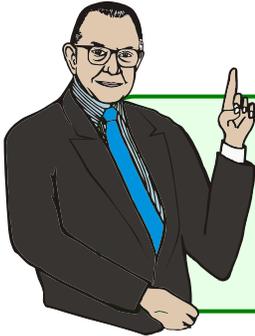


MANEJO DE AUDITORIO



Una de las características por las que se suele admirar a los líderes es por su facilidad de palabra o por su capacidad de hablar en público. Coomeva y sus grupos de dirección y asesoría son definitivamente espacios donde se tiene que desarrollar capacidades para dirigirse a un auditorio.



Seguro que a todos, en el ejercicio de nuestras funciones, nos han pedido que hablemos en público, en distintas situaciones y escenarios. En ocasiones hemos tenido tiempo para preparar nuestra charla y en otras nos habrá tocado improvisar. En cualquier caso, sentirnos seguros y confidentes es fundamental.



Y no olvidemos una enorme ventaja de hablar en público: por regla general, el público desea nuestro éxito, está de nuestra parte y no en contra.

Independientemente del tamaño del auditorio al que se enfrente, un dirigente debe aprender a comunicarse de manera eficaz. Esta es por lo tanto una competencia a fortalecer. El propósito de la charla puede ser: conferencia o exposición.

- **Informar:** en ocasiones sólo queremos informar a nuestro público sobre las generalidades de cualquier asunto.

- **Explicar:** quizá el objetivo de la intervención sea el de explicar asuntos más particulares y detallados. Por regla general las charlas explicativas también suelen proporcionar información.
- **Persuadir:** la comunicación persuasiva suele ser la más compleja. Lo ideal es poner la información y la explicación al servicio de la persuasión.

El conocimiento del propósito de la conferencia resulta de gran importancia a la hora de ponerse de pie para tomar la palabra.



CÓMO SUPERAR EL “MIEDO ESCÉNICO”

¿Qué pasa por nuestra mente cuando pensamos en una conferencia pública? Quizá nos acordamos de aquel incidente ocurrido durante nuestra infancia, cuando nos olvidamos de una de nuestras frases durante la representación escolar. O quizá nos acordemos de aquella otra conferencia durante la cual tuvimos la sensación de que cientos de ojos nos miraban fijamente.

Este tipo de recuerdos basta para provocar miedo hasta en las personas más decididas. La mayoría de las personas reconoce que prefieren cualquier cosa antes que hacer una intervención frente a un público.

El miedo escénico es una sensación normal en cualquier persona que haya tenido que enfrentarse a un auditorio. Incluso los mejores actores sufren esta particular tipo de ansiedad.

Según un antiguo dicho, "el que duda está perdido". Lo mismo se puede decir de cualquiera que deba hablar en público. Por ello, un dirigente preparado será capaz de dar un paso al frente y ofrecer un mensaje claro y convincente.



Si estamos capacitados para hablar con firmeza, no sólo atraeremos la atención del público sobre nuestro discurso, sino en gran parte sobre nosotros mismos también, y ofreceremos la imagen de alguien preparado para el liderazgo. Tengamos presente que el miedo escénico se supera.

LO VERBAL, VISUAL Y VOCAL



El éxito como orador viene determinado por el modo en que se emplean las técnicas verbales, visuales y vocales, para llamar la atención del público.

Independientemente del tipo de charla o exposición, hay tres técnicas que deberían emplearse siempre. Empleadas conjuntamente, le permitirán convertirse en un importante orador. Estas técnicas se conocen como "**las tres V**", y son: **verbal, visual y vocal**.

Técnica	Descripción	Acciones
Verbal	La mayor parte del tiempo que invertimos en preparar una charla se destina a la mejora de las técnicas verbales.	<ul style="list-style-type: none"> ✓La elaboración de un mensaje claro. ✓Convertir la presentación en algo relevante para el público. ✓Subrayar las ideas principales. ✓Reunir evidencias que apoyen nuestras opiniones. ✓Organizar la información. ✓Disponer de un soporte visual para ilustrar la información verbal. ✓Implicar al público.

Técnica	Descripción	Acciones
Visual	Estas técnicas no se refieren a los apoyos visuales que ilustran la conferencia, sino a la imagen que proyectamos como oradores. Cuanto más interesante resulte observarnos, más posibilidades hay de que el público nos preste atención a lo largo de toda la conferencia.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ El contacto visual con cada uno de los oyentes. ✓ Los gestos que describen y refuerzan las ideas. ✓ Las expresiones faciales que comuniquen los sentimientos y actitudes. <p>A menudo no se tienen en cuenta estas técnicas y su ausencia puede hacer que la presentación resulte menos interesante.</p>
Vocal	La voz es una parte clave para el orador.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Elevar y bajar la voz en función del énfasis que se quiera dar. ✓ Cambiar el ritmo para llamar la atención al público y ✓ Emplear pausas para remarcar los puntos importantes.

