modo tal que se integre un panorama completo del asunto que se trata.</p>	<p>Es necesario efectuar una reunión previa de planificación para acordar: tema, seleccionar expertos, (de 3 a 6), teniendo en cuenta que cada uno de ellos debe enfocar un aspecto particular según su especialización y acordar además tiempo disponible para la participación de cada experto (de 10 a 15 minutos). En el desarrollo del simposio el coordinador de grupo hace una presentación breve de los expositores, enuncia temas, las partes en que se ha dividido y el procedimiento para la participación. Se inicia de inmediato la exposición de los expertos, de acuerdo con el orden establecido en la reunión. Finalizadas las exposiciones, el coordinador debe hacer un resumen de las ideas presentadas. Si el tiempo lo permite, los miembros del grupo po-</p>	<p>Para transmitir información a grupos numerosos. Para ampliar conocimientos en forma organizada a través del aporte de personas autorizadas. El simposio como técnica es aplicable a cualquier tipo de tema o materia.</p>
------------------------	---	---	---	--

<p>DEBATE DIRIGIDO</p>	<p>Estimular el razonamiento, el análisis crítico, a través de las ideas, como forma de intercomunicación y cooperación entre los debatientes,</p>	<p>Esta técnica consiste en el intercambio de ideas o experiencias, a manera de confrontación, sobre un tema entre dos bandos, orientados por un moderador.</p>	<p>drán lanzar preguntas a los expertos, de lo contrario, una vez finalizadas las exposiciones, el grupo puede utilizar otra técnica para analizar la información. Preparación del debate teniendo en cuenta: selección del tema, adecuada información sobre el tema, elaboración de un plan de preguntas debidamente seleccionadas y organizadas. Se hace una breve exposición sobre el asunto y se explican al grupo de participantes las instrucciones para el desarrollo del debate. Se formula una primera pregunta por parte del moderador. Se procede el debate propiamente dicho. Se puede permitir el uso de cualquier ayuda audiovisual. Al finalizar, el moderador debe hacer un resumen de cada uno de los debates o en forma global del grupo de participantes, destacando aspectos fundamentales.</p>	<p>Para explorar un tema determinado. Para argumentar desde diversos puntos de vista posiciones acerca del tema para debatir. Para dar a conocer a través de la discusión un tema que sugiere controversia.</p>
-------------------------------	--	---	---	---

Continúa...

PHILLIPS 6.6

Promover la participación activa de todos los miembros de un grupo. Obtener ideas u opiniones de todas las personas en un tiempo muy breve.

Consiste en dividir un grupo grande en subgrupos de seis personas, para discutir un tema durante seis minutos. De los informes de todos los subgrupos se extrae la conclusión general.

Preparación de Phillips, teniendo en cuenta: el tema y el tiempo (6 minutos para cada participante). El moderador presenta el tema, anotando el problema o asunto a tratar en un lugar visible. El moderador indicará a los miembros del grupo que conformen grupos de seis. Cada grupo elige un coordinador. A éste le corresponde invitar a cada participante a exponer sus ideas y controlar el tiempo de exposición. El coordinador anotará las ideas expuestas y las resumirá. Vencido el tiempo de discusión de los subgrupos, el moderador organizará el grupo en general y se procederá a leer las conclusiones a que llegó cada grupo. El moderador toma nota de lo más relevante y elabora su informe final que será leído posteriormente al grupo general.

Facilita la participación de grupos grandes en forma activa, con el propósito de intercambiar ideas. Es aplicable para tratar diversos asuntos, formales o informales.

CLASES DE LENGUAJE

El *lenguaje* es la capacidad exclusiva del ser humano para *abstraer, conceptualizar* y comunicarse. (Aunque los animales tienen sistemas de comunicación, no razonan.) Los humanos creamos un número infinito de oraciones a partir de un número finito de elementos, y también recreamos la lengua, por ejemplo, a través de *esquemas* y *mapas conceptuales*. La representación de dicha capacidad es lo que conocemos como *lengua* o *idioma*, es decir, el código.

Los lenguajes son, explicados de una manera fácil, aunque reduciendo sus alcances e importancia para la formación de nuestro mundo, formas de representar cosas.

La mayoría de las veces el término se refiere a los lenguajes que los humanos utilizan para comunicarse, es decir, las *lenguas naturales*, ya sea *lenguaje hablado*, *lenguaje de signos* o el empleado en la *literatura*. El lenguaje natural se refiere a todas las comunicaciones animales, incluyendo el lenguaje humano. En las *matemáticas* y la *informática*, por ejemplo, los lenguajes artificiales son llamados *lenguajes formales* (incluyendo *lenguajes de programación*). Sin embargo, el *lenguaje humano* tiene una característica que no puede ser encontrada en los lenguajes de programación: *la diversidad*.

El estudio de los lenguajes origina la ciencia denominada *lingüística*, así como la *filología*.

En *matemáticas* y en *informática*, un *lenguaje formal*, o *lenguaje*, es un conjunto finito de *cadena*s de símbolos. En nuestra cultura occidental la estructura más básica del lenguaje es el abecedario (conjunto de símbolos); un lenguaje es un subconjunto de su abecedario.

Tipos de lenguajes

En nuestros capítulos anteriores destacamos la importancia de entender la relación del proceso de comunicación desde la pers-

pectiva del lenguaje, y su tipología de acuerdo con el mensaje, teniendo como referencia la naturaleza:

Lenguaje químico

Depende del sentido del *olfato* y, en algunas ocasiones, del gusto. Estas señales pueden recorrer grandes distancias cuando son transportadas por las corrientes del aire, aunque sólo son percibidas a favor del viento. Las sustancias químicas específicas que producen efectos concretos se llaman **feromonas**.

Lenguaje acústico

El mensaje puede variar rápidamente de altura e intensidad. Sirve para transmitir una amplia gama de información. Estas señales viajan en todas direcciones y el receptor las localiza con facilidad.

Por ejemplo, los *monos* aulladores y algunas *aves*, *ranas* y *sapos* poseen grandes sacos vocales que aumentan considerablemente los sonidos que emiten. En el caso de los sapos, emiten un sonido para atraer a la hembra y otro para «avisar» a los demás sapos que él también es macho. Las *cigarras* que cantan son machos, y lo hacen para atraer a las hembras. Los *pollitos* emiten sonidos de distinta intensidad, que alertan a la *gallina* sobre distintas situaciones (si están asustados o si tienen hambre o frío).

Los sonidos de baja *frecuencia* viajan más lejos, y por ese motivo los animales de gran tamaño, como las *ballenas* y los *elefantes*, los usan para comunicarse a grandes distancias. Los cantos de las ballenas desdentadas recorren centenares de *kilómetros*.

Algunos *cetáceos* emiten una amplia variedad de silbidos y chillidos. Las *yubartas* producen cantos que generalmente duran 10 minutos, aunque se han registrado algunos de hasta 30 minutos de duración. Se cree que estos cantos sirven para mantener unidos los grupos.

Lenguaje visual

Hablamos anteriormente de la imagen y de su incidencia en el proceso de comunicación.

Muchos animales diferentes usan estas señales, que se pueden encender y apagar en un instante, aunque por lo general son útiles en determinadas horas del día. Suelen ser llamativas o consistir en movimientos bruscos.

Lenguaje táctil

Estas señales sirven al alcance de la mano y tienen una gran importancia entre los primates, como una forma de indicación de amistad y para tranquilizar. El hecho de que un individuo cuide del otro, por ejemplo, eliminándole los *parásitos* indeseables, es su manera de reforzar los lazos familiares y de pareja.

Lenguaje de vibraciones

Actúan sólo en distancias muy cortas. Para indicar su presencia a las hembras, los machos de las *arañas* de estuche hacen vibrar sus membranas de un modo característico. Los machos de los heterópteros producen ondas en la superficie del agua para que sean detectadas por los machos rivales y las hembras potenciales. Los *ratones* topo golpean su cabeza contra el techo de sus túneles subterráneos para comunicarse con sus rivales o sus parejas.

Lenguaje eléctrico

Algunos peces que viven en los ríos lodosos de *América del Sur* y *África* usan estas señales capaces de atravesar cuerpos sólidos. Se utilizan para agredir, para el cortejo y para orientarse.

Trabajo libre

En una hoja en blanco escriba un ejemplo de cada uno de los tipos de lenguaje, pero en relación con los procesos de comunicación humana.

El lenguaje y los niños

Imaginen lo que sería aprender una palabra nueva de un idioma desconocido, cada hora que se está despierto. En pocos años podríamos ponernos al nivel de cualquier literato, ya que el vocabulario de un adulto medio es de 20.000 palabras, y una persona muy culta puede llegar a dominar unas 30.000.

Pues bien, el ritmo de aprendizaje de un niño entre los 18 meses y los 4 ½ años, es precisamente ese: una palabra nueva cada hora que está despierto! Al llegar a los 4 ½ años el niño conoce ya entre 10.000 y 15.000 palabras que domina y puede emplear perfectamente. Es decir, en sus primeros años su hijo va a aprender más acerca de las palabras y del lenguaje que durante todo el resto de su vida.

La capacidad que su hijo desarrolle para comunicarse a través del lenguaje es muy importante, porque influirá de manera decisiva en su comportamiento y tiene que ver exclusivamente con las capacidades innatas de cada niño, que depende de que los padres sean más o menos cultos, o que sería necesario un programa especial impartido por profesionales. Sin duda, estos factores pueden afectar en parte el desarrollo lingüístico de un niño, pero la clave fundamental y más importante en la adquisición del lenguaje reside en los mismos padres, y en la relación comunicativa que establezcan con su hijo desde que es bebé.

Cómo se aprende el lenguaje

Hasta finales de los años 50 se creía que los niños, al empezar a hablar, imitaban al adulto, tal y como lo haría un loro. Más

adelante se demostró que esto no era así, sino que desde los primeros días de su existencia los niños incorporaban y asimilaban la información que percibían de una manera propia, y después la corregían.

A los niños nadie les enseña las reglas de la lingüística. Nacen ya con las capacidades para aprenderlas. A su alrededor existen sonidos y significados y ellos van a descubrir, por sí mismos, las reglas del lenguaje.

Al principio, el recién nacido no interpreta los sonidos, sólo los escucha y los retiene. Al cabo de un tiempo los agrupa en tipos diferentes. Más tarde, gracias a la entonación de los mayores al hablar, aprende a diferenciar dónde empiezan y acaban las frases.

Finalmente, relaciona lo que oye con lo que ve, y eso lo lleva a la formación de palabras. Pero los niños tienen un interés tan asombroso en adquirir nuevas palabras para relacionarse con su entorno, que no esperan a que se las enseñen y se las inventan.

Por ejemplo, si su hijo ha observado en el baño la pastilla de jabón y puede reconocerla, pero aún no sabe cómo se llama, es posible que en su lenguaje interno la llame «pum» o «pom», o de alguna otra manera, para entenderse. En cuanto usted le dice que eso se llama «jabón», inmediatamente abandona su palabra inventada y la sustituye por la correcta.

Su interés por comunicar cosas acerca de ella –por ejemplo que quiere tocar el jabón o que no quiere jabón– hace que incorpore la nueva palabra a gran velocidad. Gracias a ese interés y al sistema de «invención» de palabras, su proceso de aprendizaje es excepcional. Y lo mejor es que nosotros también podemos formar parte de este maravilloso proceso, ayudándolo.

Las técnicas de expresión oral

Las técnicas de expresión oral son colectivas o de grupo. Son indispensables para la presentación de un tema ante un auditorio.

Mediante las técnicas de grupo se puede mantener la cohesión de un grupo para el logro de objetivos. Por ello se afirma que es una disciplina moderna dentro del campo de la psicología.

Esta metodología sirve para desarrollar la habilidad de la expresión oral. Cuando se hace una intervención en público se debe encontrar la manera más factible para llegar al auditorio. Para ello puede tener en cuenta:

- Conocer bien la técnica y el proceso por seguir.
- El auditorio donde se va a desarrollar la intervención.
- Preparación y dominio del tema que se va a exponer.
- Definición de los objetivos frente al uso de la técnica.

ORATORIA MODERNA

La oratoria puede definirse como el arte de hablar elocuentemente, de persuadir e influenciar el ánimo mediante la palabra. Desde tiempos antiguos la oratoria han tenido gran importancia ya que gracias a ella se han obtenido grandes avances científicos.

Es evidente que la oratoria moderna está fundamentada en la clásica, por ello se hace necesario dar una mirada a este arte desde sus inicios.

La oratoria tiene su origen en la filosofía griega, época en la que hacía parte fundamental de la formación cultural. En contraposición con la oratoria moderna que sólo es estudiada por aquellos que necesitan de ella en determinadas profesiones como las finanzas, el mercadeo y los medios de comunicación entre otros.

En Grecia se destacaron los sofistas, contrarios de los socráticos, quienes sólo buscaban convencer a través de la palabra. Se pre-

ocupaban por profundizar en las técnicas que debía usar un orador para convencer, hasta el punto de establecer reglas estáticas. El orador moderno debe tener cuidado de basarse en este enfoque, ya que se debe tener en cuenta las opiniones del público y la amplitud de criterios.

El filósofo interesado en la oratoria fue Sócrates, él buscaba hallar la verdad a través de la mayéutica, que era un método que consistía en una serie de preguntas y respuestas entre él y su interlocutor. En la actualidad muchos oradores aplican este método, haciendo preguntas que luego son contestadas a lo largo del discurso. Otros plantean las respuestas desde el inicio de su intervención.

Puede destacarse también a Platón, quien insistía en que un buen orador debía ser un hombre recto, ético y moral. Debe recordarse que él escribió la mayor parte de su obra en forma de diálogos, lo cual permitió gran avance en la oratoria. La definición que Platón tenía de la oratoria era: ganarse la voluntad humana a través de la palabra.

Gracias a los griegos, el arte de la oratoria se propagó a los romanos y en la época del Renacimiento empezaron a escribirse tratados en lenguas nacionales sobre este tema. Esto se constituía en un gran avance ya que hasta esa época sólo había escritos sobre oratoria en griego y latín.

De acuerdo con lo anterior, podemos hallar una definición completa de oratoria, evitando quedarnos en que es el arte de convencer y persuadir, pasando a definirlo como el arte de transmitir elocuente y eficazmente una serie de conocimientos, teniendo en cuenta al interlocutor evitando subestimarlos.

¿Es usted un buen orador?

Para el estudio de este texto es importante que reconozca el nivel de oratoria que posee. Por ello lo invitamos a que conteste las

preguntas que se presentan a continuación con el objetivo de que evalúe sus condiciones actuales como orador. Recuerde que debe ser muy sincero al momento de responder, ya que de ello depende el provecho que pueda sacar al estudiar este texto.

¿Domina el tema al cual se va a referir?

¿Es consciente del objetivo de su intervención?

¿Conoce las pautas para estructurar correctamente su discurso?

¿Ha considerado las reacciones que puede tener el público frente a su discurso?

¿Se ha preocupado por saber las características del público al cual se va a dirigir?

Recuerde tener en cuenta el proceso de comunicación en el momento de dirigirse a un público, la situación comunicativa varía con respecto a una conversación, ya que no sólo se cuenta con un receptor y se debe tomar en consideración que cada uno de los asistentes es un universo de imaginarios independientes.

11. Ejercicio de ensayo de discurso con autocorrección:

Haga sus ensayos de pronunciación de sus discursos frente a un espejo, y luego critíquese y corrija usted mismo.

12. Ejercicio de ensayo de discurso grabado:

- Registre los ensayos de pronunciación de sus discursos en una grabadora.
- Tenga varias grabaciones: escúchese, compárelas y corrija su emisión de voz.

13. Ejercicio de crítica "despiadada" a su discurso:

Improvise sobre un tema durante 5 minutos, delante de algunos compañeros y amigos que tengan licencia para burlarse de usted, ridiculizarlo y reaccionar libremente ante sus gestos, entonaciones y palabras.

14. Ejercicio para mejorar el efecto de su discurso con humor:

Revise el discurso que lleva elaborado desde el primer ejercicio y añádale algunos chistes o frases humorísticas:

15. Ejercicio para mejorar el efecto de su discurso con imágenes:

Revise el discurso que lleva elaborado desde el primer ejercicio y añádale algunas imágenes y comparaciones visuales a sus conceptos para hacerlos más vivos.

Ejemplo: en lugar de decir: "es incomprensible", podría decir: "Llegar a entender ese concepto sería como intentar meter todo el océano en una caracola."

16. Ejercicio de ejemplos de discursos:

- Lea discursos notables de la historia, escoja uno.
- Transcriba el discurso elegido y hállele sus puntos fuertes: su manejo del lenguaje, de los argumentos, del humor, del manejo del tiempo, la manera de conmover a los oyentes, etc.

- Recítelo en voz alta varias veces y trate de asimilar todos esos aspectos que más le llaman la atención y que le parezcan más efectivos para su propia práctica oratoria.

- Aplíquele recursos parecidos a su propio discurso.

17. Ejercicios de sustitución:

Este ejercicio le sirve para saber expresar las mismas ideas de diferentes formas, es decir, para no repetir siempre los mismos verbos básicos generales y las expresiones indefinidas.

- En las siguientes frases, cambie la forma del verbo **haber** por otro verbo o giro verbal, de modo que ninguna se repita:

Aquí no hay nada de lo que usted está buscando.

Hubo un motín en la calle de al lado.

Sobre esta explanada había un templo indígena.

Esta mañana hay pocas nubes.

En el festival de teatro habrá más de 120 compañías.

En diversas culturas hay esa costumbre.

Ayer hubo un partido de tenis.

Hay cuarenta y cinco sillas en este salón.

En la reunión hubo muchas opiniones diferentes.

Si te aplicaras con juicio al estudio, ya habrías pasado el año.

- Igualmente, en las siguientes frases sustituya las formas del verbo **hacer** sin repetir ninguna:

¿Vas a hacer una escultura?

Está haciendo un reportaje sobre el reciclaje de basuras en esta ciudad.

Los legisladores están haciendo una nueva ley.

Aunque las circunstancias sean difíciles, uno se hace a todo.

Hace años que no hablan entre sí.

Hagamos un mapa en este papel.

El frondoso árbol le hacía una amplia sombra.

Una vez hecho su testamento, murió.

Si continúa con ese comportamiento no hay duda de que le harán un expediente.

La solicitud debe hacerse dentro del plazo estipulado.

- Haga ahora lo mismo con las siguientes frases del verbo **tener**:

Ella quería tener plena confianza en su novio, pero dudaba.

¡Tiene aliento de perro!

Después del accidente quedó muy maltrecho, pero ya se tiene en pie.

Esta ciudad tiene muchos edificios.

Si tienes mucho dinero, es bueno que lo compartas con los demás.

Yo no tendría por qué decírtelo.

Después del último negocio tuvimos grandes pérdidas.

Tiene buen semblante esa muchacha.

Esta conversación no ha tenido lugar. ¡Hágame el favor de salir!

Por ser excesivamente estudioso, nunca ha tenido demasiados amigos.

- Evite ahora la repetición de la palabra **cosa**. Sustitúyala por otras palabras o giros, sin repetir ninguna:

La honestidad es una cosa rara.

¡Qué cosa más linda esa que traes entre las manos!

Escúchenme: voy a decirles una cosa muy graciosa.

La única cosa que teme es perderlo para siempre.

¡Guarda una cantidad de cosas en su armario!

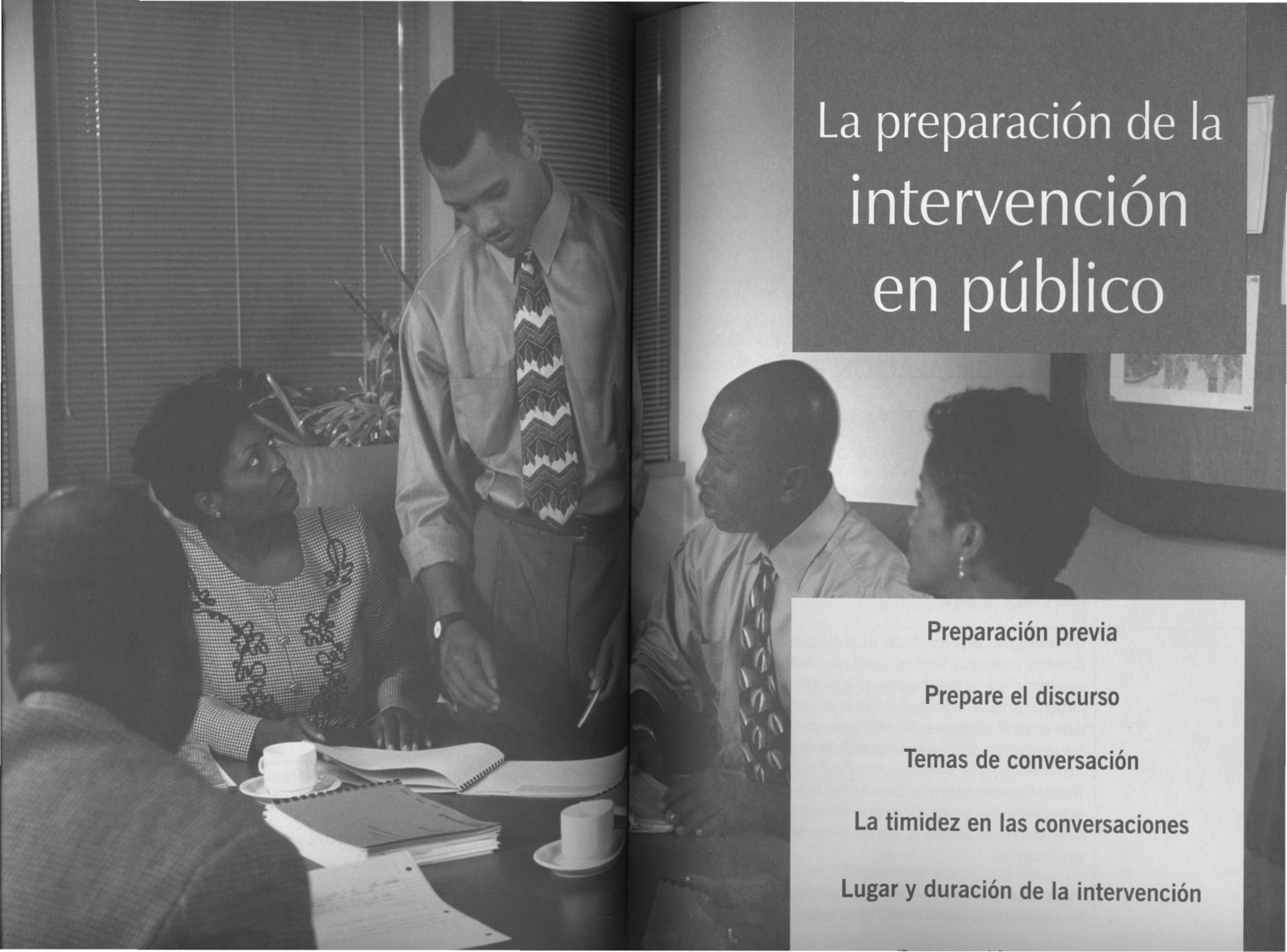
El mecánico recogió todas sus cosas.

Cosa nueva bajo la faz de la tierra no hay, ya lo decía el predicador.

Cuando pelean se dicen cosas horribles.

Fuimos al desfile: ¡qué cosa más hermosa!

No es cosa fácil eso de entenderlo.



La preparación de la intervención en público

Preparación previa

Prepare el discurso

Temas de conversación

La timidez en las conversaciones

Lugar y duración de la intervención

LA PREPARACIÓN DE LA INTERVENCIÓN EN PÚBLICO

PREPARACIÓN PREVIA

Prepárese usted

Es regla universal que una concienzuda preparación de nuestra intervención nos ayudará a transmitir las ideas con mayor fuerza, credibilidad y seguridad ante el público. Por tal motivo, usted no debe escatimar ningún esfuerzo a la hora de realizar los ensayos. Practique tanto como le sea necesario hasta que se considere amo y señor del tema.

Un buen paso para comenzar es el de hablar frente al espejo. Con esta tradicional técnica, usted adquiere un mayor grado de conciencia acerca del proceso comunicativo, pues le otorga inmediatamente un interlocutor virtual al que seguramente habrá visto en otras ocasiones. Por otro lado, podrá notar cada uno de sus gestos así como los movimientos de manos y del cuerpo.

También puede recurrir a la ayuda de otros elementos como las videograbadoras y las grabadoras de voz con el fin identificar aquellos errores en cuanto al tono y dicción, así como destacar sus fortalezas.

Todos estos ejercicios le ayudarán a minimizar los posibles defectos o errores que pudiese cometer a la hora de su intervención. Sin

embargo, y acudiendo a la frase de que "nunca es demasiado", puede considerar la ayuda de un amigo sincero para que actúe como su evaluador y crítico personal.

No es recomendable producir cambios bruscos en el estado de ánimo de su público, específicamente no los lleve de una gran risotada a un gran silencio o viceversa.

Finalmente, si le toca hablar de temas que realmente no domina, pida el consejo de expertos en la materia o de algún profesional amigo, para que le asesoren, y por supuesto realice más ensayos para suplir esta deficiencia y dar la impresión al público de que está ante todo un docto en el tema.

