

TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN ORAL

Para hablar bien ante un auditorio no se necesita ser un orador experimentado ni ser atrevido, osado o delirante, sino dominar un conjunto específico de técnicas y conocer los principios básicos que rigen la comunicación verbal y la comunicación gestual.

El objetivo de una presentación oral ante un auditorio queda definida por dos objetivos claves: uno motivador (captar y mantener el interés de los oyentes para implicarlos en el tema tratado) y otro didáctico (que sus colegas retengan el mayor número de ideas con el menor de los esfuerzos). Para esto es imprescindible que el expositor tenga dos habilidades clave: buen transmisor (el fondo) y buen difusor (la forma).

Hablar en público no se limita a tomar a palabra y "soltar" un discurso; hablar en público consiste en lograr establecer una comunicación efectiva con el mismo, en la que uno sea capaz de transmitir sus ideas y aprovechar la oportunidad de contar con la participación de dicho auditorio.

Por ello, las intervenciones hay que prepararlas a conciencia, lo que implica no limitarse a elaborar el discurso. Conocer el tema es una condición necesaria pero no suficiente: hay que saber exponerlo de una manera atractiva, conseguir captar la atención del público y no aburrirles.



El orador tiene que conseguir que el público se interese por lo que les va a decir y esto exige dominar las técnicas de la comunicación. Una cosa es conocer una temática y otra muy distinta es saber hablar de la misma.

Cuando se va a hablar sobre un tema lo primero que el orador tendrá que hacer es dominarlo. En el momento en el que tome la palabra deberá tener un conocimiento sobre el mismo superior del que tiene el público. El orador tiene que tener algo interesante que transmitir.

Escribir el discurso es sólo una parte del trabajo y probablemente no la más difícil, ni tampoco probablemente la más determinante a la hora de alcanzar el éxito. El cómo se expongan esas ideas juega un papel fundamental.

Aunque resulta natural estar algo nervioso cuando se va a hablar en público, hay que tener muy claro que el público no es el enemigo, que se encuentra acechando a la espera del más mínimo fallo para saltar sobre el orador. Muy al contrario, cuando el público acude al acto es porque en principio le interesa el tema que se va a tratar y entiende que el orador tiene la valía suficiente para poder aportarle algo.

Cuando se habla en público hay que estar pendiente no sólo de lo que se dice, sino de cómo se dice, del vocabulario que se emplea, de los gestos, de los movimientos, de la forma de vestir, etc. Todo ello será valorado por el público y determinará el mayor o menor éxito de la intervención.

Un mismo discurso puede resultar un tremendo éxito o un rotundo fracaso en función de la habilidad del orador en su exposición.



PROCESO DE PREPARACIÓN DE LA INTERVENCIÓN

A la hora de preparar una presentación hay que tener en cuenta:

Público asistente	La intervención tiene que ser apropiada para el público que va a asistir. Hay que ver qué temas le pueden interesar, cuál puede ser su nivel de conocimiento sobre el mismo, hay que utilizar un lenguaje adecuado, tener en cuenta si conoce o no términos técnicos, etc. 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. 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 caso el discurso tenderá a ser mucho más formal.
Objetivo de la intervención	Hay que tener muy claro el motivo de la intervención. El discurso puede tener por objeto informar, motivar, entretener, 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 a tratar	Según el tema que se vaya a tratar, el estilo del discurso puede ser radicalmente diferente.
Lugar de la intervención	El lugar del acto imprime también carácter. No es lo mismo hablar en un auditorio grande, en la sala de reuniones de la empresa, en una oficina, en un salón, etc.
Tiempo de la intervención	El tipo de discurso será completamente diferente dependiendo de si va a durar 5 minutos o si va a durar una hora y media. Las posibilidades de improvisar, de profundizar en la materia, de estructurar el discurso (introducción, desarrollo y conclusión), de utilizar fichas de apoyo, de utilizar ayudas audiovisuales, 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.

LA ESTRUCTURA DE LA PRESENTACIÓN

Una presentación debe estructurarse en tres partes muy definidas:

- ✓ **Introducción:** Plantea el tema que se va a abordar y la idea que se quiere transmitir.

- ✓ **Desarrollo:** Se presentan los distintos argumentos que sustentan la idea.
- ✓ **Finalización:** Se resalta nuevamente la idea y se enumeran someramente los argumentos utilizados.