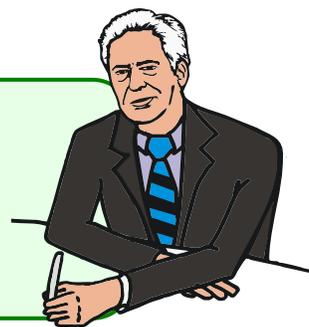
ASPECTOS A TENER EN CUENTA SOBRE LAS AUDIENCIAS



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

Por ello, resultan preguntas fundamentales para un orador:

- ✓ ¿cómo es la audiencia que nos escuchará?,
- ✓ ¿por qué acuden a escucharnos?,
- ✓ ¿qué esperan? y
- ✓ ¿cuáles son sus deseos necesidades y características socioculturales?

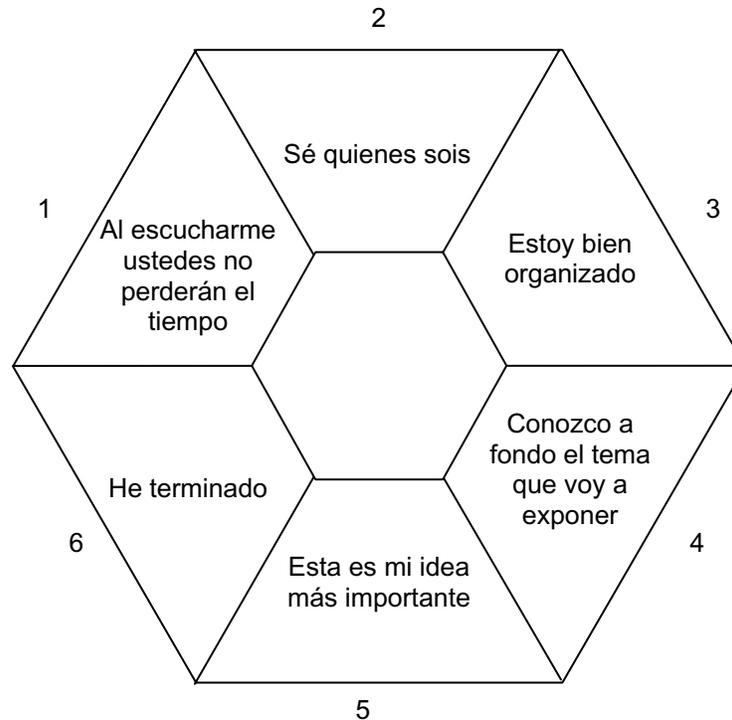


Los dirigentes cooperativos, a saber que su gestión implica múltiples momentos en los que desarrollan el rol de orador, deben tener en cuenta:

- 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.
- Las audiencias se condicionan a sí mismas y la actitud de la mayoría imperará, aunque se trate de un grupo heterogéneo. La risa provocará más risa, el silencio generará un silencio mayor, la polémica promoverá más polémica.
- El público que nos escucha no es un ente abstracto, sino que 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 de algún incentivo para lograrlo.
- Las personas estamos acostumbradas a mensajes cortos, tipo **anuncios** de TV. Incluso las noticias de los informativos tienen una duración media de dos minutos, por lo que 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.

¿CUÁL ES LA IMAGEN QUE DE SÍ MISMO DEBE TENER UN BUEN ORADOR?

Los parámetros de pensamiento que deben manejar los buenos oradores se resumen en los siguientes puntos:



“Al escucharme ustedes no perderán el tiempo”: El público se sentirá realmente molesto si tiene la sensación de que le están haciendo perder su tiempo. Es necesario dar muy pronto este indicio.

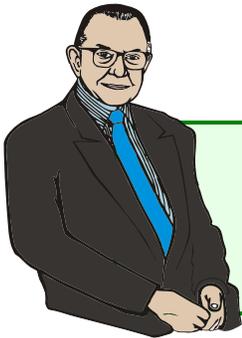
“Sé quienes sois”: Es fundamental conocer bien a la audiencia y también hacérselo saber.

“Estoy bien organizado”: Debemos organizar la información y brindarle al público la certeza de que nuestra intervención tiene una estructura.

“Conozco a fondo el tema que voy a exponer”: Si hemos sido presentados antes de nuestra 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 demostremos nuestro dominio del tema.

“Esta es mi idea más importante”: Hay que avisar cuando vamos a decir lo fundamental.

“He terminado”: El orador debe despedirse, concluir, e incluso, agradecer la atención prestada por la audiencia.



Manejar un auditorio implica manejar adecuadamente su cuerpo, espíritu y su mente.
El orador tiene que resultar interesante, sugerente, convincente, etc.

Recordemos y retomemos lo tratado en el documento [“Manejo eficaz y eficiente de reuniones”](#) sobre “Manejo de preguntas”.

Lectura complementaria

[Uso apropiado de la voz y estrategias para una comunicación efectiva](#)