Pautas y recomendaciones...

Es regla universal que una concienzuda preparación de nuestra intervención nos ayudará a transmitir las ideas con mayor fuerza, credibilidad y seguridad ante el público.

Los gestos y muecas pueden serle de gran utilidad siempre y cuando los use con medida y los sepa adaptar a las ideas que esté exponiendo.

Recuerde que el asumir posiciones extremas no trae buenos resultados, lo mejor es oscilar entre lo formal e informal, entre lo serio y lo entretenido.

Prepare el tema

Si usted no quiere que su exposición se vuelva rígida y aburrida, resultado de leer de forma literal su intervención, es de suma importancia que destine un tiempo razonable a la preparación de un esquema de su intervención, estructurado a través de frases temáticas recordatorias que lo ubiquen fácilmente en el tema y que le sirvan de apoyo para evitar cualquier posible contratiempo.

Objeto de la intervención. Usted debe tener muy claro qué quiere lograr con su intervención, qué ideas quiere transmitir al público y cuáles son los resultados que espera obtener al finalizarla.

Felicitar a los funcionarios de una compañía por sus logros obtenidos durante el año, comunicar un recorte de personal o una reestructuración, convencer al público para que vote por un partido político, llevar a toda una nación a la revolución, etc.

Su intervención puede tener por objeto informar, motivar, agradecer, advertir, castigar etc., y en función de ello habrá que determinar el estilo personal: formal o informal, serio o entretenido, cercano o distante, etc. Sin embargo, es importante que tenga en cuenta que el ritmo de una intervención nunca es constante y por lo tanto, usted debe tener la capacidad de adaptarse a cada uno de sus ciclos.

PREPARE EL DISCURSO

Reglas para un buen desarrollo expositivo

La regla de oro al argumentar en una exposición es la de ser muy selectivo en la utilización de argumentos de apoyo (no más de 3). Debe evitar extenderse más de lo necesario con ideas que no vayan directamente a su tesis central. Es indispensable regirse en este caso por el principio de la brevedad y de los argumentos sustanciales.

En segundo lugar, no hay que abusar de los datos ni usar información excesiva, es importante tener en cuenta que demasiados detalles acerca de un tema ocultan los aspectos fundamentales y seguramente pueden desviar la atención de su auditorio hacia aspectos de poca importancia o incluso aburrirlos. Hay que dar exclusivamente aquella información que sea realmente relevante para el público manteniéndolo interesado y concentrado a lo largo de toda la intervención.

Por otro lado, el desarrollo de los argumentos debe ser ágil, en él se deben combinar conceptos teóricos, ejemplos, datos es-

tadísticos, citas, comparaciones, anécdotas e incluso algún toque de humor que como mencionamos anteriormente es una buena herramienta para acercar el discurso al público. En este caso es importante contar con la ayuda de los instrumentos audiovisuales, pues facilitan el mantenimiento de un ritmo expositivo adecuado al igual que permiten la alternancia de la palabra con la imagen, dando movimiento a la presentación y evitando la monotonía.

También es conveniente que los ejemplos, anécdotas, citas etc., que utilice, sean relevantes, vengan al caso, y no se empleen simplemente para tratar de impresionar al público con los conocimientos que uno posee, por regla general el público rechaza la pedantería, y esto puede ocasionarle que el campo ganado a través de buenos argumentos y un excelente desenvolvimiento en el escenario, se pierda por unos minutos de soberbia.

Como cuarta regla asegúrese de que el desarrollo esté equilibrado. El concepto del desarrollo expositivo consiste en la repartición adecuada del tiempo entre las distintas partes que se van a exponer, evitando extenderse en demasía en un punto determinado y pasar a "vuelo de pájaro" por otro igualmente importante.

Un buen ejercicio en este caso consiste en medir los tiempos de cada tema dando a cada uno un tiempo adicional que se puede atribuir a preguntas ocasionales o a ideas que surjan durante su desenvolvimiento.

La coherencia expositiva

El ritmo de la exposición así como el desarrollo ordenado de los argumentos son las piezas claves de toda intervención. Como mencionamos, el desarrollo de las ideas le permitirá transmitir conceptos claves al público y será como el desenlace adecuado para una película interesante. Aunque pueden ser muchos los consejos en este caso, el mejor sin lugar a duda, es el de la elaboración de un plan de trabajo que le permita:

- 1) Enunciar a manera de preámbulo los objetivos de la exposición y del debate subsiguiente; al inicio de la exposición usted debe mencionar cuáles son el fin y la razón por los que se encuentran reunidos público y expositor en ese auditorio. Aunque no es necesario ser tan protocolario como a la hora de la redacción de un informe, en donde los objetivos se inician con un verbo en infinitivo (conocer, describir, analizar), sí es importante redondear un objetivo general que fije en la mente de los asistentes una idea a la que se quiere llegar, esto le permitirá entender el porqué de cada una de las partes o etapas que componen el debate o discusión de los argumentos.
- 2) Plantear el problema: A pesar de que muchos temas de exposición carecen de un problema fácilmente identificable o simplemente esa no es la intención que el expositor quiere darle, la etapa del planteamiento del problema puede utilizarse para manifestar las inquietudes que pueden existir en torno al tema central de la exposición y la forma en que ésta va a contribuir a solucionarlos.
- 3) Los puntos clave de la argumentación: El éxito de esta etapa consiste en la identificación de dos o tres puntos clave, cuyo desarrollo permitirá la consecución de la finalidad de la exposición. Para salir airoso de la etapa argumentativa, usted puede tener en cuenta el ejercicio de la "Regla de Tres". Esta consiste en considerar siempre uno, dos o tres puntos clave. No más. Esto obliga a extraer los puntos más significativos. Le proporcionará una estructura para que agrupe su información en categorías bien organizadas y le permitirá obviar las largas listas, al estilo supermercado, donde se produce un encadenamiento interminable de una idea tras otra.
- 4) Explicar su propia posición con respecto al problema y las ideas planteadas: Tenga en cuenta que el mayor grado de originalidad en una exposición se logra a través de la presentación de argumentos e ideas propias y no de la recapitulación de ideas de otros autores. Si bien éstas últimas son importantes, no deben ser el centro de la intervención sino simplemente un elemento de apoyo para el desarrollo de su posición. Puede que

en muchos casos el público no se encuentre de acuerdo con las conclusiones a las que se llegue o la perspectiva del tema que usted esté presentando; sin embargo, es seguro que los asistentes valorarán su esfuerzo de arrojar una mirada distinta sobre lo tradicional.

- 5) Hacer una recapitulación que sirva como apertura para el debate: En esta etapa se hace referencia a todos aquellos antecedentes que sirven para ubicar a los espectadores dentro del marco referencial y contextual que les permita entender el tema que se va a desenvolver. Para ello lo adecuado es citar a los autores más destacados en el tema así como las investigaciones más recientes. Lógicamente los antecedentes que se traten deben coincidir en toda su dimensión con el desarrollo de la exposición, con el fin de no desentonar ni dar la impresión de que se está tratando un tema que no va a ningún lugar.

Trabajo libre

LA ARGUMENTACIÓN EN LA LIBERTAD DEL HOMBRE

Para la realización del siguiente ejercicio lea con mucha atención la siguiente argumentación en la que el autor, Michele Abbate, expone su opinión sobre la libertad del individuo.

A partir de esto usted deberá identificar cada uno de los elementos que conforman cada parte de la argumentación (tesis, argumentación y conclusión), la clase de argumentos que son utilizados por el autor (racionales, de hecho, de ejemplificación y/o de autoridad) y la forma en que se disponen dentro del texto.

La verdadera libertad

(Michele Abbate)

Un individuo sólo es libre si puede desarrollar sus propias potencialidades en el seno de la sociedad.

Ser libres no significa solamente no tener miedo, poder expresar la propia opinión sin temor a represalias; también significa conseguir que la propia opinión pese realmente en los asuntos de interés común y sea requerida por la sociedad como contribución necesaria.

Libertad es plenitud de vida. No soy libre si, disponiendo de un cerebro que puede producir cien, se me deja vegetar en una ocupación donde rindo diez. En el mundo actual es más libre el profesional que trabaja de la mañana a la noche, dando todo de sí a sus enfermos, a sus discípulos, a sus clientes, que acuden a él confiando en su juicio y en su ciencia; es más libre el político, el sindicalista, el escritor que se enrola en una causa que trasciende su propia persona, que los millones de súbditos de la moderna sociedad industrial, con su "semana corta" y las escuálidas perspectivas de disipar su "tiempo libre".

El mayor riesgo que corre hoy la libertad es que la mayoría de los hombres son inducidos a identificarla con un estado de subordinación, de tranquila sujeción, de evasiones periódicas controladas y estandarizadas, al cual su vida parece reducirse inexorablemente.

Sólo dando significado a la vida de todos en una sociedad plural, defenderemos de modo no ilusorio la libertad de cada uno.

Trucos

La lengua dispone de un conjunto de elementos de diversa estructura gramatical que son de gran ayuda para organizar y dar coherencia a los argumentos en una exposición.

TEMAS DE CONVERSACIÓN

Las personas aprendemos a hablar en la niñez, y aprendemos también a conocer la importancia de la conversación con nuestras familias o seres cercanos. Hablar con alguien a quien conocemos es fácil. Precisamente la confianza y el grado de familiaridad permiten tener mayor "flexibilidad" en la manera de emitir mensajes o información, y también en la manera como se construyen.

Evidentemente, comunicarse con desconocidos no es fácil. Existen muchos limitantes y paradigmas culturales que frenan o deterioran la fluencia de elementos comunicativos.

Muy probablemente se ha enfrentado –especialmente en la época de su adolescencia– con ese momento inusual y mágico, consistente en conocer a una persona que le agrada, le gusta y piensa en la forma de acercarse y así poder establecer una comunicación.

El inconveniente surge cuando aparece el temor al rechazo, a la incompatibilidad o simplemente a la falta de intención o actitud comunicativa. Es en ese momento cuando se utilizan ciertas formas de la comunicación no verbal, como las miradas y ciertos gestos que pretenden llamar la atención de la otra parte o simplemente convencerle o motivarle a buscar la conversación con usted.

El mundo de hoy plantea el reto de entablar conversaciones. Reconocer la importancia de las relaciones humanas, en la definición de todas las áreas de la vida, nos debe determinar la necesaria importancia de acercarnos a las personas, y la forma de hacerlo, estableciendo canales de comunicación adecuados, entre ellos el saludo y la conversación.

El punto importante es definir cuál es el tema o temas que se deben abordar, en qué lugar y momento, así como es importante identificar el tipo de interlocutor.

Vamos por partes

El tema de conversación puede variar mucho, y está determinado por el grado de confianza que tengamos con los interlocutores. Si la reunión es familiar, podremos tratar temas más personales y confidenciales, pero si el espacio se presenta en una reunión de carácter social, es importante tratar temas más generales y que contengan información de interés común para todos.

Un tema evidentemente general y apropiado para engranar una conversación es el que se extrae de la cultura. Es decir, la música, las artes, la literatura, las tradiciones o los deportes. Es importante iniciar el abordaje de este tipo de temas con una estrategia fantástica para sorprender a nuestros acompañantes: hacer co-

mentarios muy objetivos de las últimas noticias relacionadas con el tema. Por ejemplo, el desempeño de un corredor de fórmula 1 en la última competencia, o el buen ajuste armónico del más reciente trabajo discográfico del artista de momento.

Para obtener éxito en la conversación, hay que conocer el tema. Debe estar seguro de lo que dice y seguro de la fuente de la que obtuvo información para generar confianza y credibilidad.

Se pueden abordar temas de tipo político o religioso, siempre y cuando reconozca el tipo de opiniones de las personas que le escuchan e interactúan. Debe considerar estos temas con prudencia, pues recuerde que si en el espacio hay personas desconocidas, podrían afectarse con comentarios fuera de contexto. Debe evitar hablar de personas que no se encuentren presentes o de personas que no conoce plenamente, es de mal gusto y su imagen se puede ver afectada.

En reuniones de negocios o profesionales, es necesario preparar temas con anterioridad, especialmente relacionados con la especificidad del negocio o la profesión. Las conversaciones se pueden amenizar con otros temas, pero recuerde que es importante estar convencido y preparado para garantizar el cumplimiento de los objetivos.

En cualquier caso evite por supuesto, temas íntimos de pareja o de vida familiar. Evite en las charlas entrar en polémicas, valoraciones o juicios de valor.

Es de mal gusto juzgar actitudes o posturas ajenas y distintas de las nuestras. Demostrar respeto en el manejo de una conversación es muestra de un alto nivel cultural y profesional. Se debe mantener el respeto por los demás, incluso si los demás no lo hacen en sus procesos de comunicación.

En definitiva, debemos descartar cualquier tema que pueda ser motivo de polémica o discusión, se debe velar por mantener la armonía y la tranquilidad.

Es fundamental reconocer la importancia del lugar donde se establece una conversación, ya que determina el tipo de personas que pueden estar con usted o también, el tipo de evento en el cual se deben demostrar sus dotes de buen conversador.

No es apropiado en la mesa hablar de enfermedades, de hospitales, de accidentes, de imágenes repugnantes o hacer comentarios groseros y reprobantes. Si se encuentra con su familia, es importante compartir en la mesa ciertos aspectos positivos de la vida familiar, los logros destacados del día de cada miembro, por ejemplo.

En muchos casos los temas de trabajo, -salvo en almuerzos o desayunos de trabajo-, deberían dejarse a un lado. Tampoco suele ser un tema muy ameno y adecuado contar las aventuras y logros personales que opaquen la participación de las otras personas en la conversación.

Hay ocasiones en las que tenemos que hablar en público, tanto por necesidad (cuestiones laborales, como la presentación de un proyecto, por ejemplo), como por petición expresa de amigos, familiares, etc. (por ejemplo hablar en un funeral, en un homenaje, etc.).

Si tenemos que hablar en público, debemos "conocer", en cierta medida, qué es lo que el público espera oír, y estar a la altura de las circunstancias. Si en nuestra intervención tenemos que citar algunos nombres, es conveniente apuntarlos para no olvidarlos o confundirlos, para ello es importante acudir a ayudas audiovisuales y fichas recordatorias, que veremos en un capítulo más adelante.

Si hablamos sobre otras personas, y si es el caso de destacarlas por diferentes razones, debemos acudir a los elogios, dentro de la mayor sinceridad posible, sin caer en el abuso excesivo de las alabanzas.

Se debe procurar no hablar demasiado de personas o situaciones ajenas al tema expuesto.

En el caso de homenajes, recepciones, bienvenidas, etc. se suele recurrir a unas palabras de agradecimiento y brindis posterior. La intervención será muy breve (no más de 4 ó 5 minutos), y al finalizar es cuando se ofrece el brindis entre todos los presentes. El brindis lo debe hacer el anfitrión o la persona que éste delegue públicamente.

Antes de hablar, debemos lograr un completo silencio en la sala, utilizando cualquier técnica discreta que conozcamos. Generalmente diciendo: "Por favor, presten atención un momento", con un adecuado tono de voz suele ser suficiente para conseguir la atención de los presentes.

Recuerde que todas las intervenciones, cuando hay una comida por el medio, se hacen en los postres. Y deben ser lo más breves y concisas posibles. El protocolo británico, que aún prevalece en los medios diplomáticos y consulares, define, por ejemplo, que en una mesa se deben sentar intercaladamente hombres y mujeres con la regla de precedencia y numeración, y después de cada plato, se debe combinar la conversación con el comensal de la derecha y luego el de la izquierda.

Hablar en cualquier tipo de reunión social o de trabajo puede resultar sencillo para la mayoría de las personas, aunque no siempre se haga de forma correcta. Es fundamental el reconocimiento del vocabulario utilizado y por la forma como se trasmite la información.

Antes de hablar, hay que pensar lo que se va a decir. Algo que se dice no tiene marcha atrás (al igual que la flecha disparada no se puede parar). Una buena conversación se sostiene cuando además de agradable en contenido es desarrollada de forma pausada, clara, y con un buen tono de voz. La voz es algo innato en nosotros, pero educarla es solo cuestión de disciplina.

Las conversaciones pueden clasificarse no solamente por los temas que se trate según el tipo de evento o encuentro, sino también por el número de personas que intervienen.

Conversación monólogo: Un monólogo básicamente es una conversación con uno mismo. En donde su carácter íntimo y autoanalista permite realizar un ejercicio voluntario y autónomo de comunicación consciente.

Conversación dupla: Es una conversación entre dos personas. Se caracteriza por ser más privada, discreta y directa.

Conversación múltiple: Es una conversación en grupo. Suele tener un carácter más social y hablar de temas comunes de trabajo, aficiones o temas de actualidad.

LA TIMIDEZ EN LAS CONVERSACIONES

En algunas conversaciones nos podemos encontrar con gente excesivamente reservada o tímida. Lo mejor que podemos hacer es tratar de involucrarla en la conversación, para que se sienta integrada. Para lograrlo, sea amable y busque un tema que haga referencia a las condiciones de espacio del lugar o del momento, sin olvidar que el gancho para iniciar la conversación debe ser el saludo.

Por ejemplo, puede decir: ¿Qué tal, cómo está usted? es bastante acogedor el lobby de este hotel, ¿no cree?

Evite que haya personas aisladas en una conversación. La mayoría de los tímidos son grandes y prudentes conversadores, solo hay que darles una oportunidad. Procure tantearle para conocer los temas que le resultan de interés. Haga todo lo posible para evitar dejar al margen a alguien en una conversación.

Las conversaciones se pueden desarrollar en distintos ambientes: entre amigos que no suelen presentar ningún problema al ser todos bien conocidos.

- De trabajo: en este tipo de conversaciones se suelen tratar temas profesionales, no dando lugar, salvo pequeños incisos, a temas o anécdotas personales.
- Almuerzos y cenas: dependerá mucho del tipo de celebración y de los invitados que tengamos cerca. Pero nunca se habla solamente con vecinos de mesa (la derecha y la izquierda). Si la mesa lo permite se hará una conversación general para todos.

Para ser un correcto conversador respete unas reglas básicas tales como: respete las opiniones ajenas, aunque no esté de acuerdo con ellas. Rebátalas pero no las descalifique. Procure sonreír y mostrarse amable con todos sus interlocutores, mirando a todos ellos. No viole la intimidad con preguntas o alusiones demasiado personales. Tampoco monopolice la conversación.

Pautas y recomendaciones...

- No hable de temas que no conoce, y mucho menos se haga pasar por un experto.
- Cuente simplemente anécdotas, pero no su vida.
- Tampoco presuma de lo que tiene y lo que es.
- Nunca aparente saber de todo. No es malo reconocer que no se dominan todos los temas.
- Sea discreto, prudente y respetuoso.
- Un buen conversador no sólo habla, sino que también sabe escuchar.
- Deje hablar, aunque el tema le sea muy interesante o sea un auténtico experto en la materia.
- Hable de temas que interesen a sus interlocutores.
- Si sabe hablar y escuchar creará un buen clima para una perfecta conversación entre todos los presentes.

Trabajo libre

EL AMIGO CRÍTICO

Como lo mencionamos inicialmente, un amigo está en las buenas y en las malas, y en este caso en la preparación de las intervenciones.

Como medio para analizar correcta y detenidamente cada uno de sus gestos, el orden en que los va a utilizar de acuerdo con la serie de temas, el estilo que tiene pensado adoptar y corregir los posibles problemas de tono y articulación, realice el siguiente ejercicio:

1. Consiga un amigo sincero del que no tenga duda que será serio en sus apreciaciones.
2. Consiga una cámara de video.
3. Presente ante la cámara su exposición tal como si se tratara del público, tenga en cuenta la disposición del escenario y la ubicación virtual de las ayudas audiovisuales.
4. Cuando esté haciendo su intervención olvídense de que la cámara y su amigo están ahí, aunque sea una sesión privada, pueden resultar intimidantes.
5. Evalúe junto con su compañero cada una de sus acciones y tenga en cuenta tanto las observaciones que se pueden apreciar en el vídeo como las que puede hacer su amigo.
6. Repita el ejercicio cuantas veces sea necesario hasta que se sienta satisfecho.

RECOMENDACIONES

1. Escoja un vestuario adecuado con el que se sienta cómodo y le transmita seguridad.
2. Con respecto a la preparación temática, no escatime en consultar la mayor bibliografía posible para consolidar correctamente el tema que va a exponer.
3. Utilice las ayudas audiovisuales que considere necesarias.

Pautas y recomendaciones...

No deje todo para lo último, podría ser la gran conclusión que se puede sacar de este capítulo. Sin embargo, como sabemos que en muchas ocasiones el tiempo es una limitante, es bueno acudir a los siguientes trucos que pueden brindarle gran ayuda:

1. Prepare fichas de memoria de bolsillo con apartados que le permitan recordar aspectos esenciales del tema y léalas cada vez que le sea posible.
2. Elabore notas rápidas acerca de la estructura de la exposición y ubíquelas en lugares estratégicos de su hogar u oficina donde siempre las vea.
3. Esté atento a la forma de exponer de las personas con que se encuentre a lo largo de su periodo de preparación, pídale consejo y trate de tomar para sí los aspectos positivos que destaque.

LUGAR Y DURACIÓN DE LA INTERVENCIÓN

El lugar de la intervención así como su duración son factores de especial importancia para considerar.

El sitio que se haya elegido para realizar la presentación determinará en gran medida el tipo de discurso y la forma en que debe orientarlo. Para esto puede tener en cuenta las siguientes consideraciones:

El lugar constituirá el ambiente que rodeará al público imprimiéndole su estilo: de esta forma podrán crearse ambientes formales e informales, y se podrán establecer las condiciones de espacio que recrearán la intención del evento mismo. Por ejemplo, no es lo mismo exponer en un salón de clases que en el aula máxima de la universidad, o hacer una intervención en una sala de juntas que desde el balcón de la plaza papal.

Es de suma importancia que conozca el lugar donde vaya a dar su intervención: Tenga en cuenta las dimensiones del espacio, la posibilidad de instalar equipos audiovisuales, la disposición de las luces, los posibles puntos de concentración a los que pueda recurrir, la disposición del público en el auditorio, etc.

Familiarizarse con el sitio contribuirá a manejar los nervios. Lo ideal sería, además de conocer el lugar, realizar allí el ensayo general, el día previo al acto.

En última instancia y tal como se mencionó anteriormente, si usted definitivamente no tiene la posibilidad de visitar el auditorio, trate de ponerse en contacto con los organizadores del evento para que le informen de sus características y si es posible le faciliten fotos o planos de su distribución.

Lo que sí no debe hacer es dejar para lo último el conocer el lugar donde se va a hablar hasta el momento de la intervención, esto puede ocasionarle una serie de molestias que quizás no tengan solución; por ejemplo, usted podría tener inconvenientes con el sonido, con los proyectores, de pronto el estrado es demasiado pequeño o no encuentre un atril donde poner su discurso o sus fichas de memoria.

Todas estas recomendaciones apuntan en definitiva, a tratar de evitar cualquier imprevisto que pueda perjudicar la intervención.

El tiempo

La duración del discurso es un factor que puede definirse como omitir toda la idea como factor condicionante o determinante, debido a que delimita una serie de elementos conexos que pueden ser generales o específicos. Por ejemplo, la duración de la intervención condiciona la preparación del discurso, ya que no es lo mismo que se prepare para una exposición de 10 minutos que para una de dos horas.

Se debe tener en cuenta que cuando se prepara un discurso hay que intentar ajustarse a un tiempo con un tiempo adicional algo inferior al que uno tiene previsto, esto puede ser entre tres y cinco minutos, ya que debe tenerse en cuenta que fuera del tema a tratar se tendrán que abordar otra serie de ceremonias formales como los saludos y los agradecimientos así como aquellos elementos espontáneos como algún chiste o una anécdota.

A la hora de manejar el tiempo, la regla de oro es que "siempre es preferible quedarse corto que sobrepasar el tiempo asignado". El público agradece la brevedad en las intervenciones, tiene un especial aprecio por las ideas concretas, breves y bien explicadas que por aquellas que tienden a irse entre las ramas o se hagan entre un montón de perifrasis que llegan a lo mismo.

También es importante tener en cuenta la posibilidad de que en el último momento los organizadores del evento modifiquen la duración de la intervención, bien ampliándola porque un expositor pudo haber cancelado su asistencia o bien recortándola, porque un conferencista asistente confirmó su asistencia a la última hora.

Recuerde que estas son situaciones externas sobre las que usted no tiene ningún control, por lo tanto es mejor no economizar tiempo en la preparación, en este caso no tanto del tema principal sino de un material adicional que le permita ampliarlo sin parecer improvisado. Por ejemplo, pueden prepararse otra serie de argumentos, anécdotas, ejemplos, transparencias.

De la misma forma, también se puede ver enfrentado a la situación contraria, es decir, a la de que su tiempo se vea limitado, por lo tanto, es importante que identifique con anterioridad aquellas partes del discurso que se puedan omitir.