Al ser escuchado (y no leído) el público de una presentación no tiene tiempo de analizar detenidamente el lenguaje utilizado, la estructura de las frases, etc. Además, en el supuesto de no entender una frase no va a tener la posibilidad de volver sobre ella. Todo ello lleva a que en el discurso deba emplearse un lenguaje claro y directo, frases sencillas y cortas. Hay que facilitarle al público su comprensión.

Para terminar, señalar algunos aspectos importantes:

Independientemente del tema que se vaya a tratar, hay que procurar que el discurso resulte atractivo, novedoso, ágil, con gancho, bien fundamentado, interesante.

Debe primar siempre la idea de la brevedad (el público lo agradece). La brevedad no implica que el discurso tenga que ser necesariamente corto, sino que no debe extenderse más allá de lo estrictamente necesario (ir "al grano", evitar rodeos que tan sólo dificultan la comprensión y terminan aburriendo).

La introducción

Al iniciar la intervención el orador se "juega" el conseguir o no la atención del público. Si la introducción resulta interesante, atractiva, novedosa, sugerente, y si el orador parece preparado, agradable, entusiasta, entretenido, es posible captar la atención del público, y una vez que se ha conseguido es más fácil mantenerla a lo largo de todo el discurso.

Si por el contrario, el orador no consigue en la introducción "enganchar" al público, a medida que avance el discurso le va a resultar cada vez más difícil lograrlo (si el público no ha prestado atención al principio, es muy complicado que luego pueda captar la línea argumental, aunque lo intente).



Si la introducción suena aburrida, la voz resulta monótona, no se oye bien, no queda claro de qué se va a hablar, la imagen del orador resulta indiferente, etc., es muy fácil que la mente del público empiece a viajar en diferentes direcciones.

En la introducción tiene que quedar muy claro el asunto que se va a abordar y la opinión del orador sobre el mismo. Además, es al comienzo de la intervención cuando los nervios están más a flor de piel, por lo que una buena preparación ayuda también a dominarlos.

Por último, indicar que la introducción debe comenzar con un saludo a los asistentes, agradeciéndoles su presencia. Si la presentación va a ser extensa, en la introducción se debe presentar un pequeño guión indicando los distintas partes de la exposición.

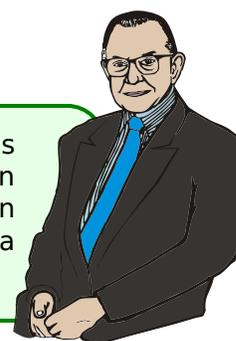
El desarrollo

Durante el desarrollo de la presentación se expondrán aquellos argumentos principales que sustenten la idea defendida por el expositor. Hay que ser muy selectivo en la utilización de argumentos de apoyo (no más de 4 o 5), ya que en este desarrollo no hay que extenderse más allá de lo necesario. Ya se ha repetido anteriormente que debe primar siempre el principio de brevedad.

No hay que abusar de los datos y de los detalles (ocultan los aspectos fundamentales) y hay que dar exclusivamente aquella información que sea realmente relevante.

El desarrollo debe ser ágil, combinando conceptos teóricos, ejemplos, datos estadísticos, citas, comparaciones, anécdotas e incluso incluyendo algún toque de humor (permite acercar el discurso al público).

Es conveniente que estos ejemplos, anécdotas, citas etc., sean relevantes, vengan al caso, y no se utilicen simplemente para tratar de impresionar al público con los conocimientos que uno posee (el público rechaza la pedantería).



El desarrollo debe ser equilibrado, repartiendo el tiempo entre las distintas partes que se van a exponer, evitando extenderse en demasía en un punto determinado y pasar "de puntillas" por otro igualmente importante.

Se utilizarán, si es posible, medios de apoyo, con la idea de ir alternando la palabra con la imagen, dando movimiento a la presentación y evitando la monotonía.

La finalización

La finalización es una síntesis del tema tratado, del punto de vista defendido, de los principales argumentos presentados y de las principales conclusiones y recomendaciones (si son pertinentes). Esta debe ser breve, destacando únicamente los puntos básicos que se han expuesto.



La finalización, al igual que la introducción, es una parte fundamental del discurso que debe ser preparada a conciencia.

Probablemente, cuando el público abandone la sala tan sólo recuerde de la presentación lo que se haya dicho en la finalización. Es conveniente tener la finalización bien memorizada, de modo que se pueda desarrollar sin tener que recurrir a fichas de apoyo (aunque se lleven por si acaso). Así gana en espontaneidad, en frescura, pudiendo el orador centrar todo su esfuerzo en enfatizar sus palabras, sus gestos, mirando al público, sin tener que estar consultando sus notas.