Durante el discurso hay que controlar el tiempo (tener un reloj a la vista que se pueda mirar discretamente), tratando de que la intervención se vaya desarrollando según lo previsto, evitando agotar el tiempo antes de terminar lo programado. Igualmente, en el evento usted puede estar acompañado de un moderador o

asistente, quien le anuncie discretamente a través de una señal que su tiempo se agota.

El orden del discurso de acuerdo con el tiempo

Tenga en cuenta que lo más importante del discurso son las conclusiones, por tal motivo es necesario que dedique un tiempo apropiado para ellas.

El siguiente ejemplo obedece a la estructura general de un discurso para 10 minutos:

1. Saludos protocolarios (dos minutos)
2. Introducción y contextualización (dos minutos)
3. Desarrollo de argumentos principales (cuatro minutos)
4. Exposición de las conclusiones

Trabajo libre

iMi casa, mi auditorio!

Cuando usted ya tenga un previo conocimiento del auditorio donde tendrá que hacer su exposición, una buena experiencia sería convertir la sala de su casa en un ambiente similar.

Este será el espacio apropiado para practicar todos los ejercicios anteriores así como para probar sus movimientos, si tiene que desplazarse a lo largo del escenario, probar su voz en el micrófono, etc. Esta actividad la realiza cualquier expositor principiante, luego viene la experiencia que busca que cada conferencia sea mejor que la anterior.

Recomendaciones

Por otro lado, en cuanto al tiempo, si el discurso es extenso usted no debería confiar únicamente en su memoria, ya que corre el riesgo de olvidar algún elemento fundamental o, peor aún, de quedarse en blanco.

Es conveniente en este caso llevar preparadas unas pocas fichas de apoyo que le pueden servir de guía a lo largo de su exposición. Tenga en cuenta los comentarios que se hicieron sobre las mismas en el apartado de la preparación previa.

Recuerde que usted sólo debe extenderse en la medida en la que tenga algo interesante que decir, lo que no debe hacer por ningún motivo es tratar de llenar el tiempo con información carente de interés o que se descontextualice, esto puede ocasionar que todo lo bueno hecho a lo largo de la exposición sea opacado por unos minutos de mala improvisación.

Es preferible ser precavido en este sentido y dirigirse a los organizadores para informarles que el tiempo que se le ha asignado es demasiado largo para el tema que se va exponer.

Pautas y recomendaciones...

1. Recuerde que la regla de oro para el éxito de la exposición es que una concienzuda preparación de nuestra intervención nos ayudará a transmitir las ideas con mayor fuerza y a establecer un ambiente cordial con el público.
2. No escatime en su preparación y tenga en cuenta todas las posibles ayudas a las que pueda acudir. Practique y adecue sus gestos frente al espejo, sus amigos, su familia, etc.
3. Tenga en cuenta que sentir miedo es normal, todos sentimos miedo porque estamos en constante adaptación a una serie de situaciones, lo importante es saber manejarlo y ponerlo a su favor.
4. El público no es su enemigo, no está allí para atacarlo ni juzgarlo, ellos asisten a su exposición porque están realmente interesados en escucharlo y aprender del tema.
5. Su estilo de intervención no debe ser una camisa de fuerza, aprenda a adaptarlo según el tema y según el público. Recuerde que el mejor estilo, es el iestilo propio!

6. Su presentación personal es determinante en el momento de la intervención, use lo que más le haga sentir cómodo y seguro.
7. Hágase amigo de su auditorio, si es posible pregunte por el tipo de público que asistiría, personajes que pudiera conocer de antemano y de quienes podría recibir inquietudes y expectativas o comentarios frente a la intervención.

Prepare el lugar. No olvide.

- Ubicación del público
- Su ubicación en el escenario o en el estrado.
- La ubicación de las ayudas audiovisuales y los lugares desde donde se manejan. Es vital con respecto a este apartado que se pida al asistente del lugar una completa relación de los medios disponibles (audiovisuales, sonido, informática, etc.) para conocer de qué herramientas se puede valer para darle mayor fuerza a su intervención.

PREPARACIÓN DEL DISCURSO

EL DISCURSO

No existe una regla general para la planeación de un discurso, pero es importante sistematizar el proceso. Para ello puede tener en cuenta el tema, los objetivos, los contenidos, la forma y algunos aspectos de organización.

A continuación se presenta un guión que puede servirle de modelo para planear su discurso:

GUIÓN DE PREPARACIÓN

FECHA: _____

TEMA/TÍTULO: _____

Duración: _____

Inicio: _____ Final: _____

Lugar: _____

Motivo u ocasión: _____

Tipo de público:

Número de asistentes:

Objetivos:

Disposición del contenido:

Requerimientos técnicos:

Cuestiones de organización:

Datos de organizadores o logísticos:

18. Primer ejercicio de manejo de los oyentes:

Imagine que realiza una exposición ante un público. Uno de los asistentes le manifiesta que no cree nada de lo que usted está diciendo, y que sus teorías y postulados no le parecen ciertos. ¿Cómo podría resolver la situación?

19. Segundo ejercicio de manejo de los oyentes:

En el trabajo pueden surgir objeciones contra usted, por diversas razones. ¿Cómo las resolvería, si fueran las siguientes? Plantee dos opciones de respuesta para cada una:

Usted es muy joven, muy novato para este trabajo. Le falta experiencia

Usted es muy viejo y anticuado.

20. Tercer ejercicio de manejo de los oyentes:

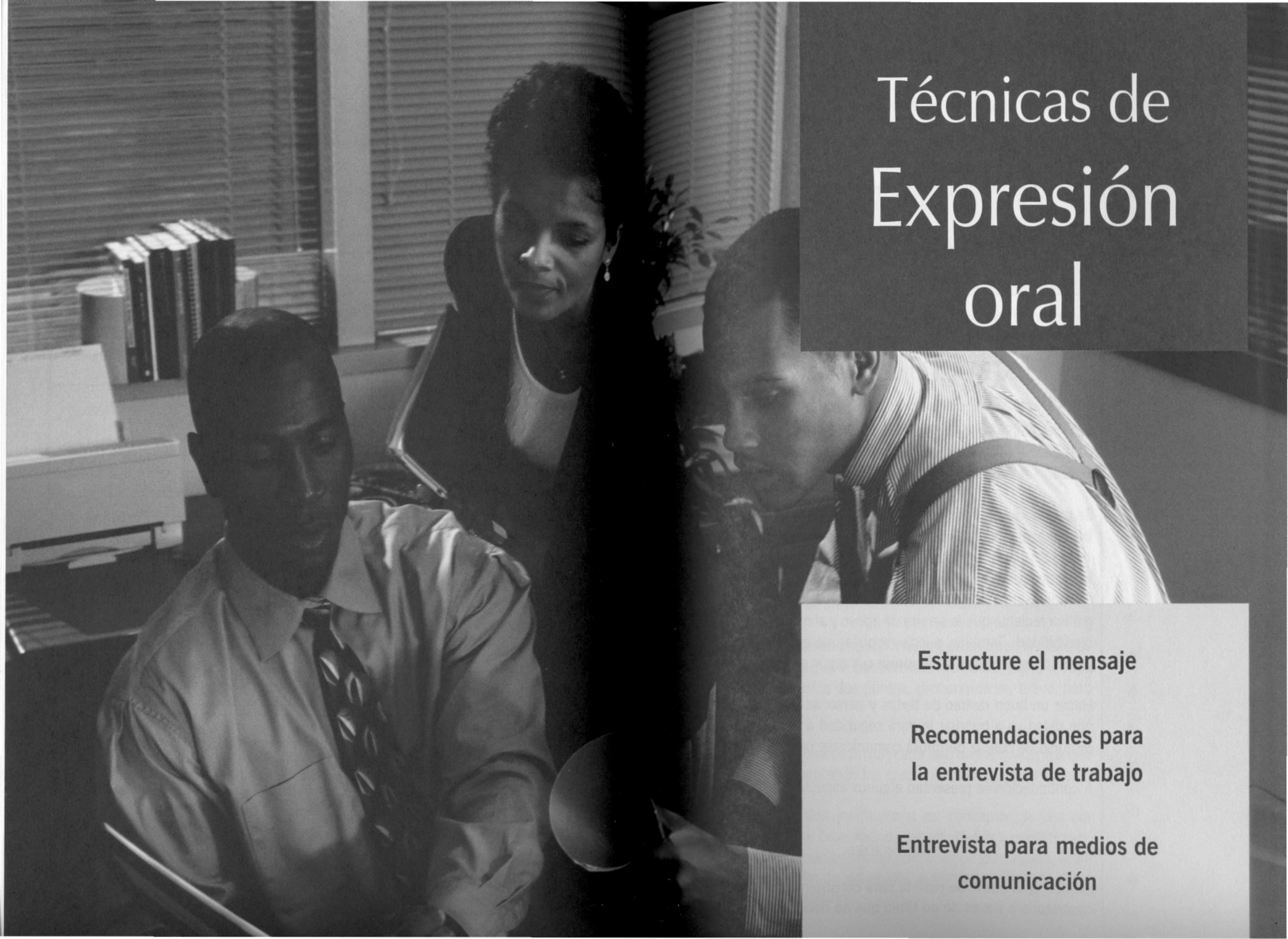
Al frente de la siguiente situación difícil, plantee el modo en que usted la resolvería:

Alguien "chifla" o hace una "silbatina" durante su intervención.

21. Cuarto ejercicio de manejo de los oyentes:

Al frente de la siguiente situación difícil, plantee el modo en que usted la resolvería:

Ha perdido "el hilo" de su charla y no tiene sus notas a la mano.



Técnicas de Expresión oral

Estructure el mensaje

**Recomendaciones para
la entrevista de trabajo**

**Entrevista para medios de
comunicación**

TÉCNICAS DE EXPRESIÓN ORAL

ESTRUCTURE EL MENSAJE:

Es muy importante estructurar previamente y por escrito el mensaje que se quiere comunicar para tener un orden de ideas que puedan ser expresadas acertadamente.

Se puede iniciar dicha estructura escribiendo en un papel ideas y frases, esquemas de manera que tengan un orden lógico.

Es necesario que el tema del que va a hablar sea de su completo dominio, sin embargo, es necesario que haga una revisión bibliográfica reciente que le servirá de apoyo y al mismo tiempo le dará credibilidad. También puede recopilar su experiencia personal, pedir información en su empresa o a algún experto en el tema.

Hacer un buen rastreo de textos y personas expertas en el tema que usted va a trabajar le dará seguridad a la hora de emitir su discurso, lo cual le permitirá comunicarse con eficacia.

A continuación se presentan algunos aspectos:

La idea:

La idea es el punto de partida para construir un discurso. Puede concretarla a través de un título que no deberá contener más de

cinco palabras en las que se exprese de una manera clara, el contenido de su intervención.

Trate de ser original, busque un título que impacte, recuerde que el nombre de su idea es la primera forma para captar y atrapar la atención del público.

La composición:

Una vez que haya definido la idea, debe desarrollarla. Le proponemos usar la estructura del teatro griego clásico: INTRODUCCIÓN, NUDO Y DESENLACE.

En la introducción puede iniciar haciendo una presentación personal en la que diga sus logros académicos y profesionales, experiencias relacionadas con el tema, etc. Continúe con el título o motivo de la intervención, los objetivos y las características generales.

Recuerde que la primera impresión es muy importante, por ello debe ser impactante sin olvidar ser simpático, con el propósito de captar la atención del público y prepararlos para su intervención.

La introducción y el desenlace son muy importantes en el discurso ya que son las partes que el público más recordará, por ello debe fijar su atención en estos dos puntos, procurando ser breve, pero claro.

Para construir el nudo debe incluir cada uno de los conceptos que debe comunicar, exponiendo los correspondientes argumentos.

Intente darles un orden jerárquico a los conceptos ya sea por orden de importancia, cronológico, por afinidades u oposiciones. Apoyarse en medios audiovisuales puede ser de gran ayuda. (Para ampliar la información de las ayudas audiovisuales puede ir a la parte final de este capítulo).

Es aconsejable permitir o provocar algunas preguntas del público con el objeto de que cada concepto quede claro.

Como se dijo anteriormente, el desenlace deberá ser breve, pero es muy importante que resuma adecuadamente los aspectos más relevantes de lo expuesto, resaltando las ideas principales con frases cortas.

Puede preparar una conclusión final que reúna la idea principal de su intervención.

Al finalizar puede permitir que el público haga preguntas u opine. Sea muy conciso en las respuestas finales y tenga en cuenta el tiempo destinado para que este momento no se extienda demasiado.

La entrevista

Una de las más interesantes experiencias de comunicación, y especialmente de hablar en público, es la entrevista.

La entrevista no es otra cosa que el ejercicio de intercomunicación, el cual básicamente consiste en la indagación, charla o test que realiza una parte a la otra. Las entrevistas pueden ser de varios tipos, conforme al objetivo preciso o intencional de la comunicación.

El tipo de entrevista más utilizado es el que se requiere en los procesos de selección de personal, donde muchas veces la capacidad y la experiencia laboral no son suficientes. Según aumenta la competencia por obtener los mejores puestos, los empresarios deben comparar entre un número creciente de candidatos, y cada vez se hacen más preguntas y más métodos de selección.

Un entrevistador no sólo entrevista para identificar aspectos de la capacidad laboral sino para ver si la persona está calificada para el puesto, y para lograr una buena evaluación tiene en cuenta va-

riables como las personas externas (familia, amigos), las internas (afinidades, comportamientos similares), la cultura de la empresa, el equipo, la percepción del jefe.

Dedicaremos entonces una parte de este capítulo a reconocer la importancia de la entrevista y los aspectos que deben tenerse en cuenta para lograr una exitosa prueba.

Comencemos por identificar cuatro consejos fundamentales, especialmente si se trata de una entrevista de trabajo:

- Prestar total atención a las preguntas.
- No responda a temas que no le han sido preguntados.
- No exagere en información superflua o innecesaria.
- Prepare con anterioridad respuestas que incluyan sus datos personales, competencias, actitudes, aptitudes y defectos.

Las preguntas frecuentes

Los siguientes ejemplos de preguntas y temas frecuentes pueden darle pautas para que prepare su entrevista.

1. Hábleme de usted

Es una pregunta que requiere preparación y mucho tacto para referenciar la respuesta. Piense en lo que le interesaría oír al entrevistador sobre su vida y sus logros. Con esto conseguirá que el entrevistador ubique sus preguntas siguientes con el enfoque adecuado, buscando conseguir sus objetivos. Nunca responda sin antes haber identificado o escuchado que se desea oír hablar sobre su vida privada o profesional.

2. *¿A qué aspecto de su vida cree que se debe su éxito en esta profesión?*

No confunda esta pregunta con una narración de las causas de su triunfo laboral o de la experiencia exitosa. Lo que le interesa al entrevistador es reconocer las competencias laborales que le calificarían para el trabajo y de esa manera saber cómo actuaría en el trabajo. Responda a las preguntas de forma breve y generalizada.

Basándose en su experiencia profesional, personalice e incorpore los valores clave de su perfil personal, profesional y de empresa. Por ejemplo: "en mi opinión, mi éxito se basa en factores como: el apoyo de mis colegas, enfocar mi labor concreta en función de lo que el departamento en su conjunto debe realizar".

3. *¿Qué desea encontrar en nuestra empresa?*

Nunca tenga como respuesta las posibilidades salariales. Ni tampoco lo que espera del trabajo en sí, sino en términos de colaboración y de aporte complementario de usted a la empresa. Desea una empresa donde sus características personales y profesionales le permitan colaborar en la obtención de las metas clave de la empresa.

4. *¿Qué experiencia tiene usted para cubrir satisfactoriamente este puesto?*

Con su respuesta tiene la oportunidad para convencer al entrevistador de sus capacidades y de su valía, pero antes de contestar, asegúrese de saber cuáles son los aspectos más críticos para el entrevistador. El entrevistador no busca un ingeniero, vendedor o administrador competente; desea encontrar a la persona que sea capaz de trabajar rápidamente y de forma eficaz en los proyectos actuales. La psicología organizacional se basa en la identificación de competencias laborales, donde se descubren ciertas capacidades

y habilidades para desarrollar actividades y lograr objetivos, ojalá cercanos a las condiciones del perfil requerido.

En la entrevista, la empresa hace un esbozo del puesto, pero lo que desea es contratar a la persona que solucionará los problemas. Una buena opción es preguntar al entrevistador los aspectos de máxima urgencia e interés para la empresa.

5. *¿Qué planes tiene para su futuro profesional?*

No responda que se verá en un potencial cargo directivo, ya que seguramente lanzarán preguntas relacionadas con sus conocimientos administrativos y gerenciales, además de generar un cierto clima de competencia que puede ser negativo para el desarrollo de la entrevista.

La respuesta más segura es la que le identifica con la profesión que tiene y que quiere proyectar como carrera.

6. *¿Cómo consiguió su último empleo?*

El entrevistador desea comprobar su iniciativa. Si puede, demuéstrelo. Al menos, demuéstrale que es decidido.

7. *¿Con qué tipo de personas le gusta trabajar?*

Busque en esta pregunta sencilla, reconocer el valor del compañerismo cuando se aprende y se desarrolla el trabajo, la honradez, la sinceridad y la dedicación.

8. *¿Cuál considera usted que es su punto débil?*

Esta es una clara invitación para que se ponga la soga al cuello. La mejor salida es una respuesta generalizada que se relacione con

algún rasgo clave positivo. Elabore la respuesta de manera que su "debilidad" aparezca al final como una característica positiva.

9. ¿Cuál es su punto fuerte?

Mencione en la respuesta un par de esos factores clave de cada categoría de perfil que lo vuelven competitivo. Necesita demostrar que siente satisfacción, confianza en sí mismo, capacidad para tratar problemas difíciles y facilidad para amoldarse a nuevas responsabilidades con rapidez cuando es preciso.

10. ¿Cuánto desea ganar?

Su respuesta a esta pregunta debe ser cuidadosamente preparada con anticipación. Es importante que tenga claro cuál es su oferta mínima. Debe saber que las empresas manejan unas tablas salariales definidas para cada empleo, de manera que una respuesta inapropiada borraría todas las posibilidades de obtener el empleo.

Considere la mejor oferta posible, pero sin valorarse por encima de lo normal en el mercado, considerando las cualidades y la experiencia.

RECOMENDACIONES PARA LA ENTREVISTA DE TRABAJO

1. No mencione ni discuta sobre sueldos, vacaciones, horarios. Son temas importantes pero que deben ser planteados en otro momento. Estos asuntos forman parte de la futura negociación en caso de que sea elegido.
2. No exija una decisión rápida. El entrevistado debe preguntar "¿Cuándo me darán a conocer su decisión?". Una vez le digan

la fecha no exija que la decisión sea tomada con más rapidez. No hable de otras ofertas que debe considerar.

3. No se muestre desanimado porque no le hayan ofrecido el empleo en la entrevista; con ello mostraría una peligrosa carencia de autoestima y determinación.
4. No pida una evaluación de la forma en que ha realizado la entrevista. Significa forzar la máquina, y coloca al entrevistador en una situación comprometida.

ENTREVISTA PARA MEDIOS DE COMUNICACIÓN

El manejo de los medios de comunicación, especialmente cuando se trata de una entrevista, requiere ciertas habilidades y recomendaciones especiales.

Recordemos que la radio, la televisión y los medios escritos, muchas veces transmiten información oral, visual y/o escrita que puede detallar elementos distractores o catalizadores de la información realmente importante.

La entrevista en la televisión. Si va a declarar, exponer o presentar en un medio tan influyente como la televisión, sin duda alguna debe preparar todos y cada uno de los detalles que implican su presentación ante un auditorio invisible y numeroso.

Es probable que asesores de imagen y de producción le den consejos previos que están relacionados con el marketing necesario, pero no sobra recordar algunas recomendaciones:

- Evitar los colores brillantes y los tejidos que brillan, pues dan problemas de reflejos; a veces las prendas blancas, dependiendo del tejido, producen ciertos molestos halos de luz, y no hacen buen contraste; lo mismo que las telas brillantes.
- Las damas deben evitar el uso de demasiadas joyas o bisutería que puede dar lugar a brillos y reflejos muy molestos.
- Es mejor dejar el tema del maquillaje a los especialistas, pues un mal uso del maquillaje puede desmejorar facciones y proporciones. Recuerde que la pantalla puede aumentar el volumen corporal de una persona.
- Las gafas, si no son imprescindibles, pueden dejarlas, para evitar brillos y reflejos; en definitiva debemos tener en cuenta todas las cosas que no "quedan bien" en la televisión para tratar de evitarlas y facilitar el trabajo de las cámaras.

La entrevista en radio. Cuando le propongan una entrevista para la radio, deberán indicarle de qué emisora lo llaman, para qué programa y sobre qué tema.

Es conveniente que se informe sobre el programa, quién lo presenta y si el tiempo se lo permite, escuchar algún programa para tener una idea más clara. Para no perderse, debería confeccionar un pequeño esquema o guión de los temas que van a exponer.

Hable despacio, claro y con términos sencillos. Vuelque todo su potencial en la voz, ya que la radio no cuenta con la fuerza de la imagen. Sea puntual, y evite hacer ruidos con objetos en la mesa o el micrófono (también sonidos con la boca, los dedos, apague su teléfono móvil, etc). Se oye todo en antena.

La entrevista con prensa escrita. La entrevista con la prensa puede darse en distintos sitios. Lo pueden llamar y pedirle entrevistarse en su despacho, o en las oficinas de su periódico o en un sitio neutral como puede ser un hotel.

Al igual que en la radio, es conveniente charlar unos minutos antes para conocerse un poco mejor. En algunos casos, sobre todo con gente famosa, se pide con anterioridad el cuestionario de las preguntas que se van a hacer. Y se perfila la entrevista real, para que no haya malos entendidos. Al ser un medio escrito ponga toda su atención en las respuestas, porque eso es lo que va a salir publicado.

Sepa con antelación quién le hace la entrevista, e infórmese sobre él. Y si puede lea alguna de las entrevistas que ha realizado. También debe saber si se va a hacer algún tipo de reportaje fotográfico, para cuidar de forma más estricta el vestuario.

No quiere decir que no vaya arreglado o no hable de forma clara, por no salir ni la imagen ni la voz en la entrevista, pero puede "descuidarla" un poco más. Infórmese de la edición en la que sale publicada su entrevista. Si es en su despacho o en su casa, ofrezca algo para tomar, y distender un poco el ambiente.

Procure conocer siempre de antemano a su entrevistador, el tipo de programa al que va a acudir o el tipo de prensa escrita en el que va a salir, para evitar alguna que otra sorpresa. Utilice el lenguaje apropiado según el tipo de entrevista (no es lo mismo un medio de información general, que un medio especializado).

RUEDAS DE PRENSA

El mundo de hoy gira en función de la comunicación activa que manejan los medios. Las ruedas de prensa se han convertido en escenarios de socialización y de información de diferentes temas y áreas.

Una rueda de prensa es la que convoca una persona o entidad para dar a conocer detalles sobre algo (un producto o un hecho). Debemos ofrecer un mensaje claro y directo. Cumplir el objetivo para el que fue montada la rueda de prensa. Se debe saber que los medios van a reflejar la noticia tal y como se tiene pensado.

Establezca unos turnos de preguntas para que los periodistas amplíen la información que desean cubrir. Deje los sitios más delanteros para la prensa gráfica. Y sitúelos siempre de espaldas a la luz (sobre todo en ruedas de prensa al aire libre).

Convocar una rueda de prensa supone desplazar a muchos periodistas y cámaras hasta el lugar donde se celebra. Las mejores horas para ello son a partir del mediodía hasta la hora de comer, y por la tarde, a partir de media tarde. Hay que tener en cuenta la importancia y objetivo de la rueda de prensa, ya que si la convocamos muy tarde, puede que no salga en los medios al día siguiente (si esa era nuestra intención). Posteriormente, es conveniente hacer un seguimiento en los medios de la repercusión de la información aportada.

Si es usted o su organización los que van a dar declaraciones, deben invitar a los medios. Envíe un comunicado (escrito, fax, etc), en el que habremos de indicar claramente:

1. Quién da la rueda de prensa.
2. Para qué se da la rueda de prensa (objetivo de la misma).
3. Lugar (aportando los mayores datos posibles), fecha y hora del acto.
4. En determinados casos se adjunta carta o tarjeta de respuesta, para confirmar las asistencias.

Debemos hacer unos cuantos preparativos antes del acto:

1. Capacidad de la sala. Hay que calcular el número de personas que van a acudir.

2. Redactar los comunicados y resto de información escrita (dossier) que va a repartir.
3. Cuidar la decoración, sobre todo si van cámaras de televisión y fotógrafos.
4. Comprobar el resto de los detalles: megafonía, servicios, carteles identificadores en la mesa presidencial, control de acreditaciones, etc.

Pautas y recomendaciones...

Recuerde que evitar producir mala impresión es la mejor manera de dejar una excelente impresión.

En una entrevista con medios de comunicación sea amable y derroche simpatía. Ponga el mayor énfasis en la palabra y menos en la imagen.