En la finalización el orador debe emplearse a fondo, utilizando un lenguaje enfático, hablando con determinación, con entusiasmo. Es el momento de recalcarle al público el punto central de la exposición.

Debe evitarse que el orador tienda a alargarse más de la cuenta y al final tenga que cerrar su discurso de forma atropellada, sin la oportunidad de poder rematarlo con una buena finalización. Como cierre de la intervención, se agradecerá nuevamente al público su asistencia y el interés mostrado.

EL LENGUAJE CORPORAL EN UNA INTERVENCIÓN

La persona que hace una presentación frente a un auditorio tiene que ser muy consciente de que además de utilizar un lenguaje verbal (lo que dice, cómo lo dice, vocabulario empleado, entonación, volumen de voz, énfasis, etc.), utiliza también

un lenguaje corporal que el público capta con igual claridad (gestos, movimientos, expresiones, posturas, posición en el estrado, etc.).

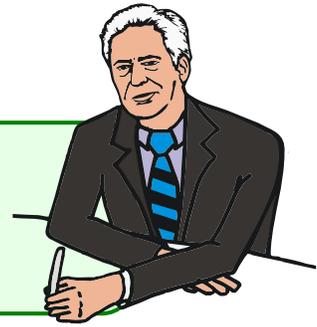
La mayoría de las veces uno no es consciente de este lenguaje corporal por lo que resulta muy difícil controlarlo. No obstante, dada su importancia es un aspecto que hay que trabajar, ensayando y auto controlando sus diferentes componentes.

Desde el momento en el que el orador sube al estrado el público comienza a fijarse y a analizar multitud de factores (como se mueve, su grado de nerviosismo, como va vestido, su tono y volumen de voz, sus gestos, seriedad o sonrisa, etc.) y con todo ello se va formando una imagen del orador que puede considerar interesante, aburrida, sugerente, intrascendente, atractiva, patética, ridícula, etc.

Esta imagen que el público se forma influye decisivamente en el interés que va a prestar a la intervención, así como en su predisposición a aceptar o no las ideas presentadas. Si esta imagen es positiva, el público será mucho más proclive a aceptar los argumentos presentados, mientras que si es negativa tenderá a rechazarlos o a no prestarles atención.

El orador debe proyectar una imagen de profesionalidad, de desenvoltura, de dominio de la temática, etc. Debe mostrar entusiasmo: es una manera de reforzar sus ideas, además el entusiasmo es contagioso y dispone al público a favor. Hay que mostrar un rostro amable, una sonrisa (ayuda a ganarse al público) y evitar gestos antipáticos (provocan rechazos).

En la valoración global del discurso el público no sólo tendrá en cuenta las ideas expuestas y la solidez de los argumentos, sino también la imagen del orador.



Dentro de la comunicación verbal hay que destacar la importancia de los silencios: El silencio juega un papel fundamental en toda comunicación verbal, por lo que hay que saber utilizarlo de forma adecuada. Se debe utilizar de forma consciente (para establecer pausas, destacar ideas, dar tiempo a la audiencia a asimilar un concepto, romper la monotonía de la exposición, etc.).

El silencio no se puede utilizar aleatoriamente, sin un fin determinado, ya que lo único que haría sería interferir en la comunicación, dificultándola. Hay que vencer el miedo que sienten muchos oradores que evitan el silencio a toda costa (piensan que rompen la comunicación).

Por último, no olvide algunas cosas que el orador debe tener disponible cuando sube al escenario:

- Vaso de agua (para aclarar la voz).
- Reloj (para controlar el tiempo; lo situará en un sitio visible donde pueda consultarlo de forma discreta).
- Pañuelo (para secarse los labios después de beber o por si se estornuda; imagínese un ataque de tos, una nariz que comienza a gotear y el orador sin pañuelo).
- Sus notas y guías de referencia.

EL MANEJO DE LA VOZ

Durante la intervención hay que cuidar la voz: Una voz monótona, desagradable, un volumen bajo, etc. lleva a la audiencia a desconectarse.



Normalmente uno no conoce su propia voz, de ahí que se sorprenda cuando se escucha en una grabación. Oírse en una grabación es muy útil ya que permite familiarizarse con la voz, oírla como la oyen los demás. Es la manera de conocer como suena, como resulta, que defectos hay que corregir.