22. Ejercicio de repetición de consonantes:

- La repetición de una misma consonante en una frase, requiere nuestra atención y nos ayuda a concentrarnos en lo que estamos diciendo.
- Hay que intentar decir esta clase de frases a diferentes velocidades, hasta ser capaz de decirlas a gran velocidad con una vocalización clara.
- Intente con todas y deje para el final la que le cause más dificultades:

N: *Nadia nadaba en la nada al nadir entre nubes de Níspero.*

Añada una frase que contenga muchas n, "de su propia cosecha":

S: Sombras suelen soñar los sonámbulos sufrientes si sienten sábanas sudorosas sobre sus sandalias.

Añada una frase que contenga muchas **s**, "de su propia cosecha":

J: Juan, José y Jeremías juegan en los jardines del jíbaro con sus jumentos y sin dar juramentos, armando jaleo pero sin jalea.

Añada una frase que contenga muchas **j**, "de su propia cosecha":

C: Carlos, Carolina y Clemencia comían cocos en una carabela cuando Clodovico contaba las cuencas de cada calavera.

Añada una frase que contenga muchas **c**, "de su propia cosecha":

L: Libardo era libre con sus libros al levantar las libélulas de sus lámparas, al levantar, lelo, como un lulo, con ello sus ilusiones.

Añada una frase que contenga muchas **l**, "de su propia cosecha":

T: Trimalción tributa trofeos a los talegos de Tampico donde tampoco Tiburcio toma tomates ni trisca turroneos.

Añada una frase que contenga muchas **t**, "de su propia cosecha":

D: Dime Diana si tu Dios te da los dones dignos de una dama o si te doma la draga, el dragón que se disuelve en la dádiva.

Añada una frase que contenga muchas **d**, "de su propia cosecha":

RR: Erre con erre guitarra, erre con erre barril, rápido ruedan los carros del ferrocarril.

Añada una frase que contenga muchas **rr**, "de su propia cosecha":

23. Ejercicio de palabras que ayudan a mejorar la dicción:

La idea de este ejercicio es llegar a leer las siguientes listas de palabras en el menor tiempo posible, sin cometer errores.

apto
lúcido
converger
pleonasma
impoluto

laxitud
impugnar
atmósfera
transacción
implícito

expectativa
cognitivo
cónyuge
estratosfera
fraternal

dentífrico
vocinglería
pleonasma
transacción
anduviste

diminutivo
elipsoidal
objeto
eclecticismo
frustración
intercontinental
abstruso

autopsia
fractura
albornoz
pedestre
precámbrico
inflexible
pedagogía

24. Ejercicio de control de la respiración:

- Delante de su boca, a unos 15 cm, sostenga una hoja de papel Bond.
- Hable, pero exagerando los movimientos de la boca que acompañan a cada sonido.
- Hágalo más rápido o más lento, pero siempre controle que el papel se mueva lo menos posible.

25. Ejercicio de ritmo expresivo:

- Intente leer los siguientes textos en 1 minuto.
- Luego repita la lectura alternando frases rápidas con otras más lentas, hasta lograr el ritmo expresivo adecuado que le permita encontrar los contrastes de la modulación de la voz y ponerles énfasis a algunas palabras:

1. Texto de 86 palabras:

Ciertos hombres llevan en sí algún estigma natural. No son culpables de él, pues la naturaleza no puede escoger su origen, si es de nacimiento, por el predominio de uno de los humores, que a menudo rompe las defensas y valladares de la razón. Otras veces por culpa de algún hábito que desborda el molde de las buenas maneras. Pues bien; estos hombres se verán disminuidos ante la opinión general a causa de este efecto, ya sea innato en ellos o debido a la mala fortuna

Hamlet, de William Shakespeare

2. Texto de 120 palabras:

Dichoso el hombre que no sigue el consejo de los malvados,
ni se detiene en la senda de los pecadores
ni cultiva la amistad de los blasfemos,
sino que en la ley del Señor se deleita,
y día y noche medita en ella.
Es como el árbol plantado a la orilla de un río
que, cuando llega su tiempo, da fruto
y sus hojas jamás se marchitan.
¡Todo cuanto hace prospera!
En cambio, los malvados
son como paja arrastrada por el viento.
Por eso no se sostendrán los malvados en el juicio,
ni los pecadores en la asamblea de los justos.
Porque el Señor cuida el camino de los justos,
mas la senda de los malos lleva a la perdición.

Salmo 1 de la Biblia

26. Ejercicio de entrevista:

Usted se presenta a una entrevista de trabajo para el puesto de director del departamento comercial de una importante empresa de sistemas, y el entrevistador le pregunta por qué debería elegirlo a usted.

¿Qué contestaría?

27. Ejercicio de técnicas de venta:

Si usted quiere venderle un producto a un cliente indeciso, ¿qué tácticas aplicaría para que compre el producto en cuestión?

Refiera al menos dos de ellas :

1. _____

2. _____

28. Ejercicio de voz - respiración:

- **Aspirar:** pronunciar una frase breve (un verso, por ejemplo).

- **Espirar:** podemos hacer el ejercicio con todo un poema.

Se aspira, se dice el primer verso y se espira.

Cada vez se añade un verso, hasta pronunciar 6 u 8.

Sirve cualquier poema o texto breve compuesto de frases, aforismos o sentencias.

La idea es poder decir el texto inicial más el que se va añadiendo con una sola inspiración y espiración, para aprender a medir el aire.

Ejemplo:

Tomemos algunos de los aforismos del *Talmud* (tradición oral judía):

"Lo principal en la vida no es el conocimiento sino el uso que de él se hace."

"Cuanto más viejo un sabio, tanto más sabio se hace; cuanto más viejo un tonto, más se ensandece".

"Si has visto una acción pecaminosa cometida por un hombre instruido, no lo censures, pues es posible que se haya arrepentido de su pecado. Y si en verdad es un hombre sabio, ya se arrepintió."

Use usted un poema que le guste, o un texto breve, compuesto de no más de 8 frases o aforismos.

29. Ejercicios de entonación:

En castellano, podemos distinguir tres clases de oraciones:

• Enunciativas

En una frase enunciativa la entonación se inicia con una fase ascendente (muy breve, hasta el primer acento), el tono se mantiene y luego hay un descenso (también breve, desde el último ascenso).

Su esquema:

(sube el tono) *Nuestro padre (se mantiene) nos enseñaba valiosas lecciones acerca de la vida.* (baja)

• Exclamativas

Las frases exclamativas, a menos que sean períodos muy largos, mantienen el tono de voz uniforme:

(sube el tono) *¡Cuida (se mantiene) bien tus sentimientos!*

• Interrogativas

Las interrogativas pueden ser de dos formas, dependiendo de la respuesta esperada. Si se espera una contestación sencilla, afirmativa o negativa, la entonación será la siguiente:

(sube el tono) *¿Quieres (se mantiene) ponqué?* (sube)

Si la respuesta a la pregunta es una explicación, enumeración, etc., será del siguiente modo:

(sube el tono) *¿Quiénes (se mantiene) van a la fiesta?* (baja)

Cuando entonamos párrafos hay que establecer la unidad de los "grupos fónicos" (porciones de discurso comprendidas entre dos pausas).

La entonación habitual sigue las formas anteriores, aunque éstas varían si se trata de enumeraciones o si se intercalan paréntesis:

(sube el tono) *Trajiste (se mantiene) grandes novelas,* (baja)

(sube) *folletos (se mantiene) curiosos* (baja), (sube)

los mejores (se mantiene) diccionarios. (baja)

En las oraciones interrogativas con frases subordinadas o grupos fónicos añadidos, en general el esquema propio de las preguntas se da así:

(sube el tono) *¿Se va (se mantiene) para siempre* (sube)

o vuelve (se mantiene) dentro de unos meses? (baja)

(sube el tono) *¿Quiere (se mantiene) irse con ella,* (sube)

Mr. Thompson? (sube)

Tome un párrafo no demasiado largo y ejecute con éste la misma operación.

Ejemplo:

La lengua del paraíso

(sube el tono) *Los guaraos* (baja), (sube) *que habitan (se mantiene) los suburbios del Paraíso Terrenal* (baja), (sube) *llaman al arco iris (se mantiene) serpiente de collares y mar de arriba al firmamento* (baja tono). (sube) *El rayo es el resplandor de la lluvia* (baja). (sube) *El amigo, mi otro corazón* (baja). (sube) *El alma,* (se mantiene) *el sol del pecho* (baja). (sube) *La lechuza,* (se mantiene) *el amo de la noche oscura* (baja). (sube) *Para decir* (se mantiene) *"bastón" dicen nieta continuo* (baja); (sube) *y para decir "perdono"* (sube), (se mantiene) *dicen olvido* (baja).

Memoria del Fuego, *Las Primeras Voces*, de Eduardo Galeano.

Escoja otro texto y repita usted el mismo ejercicio.

30. Ejercicio del eco:

Éste es un ejercicio muy sencillo, pero que le ayudará a hacer consciente cómo modula las frases.

- Pídale al menos a uno o dos amigos que lo acompañen.
- Diga en voz alta una frase y sus amigos deberán repetirla exactamente como usted la dijo, con la misma entonación y ritmo.
- Varíe la entonación con esta y otras frases, para hallar nuevas posibilidades.

Ejemplo de frase:

“Hacer lo bueno en el momento equivocado es malo”.

Joshua Harris

Añada una frase “de su propia cosecha”:

31. Ejercicio de frases con distinta entonación:

- Con uno o dos amigos, escoja una sola frase y dígala ante ellos.
- Ahora intente entonarla según las siguientes intenciones emocionales.

Ejemplo de frase:

“El desorden en que aquí se pierden,
es el orden que no comprenden”.

Entonaciones:

- Exclamación alegre.
- Interrogación indiferente.
- Duda expectante.
- Exclamación con rabia.
- Afirmación triste.

Repita el ejercicio con una frase que usted escoja, o con una “de su propia cosecha”:

- Sus amigos le comentarán qué tan bien o acertadamente lo hizo.
- Repita la frase en sus diferentes entonaciones hasta que llegue a un resultado satisfactorio.

32. Trabalenguas:

- Estas formas verbales ayudan a ejercitar las habilidades de expresión de vocalización.
- Aquí le sugerimos algunos, aunque usted puede encontrar muchos otros.
- La idea es que llegue a decirlos con total fluidez y con un claro entendimiento para sus oyentes, a una velocidad normal.

PL: *Si Pancha plancha con una plancha, ¿con cuántas planchas plancha Pancha?*

Añada un trabalenguas que contenga muchas **pl**, “de su propia cosecha”:

LL: *Las calles llenas de llanto y los pellejos llenos de llagas;*

Añada un trabalenguas que contenga muchas **ll**, “de su propia cosecha”:

TR: *Tres tristes tigres comían en tres tristes platos llenos de trigo.*

Añada un trabalenguas que contenga muchas **tr**, “de su propia cosecha”:

R /RR: *Guerra tenía una parra*

y Parra tenía una perra.

La perra de Parra

rompió la parra de Guerra,

y Guerra le pegó con una porra

a la perra de Parra.

Si la perra de Parra

no hubiera roto

la parra de Guerra,

Guerra no le habría pegado

con la porra a la perra de Parra.

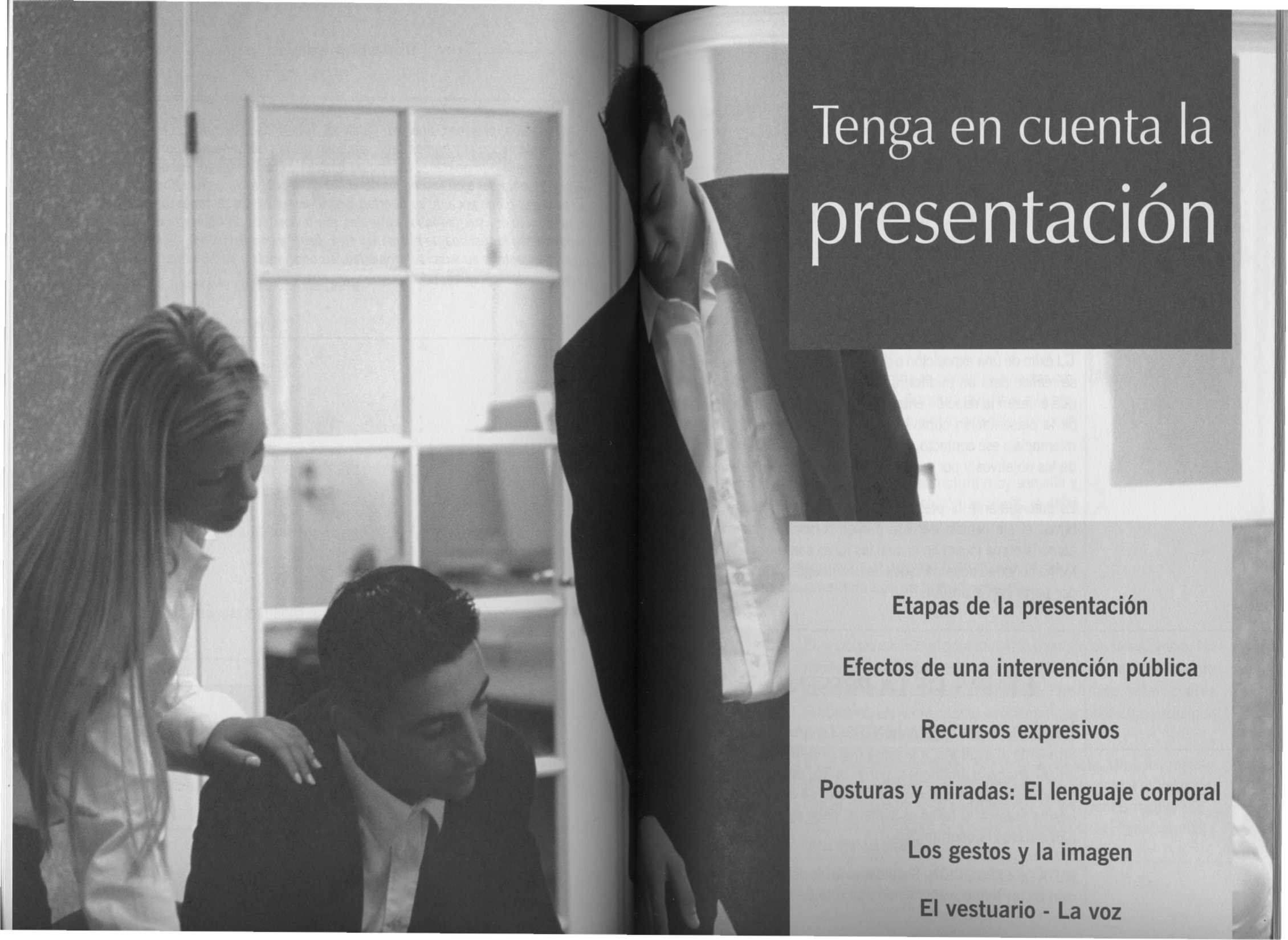
Añada un trabalenguas que contenga muchas **r o rr**, "de su propia cosecha":

33. Declamación:

Buenos y significativos textos sirven para ejercitarse en la buena expresión oral en voz alta y clara, respetando y dándoles la intención debida a las pausas. Le damos aquí un texto que puede servirle de ejemplo, aunque usted puede buscar muchos otros.

"Asociación, progreso, libertad, igualdad, fraternidad, términos correlativos de la gran síntesis social y humanitaria; símbolos divinos del venturoso porvenir de los pueblos y de la humanidad... Las masas ignorantes, sin embargo, aunque privadas temporalmente del ejercicio de los derechos de la soberanía o de la libertad política, están en pleno goce de su libertad individual: como los de todos los miembros de la asociación, sus derechos naturales son inviolables: la libertad civil también como a todos los escuda; la misma ley civil, penal y constitucional, dictadas por el soberano, protege su vida, su propiedad, su conciencia y su libertad; las llama a juicio cuando delinquen, las condena o las absuelve."

Esteban Echeverría.



Tenga en cuenta la presentación

Etapas de la presentación

Efectos de una intervención pública

Recursos expresivos

Posturas y miradas: El lenguaje corporal

Los gestos y la imagen

El vestuario - La voz

TENGA EN CUENTA LA PRESENTACIÓN

El éxito de una exposición o de cualquier tipo de intervención que se realice para un auditorio, depende de los elementos iniciales que enlazan la relación entre el expositor y su público. Hablamos de la presentación como el momento inicial en el cual se hace referencia a ese contacto, y debe estar acorde con el cumplimiento de los objetivos y por supuesto del tema que va a exponer.

Es precisamente la presentación tanto del exponente como del tema, el eje central de este primer contacto y puede definirse como la etapa inicial en la cual las ideas son introducidas de una forma concreta acompañadas de una imagen y un manejo certero por parte del expositor.

ETAPAS DE LA PRESENTACIÓN

SALUDOS Y AGRADECIMIENTOS: La presentación inicia con un saludo al auditorio, a la mesa que preside, autoridades y a los organizadores o anfitriones, por lo tanto, debe conocer de antemano los datos y motivos por los cuales se encuentran ahí. De la misma manera, si usted es invitado, debe agradecer a quienes le han ofrecido la oportunidad.

RUTA DE EXPOSICIÓN: Seguidamente se debe hacer la presentación de los temas, exponiendo una ruta de la exposición. Quiere

decir, que debe presentar el orden de los temas y si es importante, los tiempos en cada uno.

OBJETIVO: Como se comentó en capítulo anterior, es fundamental tener claro el objetivo que se pretende alcanzar con la exposición. Este objetivo se debe comentar al auditorio, de manera que al finalizar se pueda medir conjuntamente el alcance del mismo.

ESPECIFICACIONES LOGÍSTICAS: Es importante comentarle al auditorio el tiempo que probablemente requerirá para la exposición y los tiempos en los cuales el público puede intervenir.

Tener la presentación bien estructurada le permitirá avanzar con soltura y seguridad en la intervención. Aportará pulcritud a la presentación y evitará tener que hacer maniobras que sólo provocan desorientación a los que escuchan.

La presentación en general debe tener estructura muy sencilla y debe contener todas las fases de la intervención, es decir, se debe manifestar la esencia de lo que se va a exponer.

El siguiente cuadro recomienda las partes fundamentales de la exposición y es válido para todo tipo de presentaciones:

Introducción	El principio es crucial para captar la atención de la audiencia. No confíe en su capacidad de improvisación. Redacte íntegramente su introducción antes de presentarla. Preséntese, señale cuál es el objetivo, comente cuánto va a durar la presentación y explique brevemente la estructura que va a seguir.
Posición	Es el momento de conectar con la audiencia. Un buen método para conseguirlo es describir el momento actual en relación con el propósito de la presentación. Si los oyentes reciben informaciones sobre el pasado y el presente del tema, es más fácil que se sitúen.

Desarrollo	Siga el esquema con el que ha desarrollado el trabajo, pero no caiga en la tentación de memorizarlo o leerlo. Justifique las afirmaciones y añada ejemplos, esquemas o contenido gráfico a la presentación. Así resultará más convincente.
El resumen	Plantee las conclusiones de la exposición. Asegúrese de que el público recibe la idea principal que ha deseado transmitir en la presentación.

Dentro de la estructura de la presentación es importante reconocer la importancia de la argumentación. Organizar el texto para introducir un tema fundamental que es la argumentación.

La argumentación es un tipo de exposición que tiene como objeto defender con razones o argumentos una tesis, es decir, una idea que se quiere probar o sustentar. Es también el arte o la ciencia de organizar razones para persuadir o disuadir a un auditorio.

La argumentación es una actividad cotidiana y necesaria en nuestra vida, cualquiera que sea la profesión que usted tenga o actividad que realice, para poder defender con éxito sus ideas o refutar las de otro oponente, necesita desarrollar la destreza argumentativa.

Argumentar es un acto de habla complejo que requiere por lo menos de dos actos, uno que funciona como tesis y el otro que opera como argumento o premisa para una conclusión. Un argumento, por el contrario, es un acto simple de habla, por lo tanto es menos complejo y su propósito es ilustrar, sustentar, justificar, aclarar o explicar una idea. Cuando un argumento es incorrecto o sus razones son insuficientes, apresuradas o dudosas nos encontramos frente a una falacia.

Argumentar bien es expresar con claridad, coherencia, precisión y pertinencia las ideas para que el público nos comprenda y acepte nuestras ideas.

La argumentación es razonamiento, demostración y fundamentalmente observa el propósito de convencer, hacer cambiar de ideas, actitudes y acciones de un interlocutor, sea éste un individuo o todo un auditorio.

El arte de argumentar fue cultivado en la antigüedad por la civilización latina, donde excelsos representantes tales como Marco Tulio Cicerón (106- 43 a J.C.) refinaron el arte de la oratoria, la ironía, la inventiva y la argumentación en sus célebres discursos políticos, lo que le proporcionó la admiración no sólo de sus contemporáneos sino también de los intelectuales y politólogos modernos que aún hoy toman sus tratados y sus cartas como modelo de referencia para sus propios escritos y discursos.

En la actualidad, el uso de la argumentación es múltiple y abarca una variedad de temas a los ojos de cualquier expositor y del público. Por ejemplo, se argumenta en la vida política de los Estados con el fin de proponer la construcción de sociedades más justas, el vendedor de una tienda argumenta frente a sus clientes para promocionar sus artículos; el abogado argumenta frente a los estrados para ganar un pleito, el líder para conseguir seguidores; el científico para defender sus hipótesis, el padre de familia para persuadir a su hijo de la importancia de una vida honrosa, etc.

Sin embargo, usted debe tener en cuenta que para tener éxito en la argumentación o en cualquier actividad que requiera el buen uso del discurso o del debate, hay que leer mucho, comprender e interpretar los textos manteniendo siempre una actitud crítica que le permita convertirse en un actor propositivo frente al tema.

Elementos de la argumentación

En toda argumentación podemos distinguir tres elementos:

- El **objeto**: Es el tema sobre el cual se argumenta.
- La **tesis**: Es la postura propia o aquella que el expositor tiene o defiende respecto al tema.

- Los **argumentos**: Son las razones en las que el expositor basa, con comprobaciones, ejemplos o teorías, su postura frente al tema.

Existen varias clases de argumentos que pueden ser clasificados de la siguiente forma:

- **Argumentos racionales**. Son aquellos que se basan en ideas y verdades admitidas y aceptadas por toda la sociedad.
- **Argumentos de hecho**. Son aquellos que se basan en pruebas observables y verificables.
- **Argumentos de ejemplificación**. Son aquellos que se basan en ejemplos concretos.
- **Argumentos de autoridad**. Son aquellos que están basados en la opinión de una persona de reconocido prestigio.

Etapas de la argumentación

La argumentación consta de tres etapas fundamentales:

- **Introducción de la idea**: Consiste en la presentación de los elementos generales de la idea que se pretende defender.
- **Desarrollo o argumentación global de la tesis**: Consiste en el planteamiento y desenvolvimiento de los argumentos con los que se pretende defender la idea presentada.
- **Conclusión**: Consiste en la etapa en la que se confirma la tesis.

EFFECTOS DE UNA INTERVENCIÓN PÚBLICA

Muchos expositores, sin importar su experiencia, sufren ciertos

efectos físicos anteriores y/o posteriores a la exposición. Es una sensación normal que muchas veces parte de una característica propia de la naturaleza humana: sentir miedo o timidez.

El miedo es controlable, al igual que todas sus manifestaciones corporales. Una persona recia y disciplinada es capaz de controlar el miedo y hacerle frente a cualquier situación difícil. Esto es parte del desarrollo de la personalidad, independientemente de su manera de ser. Sin embargo, no siempre —o no todos— estamos habituados a encarar este tipo de situaciones y no nos basta con el deseo de tranquilizarnos para hacerlo efectivamente. Para esos casos hay varios consejos de utilidad:

La dosis de nervios es buena siempre que pueda canalizarse adecuadamente. Todos aquellos que tienen que enfrentar público lo experimentan y algunos dicen que, aún después de mucho tiempo de práctica, tienen una sensación de esas características en el arranque de su discurso.

El lado positivo: los nervios previos a una exposición frente al público nos motivan, nos ayudan a preocuparnos anticipadamente por preparar bien nuestro trabajo, a fortalecer y entrenar nuestra concentración. En este caso, y sólo en éste, los nervios son sinónimo de rendimiento. Si observara que ellos no le motivan, entonces sí tendrá que hacer un examen exhaustivo al respecto.

¿Cuáles son los motivos del temor anterior a la exposición?:

- Creer que será imposible dominar el tono y la expresión.
- Bloquearse y sentir la sensación de actuar de modo ridículo.

- Considerar que nuestros argumentos serán refutados por falta de consistencia.
- Experimentar temor también por el hecho de enfrentarse a un público numeroso, desconocido y/o desagradable.

Qué se debe hacer para estar preparado y atemperar los nervios:

- "Entrenarse", eso hará que se sienta seguro.
- Averiguar anticipadamente el tipo de público ante el cual disertará o expondrá.
- Tener en claro el objetivo que intenta lograr, actuando pausadamente sin arrebatos.
- Solicite colaboración en la preparación de los elementos del auditorio donde llevará a cabo la exposición.
- Estimule la concentración, profundice en todo lo que respecta a los temas que abordará.

Todo esto hará que pueda sentirse confiado y le permitirá dominar y controlar la situación.

Relájese con suficiente antelación

Hay diferentes formas de relajarse. Algunas son de tipo físico y otras de tipo racional o mental. Dentro de las primeras, las más corrientes son los ejercicios de respiración. Hacerlos a solas en un lugar apartado antes de iniciar su charla, le puede ayudar notablemente. Los ejercicios de respiración profunda tienen la ventaja de que ayudan a la circulación y, por lo mismo, avivan y despiertan la inteligencia.

Hacer deporte frecuentemente es la mejor manera de descargar las tensiones. No olvide la máxima: *Mente sana en cuerpo sano*. Quien practica algún tipo de ejercicio goza de mejor salud, lo que se manifiesta en una vida más dinámica, pensamiento más ágil, buen estado de ánimo, e inteligencia viva, gracias a una buena irrigación del cerebro. Estas condiciones lo predisponen muy bien para la expresión. Además, el deporte da disciplina y enseña a ver las cosas deportivamente. El deportista es amigo de los retos y los asume con seriedad, ánimo y entusiasmo.

Hablar en público es un reto, y la mejor forma de afrontarlo es preparando y generando un plan con optimismo y sin sentido trágico. Usted haga su mejor esfuerzo. Asumir su intervención deportivamente, significa dar lo mejor de sí para que salga bien, y no desanimarse si las cosas no resultan como esperaba. La próxima vez saldrán mejor.

Esta es la actitud más relajante, e indudablemente la más sana de cuantas se pueden asumir en este tipo de actividades.

No pensar demasiado en lo que nos atemoriza, brinda buen resultado. Para ello, ayuda el distraer la atención pocos minutos antes en alguna actividad ajena a la intervención, por ejemplo, leer un libro o charlar con alguna persona. Pero la clave de todo está en la confianza en sí mismo.

No se trata de sentirse autosuficiente, porque caería en la pedantería o en la vanidad, sino de ser consciente de tener la capacidad de hacer bien su intervención.

Todos podemos hablar en público; hacerlo no es difícil, porque estamos hechos para comunicarnos con los demás, y el hombre es el ser más expresivo del universo. Es algo inexorablemente unido a la vida, igual que respirar.

Para dominar los nervios no hay que hacer nada raro, ni autosugestionarse ni lavarse el cerebro todas las mañanas con máximas y consignas como "yo puedo", "yo soy capaz de todo", "tengo el mundo a mis pies", ni cosas por el estilo.

Aprender a dirigirse al público es en sí una parte importante del desarrollo de la personalidad y de la formación del carácter; asúmalo con buen ánimo también como aprendizaje y como una fascinante experiencia.

El nerviosismo

Pocas personas se escapan del molesto nerviosismo previo a una intervención en público ¿Qué se puede hacer para controlarlo?

Primero. Es necesario aprender a **convivir con los nervios**. Aun los más consagrados oradores, actores, cantantes, etc., presentan un cierto grado de nerviosismo antes de enfrentarse al público.

Segundo. Cada vez que hable en público **le costará un poco menos** que la vez anterior, sobre todo si es ante el mismo público (por ejemplo, con los compañeros de trabajo).

Tercero. Los nervios desaparecerán por sí mismos en el momento que **empiece a hablar**.

Cuarto. En la mayoría de los casos el auditorio no se fija en sus reacciones corporales: temblor en la voz, sudoración de las manos etc. Por lo tanto, **no les dé pistas** del tipo: "perdonad que me tiemble la voz", "qué nervioso estoy".

Quinto. **No evite la mirada o el contacto visual** con el auditorio, si la aparta es una señal evidente de nerviosismo.

Ejercicios de relajación para evitar el nerviosismo

Minutos antes y si es posible con días de anterioridad repita una sesión diaria de estos ejercicios para estimular el cuerpo, relajarlo y sobre todo recuerde que la base de la relajación es LA RESPIRACIÓN.

Trabajo libre

Objetivo: Mantener la flexibilidad del hombro y la parte superior del cuerpo.

Posición: Póngase de pies con los brazos en los costados.

Movimiento: Levante ambos brazos hacia los lados hasta que queden paralelos al piso. No los eleve más allá del punto que le sea cómodo. Bájelos. Respire profundamente mientras hace el ejercicio.

Repita dos veces.

Trabajo libre

Objetivo: Relajar la espalda y el cuello.

Posición: Póngase de pies con la espalda recta.

Movimiento: Tómese las manos y apóyelas en la espalda al nivel de la cintura. Elévelas muy despacio recorriendo la espalda. Pare cuando sienta que su incisión se estira. Mantenga esa posición durante 15 segundos. No se olvide de respirar. Hágalo una vez.

Trabajo libre

Objetivo: Aumentar el estiramiento del brazo por encima de la cabeza.

Posición: Póngase de pies o siéntese con la espalda recta.

Movimiento:

1. Entrecruce sus manos, estire los brazos y álcelos frente al pecho. Levante los brazos sin doblarlos. Pare cuando sienta que se le estira la incisión y mantenga esa posición durante 15 segundos.
2. Con los dedos aún entrelazados, doble los brazos y apoye las manos sobre la cabeza. Estírese. Si la molestia en su incisión desaparece continúe deslizando sus manos por encima de su cabeza y hacia atrás hasta que lleguen a la nuca. Mantenga la cabeza erguida.
3. Separe y estire los codos hacia atrás de manera gradual. Hágalo sólo hasta donde pueda sin sentir molestias en la incisión. Manténgase así durante 15 segundos.
4. Regrese a la posición inicial siguiendo los pasos a la inversa. Haga todo el ejercicio una vez.

Trabajo libre

Objetivo: Estiramiento de la axila y los músculos de la parte posterior del brazo.

Posición: Párese frente a una pared (a 1 pulgada / 2.5 centímetros), con el brazo estirado hacia arriba tanto como pueda y tocando la pared con toda la palma de su mano.

Movimiento: inclínese hacia adelante hasta que sienta que se le estira la axila. Manténgase así durante 15 segundos. A medida que se le haga más fácil hacer el estiramiento, aléjese de la pared. Hágalo una vez.

Recomendaciones adicionales

- Cuanto mejor haya preparado la exposición, más seguro y confiado hablará, por lo tanto, prepare previamente el discurso y acompañese de las notas y apuntes y recursos audiovisuales que necesite.
- No es recomendable leer todo el discurso, se pierde naturalidad y la atención del público. Pero sí llevar anotada la primera frase con la que va a iniciar la charla. Proporciona seguridad y confianza.
- Crea firmemente en que el público va a estar interesado en lo que le va a contar.
- Tenga confianza en que va a desarrollar la charla con éxito.
- No se fijarán que ha perdido el hilo del discurso si no da muestras de desesperación cuando le pase.
- Evite cualquier forma de movimiento o tic nervioso que pueda delatar su estado de ánimo, concretamente: no se ponga la mano delante de la boca, ni meta las manos en los bolsillos y mucho menos juegue con las monedas o llaves que lleve dentro.
- Controlar los movimientos del cuerpo, desplazarse de vez en cuando.

RECURSOS EXPRESIVOS

La expresión corporal y la imagen son los recursos expresivos más importantes del desarrollo en la intervención.

La primera y la última frase de una intervención son fundamentales. Hay que captar la atención del público desde el principio y concluir dejando una buena sensación.

Una vez cumplidas las formalidades como el agradecer la invitación, informar de cuestiones prácticas, etc., se empieza con la parte sustancial de nuestra intervención, se debe procurar hacerlo con un **párrafo introductorio general** que resuma lo que se va a decir y por qué les interesa aquel tema.

Este párrafo ha de tener la virtud de **captar la atención del auditorio e indicar el hilo de nuestro pensamiento**. A partir de aquí, deben ordenarse las ideas de forma secuencial sucediéndose unas y otras con arreglo a una estructura lógica.

Al preparar las charlas o intervenciones se debe buscar un comienzo interesante, de tal manera que potencialicen nuestros recursos expresivos:

- Salude mirando y sonriendo al público en un gesto de agradecimiento. Haga referencia al auditorio con alguna forma de identificación.
- Pregunta retórica sobre el tema: "¿Por dónde podríamos empezar?" "¿Qué preguntas podríamos hacernos sobre...?" (sin esperar respuesta, contestamos).
- Evite agachar repetidamente la cabeza en el estrado o leer en exceso. Es aconsejable apuntar en el guión la frase inicial de nuestro discurso. La dificultad de encontrar un buen inicio desmoraliza al orador, atrasa el cuerpo del discurso y puede desordenarlo.

El final de la intervención debe ser un compendio de lo que se ha dicho y, en la mayoría de los casos, debe incluir los siguientes elementos:

- **Un resumen**, concentrado en una o dos frases, del contenido principal del discurso.
- Un llamamiento de apoyo a lo que se ha expuesto o unas palabras de agradecimiento.

Uniendo la parte final y la inicial de un discurso, ambas tendrían que contener los puntos esenciales de la exposición. La apertura indica lo que se va a decir; la conclusión resume lo que se ha dicho.

La primera impresión

La primera impresión que recibirá el auditorio será la que se desprenda de nuestra imagen externa que hemos de procurar que sea positiva.

Este factor no tiene tanta importancia si el público nos conoce, como es el caso de una charla en clase, o una asamblea en el centro de trabajo. Si no nos conocen, en un primer momento pesará más el "cómo lo decimos" que "lo que decimos".

Debemos buscar que nuestra imagen sea una aliada que nos ayude a la consecución de los resultados perseguidos. En cuanto a la actitud, simplemente debe resumir sinceridad, energía y convicción.

Considere el tiempo. El público se sentirá realmente molesto si tiene la sensación de que le están haciendo perder su tiempo. Es necesario remediar muy pronto este indicio, a ser posible en los primeros diez segundos:

"Me gustaría empezar (indicio) esta breve explicación (se refuerza el indicio) preguntando a todas las personas presentes cómo creen que serían las condiciones de los cines si se bajaran los precios."

Conozca la audiencia

Es fundamental conocer bien la audiencia y también hacérselo saber:

«La reducción de los precios de las entradas de cine se fundamenta en los beneficios que se obtienen (indicio), que como la mayoría de los presentes (indicio reforzado) van al cine comprueban cómo suben los precios día a día».

Demuestre ser una persona organizada

Debe organizar la información y, a ser posible, cómo lo demuestra su imagen:

“En toda negociación hay dos aspectos (indicio), los intereses de los dueños de los cines y los de los cinéfilos y me gustaría hablar sobre ambos, unos minutos, antes de comentar las posibles soluciones (indicio)”.

Conoce el tema a profundidad y lo demuestra con sus gestos

Si ha sido presentado antes de la intervención, ya se habrán destacado nuestros conocimientos y aptitudes. Pero tanto si ha sido así, como si no ha habido presentación, debemos ser nosotros quienes demos nuestro dominio del tema y es importante que los gestos y movimientos estén acordes con la seguridad del conocimiento.

Refuerce con sus expresiones las ideas más importantes

Hay que denotar cuándo vamos a decir lo fundamental y es importante usar la voz, la mirada o el movimiento de los brazos y manos para sugerir la trascendencia de lo que se está diciendo.

Aunque es imposible enumerarlos todos, a continuación se enumerarán aquellos conectores más usados que refuerzan la coherencia expositiva.

PARA EMPEZAR UN TEMA

El objetivo principal de...	Esta exposición trata de...
Nos proponemos exponer...	Nos dirigimos a usted para...
El tema que vamos a tratar...	Ante todo...

PARA CAMBIAR DE TEMA

Con respecto a...	En cuanto a...
Por lo que se refiere a...	Sobre...
Acerca de...	El siguiente punto trata de...
Otro punto es...	En relación con...

PARA MARCAR UN ORDEN Y DISTINGUIR

En primer lugar...	En segundo lugar...
Primeramente...	A continuación...
Ante todo...	Además...
Por una parte...	Por otra parte...
Al final...	En último término...
Ahora bien...	Por otro lado...
Así mismo...	No obstante...
En cambio...	Sin embargo...

PARA CONTINUAR SOBRE EL MISMO PUNTO

Además...	Después...
A continuación...	Luego...
Así mismo...	Así pues...
Es decir...	Hay que hacer notar...
En otras palabras...	O sea...
Esto es...	En efecto...

PARA DETALLAR

Por ejemplo...

En el caso de...

A saber.....

En particular...

Como, por ejemplo...

Así...

PARA RESUMIR

En resumen...

Resumiendo...

En conjunto...

Brevemente...

En pocas palabras...

Recapitulando...

PARA ACABAR

En conclusión...

Así pues...

Finalmente...

Para finalizar...

Para concluir...

En definitiva...

Ejercicio para el mejoramiento de la expresión y ocupación del espacio

El trabajo es individual. Debemos ir andando por todo el gimnasio, en el momento que queramos buscamos el suelo y nos colocamos de diversas formas, sentados, arrodillados, acostados,... todo el resto de los compañeros deben estar pendientes del espacio para ir evitando los obstáculos; puede ser que en determinado momento todas las personas estén en el suelo, igualmente debe respetarse el espacio del otro. El trabajo debe ser tomar contacto con el suelo y reiniciar de nuevo el desplazamiento por todo el gimnasio.

Concepto trabajado: Relaciones en el espacio total. (Niveles bajo, medio y bajo, trayectorias, desplazamientos diversos, trayectorias y tiempos, trayectorias y calidad de movimientos).

Comprobar el resto de los detalles: megafonía, servicios, carteles identificadores en la mesa presidencial, control de acreditaciones, etc.

Estilo de intervenciones en público

Estilo de la intervención

Podemos definir como estilo de la intervención todos aquellos elementos gestuales y expositivos que nos identifican en el momento de la presentación. Cabe decir que el estilo no es inmanente a la condición del expositor sino que puede variar de acuerdo con factores como la naturaleza del tema que va a tratar, el público a quien está dirigida la intervención y en casos muy comunes, debido al estado anímico y a las circunstancias ambientales que rodean la presentación.

Presentar un mismo tema varía cuando debe presentarse ante dos escenarios diferentes, por ejemplo, presentar el informe anual de los rendimientos de una empresa a la junta directiva es diferente a que estos resultados se presenten con el fin de felicitar a los empleados por los logros alcanzados.

No es apropiado utilizar siempre la misma forma de hablar en público, pues los estados de ánimo cambian de un día a otro haciéndonos cambiar la forma de ver las cosas y de esta manera ajustamos la intervención a las características de cada ocasión, ya que si no se hiciera la actuación podría resultar en un enorme fracaso (con independencia de que uno sea un experto en la materia), o resultar siendo una sobreactuación mal preparada que todo el mundo notaría.

Pautas y recomendaciones:

Presentar un mismo tema varía cuando debe hacerse ante dos escenarios diferentes.

Las características que definen el estilo de una intervención

1. **Formal o informal.** El estilo formal se caracteriza por el apego a las normas y frases protocolarias así como el uso de un lenguaje técnico. El estilo informal se distingue por la ausencia de una metodología rígida de exposición dejando más espacio a la improvisación.
2. **Serio o desenfadado.** Como su nombre lo indica, el estilo serio deriva de una actitud principalmente gestual que transmite rigidez por su parte, el estilo desenfadado muestra al expositor como una persona cordial y abierta a la participación.
3. **Sobrio o entusiasta.** El estilo sobrio hace referencia al carácter moderado del expositor mientras que el estilo entusiasta se refiere a la exaltación del mismo.
4. **Riguroso o generalista.** El expositor riguroso es aquel que trata los temas con extremo detalle describiendo cada uno de sus componentes. El expositor generalista es aquel que aborda los temas a partir de sus características de mayor relevancia presentando un análisis no muy profundo.
5. **Monólogo o participativo.** El estilo monólogo hace alusión al tipo de conferencista que presenta su exposición apropiándose a tal grado del tema que margina totalmente al público asistente limitando su participación y eliminando la posibilidad de establecer un proceso de retroalimentación. Por su parte, el estilo participativo brinda al conferencista la oportunidad de entrar en una retroalimentación continua con el público mediante la generación de espacios específicos en que se da la palabra a los asistentes para la expresión de sus dudas y comentarios.
6. **Con apoyo visual (proyector) o no.** Esta categorización obedece a si el expositor acostumbra hacer sus intervenciones apoyándose en ayudas audiovisuales que le sirven de guía o si prefiere hacer su presentación sin ningún tipo de implemento, salvo su voz y quizás sus apuntes.

Por último y a pesar de que no es considerado como un estilo de intervención, la dramatización en su forma más general es una manera de exponer ideas y puede adaptarse a muchos temas.

Dramatizar lo que se comunica

Dramatizar algo es darle acción. Y eso puede hacerse de distintos modos. Se puede dramatizar mediante el uso de un diálogo, imaginario o real (con el público o un interlocutor). También haciendo una cita de alguna figura muy famosa, o efectuando una narración, o dando un ejemplo personal, mostrando un objeto, formulando una pregunta impresionante, o realizando una afirmación sorprendente.

Ejemplos:

Discurso en un acto oficial: es una intervención formal, sobria y rigurosa en tanto que no debe extenderse, pero a su vez servirá de introducción a una gala de intervenciones de distintas personalidades, por lo tanto, debe incluir algún pasaje que se relacione con los temas que se van a tratar en este acto oficial.

Presentación de un proyecto técnico: para presentar este tipo de temas es necesario utilizar un lenguaje muy técnico y concreto, por lo mismo el estilo que usted debe utilizar es más informal, pues debido a la tecnicidad del contenido es preciso generar cierta cercanía con el público en aras de lograr un mejor entendimiento del proyecto que se expone. El apoyo visual y la posibilidad de preguntar son elementos importantes en este tipo de intervención.

Discurso de inauguración de las fiestas locales: es de tipo informal, pero esto no indica que no debe prepararse, debe ser entusiasta y divertido por lo que se utiliza incluir dentro de las líneas anécdotas y comentarios de humor, ya que su punto de referencia es una festividad y por tanto debe convocar al público a la alegría y la cercanía.

Palabras improvisadas en un banquete de boda: informal, familiar, entrañable, breve, etc.

Antes de hacer la intervención, usted debe conocer los ejes temáticos sobre los que gira el acto en el que debe intervenir, con el fin de preparar una exposición que encaje con el entorno, para esto es recomendable que hable con los organizadores del acto y con una persona experta y profesional en el tema para que éste le dé su opinión y enriquezca sus planteamientos, de esta manera logrará concretar mejor su forma de referirse al tema de interés.

Si tiene dudas sobre el tipo de intervención

Si no está informado del tipo de intervención que debe hacer, es muy conveniente que el tono con que desarrolle su exposición sea muy neutro y conservador, pues es más evidenciable hablar de manera informal en un acto formal que hablar de manera formal en uno informal.

El humor es un ingrediente importante

La utilización del humor en medidas dosificadas es un elemento muy favorable a la hora de intervenir públicamente, pues éste definitivamente establece mejor compenetración con los interlocutores y a su vez le da más seguridad a usted para dirigirse al mismo, si logra hacer reír al público en temas de tipo científico, médico o teorías políticas, el éxito de su intervención está asegurado, siempre y cuando no se desvíen los temas centrales y se logre transmitir el conocimiento necesario.

Usted debe considerar su sentido del humor como una herramienta estratégica para conquistar al auditorio, no dude en utilizar ocurrencias adecuadas con el contexto, contar alguna anécdota o un chiste, y por qué no, bromear con el mismo tema. Esto le permitirá relajarse un poco, al tiempo que muestra a su público que la intervención será amena y divertida.

EJERCICIO: ¡Escogiendo mi estilo!

A pesar de que anteriormente mencionamos que no es bueno que usted se encasille en un solo estilo de intervención, es realmente importante que conozca y practique con cada uno de ellos para escoger con cuál se siente más cómodo, cuál le provee mayor seguridad y cuál se adapta mejor a la intervención que debe realizar.

Seguramente al finalizar el ejercicio usted llegará a la conclusión de que el mejor estilo es el estilo propio compuesto por dos, tres o quizás más de los estilos aquí mencionados.

El ejercicio es muy sencillo:

1. Escoja algún tema que nunca haya presentado, esto le permitirá partir de una base neutral evitando que lo exponga con el estilo que pudo haber utilizado en alguna ocasión.
2. Pruebe inicialmente cada uno de los estilos de intervención respetando estrictamente sus características, aplicándolos a la totalidad de la intervención.
3. Intente mezclar aspectos significativos de cada estilo priorizando aquellos que le hayan brindado comodidad. Trate de hacer todas las combinaciones posibles.
4. Delimite el estilo o el nuevo estilo que haya logrado identificar como el más apropiado y escriba aquellas características que lo componen y los motivos que lo sustentan.

Recomendaciones

Lo más importante a la hora de definir su estilo de intervención es identificar claramente cuál es el espacio y el tipo de público a quien se va a dirigir, si usted no enmarca el tipo de personas que asistirán al acto, no podrá contextualizar el tema de su exposición acorde a las capacidades intelectuales de los interlocutores y las necesidades de conocimiento de los mismos.

Si no le fue posible identificar el tipo de público, entonces recuerde que su exposición debe tomar cauces conservadores para que no ponga en evidencia su desconocimiento del contexto en el que se encuentra.

En sus intervenciones puede utilizar el humor como herramienta de distensión hacia el público, pero siempre y cuando ese humor sea sutil y verdaderamente amable; para saber si es apropiado, pida un consejo a un amigo cercano, él le dirá si es propicio para la ocasión.

Sea cual sea el estilo que utilice, recuerde usar frases cortas, vocabulario sencillo, sentido de lo práctico y presentar una reflexión personal frente al tema.

Pautas y recomendaciones...

1. La regla de oro en este caso es nunca asumir un estilo que le resulte incómodo, recuerde que lo importante es llegar a la presentación libre de preocupaciones e injerencias.
2. Ensaye a menudo combinaciones de prendas de vestir y de colores para tener un ajuar adecuado a cada intervención.
3. La dramatización, como otros recursos, está dirigida a despertar la curiosidad del público y a establecer lazos de confiabilidad entre el orador y los interlocutores.
4. El orador buscará darle a su intervención aquella orientación con la que pueda lograr el mayor impacto posible con el público.
5. La utilización del humor en medidas dosificadas es un elemento muy favorable a la hora de intervenir públicamente.

Recursos audiovisuales y elementos de apoyo

El orador puede apoyar el discurso utilizando distintos medios visuales: pizarra, transparencia, pantalla del ordenador, etc.

- Sirven para captar la atención del público (rompen la monotonía).
- Facilitan la comprensión.
- Enriquecen la presentación.
- Ayudan a transmitir una imagen de profesionalidad.
- Dan seguridad al orador (cuenta con material de apoyo).
- El orador tiene que saber cuándo y cómo emplear estos medios visuales.

Pueden servir de apoyo al discurso (ayudan a captar la atención del público) o pueden suponer un obstáculo (distraen).

En su uso debe primar la simplicidad:

- Se utilizan para clarificar y hacer más comprensible la exposición; esto sólo se consigue con imágenes sencillas (si son complejas y difíciles de interpretar, en lugar de aclarar confunden más).
- Se deben utilizar imágenes con colores: permiten resaltar lo más relevante, remarcar las diferencias y hacen que la imagen resulte más atractiva.

Este material de apoyo debe ser eso, un apoyo al discurso, y no convertirse en la base de la presentación. No pueden restar protagonismo al orador.

En los ensayos hay que recrear las condiciones en las que se va a desarrollar la intervención.

El uso de este material de apoyo requiere una práctica que sólo con el ensayo se consigue.

Puede ocurrir que al contar el orador con material de apoyo se sienta más tranquilo y le lleve a desatender el ensayo: no se puede caer en este error.

Hay que tener prevista la posibilidad de que en el momento de la intervención no funcione el proyector.

Para evitar una situación tan difícil como ésta (por remota que parezca) el orador, además de preparar el discurso contando con estos elementos de apoyo, debe ensayarlo también sin la ayuda de los mismos.

Es decir, tiene que estar preparado para, si es necesario, desarrollar su discurso sin emplear estos apoyos visuales.

La pantalla o pizarra en lo posible debe situarse en el centro del escenario para facilitar su visión desde todos los ángulos.

Mientras explica la imagen, el orador se situará al lado de la pantalla para que el público pueda verlo al tiempo que sigue la explicación, sin tener que ir mirando de un sitio a otro (podría llegar a perder la atención en el orador).

El orador, mientras explica la imagen, estará mirando al público y no de espalda, contemplando la pizarra o la pantalla.

Si se van a proyectar transparencias o se van a realizar demostraciones en la pizarra, se debería indicar al público al comienzo de la intervención que a la salida van a recibir copia de este material.

Se trata de evitar que se pasen toda la sesión tomando apuntes, ya que les impediría prestar la atención debida.

Elementos de apoyo

a) Pizarra o tablero

- Permite desarrollar una explicación paso a paso.

- Sólo se empleará con grupos reducidos (no más de 40 personas).

Cuando se utiliza hay que tener en cuenta:

- Escribir con letra clara y grande, que sea fácil de entender.
- Es conveniente utilizar varios colores: por ejemplo azul y rojo (uno para escribir y otro para subrayar).
- Mientras se escribe, hay que situarse en un lateral para tapar lo menos posible.
- Ir leyendo lo que se vaya escribiendo (facilita su seguimiento).
- Una vez que se termine de escribir, uno se volverá rápidamente hacia la audiencia, colocándose al lado de la pizarra.

b) Fichas de apoyo

Cuando uno habla en público, si se limita a leer el discurso, resultará muy aburrido (falta de espontaneidad y de improvisación).