Dominar la voz sólo se consigue con ensayo: grabando su presentación y oyéndola, lo que permite detectar fallas (se habla muy rápido, no se vocaliza suficientemente, se habla muy bajo, se tiende a unir palabras, etc.) y poder tratar de corregirlos. También es interesante preguntarle a alguien su opinión.

Una vez detectadas las fallas se trabajará sobre ellos con vistas a mejorar la calidad de la voz. Aunque la voz sea difícil de cambiar, si se pueden mejorar algunos defectos que dificultan su comprensión o que la hacen poco atractiva (una voz nasal, una voz excesivamente fina o ronca, etc.).

Hay que saber modular la voz: subir y bajar el volumen, cambiar el ritmo, acentuar las palabras; todo ello ayuda a captar la atención del público. Hay que jugar con la voz para enfatizar los puntos importantes del discurso, destacar ideas, introducir nuevos argumentos, contar anécdotas, resaltar las conclusiones, etc.

Por ejemplo, si se realiza una afirmación hay que hablar con determinación (voz firme, alta, sin titubeos); en otras partes del discurso (una explicación, una anécdota, etc.) se puede utilizar un tono más distendido, más relajado.

Un aspecto que hay que cuidar especialmente es el volumen: en la vida ordinaria uno suele hablar con personas muy próximas, lo que determina que uno se acostumbre a hablar bajo. Cuando se habla en público hay que hacer un esfuerzo por hablar más alto (aspecto que hay que cuidar en los ensayos) y conseguir que la voz llegue con claridad a toda la sala.

Una falla que se suele cometer es empezar las frases con un volumen elevado e ir disminuyéndolo a medida que se avanza, de modo que el final de la frase parece como si careciese de importancia. En los ensayos hay que vigilar este problema y tratar de corregirlo.

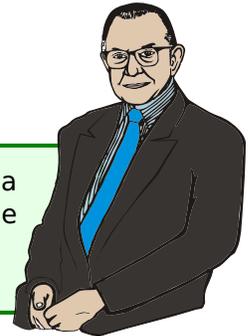
También es muy frecuente hablar demasiado rápido, tendencia que se intensifica cuando se habla en público (debido a los nervios). Esto dificulta la comprensión y proyecta una imagen de nerviosismo. En los ensayos hay que vigilar este aspecto. Hablar lento facilita la comprensión, proyecta una imagen de seguridad y ayuda a calmar los nervios.

Cuando la audiencia es medianamente numerosa (más de 50 personas) es conveniente utilizar micrófono, lo que exige una cierta práctica: el micrófono hay que mantenerlo siempre a la misma distancia de la boca (si se acerca y se aleja el volumen presentará oscilaciones). Hay que cerciorarse de que el volumen del micrófono es el adecuado y que la voz llega con claridad a toda la sala (lo mejor es preguntarle al público al comienzo de la intervención si se oye con claridad). Si uno habla bajo no debe recurrir a elevar el volumen del micrófono, sino que tendrá que esforzarse en hablar más alto.

LA IMPORTANCIA DE 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 tener miedo o de falta de interés.



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, mirándole a los ojos. Hay que tratar de abarcar con la mirada toda la sala, enfocando las distintas zonas. En lugar de mirar difusamente a la masa, hay que tratar de 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 la falla 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). El resto del público puede llegar a pensar que no se le está prestando la debida atención.

Aunque se trate de un discurso leído, hay que tratar de mantener un contacto visual con la audiencia (uno no puede enfrascarse en la lectura y no levantar la vista del papel; resulta poco elegante y el público terminaría desconectando).

En los momentos de silencio hay que mirar al público ya que 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).

EL MANEJO DEL CUERPO

A través del manejo de su cuerpo, el orador transmite también mensajes: nervios, timidez, seguridad, confianza, dominio, entusiasmo, dudas, etc. Desde el momento en el que uno accede al escenario, el movimiento de las manos, la expresión de la cara, la postura, los movimientos en el estrado, la mirada, etc. todo ello está transmitiendo mensajes diversos y el público los capta con total nitidez.

A veces puede suceder que estos mensajes sean contrarios a lo que el orador está tratando de comunicar con el lenguaje verbal. Por tanto, dada la importancia que tiene el manejo del cuerpo en la comunicación, es un aspecto que hay que trabajar convenientemente en los ensayos.

La mejor forma de percibir este lenguaje corporal es grabándose en vídeo. Muchos se sorprenderían: tics nerviosos, manos inquietas que no paran de moverse, gesto contrariado, mirada al techo, inmovilismo, etc.

Desde que uno sube al estrado debe ser capaz de utilizar este lenguaje corporal en sentido positivo, facilitando la conexión con el público y reforzando su imagen.



Durante la intervención es conveniente moverse por el escenario, no quedarse inmóvil, pero controlando los movimientos, evitando deambular sin ton ni son. La movilidad rompe la monotonía y ayuda a captar la atención del público.

Si el discurso es leído no cabe la posibilidad de movimiento, pero sí se debe mantener una postura cómoda, erguida, aunque natural, no forzada, sin aferrarse al atril (sensación de inseguridad).

Si el orador está sentado tratará de incorporarse a fin de realzar su figura y no quedar perdido tras la mesa (para establecer una comunicación con el público es fundamental el contacto visual).

Si es posible (por ejemplo en un aula) es aconsejable moverse entre el público, ayuda a romper las distancias, transmitiendo una imagen de cercanía.

Los gestos de la cara deben ser relajados: una sonrisa sirve para ganarse al público, mientras que una expresión crispada provoca rechazo.

El movimiento de las manos debe estar ensayado. Tan mala impresión producen unas manos que no paran de moverse, como unas manos inmóviles. Los movimientos deben ser sobrios. Las manos se utilizarán para enfatizar aquello que se está diciendo, de manera que voz y gestos actúen coordinadamente, remarcando los puntos cruciales del discurso.

LA IMAGEN DEL ORADOR

Además del lenguaje verbal y corporal, el orador también transmite una imagen personal que será valorada positiva o negativamente por el público. Hay que tratar de proyectar una imagen positiva.

Una imagen agradable, abierta (aunque uno sea un tímido empedernido), atractiva, etc., es valorada favorablemente por el público y ayuda a ganarse su estima. Una imagen descuidada, hosca, antipática, pone al público en contra (aunque comparta las ideas expuestas).

El orador debe vestir de forma apropiada para la ocasión:

- ✓ Si se trata de un acto formal, vestirá con traje.
- ✓ Si se trata de acto informal, podrá vestir de manera cómoda, deportiva, etc.

Hay que tratar de no desentonar con el público asistente.

Tan llamativo resulta vestir de manera desenfadada en un acto formal, como ir de chaqueta y corbata cuando el público viste de forma casual. El orador tiene que informarse de cómo debe ir vestido. En caso de duda es preferible adoptar la opción más conservadora.

Una vez definido el estilo (formal o casual), el orador tratará de vestir algo mejor que la media del público asistente (no en balde es el protagonista). Tiene que sentirse cómodo, a gusto con su apariencia. Esto acrecienta su autoconfianza y le permite luchar contra la inseguridad.

No obstante, debe evitar todo exceso. La imagen debe realzar su figura, pero sin llegar a eclipsarla (el público tiene que prestar atención al discurso y no distraerse con un atuendo espectacular).

Detalles que uno cuida en su vida ordinaria, deben recibir una especial atención cuando se va a hablar en público: Bien peinado, bien afeitado, dentadura reluciente, zapatos limpios, los botones abrochados, corbata bien colocada, etc.

Si el orador es de baja estatura debe cuidar que el atril que utilice sea el apropiado (que no quede oculto detrás). Si intervienen dos personas al mismo tiempo con diferencias de estatura considerables, es conveniente que se sitúen algo separadas para evitar resaltar el contraste.

LOS MEDIOS DE APOYO AUDIOVISUAL

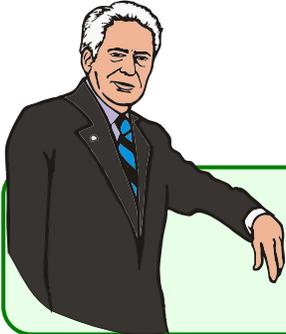
El orador puede apoyar el discurso utilizando distintos medios visuales: Tablero, transparencias, pantallas, videos, etc.

Dichas ayudas sirven para captar la atención del público (rompen la monotonía), facilitan la comprensión, enriquecen la presentación, ayudan a transmitir una imagen de profesionalidad y 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.

Si se va a utilizar material de apoyo, hay que emplearlo también en los ensayos, recreando 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.

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 el tablero se situarán 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 verle 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 espaldas contemplando el tablero pizarra o la pantalla.

Lectura complementaria

[El poder del lenguaje asertivo](#)