Es recomendable improvisar, aunque en este caso se corre el riesgo de quedarse en blanco (situación temida por cualquier orador).

Esto se puede evitar llevando **fichas de apoyo**.

Por una parte, se dispone de un guión que recoge los puntos que uno quiere tratar, reduciendo al mínimo la posibilidad de olvidos. Da seguridad al orador y le ayuda a calmar los nervios.

Por otra parte, le permite desarrollar el discurso sobre la marcha (improvisar). Esto le facilita introducir nuevas ideas, resulta más espontáneo.

El uso de fichas de apoyo es especialmente aconsejable en intervenciones de cierta duración (más de 30 minutos).

Confiar únicamente en la memoria implica correr un riesgo excesivo (quedarse en blanco, perder la línea argumental, olvidar tratar algunos de los puntos principales, etc.).

En la preparación de las fichas de apoyo conviene tener en cuenta:

- Utilizar letra grande, clara, que sea fácil de leer con un simple vistazo.
- Deben ser muy escuetas, recogiendo palabras claves, ideas básicas, etc., que sirvan de guía al orador. Hay que evitar fichas muy recargadas que dificulten su rápida consulta.
- Se escribirán por una sola cara, para no tener que darles la vuelta (resulta más discreto).
- Es conveniente utilizar papel duro, de tamaño cuartilla o menor, ya que son más fáciles de manejar y se arrugan menos.
- Las fichas se dispondrán de manera ordenada e irán numeradas, para evitar que se puedan desordenar y no sepa el orador cuál es la que viene a continuación.

En los ensayos se deben utilizar las fichas de apoyo que más adelante se van a emplear en la intervención (permite familiarizarse con su uso).

No hay que esconder las fichas de apoyo, fingiendo que no se utilizan.

El público entiende perfectamente que es natural que el orador se sirva de un pequeño guión para desarrollar su discurso.

Se irán pasando discretamente y se irán amontonando en un lateral (sin darles la vuelta).

Aunque se preparen fichas de apoyo para la introducción y la conclusión, habría que tratar de no tener que recurrir a ellas.

Son las dos partes más importantes del discurso y es preferible desarrollarlas de memoria, para poder poner todo el énfasis en su exposición (mirar una nota, aunque sea un instante, resta espontaneidad).

Pauta y recomendación...

Si se va a utilizar material de apoyo, hay que revisarlo en los ensayos.

POSTURAS Y MIRADAS: EL LENGUAJE CORPORAL

El lenguaje del cuerpo es una esfera que muchas personas han utilizado para establecer en cada momento unas pautas de actuación o una línea para seguir en determinados escenarios, sean cotidianos, laborales o sociales.

La progresión de conductas y un entrenamiento adecuado pueden conseguir que nos sintamos mucho más seguros de nosotros mismos ante situaciones para las que hemos sido entrenados, e incluso generar mecanismos de naturaleza no verbal en momentos imprevistos que comuniquen a nuestros interlocutores aquello que queremos transmitirles.

Los movimientos y gestos deben ser ejercitados y reconocidos por el expositor mismo, por eso es recomendable observar grabaciones y realizar ejercicios de posturas frente al espejo, para corregir probables defectos y mejorar las expresiones corporales.

La mirada

Es importante mirar a nuestro auditorio de manera constante y amplia. Delante de un auditorio **lo mejor es pasear la vista por todo él** y de forma pausada. De esta manera podemos ir comprobando el impacto de la explicación y el grado de atención que despierta. El público se siente seguro cuando la mirada cubre la totalidad del escenario y cuando se demuestra que estamos atentos a cualquier comportamiento del auditorio.

Si nos dirigimos al público mirando a cualquier otra parte donde podamos esquivar las miradas de la gente, parece que tengamos miedo de comprobar que nos miran. El auditorio también puede pensar que no tenemos interés en comunicarnos y esto anula inmediatamente la eficacia del mensaje.

Debemos evitar las miradas cortas e inquietas. Si mirar a los ojos nos resulta incómodo, lo mejor es mirar a la frente ya que da la misma impresión. Si el número de personas asistentes no permite miradas individuales, las realizaremos de forma global.

Mirar a la audiencia es una forma de mantener la atención, la persona que percibe nuestra mirada experimenta la sensación de que se le habla a ella; por el contrario, si un sector no recibe nuestra mirada, tendrá la sensación de que no lo tenemos en cuenta.

Controlaremos el tiempo de forma natural, sin que parezca que estamos pendientes de ello. Si llevamos el reloj en la muñeca, no debemos mirarlo con frecuencia.

En muchas ocasiones nuestros ademanes y posturas pueden «perjudicar» una intervención bien preparada: brazos como aspas de molino, balanceo, inexpresividad, actitud pasiva, manos escondidas bajo la mesa, etc.; por ello es necesario en ocasiones dominar nuestra espontaneidad.

Las manos y los gestos

Los movimientos de los brazos y de las manos son muy importantes para denotar agilidad, expresión y canalización del mensaje a través de una actitud agradable para el público.

Las manos han de ser usadas para apoyar nuestra comunicación, que sean expresión confirmatoria de lo que queremos decir. A continuación damos algunos ejemplos de ademanes que, con sólo hacerlos, transmiten una opinión o estado de ánimo sobre algo o alguien.

La postura corporal

En muchas ocasiones el hablar de pies o sentado no va a depender de nosotros, no obstante, en determinadas circunstancias podemos alterar lo previsto, por ejemplo, si estamos sentados y parte del público no nos ve, conviene levantarse, nos lo agradecerán.

Tanto en la posición de pie como en la de sentado hay que evitar las “formas no comunicativas”, éstas son:

Las formas rígidas: es necesario que el orador/a muestre vida y la vida está en el movimiento.

- Las formas derrumbadas: hay que evitar las actitudes laxas y encorvadas; el aspecto indolente y abatido y la falta de entusiasmo no ayudan a la comunicación.

La postura que adoptemos frente a nuestro auditorio ha de ir en concordancia con nuestro discurso, es decir, hemos de procurar adoptar una postura que se ajuste a las circunstancias, al contexto del salón, a las características de nuestro público, en definitiva, la postura que se tome en el auditorio va a depender en gran medida del clima de aprendizaje que se haya generado (o se quiera generar).

En general, esta postura debe ser natural, en tanto y en cuanto el expositor ha de estar cómodo, sin posturas que causen tensión variable, en el sentido de no mantener siempre la misma posición que puede llevar a aburrimiento, distracción, etc. (por ejemplo, estar sentado detrás de una mesa durante toda nuestra intervención puede resultar monótono o puede indicar una falta de apertura hacia el grupo, inflexibilidad, etcétera); y de respeto con el grupo, no perdiendo de vista que es el expositor y el manejador de la situación tanto como el dueño de la palabra, aunque se haya generado un clima de cordialidad.

Los gestos acompañan la expresión verbal. En nuestro discurso y frente a un grupo de personas nos expresamos con todo nuestro cuerpo, aunque fundamentalmente con las manos, rostro, brazos, cabeza y hombros.

Los gestos deben ser, por un lado, visibles, que puedan ser vistos por todo el auditorio; abiertos, que todo el grupo pueda captar el sentido de éstos, y sobre todo selectivos, porque tanto un exceso como un defecto en la gesticulación pueden perturbar el mensaje y su sentido comunicativo.

Aunque el hombre lleva más de un millón utilizando este tipo de comunicación, ésta no se ha empezado a estudiar nada más que hace sólo unas décadas. El investigador Albert Mehrabian descompuso en porcentajes el impacto de un mensaje: 7% es verbal, 38% vocal (tono, matices y otras características) y un 55% señales y gestos.

El componente verbal se utiliza para comunicar información y el no verbal para comunicar estados y actitudes personales. Este investigador, Albert Mehrabian, afirma que en una conversación cara a cara el componente verbal es un 35% y más del 65% es comunicación no verbal. Muchos gestos utilizados son comunes en la mayoría de los países, aunque otros pueden significar cosas distintas dependiendo de donde estemos. Los gestos básicos suelen ser los que más universalizados están: mover la cabeza para afirmar o negar algo,

fruncir el ceño en señal de enfado, encogerse de hombros que indica que no entendemos o comprendemos algo, etc. Otras veces, hay gestos que vienen heredados del reino animal, como puede ser enseñar los dientes en señal de enfado (agresividad).

Aunque sepa qué puede significar un determinado gesto, no caiga en el error de interpretarlo de forma aislada; es fácil que pueda equivocarse. Los gestos se pueden fingir, pero no todo el cuerpo actúa de la misma manera. Las cejas, la risa, la pupila de los ojos y otros pequeños detalles seguramente nos delaten. Por regla general, cuando estamos mintiendo o forzando una situación, el cuerpo nos delata. Por eso las situaciones personales se resuelven mejor cara a cara, que por teléfono u otro medio donde se puede esconder el cuerpo y perder una importante parte del mensaje (la parte no verbal).

Aunque el tema es amplio y daría para cientos de páginas, vamos a exponer los principales gestos y actitudes que nos pueden ayudar en nuestra vida cotidiana y en los negocios. La mayoría de los gestos y movimientos que utilizamos habitualmente nos vienen condicionados por el entorno en el que nos hayamos criado. Los matices culturales son de gran importancia en el lenguaje corporal. También el entorno familiar tiene una clara influencia en nuestro comportamiento y en nuestra manera de "hablar con el cuerpo".

La motivación se consigue, como hemos indicado en todos los apartados anteriores, con una contextualización del tema, una variación de estímulos a lo largo de la exposición y una clara presentación de objetivos correctamente formulados. Por supuesto que el control de todos los elementos del lenguaje verbal y no verbal nos facilitará el proceso de motivación de nuestros alumnos.

El control de todos estos elementos y su manejo y entrenamiento nos facilitarán la posibilidad de mantener un estilo docente más relajado, lo que perfilará al docente de una imagen con dotes de liderazgo y credibilidad frente al grupo.

Recomendaciones para una intervención sentado

- Sentarse cómodamente, sin recostarse sobre la mesa ni desaparecer tras ella hundiéndose en la silla.
- Mantener siempre los brazos sobre la mesa.
- Si los pies o piernas están a la vista del público, evitar movimientos raros que distraigan la atención.
- Evitar las manos cerradas, los brazos o piernas cruzadas.

Recomendaciones para una intervención de pie

- No permanecer inmóvil cual estatua, hay que moverse con naturalidad.
- No dar nunca la espalda al público mientras se habla, aunque estemos escribiendo en la pizarra.
- En una charla cuyo objetivo sea movilizar a la gente a alguna acción, conviene hablar siempre de pie.

LOS GESTOS Y LA IMAGEN

Los gestos son una parte muy importante de la exposición. Con los gestos podemos atraer la atención o el efecto contrario. Todo depende del buen uso que hagamos de ellos.

Generalmente, opinan los expertos, un abuso en el uso de gestos da una imagen negativa del individuo, y se toma menos en serio lo que dice. En pocas palabras, el que gesticula mucho es tomado poco en serio, y es considerado más un "charlatán".

Los gestos no dejan de ser la "explicación gráfica" de algo; por ello deben ser "adecuados" a lo que estamos hablando, siempre

siendo moderados en su uso. Ambos extremos son malos (abuso de gestos o permanecer inmóvil como si fuésemos una figura de mármol).

Hay que tener en cuenta que todo nuestro cuerpo habla, no sólo las manos. La boca, los ojos, los brazos, la piernas... y que tratar de disimular no siempre es una buena solución. Podemos mentir con la boca, pero nuestros ojos, nuestra cara, etc. pueden decir lo contrario. No es fácil "fingir" con los gestos. Seamos naturales y expresivos.

Cuando conversa con una o varias personas, refleja y envía miles de señales y mensajes a través de su comportamiento. El siguiente cuadro muestra algunas particularidades que reflejan los gestos:

ACTO	LO QUE REFLEJA
Acariciarse la quijada	Toma de decisiones
Entrelazar los dedos	Autoridad
Dar un tirón al oído	Inseguridad
Mirar hacia abajo	No creer en lo que se escucha
Frotarse las manos	Impaciencia
Apretarse la nariz	Evaluación negativa
Golpear ligeramente los dedos	Impaciencia
Sentarse con las manos agarrando la cabeza por detrás	Seguridad en sí mismo y superioridad
Inclinar la cabeza	Interés
Palma de la mano abierta	Sinceridad, franqueza e inocencia

Caminar erguido	Confianza y seguridad en sí mismo
Pararse con las manos en las caderas	Buena disposición para hacer algo
Jugar con el cabello	Falta de confianza en sí mismo e inseguridad
Comerse las uñas	Inseguridad o nervios
La cabeza descansando sobre las manos o mirar hacia el piso	Aburrimiento
Unir los tobillos	Aprensión
Manos agarradas hacia la espalda	Furia, ira, frustración y aprensión
Cruzar las piernas, balanceando ligeramente el pie	Aburrimiento
Brazos cruzados a la altura del pecho	Actitud a la defensiva
Caminar con las manos en los bolsillos o con los hombros encorvados	Abatimiento
Manos en las mejillas	Evaluación
Frotarse un ojo	Dudas
Tocarse ligeramente la nariz	Mentir, dudar o rechazar algo

Pauta y recomendación...

El lenguaje corporal, que no es más que todo lo que usted transmite por medio de movimientos o gestos, delata completamente sus sentimientos o percepción acerca de la persona con la que está interactuando.

Recomendaciones gestuales

Use sus ojos para hablar

Los ojos son las ventanas del alma. La persona que mira limpiamente a los ojos de otros es una persona segura, amistosa, madura y sincera. Sus ojos y su mirada pueden decir tanto porque expresan prácticamente todas las emociones: alegría, tristeza, inquietud, tensión, preocupación, estimación o respeto. Por sus ojos muchas veces se puede saber lo que está pensando. Por eso, constituyen una ayuda poderosa en la conversación.

El uso adecuado de las manos

Sus manos se pueden aprovechar muy bien para complementar sus palabras y dar mayor fuerza a su conversación. No las utilice inútilmente y mucho menos para hacer cualquier cosa que distraiga a la otra persona. Tampoco las use violentamente, palmoteando o pasándoselas casi en el rostro a la otra persona.

Cuidado con lo que toca

Hay muchas personas que siempre están dando palmadas en la espalda o tocando a los otros en los brazos, como para llamar su atención. Es bueno demostrar cariño, pero también hay que guardar el debido respeto a los demás. Muéstrelo no tocando a la otra persona innecesariamente. Hay quien se siente muy molesto si lo tocan, tenga cuidado. Pero tampoco hable o escuche con las manos metidas dentro de los bolsillos, porque eso denota indiferencia y mala educación.

Gestos que denotan impaciencia o aburrimiento La actitud física demuestra lo que el alma está sintiendo. Si alguien finge interés en una conversación, la otra persona se dará cuenta muy fácilmente por sus gestos y ademanes. Moverse nerviosamente o levantarse, cruzar y descruzar las piernas, moverse en el asiento o mirar constantemente el reloj demuestran aburrimiento y es una gran falta de respeto. Si tiene que mirar la hora, hágalo en el reloj de otro.

Aprender a sentarse Aprenda a sentarse tranquilo y comportarse cuando se escucha. Reparta equitativamente el peso de su cuerpo para no cansarse mientras está sentado conversando. Si se sienta en el borde de la silla, es indicativo que desea irse tan pronto como sea posible. Si cambia constantemente de posición, está expresando a gritos que está aburrido. Si mueve incesantemente los pies durante la conversación, su interlocutor pensará que está molesto, inseguro, irritado, nervioso, cansado o aburrido. Sitúese en una posición cómoda y descansada que le permita respirar mejor y manejar mejor su voz.

Control de la mirada Cuando esté hablando con alguien, no esté mirando a todos lados: a la ventana, al techo, al suelo o limpiando sus uñas. Tampoco mire morbosamente y curiosamente los zapatos, pantalones, camisa o peinado del que habla. Mantenga el contacto ocular, pero sin fijar en exceso la mirada: eso lo hacen los locos. De todas formas, si quiere fijar la mirada durante mucho tiempo en alguien sin cansarse psicológicamente, mire su entrecejo. Para el otro/a no hay diferencia.

Control de las expresiones del rostro

¡Sonría! Intercalar sonrisas cálidas y francas en la conversación transmite confianza, alegría y buena disposición. Sin embargo, no exagere. Sonreír demasiado frecuentemente puede convertir el gesto en una especie de mueca y dar la impresión de que es algo hueco, vacío y fingido. Apretar exageradamente los labios puede delatar que tiene dudas o desconfianza acerca de lo que el otro está diciendo o sugerir que no está expresando realmente lo que piensa o siente.

Conclusiones

Todo lo que aquí ha leído es una muy pequeña parte sobre el tema del lenguaje corporal. Espero que le haya sembrado inquietudes. Desde luego, puede empezar a practicar cuanto antes. Además, hay abundante bibliografía en el mercado.

La imagen

En el primer capítulo se ha hecho referencia de la imagen y la importancia en todo acto que requiera una presentación pública o en auditorios.

Para muchos expertos, la imagen es un conjunto de creencias y asociaciones que perciben los distintos públicos con relación a hechos comunicativos directos o indirectos que se relacionan ya sea con una persona, producto, servicio, empresa o institución.

Una imagen permanece viva y activa solamente si es estimulada, recordada y comunicada, vigilando su evolución y desarrollo mediante investigaciones permanentes.

Componentes de la imagen

Toda imagen se genera a partir de tres componentes: los físicos, los conceptuales y los valorativos. Esto lleva a definir una imagen física y una conceptual que, actuando juntas, generan una imagen personal, de producto, de marca, de empresa o institucional.

Componente físico: es lo primero que se percibe. También llamada imagen formal. Tiene que ver con la estética, el envase del producto, el color. Lo más importante es contar con elementos que garanticen una opción correcta de la imagen de la organización o de las personas.

Componente conceptual: es lo que la empresa quiere transmitir sobre todo lo tangible que es percibido por el consumidor y que define la compra del producto.

Componente valorativo: es el resultado de la articulación entre el componente físico y el componente conceptual.

Clasificación de imágenes

Imagen personal: es la que se articula sobre las personas. Este tipo de imagen debe ser elaborada y definida previamente para implementar acciones estratégicas adecuadas para lograr dicha imagen.

Imagen de producto: son las creencias y asociaciones que se tienen de un producto genérico. Estos productos tienen una imagen propia y perfectamente definida de las que puedan tener determinadas marcas.

Imagen de marca: la imagen de una marca determinada es articulada por el público, sea o no consumidor de la misma. En este caso, la imagen debe ser definida antes del lanzamiento del producto y luego articulada con acciones estratégicas que correspondan a un plan estructurado.

Imagen institucional: es la imagen que la empresa como entidad articula en las personas. Engloba y supera a las anteriores, ya

que tan sólo una acción u omisión de cualquier organización contribuye a la conformación de una buena o mala imagen de la institución.

Formación de una imagen

Imagen ideal: es aquella que la organización piensa antes de que llegue a los públicos. Es planificada a través de las publicidades.

Imagen proyectada: es aquella que se emite a través de estrategias ya instaladas en la comunidad.

Imagen real: es la que percibe el público que realmente se relaciona con el producto. Cuanto más se acerca la imagen real a la imagen ideal, es cuando mejor se ha realizado el trabajo del Relacionista Público y se ha logrado el objetivo.

EL VESTUARIO

El vestuario hace referencia al conjunto de trajes (vestidos), complementos, calzados, etc, que se utilizan en una representación escénica.

El vestuario es uno de los elementos articuladores de la puesta en escena y se lo considera un elemento más de atrezzo que hay que tener en cuenta para no saltarse la continuidad. Un personaje no puede llevar un sombrero en una escena y no en la siguiente, si se considera que la acción se continúa. Por ejemplo, un personaje sale de un bar a la calle. En el bar lleva sombrero, en la calle no. Esto es un error claro de continuidad.

Artista callejero caracterizado como Charlot, aunque se haya modificado el color del traje, originalmente negro, el personaje sigue siendo reconocible.

El vestuario contribuye a definir y caracterizar a los personajes. Denota su status social, su contexto socio-histórico y puede realzar la apariencia física del actor.

Además, como se ha señalado, el vestuario puede caracterizar de tal modo a un actor que se convierta en su alter ego. En este caso, el actor vestido de calle, muchas veces, ya no es reconocido como el personaje. Y en el sentido contrario, cualquier persona puede disfrazarse de tal personaje y ser reconocido como tal, porque lo que define al personaje son sus atuendos.

Vestuario para auditorios

El vestuario hace referencia al conjunto de trajes (vestidos), complementos, calzados, etc, que se utilizan en una representación escénica, sin embargo, se aplica a los elementos que visten a una persona que enfrenta públicos en cualquier otro evento.

El vestuario es uno de los elementos articuladores de la presentación y se lo considera un elemento más de atrezzo que hay que tener en cuenta para no saltarse la continuidad.

El vestuario contribuye a definir y caracterizar a la gente. Denota su status social, su contexto socio-histórico y puede realzar la apariencia física y psicológica de una persona.

Recomendaciones de vestuario

Existen una serie de normas no escritas que suelen funcionar en la mayoría de los expositores.

Evidentemente, son una serie de recomendaciones para tener en cuenta en un determinado momento, especialmente cuando se trata de apariciones en entrevistas y televisión.

- En general, los colores fuertes que llaman excesivamente la atención en los primeros planos se desaconsejan, aunque esta

regla es flexible si se trata de espectáculos. La presentadora puede llevar un traje rojo chillón y queda bien.

- Se debe huir de las telas de cuadros pequeños, rayas muy próximas, espigas, patas de gallo, lunares pequeños y próximos etc., porque crean una distorsión de volumen.
- También se debe huir de los blancos puros, pues crean muchos problemas a los iluminadores. Para que el blanco no sature la cara queda oscura. Así mismo, también se desaconseja su uso si tienen cristales (piedras preciosas o bisutería) altamente brillantes que por sus propiedades reflectivas puedan generar destellos molestos.
- Se debe evitar las piezas de joyería o bisutería cercanas a la ubicación del micrófono. Pueden moverse e introducir ruidos no deseados, o bien, rozar con el micrófono y producir idéntico efecto no deseado.

En informativos, para los presentadores:

- Se elige un vestuario formal, traje chaqueta, normalmente, con corbata. Se desaconseja que el presentador vaya en mangas de camisa.
- El vestuario femenino se masculiniza, ocultando las formas femeninas. El escote queda fuera de todo planteamiento, dado que se cree que resta seriedad a la presentadora.
- Se eligen colores oscuros que dan sensación de sobriedad y seriedad. Aunque en las mujeres se pueden utilizar también tonos pasteles. Se descartan los colores chillones. Estos colores se permite que sean un poco más claros en verano, para dar mayor sensación de verosimilitud.
- Sin duda un hombre debe considerar traje de corbata en cualquier ocasión.

Todas estas normas o recomendaciones se flexibilizan si se trata de reporteros o corresponsales.

Una intervención hablada, incluso por un medio como la radio, requiere algo más que la voz. Requiere una presencia digna del orador, en cuanto a vestuario e higiene personal.

El vestuario, al igual que ocurre en cualquier otro acto o evento, deberá ir acorde con la "etiqueta" que se requiera. Si nuestra intervención es para un público general (no se enmarca dentro de ningún acto formal: una cena de gala, un homenaje, etc.), nuestro vestuario deberá ser todo lo formal que la ocasión lo requiera (teniendo en cuenta otros factores: como lugar, hora de celebración, época del año, etc.).

- 1- El atuendo que lleve o cómo lo lleve son aspectos importantes. Estará indicando cuál es su posición social, quién es y lo que pretende que los demás piensen de usted.
- 2- Como siempre, evite los extremos. Utilice estilos y colores que le favorezcan y con los que se sienta a gusto.
- 3- Antes de que diga una sola palabra, su público se hará una imagen de usted por su aspecto personal. Procure no dar una primera imagen desfavorable.
- 4- Un buen sistema para saber cómo debe ir, es el siguiente: debe ir homogéneo con el grupo mejor del público, no debe parecer que se ha vestido para hablar.
- 5- Si los que le escuchan son un grupo de personas que le conocen y saben de su imagen física habitual, deberá corresponder con esa imagen, de lo contrario, podría producirles un efecto negativo.
- 6- Si está obligado a hablar sentado, no se hunda en el asiento ni se eche hacia adelante sobre la mesa. Nunca se quite ninguna prenda mientras se encuentre en el evento. Por eso defina su traje considerando el lugar, el clima y la duración de su exposición.
- 7- Procure llegar sin estorbos que puedan molestarle (paraguas, bolsos, gabardinas, carteras, libros, etc.)

LA VOZ

La voz es su instrumento de trabajo y por tal razón debe cuidarla con esmero.

La voz empleada correctamente nos ayuda a mantener la atención del público y a enfatizar aquellos puntos que nos interesa destacar. Cualidades de la voz que debemos cuidar especialmente:

El volumen de la voz depende en gran manera de una buena respiración. El esfuerzo no debe centrarse en la garganta sino en la capacidad de aire que sepamos contener. Es importante resaltar el volumen cuando se quiere exponer ciertas ideas de gran valor o conclusiones precisas y concretas.

De la misma manera usar movimientos de volumen puede generar mayor atención en el auditorio. Cuando se percibe en el público un murmullo molesto se puede bajar la voz para que la gente intente escuchar y tenga que callar. Así como se puede subir el volumen (mas no el tono) para despertar la atención del auditorio.

La articulación: La intención de los ejercicios de articulación es la de ejercitar la boca, labios y lengua a fin de articular correctamente las palabras logrando así una mejor expresión.

El ejercicio consiste en que hablemos susurrando, pero de manera que se entienda lo que decimos desde una corta distancia. Probamos a decir susurrando: "Me tengo que ir antes de que acabe la reunión", lo repetiremos hasta que desde el otro lado de la clase se nos entienda perfectamente.

La entonación consiste en dar distintas elevaciones de tono a la voz a fin de conseguir variedades de la misma, con lo que potenciaremos la expresividad en nuestras intervenciones.

A través del tono de voz se muestra el carácter del orador así como su estado de ánimo: alegría, confianza, inseguridad, etc.

Una intervención hablada, incluso por un medio como la radio, requiere algo más que la voz. Requiere una presencia digna del orador, en cuanto a vestuario e higiene personal.

Problemas con la voz

Las "disfonías funcionales" son alteraciones de la voz por abuso o mal uso de ella, su forma de manifestarse es la clásica ronquera o afonía transitoria y pueden conducir a graves problemas laborales e incluso a la incapacidad.

La voz pierde fuerza a medida que se ejercita y es preciso forzarla para obtener un mejor rendimiento, esta situación mejora o desaparece con el reposo. El mantenimiento de este estado conducirá a una situación permanente de debilidad vocal y disfonía.

Malos usos

- La fonación a excesiva potencia: hablar muy fuerte y sobre todo gritar.
- La tesitura inadecuada, es decir, hablar con un tono que no corresponde a la laringe del sujeto.
- Fonación bajo tensión de diversa naturaleza. Tal tensión es a veces emocional o nerviosa.
- Ciertas alteraciones de la respiración.

Factores que predisponen a la disfonía funcional

- El sexo. Son más frecuentes en la mujer pues la laringe femenina es más delicada que la del hombre.
- Carácter, personalidad. Personas nerviosas, emotivas, dinámicas, activas, responsables profesionalmente y perfeccionistas.
- Estrés. Sobrecargas emocionales, conflictos profesionales o personales.

- Alcohol y tabaco. Son factores muy importantes.
- Ambiente ruidoso en el medio de trabajo. Obligando a forzar la voz.
- Ambientes cargados, poco ventilados o excesiva sequedad, aire muy frío o cambios bruscos de temperatura.
- Los alimentos y las bebidas muy frías.
- Mala respiración nasal, que obliga a respirar por la boca.

Recomendaciones generales

Para una buena higiene de la voz, se recomienda seguir los siguientes consejos:

- Evite en la medida de lo posible el abuso del habla. Se procurará siempre el ahorro vocal fuera del trabajo. Los fines de semana son particularmente importantes a este respecto.
- Suprima, en la medida de lo posible también, los factores predisponentes antes enumerados: el tabaco, la deficiencia respiratoria, etc. Hable con micrófono si lo hubiere y fuere necesario, y si no, disminuya la ruidosidad, etc., Será de particular interés evitar el estrés, el nerviosismo, la tensión.
- Consulte periódicamente con el logopeda y con el otorrinolaringólogo.

Ejercicios para entonación y relajación vocal

Se trata tan sólo de retener el aire. Existen dos maneras de hacerlo. La primera puede servir para tomar conciencia de lo que **no** debemos hacer. La segunda es la que emplearemos al tocar un instrumento.

1. Inspiramos e impedimos la salida del aire cerrando el cuello. Podemos pensar en un globo hinchado: el aire no sale por la sencilla razón de que el canal de salida está obturado. Una prueba de que tenemos el cuello cerrado es que apenas podemos hablar. Otra es que al iniciar la respiración escucharemos un leve pero perceptible sonido, señal inequívoca de que el cuello estaba cerrado.

2. Inspira **expandiendo tanto el abdomen como la zona media y baja del tórax**. Una vez nos hemos llenado de aire los inmovilizamos, pero **manteniendo siempre el cuello abierto**. **El aire no sale porque nuestros músculos respiratorios impiden que el tórax y el abdomen se compriman**.

Imagine por ejemplo, un fuelle que abrimos hasta llegar a su tope. Si lo mantenemos inmóvil en esta posición, el aire ni entra ni sale. Pero a diferencia del ejemplo del globo, el canal de salida permanece completamente abierto. Si el aire no sale, es porque **ejercemos una fuerza** sobre el fuelle que le impide volver a su ser, a su, llamémosla, posición de reposo.

Es un buen ejercicio retener el aire de esta manera durante períodos largos de tiempo, un minuto o más. En general si no tenemos práctica, comprobaremos que conforme avanzan los segundos nos va a resultar más difícil mantener el cuello abierto.

Es continuación del anterior. Una vez que hemos inspirado y estamos reteniendo el aire como hemos descrito, empezamos a hablar, o a contar, pero a diferencia de lo que sucede en el habla normal, **manteniendo siempre inmóviles el tórax**

y el abdomen. Es bueno recordar la imagen del fuelle inmóvil en posición abierta u otra similar mientras lo hace.

Lo normal, al principio, es que la voz no suene igual que con la musculatura relajada, y que la tensión muscular se haya extendido al cuello. El objetivo es conseguir nuestro tono habitual de voz, o incluso más relajado. **Una voz tensa al practicar este ejercicio es siempre sinónimo de cierre del cuello al tocar**.

Conviene hablar durante un cierto tiempo, hasta quedarnos con poco aire. Es probable que nos cueste más mantener un tono relajado de voz cuando el aire escasee.

Similar al anterior, pero en vez de hablar, soplaremos, **cuidando siempre mucho de mantener inmóviles el tórax y el abdomen**. Conviene practicarlo con distintas intensidades de soplo. A no ser que soplemos muy suavemente, la cantidad de aire que espiramos va a ser mayor que al hablar, y en consecuencia también lo será el trabajo de nuestros músculos respiratorios para impedir que el tórax y el abdomen se compriman.

Trabajo libre

Trabajo libre

34. Ejercicio de pausas y tonos:

Guiado por el ejemplo del siguiente párrafo, marque en otro párrafo que usted escoja el tipo de pausas, con slash sencillo o doble o triple (/, //, ///) para indicar si éstas son sencillas, dobles o triples, y el tono que habría que emplear antes y después de cada una de ellas.

Use (/) para una pausa leve o de coma, (//) para punto seguido, y (///) para punto y aparte.

Veamos nuestro ejemplo:

(sube el tono) **“La virtud (se mantiene) del hombre libre es tan grande cuando evita los peligros (/) como cuando triunfa sobre ellos (baja el tono). (//) (sube el tono) El hombre libre (se mantiene) huye oportunamente (/) (sube) o decide combatir (se mantiene) con la misma firmeza de alma (/) (baja), (sube) es decir, elige escapar o combatir (se mantiene) con la misma presencia de espíritu (baja). (///)”**

De la *Servidumbre Humana o la Fuerza de la Pasión*, de: Baruch Spinoza

35. Ejercicio de tonos:

Lea el siguiente párrafo vocalizando adecuadamente cada palabra y modulando bien cada una de las frases.

La buena prosa literaria, con sus combinaciones bien dosificadas de vocales, consonantes y buenas imágenes, es el mejor alimento de un(a) buen(a) orador(a):

“Muchos años después, frente al pelotón de fusilamiento, el coronel Aureliano Buendía había de recordar aquella tarde remota en que su padre lo llevó a conocer el hielo. Macondo era entonces una aldea de veinte casas de barro y cañabrava construidas a la orilla de un río de aguas diáfanas que se precipitaban por un lecho de piedras pulidas, blancas y enormes como huevos prehistóricos. El mundo era tan reciente, que muchas cosas carecían de nombre, y para mencionarlas había que señalarlas con el dedo.”

Cien Años de Soledad, de Gabriel García Márquez

35A. Ejercicio de puntuación:

El siguiente párrafo corto no tiene signos de puntuación.

Para leerlo en voz alta se necesitarían algunas pausas: en dónde irían (márquelas con el código de “slashes” mencionado arriba) y qué clase de signos de puntuación serían los más adecuados.

“La finalidad de la ley no es abolir o restringir sino defender y ampliar la libertad pues en todos los estados hay seres creados capaces de leyes cuando no hay ley no hay libertad Pues la libertad debe estar exenta de coacción y violencia por parte de otros lo que no puede conseguirse si no hay ley mas la libertad no es como suele decirse la facultad de todo hombre de hacer lo que le place pues ¿quién sería libre si el capricho de cualquier otro hombre puede dominarle a él? La libertad consiste más bien en disponer y ordenar lo que conviene a la propia persona a sus acciones posesiones y a toda su propiedad con el debido respeto de las leyes bajo las que cada uno vive no estando por consiguiente sujeto a la voluntad arbitraria de otro sino siguiendo libremente la suya propia”

“Segundo Tratado Sobre el Gobierno Civil” de John Locke

36. Ejercicio de prudencia ante un auditorio:

En un foro, el moderador acaba de entrevistar a una persona y antes de despedirla, ésta le reprocha por el escaso tiempo que ha tenido para exponer sus ideas.


¿Qué le diría, si sabe que la audiencia aún lo escucha?

37. Ejercicio de “tacto” en un debate:

Si en una actividad de este tipo, alguno de los participantes se vale de argumentos discriminatorios, ¿cómo decirle a los oyentes que dichas opiniones no son las suyas ni las del resto de los invitados?

38. Ejercicio para el cierre de un debate:

¿De qué manera podría cerrar bien un debate en el que haya habido más críticas que propuestas?



Importancia de conocer al público

**Importancia del público
en el proceso de comunicación**

Características del público

Tipos de público

La psicología de las masas

IMPORTANCIA DE CONOCER AL PÚBLICO

Sin duda el público o auditorio son en definitiva el elemento más importante en el proceso de comunicación, y evidentemente el objetivo número uno del evento o exposición.

La denominación de público es un término colectivo para designar un conjunto de personas estrechamente relacionadas entre sí por los intereses y afinidades que le son comunes y que comparten un sentimiento de solidaridad.

Según a quien nos pensemos dirigir y qué pensemos conseguir, usaremos el canal de transmisión y el código que nos parezca más oportuno.

- ¿Qué necesitamos saber acerca de la audiencia?
- ¿Por qué acuden a escucharnos o leen nuestros escritos?
- ¿Qué esperan?
- ¿Cuáles son sus deseos, necesidades / características socioculturales?

Es distinto dirigirse a unas personas que reciben nuestro mensaje voluntariamente que a otras que lo hacen por obligación. La predisposición que mostrarán será muy distinta.

Debemos buscar la satisfacción del público, no la de nuestro ego. Nos dirigimos a una audiencia, no a nosotros mismos, los protagonistas son las personas oyentes o lectoras, no la autora.

Hemos de procurar que la forma (puesta en escena, estilo, vocabulario...) sea la adecuada a las características de las personas receptoras. La forma debe ser una ayuda para la comprensión del fondo, nunca lo contrario.

CARACTERÍSTICAS COMUNES DEL PÚBLICO ASISTENTE

- **Toda audiencia tiene un sentimiento colectivo** que establece las normas de lo que el grupo cree que tiene derecho a recibir y de lo que el orador les debe ofrecer. Una audiencia formada por personas con idéntica profesión es muy diferente de otra a la que acuden personas de distintos ramos (estudiantes, entrada libre...).
- **Las audiencias se condicionan a sí mismas.** La actitud de la mayoría imperará aunque se trate de un grupo heterogéneo, la risa provocará más risa, el silencio generará un silencio mayor, de ahí la dificultad de realizar la primera pregunta en un coloquio.
- **El público que nos escucha no es un ente abstracto,** está formado por personas que, de forma individual o como grupo, han tenido unas determinadas vivencias en los momentos previos a nuestra intervención, el recuerdo de éstas puede aparecer en cualquier momento y provocar la distracción.

No debe extrañarnos la creciente tendencia del público a “perder la onda”; si esto sucede, será muy difícil volver del aislamiento mental. Necesitaremos algún incentivo para lograrlo.

- **Las personas estamos acostumbradas a mensajes cortos** (anuncios de TV), incluso las noticias de los informativos tienen una duración media de dos minutos. El público busca también rápidamente un significado a las palabras que escucha y muestra desinterés ante las intervenciones que se alargan con palabras huecas y frases sin contenido.

TIPOS DE PÚBLICO

Conforme al comportamiento, objetivos y actividades, el público se puede considerar de cuatro tipos:

1. **Interno:** es aquel en el que existe una relación y una afinidad muy directa con el fin común de la organización. Ej.: los empleados, directivos, los accionistas mayoritarios.
2. **Externo:** es aquel que no tiene relación directa con la organización. Ej.: las autoridades gubernamentales, entidades económicas, financieras, los competidores.
3. **Mixto:** este tipo de público ocupa una posición intermedia con respecto a las posiciones extremas entre el público interno y el público externo. Hay dos tipos de públicos mixtos:

Mixto semi-interno: en este grupo están los clientes reales, los familiares de los empleados, los proveedores y distribuidores exclusivos.

Mixto semi-externo: en este grupo se pueden incluir a los clientes ocasionales, sindicatos, bancos en donde operan los accionistas.

4. **Target Group:** es el público al que apuntan las Relaciones Públicas. Este público es al que realmente le interesa un determinado producto.

Los clientes pueden ser reales o potenciales:

Reales: son aquellos que consumen un determinado producto de una empresa. Dentro de los reales se encuentran los cautivos por elección y los cautivos por imposición.

Por elección: bebidas, cigarrillos, etc.

Por imposición: servicios tales como la luz, el gas, etc.

Potenciales: entre este tipo de clientes podemos distinguir:

Los más fáciles de persuadir: ante un mínimo estímulo, realiza la compra.

Intermedios: se necesita un poco más de esfuerzo, como por ejemplo, dar a probar el producto o servicio.

Los más difíciles de persuadir: necesitarán bonificaciones o acciones de marketing.

Refractarios: son los cautivos de la competencia.

Conocer el auditorio

Las probabilidades de lograr una conferencia exitosa aumentan con su conocimiento sobre su auditorio. Conozca con anticipación quiénes serán sus oyentes, cuáles son sus preocupaciones, cómo perciben los riesgos para la salud y en quiénes confían.

Es importante concebir el tipo de grupo y los intereses, tanto como las particularidades de los grupos.

En el siguiente cuadro podemos identificar algunos de ellos:

Identificación	
Compañeros de trabajo	Medios de comunicación
Residentes del área	Agencias reguladoras
Estudiantes	Activistas ambientales
Organizaciones cívicas	Contratistas
Proveedores de servicios para la salud	Otros
Características	
Preocupaciones	Niveles de conocimiento
Actitudes	Opiniones
Niveles de interés	Razones para estar interesados
Niveles de involucramiento	Tipos de involucramiento
Historiales	

Consejos para convencer al público o audiencia

1. Se debe **distinguir claramente el objetivo y la intención del mensaje** que se va a dar: información, persuasión o ambas.
2. **Distribuye el contenido de la presentación en tres partes bien diferenciadas:** introducción, cuerpo y conclusión.
3. **Limita el número de temas clave a siete o a menos** por cada presentación. Una buena presentación exige organización, brevedad y un uso cuidado de la lengua.
4. **Utiliza un lenguaje adecuado** al público y emplea sustantivos y verbos que doten de fuerza y dinamismo al texto. Evita la voz pasiva.
5. Expresa una idea en cada elemento utilizando **frases cortas** en lugar de oraciones compuestas.

6. Es recomendable ser creativo y **sustituir palabras por ilustraciones**. Una ilustración despierta el interés y transmite la información con mayor rapidez.
7. **Utiliza gráficos, tablas y diagramas** para que los datos puedan ser contrastados fácilmente.
8. En el momento de la presentación hay que dar la imagen de estar relajado y seguro, aunque se esté como un flan. Deberemos **vocalizar con claridad** y evitar hablar de forma entrecortada.
9. Es muy bueno tener **un vaso de agua a mano** para utilizarlo en caso de que se nos seque la boca, o simplemente para cuando necesitemos una excusa para pensar en la siguiente idea.
10. Nunca hay que admitir que se está nervioso y disculparse por ello. Si se nos olvida algo, lo mejor es seguir adelante y mencionarlo cuando lo recordemos.

Es importante identificar además **las diferentes modalidades de eventos para considerar el nivel y tipo de público que asiste:**

Conferencia

Modalidad participativa en un evento que se programa por invitación de determinadas personalidades extranjeras y nacionales. Debe ser de corta duración y con objetivos específicos, señalando aspectos significativos de un tema determinado. Generalmente se reserva para invitados extranjeros y nacionales, que dominan un determinado campo del conocimiento.

Debe ser de corta duración (30-60 min), no se realiza debate (preguntas y respuestas) al final. Las conferencias *magistrales* se ofrecen, generalmente, en sesión plenaria, por destacados invitados nacionales y extranjeros. Las conferencias por invitados pueden ser también *simultáneas*, habitualmente se ofrecen en grandes salones.

Simposio

Es una modalidad en la cual se reúne un grupo de expertos en un subcampo de la especialidad o en un tema dado, generalmente abarcador e importante, donde se presentan y discuten trabajos alrededor del tema central, desde diferentes ángulos o perfiles.

Un destacado especialista en el tema propuesto por el Comité Científico coordina el simposio, presentando a los ponentes y sus temas, dirigiendo la discusión y concluyendo al final del mismo. En las conclusiones, se supone que el coordinador realiza una actualización del tema hasta el momento (up-to-date). Los debates, preguntas y respuestas se realizan directamente con el público asistente, en forma oral o escrita, habitualmente al final del simposio y antes del cierre del mismo por el coordinador.

Generalmente, se programa el simposio con una duración no menor de 2 horas y abarca 6-10 presentaciones orales de 10-15 minutos cada una. El comité científico usualmente prevé cuáles son los temas principales del evento que requieren simposios.

Panel y mesa redonda: es preciso diferenciarlas

Un panel es una reunión de un grupo de expertos para abordar determinados estudios o actualizar conocimientos en un tema dado. Los expositores abordan diferentes aristas o ángulos del tema, al público asistente le corresponde sólo un papel observador, sin derecho a formular preguntas a la mesa. Cuando los expositores debaten entre sí diferentes puntos de vista sobre el tema en cuestión, se habla de mesa redonda. La mesa redonda, necesariamente, incluye la polémica.

En ambos casos, los expositores tienen igualdad de condiciones, pero son dirigidos por un moderador, que generalmente, es quien propone al comité científico el panel o mesa, con subtemas para abordar, una vez consultados los presuntos participantes; el moderador puede ser también nominado por el comité científico.

El comité científico puede hacer sugerencias para integrar a un expositor o sugerir una pequeña modificación, pero habitualmente no hace las propuestas de paneles o mesas, en función de las temáticas y políticas del evento, le corresponde aceptar o rechazar las propuestas que hacen quienes pretenden incluirlas en el programa. Generalmente, el moderador resume al final, integrando las diferentes ponencias, pero no actualiza ni hace otra presentación en la misma. El panel o mesa redonda suele tener 4-6 integrantes y una duración entre 1.5 y 2 horas, con 10-15 minutos para cada presentación.

Sesión temática

Sesión en la que diferentes ponentes hacen breves presentaciones orales sobre aspectos teóricos, metodológicos o resultados de investigaciones alrededor de un tema específico, puntual, pero sin conexión entre sí.

Después de cada presentación, que no debe durar más de 10-15 minutos, se dejan 5 minutos para preguntas y respuestas del público, pero sin extenso debate. La duración total de la sesión temática es variable, pero no debe ir más allá de 2 horas. Por lo general agrupa aquellos trabajos que difícilmente pueden presentarse como carteles o formando parte de simposios o mesas y paneles, y cuya presentación oral breve es pertinente.

La sesión temática resulta casi siempre del agrupamiento por el comité científico de diferentes propuestas de contribuciones que no pueden ser incluidas en las otras modalidades, es coordinada por un especialista nombrado por el comité científico, pero que no hace actualización ni resumen del tema al final de la misma. La tendencia en los grandes eventos actualmente es a reducir al mínimo estas sesiones.

Sesión de conversación

Conocida también como "sesión de debate", "hora de conversación", o "reunión temática de discusión", es un término que se

ha utilizado en algunos eventos para señalar la reunión de un determinado grupo de personas interesadas en un tema específico, en un local adecuado, para discutir libremente los resultados de investigaciones en ese tema, los trabajos de un determinado investigador o las tendencias contemporáneas en esa línea de trabajo.

Generalmente se hace en un local más o menos pequeño con diseño especial del mobiliario, donde hay un intercambio visual equitativo entre los participantes y un invitado especial, destacado especialista en ese tema. El especialista invitado no ofrece presentación oral, en todo caso, hace sólo una breve introducción que facilite el intercambio.

Por lo general, un coordinador o facilitador o el propio presidente de sala actúa como moderador del debate con el especialista invitado. Las preguntas y respuestas deben ser breves, puntuales. Habitualmente tienen una duración no mayor de una hora. No se hacen conclusiones ni resúmenes al final de la misma, ni por el especialista ni por el facilitador.

Sesión de vídeos

Se realiza en un local equipado adecuadamente, generalmente no muy grande, en el cual se presentan diferentes vídeos, generalmente de corta duración (entre 10-20 min.). No tiene que haber conexión temática en los vídeos, a no ser que el número de ellos propuesto por los participantes permita agruparlos de algún modo temático. No hay discusión de cada vídeo, aunque puede diseñarse un espacio de tiempo al final de cada sesión para preguntas y respuestas de los participantes.

La duración está en dependencia del número de vídeos propuestos, los cuales deben ser analizados previamente por el comité científico.

Taller

Es una reunión de varias personas en un local adecuado, caracterizada por discusiones intensivas, que encauzan diferentes puntos de vista acerca de un tema específico, en los cuales los aspectos metodológicos o instrumentales juegan un importante papel.

Puede incluir exposiciones, pero éstas deberán ser breves y abordar diferentes aristas o ángulos del tema en cuestión. Por lo general, incluye sesiones de cierto carácter práctico (aplicación de instrumentos, ejercicios de *role-playing*, ejercicios vivenciales, discusión de aspectos temáticos, etc.). Un taller no es un curso ni un conjunto de presentaciones orales, aunque actualmente abunda la modalidad de "cursos-talleres".

Generalmente, los talleres o cursos-talleres se hacen en períodos previos o posteriores al evento. Están a cargo de destacados especialistas invitados o de personalidades que proponen temas, en correspondencia con las líneas temáticas del evento. La duración de un taller pre o post-evento generalmente varía entre 3-6 horas y tiene una cifra tope de matriculados, que oscila entre 20-40 interesados en el tema. Los talleres durante el evento deben ser excepcionales y cortos (1-2 horas) por el costo habitual de los locales, y no deben recargar el programa científico. El comité científico deberá velar estrictamente por la planeación y realización de talleres.

Presentación de libros

En función del número de estas modalidades, del tema y de la relevancia de los títulos y autores, se planifican en un período relativamente breve de tiempo en el Programa científico (generalmente entre 30-60 minutos). En la sesión debe estar el autor o los autores del libro y un destacado especialista, propuesto por los autores, para que haga una breve presentación de la obra y de su autor o autores. Usualmente, se responde a algunas preguntas del público asistente y se le orienta acerca de cómo adquirir ejemplares de la obra que se presenta.

Por lo regular, con el objetivo de racionalizar el uso de locales, se hacen 3-4 presentaciones de libros en una misma sesión, que coordina un facilitador o presidente de sala. Se deben presentar aquellos libros que tienen especial importancia para la especialidad o tema del evento y que han sido escritos por destacados investigadores o especialistas.

Intervenciones después de la conferencia

En relación con el público

Posterior a la conferencia o charla, es importante mantener un diálogo con el público, a fin de que los asistentes expresen sus puntos de vista, sus preguntas y respuestas en una forma individual y personalizada, logrando un mayor acercamiento, familiaridad y discreción.

Debe aclararse que la idea no es realizar un debate donde se defiendan tesis o posturas contrapuestas, más bien se trata de buscar formas distintas de compartir conocimientos y conceptos con el fin de aprender más sobre un determinado tema.

El conferencista en esta etapa debe estar muy abierto al diálogo y atento a las situaciones que buscan desacreditarlo o bien crear roces entre los asistentes, ya que nunca faltan los "sabelotodo" y las personas que quieren dañar la imagen del orador.

Para el conferencista, realizar este tipo de actividades al final de la charla permite detectar los resultados de la decodificación hecha por los receptores, con lo cual el orador puede corregir las distorsiones que se han producido, ya sea por malas interpretaciones o por una explicación insuficiente o inadecuada.

En relación con el equipo de trabajo

Esta etapa es también de suma importancia para el equipo expositor, ya que permite que todos los componentes de ese equipo

expresen su opinión y hagan las observaciones que consideren necesarias en relación con su exposición y la de sus compañeros; esto con el fin de minimizar las deficiencias y errores y aumentar la efectividad y calidad.

Además de esto, se pueden utilizar herramientas adicionales para evaluar lo percibido por el público; lo que piensa del orador, de sus técnicas y de la exposición en general; una de esas herramientas es un cuestionario para evaluación de charla o discurso, cuya aplicación depende tanto del profesionalismo y madurez del conferencista como del tipo de audiencia y el objetivo mismo de la conferencia.

Las preguntas del público

Se ha terminado la exposición, el discurso ha sido argumentado y bien ilustrado. La audiencia ha escuchado con interés y llegan las preguntas. Es un momento crucial para garantizar la perfecta culminación del evento: Las respuestas.

Contestar cada pregunta o bien ir tomando nota y responder globalmente. La primera satisfará más al auditorio, pero requiere disponer de más tiempo y podemos caer en preguntas repetitivas.

La segunda permite ganar tiempo. Tanto si usamos un sistema como otro, lo anunciaremos previamente al iniciar la intervención, o bien antes de abrir el turno de palabras. Ante una gran demanda de preguntas, pediremos brevedad fijando un tiempo máximo para cada una.

Una vez respondidas, nos despediremos resumiendo brevemente las ideas expuestas, reforzándolas con alguna intervención favorable de las que se hayan producido: "Como muy bien ha dicho la compañera..."

Las preguntas son críticas veladas, exigen precisiones que creería son innecesarias...

Evite el riesgo de quedar desprevenido. Prepárese para las preguntas difíciles metiéndose en la piel de su audiencia. Debe ejercer de abogado del diablo:

- **Cambie su punto de vista:** Pregúntese en qué se limitan sus argumentos. Así podrá eliminar los más sencillos o subjetivos.
- **Retome las objeciones y prepare su defensa:** Así evitará quedarse en blanco por una pregunta inesperada.
- **No deje de pensar en su audiencia:** Su temperamento, sus motivaciones, sus puntos fuertes y débiles... Toda esta información le ayudará a comprenderla mejor y armar una buena estrategia.

Tipos de preguntas

Hipotéticas

Del tipo: "Imaginemos que... ¿Qué pasaría si...? ¿Y si en lugar de esto...?". No es bueno dejarse llevar hacia suposiciones que suelen ser calamitosas: "Nosotros hacemos X, no futurología. Trabajamos sobre situaciones reales".

Tendenciosas

Cuando el planteamiento es aparentemente verdadero, pero una o varias premisas son falsas. Suelen tener una primera parte que parece indiscutible, o con la que seguramente estamos de acuerdo, y después una segunda en la que se saca una conclusión que resulta crítica con nuestra intervención:

"Todos sabemos que los beneficios de las salas de cine son elevados, ¿cómo es posible que esta comisión no haya hecho algo antes?".

Responderemos relativizando la afirmación en que se basa la pregunta, evitando entrar de lleno en la provocación: "Me gustaría saber de dónde ha sacado los datos de los beneficios de los cines".

Confidenciales

Responderemos siempre oficialmente, sin caer en la tentación, aunque estemos delante de auditorios reducidos, de pensar que se pueden hacer confidencias.

De sí/no

Cuando nos pregunten de esta forma, hemos de demostrar la complejidad de la respuesta: "¿Firmaréis la subida sí o no? Un acuerdo de estas características es algo muy complejo con un equilibrio entre pérdidas y ganancias..."

Para no ganar nunca

"Explícanos si el fracaso del prometido mantenimiento de los precios de las entradas se debe a que tenemos un abogado inútil". Responderemos citando otras posibilidades: "El éxito de una denuncia depende de otros factores, podríamos pasarnos horas hablando de ello".

Provocadoras

No entrar en el terreno del adversario. Podemos usar respuestas de este tipo: "Este es un estilo que nosotros no usamos nunca". "Por este camino no ganaremos nada". "He venido a dialogar..."

Recomendaciones referidas al manejo de preguntas y construcción de respuestas

- Asegúrese de que tanto usted como la audiencia han comprendido bien la pregunta, si no estamos seguros, pediremos que la repitan.

- No responda precipitadamente ni haga diálogos con los que preguntan. Si insisten, responda brevemente y dirija la mirada hacia otra parte de la sala, buscando nuevas intervenciones.
- Tomar notas durante una pregunta da valor al interpelante.
- Observe a quien pregunta (tono, gestualidad) para responderle de la forma más adecuada.
- Pronunciar frases como: "Has usado la palabra adecuada...", son una muestra de nuestro interés.
- Ante una pregunta demasiado vaga responderemos concisamente en términos generales.
- Evite la pregunta que interesa a una sola persona relacionándola, si es posible, con una causa general, o bien remitiéndola a una explicación individual al terminar.
- Si desconoce alguna respuesta, nos excusaremos con un: "Me faltan datos para poder contestar" o simplemente admitiendo el desconocimiento y comprometiéndonos a informarnos y hacer llegar la respuesta. La franqueza y sinceridad son fundamentales.
- No ridiculice por ningún motivo a la persona que pregunta y trátela con respeto.
- Ante un tema que no conocemos en profundidad, no debe instalarse en una defensa a ultranza. Debemos respetar y, si cabe, aceptar los argumentos contrarios con frases del tipo: "Admito que se puede interpretar como tú dices".
- Evite dar la sensación de que, aun sin conocer bien el tema, nos encerramos en mantener nuestra postura con argumentos débiles. Si algo no lo conoce o domina, intente evitarlo.
- Si recibimos una fuerte crítica a nuestra exposición, no lo tomaremos como algo personal. Responda sin agresividad procurando rebatir las críticas con datos y elementos objetivos.

UN TEMA DE REFLEXIÓN: LA SICOLOGÍA DE LAS MASAS

El sicólogo y experto francés Gustave Le Bon se ocupó de este tema con amplitud y su extenso estudio al respecto sigue siendo una pieza fundamental no superada.

Me permito extractar un pasaje de dicho autor a modo de orientación: "Igualmente que para los seres entre los cuales no interviene el razonamiento, en las muchedumbres la imaginación representativa es muy poderosa, muy activa y susceptible de ser vivamente impresionada. Las imágenes evocadas en su espíritu por un personaje, un acontecimiento, un accidente, tienen casi la vivacidad de las cosas reales. Las muchedumbres están algo en el caso del soñador, cuya razón, suspendida momentáneamente, deja surgir en su espíritu imágenes de una intensidad extrema, pero que se disiparán rápidamente si pudiesen ser sometidas a reflexión. No siendo capaces las muchedumbres ni de reflexión ni de razonamiento, carecen de la noción de lo inverosímil, porque generalmente las cosas más inverosímiles son las que hieren más profundamente su espíritu. Lo maravilloso, lo legendario de los acontecimientos es siempre lo que impresiona a las muchedumbres con mayor intensidad".

Le Bon asegura que se "ha demostrado que las muchedumbres no razonan; que admiten o rechazan las ideas en bloque; que no soportan discusión ni contradicción, que las sugerencias, actuando sobre ellas, invaden completamente el campo de su entendimiento y tienden en seguida a transformarse en actos. Hemos demostrado que las muchedumbres, sugestionadas convenientemente, están prontas a sacrificarse por el ideal que les fue sugerido. Hemos visto también que sólo conocen los sentimientos de violencia extremada; que en ellas la simpatía se convierte pronto en adoración, y la simpatía, apenas nacida, se convierte en odio. Estas indicaciones generales permiten ya presentir la naturaleza de sus convicciones".

Resumiendo, Le Bon viene a afirmar que las masas como tales tienen la personalidad distinta de los individuos que las forman. Sus opiniones constituyeron en su tiempo una novedad, sin embargo, hoy han sido ya estudiadas sistemáticamente todas las reacciones de las masas. Todos estos estudios, empero, parten de la obra de Le Bon y sobre ellos se apoya el "arte" de la democracia, es decir, el arte de hacer creer a los dirigidos que son directores.

Diversos autores han abundado en las opiniones del genial autor francés. Hitler, en "Mein Kampf", comenta ampliamente el tema de las masas resaltando que el hecho de "ser una masa convence de la razón", afirmación muy justa y tremendamente cierta.

El doctor Robert escribiría: "Por lo mismo que las masas no discurren, tampoco soportan la contradicción. Las masas piensan poco pero las masas sienten. Las masas no razonan, sino que solamente se mueven por el sentimiento", e incluso en una gran película, "Un hombre para la eternidad", pudimos anotar una frase muy elocuente al respecto: "las masas siguen a cualquier cosa que se mueve". Sin embargo, como hemos apuntado, y aunque no nos extendemos al respecto, los modernos estudios de formación de dirigentes no olvidan esos principios fundamentales.

En la obra "Formación de dirigentes" de Carlos Campoy, editada en 1971, podemos leer un espléndido resumen del libro de Le Bon, aunque no se indique así en el texto: "A. La sociedad de masas es muy poco apta para el razonamiento, pero es muy apta para la acción.

"B. La muchedumbre, actuando masivamente, posee un alma colectiva que motiva pensamientos, sentimientos y acciones, distintas a aquellas de las que serían capaces de hacer aisladamente los individuos que las integran.

"C. Muy pocas veces son guiadas por la razón, careciendo de poder sobre ellas las leyes de la lógica. Por eso, sus dirigentes o líderes invocan sus sentimientos y nunca su razón". Continuando en otros puntos dice que son "susceptibles de una moralidad extrema, son intolerables y autoritarias, simples y exageradas, sugestionables y crédulas."

Sólo encontramos un gran error en Le Bon al afirmar que a través de los periódicos es muy difícil crear un gran movimiento de opinión. Realmente hay que tener en cuenta la época en que vivió el autor, pero indudablemente hoy sabemos muy bien que es no sólo posible, sino habitual.

Aspectos importantes que afectan a cada persona individualmente como el impuesto de renta, no crean ni pintadas, ni manifestaciones, ni protestas, simplemente porque no son estimulados por la prensa.

La prensa crea pequeños líderes de corta duración para evitar la pérdida de su control y procura que esos líderes no tengan realmente calidad de tales, en cuyo caso podrían independizarse. En otros dos puntos hemos de mostrar una pequeña divergencia con Le Bon. Dicho autor viene a asegurar —como ya hemos dicho— que las masas tienen una personalidad propia.

Realmente este aspecto es discutible, pues lo que les confiere esa "personalidad" es el anonimato y la impunidad. Muy probablemente las personas que forman esa masa, solas, pero garantizando el anonimato y la impunidad, actuarían de igual forma.

Le Bon en cierto modo hace referencia a este hecho, pero no lo pone debidamente de manifiesto y ello tiene su importancia, pues habrá que pensar que cuando las personas individuales que forman las masas, sean incapaces de actuar injustamente, —pese a la garantía de impunidad y anonimato—, esas masas, formadas por esas personas, tampoco lo harán.

Otro punto de discrepancia con Le Bon —aunque más bien en orden teórico— es que analizando sus comentarios se llega a la conclusión de que el buen "jefe", el buen "orador" es el que sabe adaptarse a esas características de las masas, es decir, el que sabe ser superficial, exagerado, intolerante, etc.

De haber conocido Le Bon a Hitler, muy posiblemente habría dicho que era el prototipo ideal que él había definido en su libro. Muchos camaradas incluso lo pensarán también, sin embargo, Hitler supo

arrastrar a las masas diciéndoles algo, sus discursos no son una sucesión de slogans más o menos convincentes. Los discursos de Hitler son profundos, están llenos de ideas, de grandes ideas.

Hitler en Nüremberg, en sus grandes discursos culturales, hablaba a las masas de arte, de moral, de ética. Nada más falso que pretender que las masas son y serán como son, y los líderes han de ser como son y serán las masas. El papel del líder -oratoria- ha de pretender elevar a esas masas, educarlas y lograr cambiarlas, otro proceder sería tan absurdo como el misionero que para lograr feligreses, reparte entre los negros chocolate y abalorios.

Efectivamente tendrá sin duda muchos más seguidores, pero durante mucho menos tiempo que aquel que se ha preocupado de convencerles. Ser líder de una masa que no va a ninguna parte, tiene tanto interés como comprar un coche sin motor.

Lo que sí es indudablemente cierto es que en una reunión donde no existe previamente un responsable, es imposible sacar conclusiones, independientemente de que esté formada por gente eminente o por estúpidos. Este es un fenómeno que no tiene su origen en la masa, o en la gente reunida, sino en la organización, pero que no deja de ser interesante constatar.

En todo caso, las masas pueden ser controladas por medio de la disciplina. Hay masas más salvajes que otras. Al término de la guerra mundial se puso de manifiesto este hecho y Francia e Italia se pusieron rápidamente en cabeza de la brutalidad de las masas, mientras que en países anglosajones o germánicos se produjo una depuración igual pero en forma más civilizada.

Objetivos y funciones de la comunicación de masas

La esencia de esta forma de comunicación está definida por la naturaleza de su auditorio, de la experiencia y del comunicador.

Auditorio

- Relativamente grande: expuesto durante un tiempo breve y con un tamaño tal que el comunicador NO puede interactuar cara a cara con sus miembros.
- Heterogéneo: variado en sexo, edad, educación, procedencia geográfica, no es una élite.
- Y anónimo: cada miembro del auditorio no conoce personalmente al comunicador.

Experiencia comunicacional: pública, rápida y transitoria.

Comunicador: es una comunicación organizada.

Normalmente las masas no están congregadas y se transforman en masas compactas sólo en circunstancias excepcionales.

Actividades y objetivos de la comunicación masiva

El politólogo Harold Laswell, autor de los primeros estudios sobre comunicación, señalaba en 1948 las tres actividades más importantes de los especialistas en comunicación:

1. Supervisión del ambiente: recolección y distribución de información de los sucesos del ambiente externo e interno de la sociedad. Es el "manipuleo" de noticias.
2. Concordancia de las partes de la sociedad en respuesta a ese ambiente: interpretación de la información acerca del ambiente y la prescripción de la forma como deben. Es la editorial o propaganda.
3. Transmisión de la herencia social de una generación a la siguiente: comunicación de la información, valores, normas sociales. Es la educación.

Conclusiones finales

Los esquemas tradicionales de comunicación evolucionan con el tiempo y con la idiosincrasia propia de cada civilización. Hoy, el discurso de los grandes retóricos griegos, maestros de su época, no sólo carecería del interés que suscitaba por aquel entonces, sino que incluso nos aburriría hasta extremos insoportables. En este sentido, se ha producido un cambio significativo para adaptarse a una época como la actual, cuando todo se mueve a ritmo de reloj y la televisión marca la pauta no sólo de lo que sabemos, sino también de cómo se nos comunica.

Lo más importante, pese a todo, sigue siendo empezar despertando el interés del auditorio. No basta con que una persona esté presente, sino que debemos conseguir interesarla en nuestras palabras. Y para eso nada mejor que hablarle de ella misma. Las primeras palabras deben responder a la pregunta que todos los asistentes se estarán formulando: "¿Qué estoy haciendo aquí?". Aclarar el tema sobre el que va a hablar, hacer una presentación personal muy breve si no ha sido introducido por un presentador, y agradecer a los asistentes su presencia y a la organización el haber sido invitado, completarán esta etapa introductoria que no debe ocupar más del 10 o 15% del tiempo.

Es muy frecuente utilizar una anécdota para romper el bloqueo inicial y despertar la simpatía del público, pero en todo caso debe ser una historia que se relacione con el tema a tratar y debe estar bien contada. Hay personas que no saben contar historias o que no tienen la gracia natural necesaria, y en esos casos el resultado será peor que omitir esta parte.

La brevedad es el requisito más importante. Una introducción excesivamente larga aniquilará cualquier posibilidad de despertar el interés de los asistentes. Ellos estarán allí para escuchar cosas sobre un tema que les interesa, pero no sobre el currículum o la infancia del ponente.

Cuando, lo antes posible, se entra en materia propiamente dicha, debe hacerse de forma ordenada y lógica. Deben incluirse todos los conceptos necesarios y ordenarse a partir de un mismo criterio, que pueden ser sus características, su cronología, su importancia, etc.

Esta parte del discurso debe ocupar entre un 70 y 80% del tiempo disponible, y con base en ello se debe decidir la cantidad de conceptos que van a incluirse. No se recomienda memorizar la exposición, y de ningún modo limitarse a leerla, pero sí es imprescindible haberla preparado antes.

Es mejor utilizar frases cortas y palabras concisas. También es imprescindible modular la voz para reforzar las ideas y evitar las monótonas letanías. No debe permitirse que la voz baje al final de las frases, que es precisamente cuando debe reforzar la idea que se comunica.

Si el orador está sentado, debe mantenerse erguido para hacer llegar su voz al auditorio; si está de pie, debe mantener una pierna adelantada, el pecho bien destacado y la espalda recta.

Hay que intentar evitar hacer gestos o tics que delaten el nerviosismo, por otro lado normal. Mantener la vista en los papeles, el suelo o el techo es una de las pruebas más frecuentes. En su lugar, la vista debe dirigirse a los ojos de los asistentes.

Se supone que el orador es un experto en la materia, por lo que se espera escuchar su visión personal. Es importante aportar toda la información necesaria, utilizando apoyos visuales como gráficos, imágenes o datos, con la profundidad que requiera la especialización del auditorio.

No se trata de aportar todos los datos disponibles, sino únicamente los necesarios para cumplir los objetivos de la exposición. Una charla introductoria para profanos en la materia no requiere, ni le conviene, profundizar tanto en los detalles como una conferencia en un simposio de expertos.

39. Ejercicio para precisar el lenguaje:

- Cuando usted escucha las aseveraciones de otra persona, o cuando hace las suyas propias, trate de precisar al máximo la comunicación, para evitar las generalizaciones y los prejuicios.
- Para ello utilice preguntas que especifiquen de qué o de quién se está hablando, si se dice algo de alguien, quién o quiénes son las fuentes o cuáles son las pruebas que sustentan las afirmaciones.
- Formule al menos tres preguntas a cada una de las siguientes frases, para precisarlas:

1. *"Todos los criminales son adictos a la pornografía."*

"Juventud en Éxtasis 2", de Carlos Cuahutémoc Sánchez

- ¿_____?
- ¿_____?
- ¿_____?

2. *"Así está la cosa entre tú y yo."*

- ¿_____?
- ¿_____?
- ¿_____?

3. *"Es un problema de confusionismo."*

- ¿_____?
- ¿_____?
- ¿_____?

40. Ejercicio para ajustar el lenguaje al tipo de audiencia:

No es lo mismo dirigirse a un público de vendedores de verduras congregados en una plaza de mercado, que a una junta de accionistas de una corporación exportadora de las mismas.

El lenguaje, la actitud, el vestuario, nuestros gestos y movimientos corporales deberán adaptarse a las circunstancias.

Redacte brevemente un párrafo en el que muestre cómo se dirigiría a cada uno de estos dos auditorios, en cuanto al tema: "El alza en el precio de las verduras":

1. Vendedores de la plaza de mercado:

2. Accionistas de la corporación exportadora de verduras:

41. Ejercicio de "empatía" previa con su audiencia:

Para poder llegar no sólo a las mentes de sus oyentes en un auditorio sino también a sus "corazones", antes de su intervención usted deberá conocer mejor sus realidades, y específicamente sus expresiones.

Lo ideal es que usted pueda reconocer algunas formas en que ellos se comunican verbal y no verbalmente, y reconocer algunos asuntos que para ellos son determinantes en su vida cotidiana.

- Escoja un gremio específico de la sociedad, ante el cual usted hablaría, por ejemplo, los taxistas.
- Haga un recorrido por sus lugares de reunión, charle con ellos, reconozca sus rituales y símbolos.

- Escriba un pequeño discurso en el que use sus expresiones y símbolos, y en el que “juegue” respetuosamente con ellas, para transmitirles la idea de los logros en la seguridad ciudadana que se obtienen por su ayuda coordinada, y de este modo motivarlos a que sigan cooperando con las autoridades civiles:

42. Ejercicio para conservar y retomar “el hilo” en una charla, foro, panel, simposio o debate:

Ya sea usted uno de los invitados a alguna de estas actividades, o quien la convoca, tenga siempre en claro cuál es el eje conceptual y temático que ha reunido a los diferentes oradores, para traer de nuevo las divagaciones o digresiones en las que se pueden extender los otros participantes y el público. Si usted está en un foro sobre el agua como recurso escaso hacia el futuro, y el tema deriva hacia la “hidráulica”:

1. ¿Cómo volvería al tema por tratar?

2. ¿Cómo retomaría el tema central?

43. Ejercicio de conciliación de divergencias, sin claudicación:

En una actividad de diversos oradores en la que surgen posturas “irreconciliables”, usted como moderador deberá manejar la situación para evitar que degeneren en agravios o maltratos.

No deberá asumir ninguna de ellas y plantear una atmósfera conciliadora que permita superar airosamente las diferencias para continuar o llevar a buen término la actividad.

¿Cómo establecería usted una postura conciliadora entre dos o más puntos de vista aparentemente irreconciliables?

44. Ejercicio para dar la debida participación al público:

Tanto en actividades orales de una o de varias personas, es muy importante tener en cuenta, en la recapitulación final o conclusiones, lo que el público ha preguntado y dicho, pues es en ese momento cuando se debe sintetizar lo planteado por el orador u oradores.

Ejemplo: en un foro sobre “Productividad Empresarial”, el ponente habla de la “Gestión orientada a resultados”, y uno de los asistentes lo interpela diciéndole que olvida la importancia de la “Gestión orientada a procesos”, que rescata todo el valor agregado generado en la búsqueda del logro.

Si usted es el moderador de esta exposición, y quien debe recapitularla y resumirla, teniendo en cuenta este aporte del público:

- ¿Qué podría decir?

45. Ejercicio de “empatía” directa con la audiencia:

Con ciertos manejos del lenguaje podemos mover las emociones de nuestro público a favor de nuestros planteamientos y de nuestra intervención.

Algunas estrategias valiosas son:

- Hablar en tercera persona del plural (nosotros) al referirse a experiencias emocionales significativas, como si la audiencia y nosotros las compartiéramos de hecho.
- Usar algunas comparaciones sensibles que le den mayor fuerza a nuestras ideas, que las hagan más vivas para nuestro público.

Ejemplo: “Los campos están sedientos”, “inflamado de pasión”.

- La ironía es valiosa si se sabe usarla (significa utilizar el lenguaje de tal manera que llegue a significar, para el lector, oyente o receptor, lo contrario de lo que se dice explícitamente).

Ejemplo: “Vamos a ver qué dice el más inteligente de la clase” (para implicar que es el más bruto).

- El uso de frases e ideas opuestas para enfatizar un contraste y darles, por ende, mayor fuerza.

Ejemplo: “Nosotros comemos maíz, nos vestimos con ruanas y soñamos con un mundo mejor de propiedad colectiva y de hermandad para todos; ellos comen trigo alterado genéticamente, se visten de traje y compran y venden hasta los genes de cada especie, sólo para el beneficio de unas pocas multinacionales privadas.”

Tome el siguiente texto, y para darle mayor fuerza expréselo en tercera persona del plural.

Incluya una comparación y una ironía, y disponga claramente la contraposición de ideas, para afectar emocionalmente, de una mejor manera, a su público:

La ciudad es gris por arriba a causa de la polución y naranja abajo debido a la gran cantidad de ladrillo que hay en ella. Antes había sólo casas coloniales de adobe. El orden que la gobierna es extraño, pues cambia azarosamente, según como ha sido habitada por diversas olas de inmigrantes del campo, de la periferia al centro, y del centro a la periferia. Hay espacios de encuentro, muy pocos, y una gran cantidad de vías en donde la gente se pierde de sí misma y de los otros.

46. Ejercicio de variaciones de recursos y de discursos:

Si ustedes vieron la película “Corazón Valiente” (*Braveheart*), de Mel Gibson, seguramente recordarán el muy breve pero muy efectivo discurso que William Wallace les da a las tropas de Escocia para pelear contra la tiranía a la que los ingleses los tenían sometidos.

Dice así: — Pueblo de Escocia, yo soy William Wallace, y veo a todo un grupo de mis propios compatriotas dispuestos a desafiar la tiranía. ¿Qué harán?, ¿están dispuestos a luchar?-

Un campesino: — *Contra eso... (refiriéndose al ejército inglés) ¡¡ Nooo !! ¡Huiremos, y viviremos!*
— *Huyan y “tal vez” vivirán, y vivirán muchos años de aquí en adelante y morirán en sus casas... pero después no cambiarán todos esos años por este único día... por esta única oportunidad de decirles a nuestros enemigos... que podrán tomar nuestras vidas...*

¡¡Pero NUNCA, JAMÁS; NUESTRA LIBERTAD!!

Ahora, use este mismo texto e intención para referirlo a diferentes audiencias: ¿Cómo cambiarían el lenguaje, las palabras, el ritmo?

Practíquelo dirigiéndose a poblaciones de ciudades o naciones, así como a gremios profesionales o de oficios, refiriéndose a sus enemigos respectivos.