

El Poder de la Oratoria



Renny Yagosesky



EL PODER DE LA ORATORIA

Renny Yagosesky

*Un maravilloso libro de Comunicación Oral, que
le enseñará los secretos del
Arte de Hablar en Público y le
ayudará a superar
el Miedo Escénico.*

INDICE

Capítulo 4: Autodominio Emocional

- El miedo escénico
- Temor y miedo
- Las creencias
- Efectos del miedo escénico
- Causas del miedo escénico
- La superación del miedo escénico

Capítulo 6: La Belleza Expresiva

- La respiración
- La voz. Uso y Cuidado
- Las Entonaciones
- La articulación
- La dicción. Impostación e inflexiones
- El ritmo oral
- El lenguaje corporal
- El dominio del idioma

Capítulo 7: El Discurso

- Tipos de discursos
- Preparación del discurso
- Presentación del discurso
- La argumentación de las ideas
- La asimilación de las ideas
- La lectura eficaz

Capítulo 8: la Relación con el Público

- Análisis del publico
- Tipos de publico
- Las expectativas del publico
- La participación del publico
- Participantes difíciles
- Situaciones difíciles

Capítulo 9: El Apoyo Logístico

- Las condiciones ambientales
- Los apoyos visuales

Capítulo 10: La Oratoria en los Medios

- La oratoria en radio
- La oratoria en televisión

Capítulo 11: La Ética del Orador

- La congruencia
- Discurso de Martin Luther King (1969)

CAPÍTULO 1

LA COMUNICACIÓN HUMANA

*La comunicación es un mar simbólico que nos permite
Navegar juntos. Sin ella estaríamos solos,
separados, perdidos, prácticamente
inexistentes*

El ser humano es en esencia un ser social, alguien que necesita mantener relaciones grupales para poder sobrevivir. De hecho, se sabe que los niños necesitan cuidado y protección para su adecuado crecimiento y desarrollo, lo cual los hace depender de los demás para aprender a funcionar en los ambientes en los que son criados. Para lograr este cometido, necesitan adoptar una forma de expresión de sus necesidades y deseos, a fin de lograr satisfacerlos. A ese fin sirve la comunicación.

No siempre nos hemos comunicado como hoy lo hacemos. Para poder entender nuestros actuales mecanismos de comunicación, vale la pena retroceder en el tiempo y revisar la manera cómo llegamos a ser lo que somos. Hubo una época cuando el hombre ni siquiera hablaba y apenas se comunicaba a través de un sistema de señales, y de signos pictóricos, es decir, de imágenes dibujadas en cuevas, con las que intentaba exponer el sentido que daban a lo que percibían a su alrededor.

De acuerdo con algunos estudios antropológicos, el origen de la comunicación humana se puede explicar mediante dos teorías: *La Teoría. Onomatopéyica*, según la cual el hombre comenzó a hablar imitando los sonidos de la naturaleza, y *La Teoría de las Interjecciones*, que nos dice que el ser primitivo comenzó a hablar gracias a la necesidad que tuvo de expresar lo que sentía, o sea, sus emociones y sensaciones.

Un paso más adelante en la evolución, con el desarrollo del cerebro, el hombre aprendió a designar los objetos con ciertos sonidos y les dio nombres con los cuales los relacionaba. Así, el sonido con que designaba a un animal o a un árbol, eran diferentes. Entonces, logró identificar con sonidos, aquello que veía, oía, olía, saboreaba o sentía.

De acuerdo con D. R Gorski, investigador de la evolución del lenguaje humano, pasaron más de 800 mil años para que el hombre pudiera desarrollar la capacidad de expresar sonidos completos (palabras y pequeños grupos de palabras) en forma de oraciones comprensibles dotadas de una estructura muy elemental, comparada con la estructura de lenguaje complejo que usamos en el presente.

Según algunos investigadores, mientras el hombre se fue haciendo más evolucionado, experimentó cambios en su cerebro y en varios órganos relacionados con el sonido de la voz, tales como las cuerdas vocales, los huesos maxilares, y los músculos que permitían el movimiento de las partes responsables del habla. Gracias a esos y otros cambios podemos hablar como ahora lo hacemos.

¿No es algo asombroso y maravilloso que la expresión de un simple ¡hola! sea producto de miles de años de transformación evolutiva?

¿QUE ES LA "COMUNICACIÓN?"

Para los efectos de este libro, definiremos como comunicación humana, al: Proceso de relación humana, mediante el cual expresamos y compartimos nuestra visión de la realidad, con la intención, consciente o no, de influir en los pensamientos, actitudes y comportamientos de quienes nos rodean.

Puede decirse sin exagerar, que existe comunicación en varios niveles de la naturaleza. Podemos referirnos al menos a tres tipos:

- ❖ **COMUNICACION BIOLÓGICA:** La que se produce entre los seres vivos y el ambiente, por ejemplo cuando respiramos.
- ❖ **COMUNICACION ANIMAL:** La que se produce cuando miembros de distintas especies se aparean, se enfrentan o se apoyan mutuamente en su nivel específico de consciencia.
- ❖ **COMUNICACION HUMANA:** El tipo de comunicación que involucra un alto nivel de consciencia y acción voluntaria o intencional.

Si revisamos nuestro concepto de comunicación, notaremos que nos lleva a varias interpretaciones útiles para ayudarnos a entender el asunto de manera más detallada:

- ❖ La comunicación es un proceso, una secuencia de pasos.
- ❖ La comunicación forma parte de la relación humana.
- ❖ Comunicamos nuestra visión de la realidad, y no la realidad misma.
- ❖ Al Comunicarnos pretendemos influir en los demás.
- ❖ Al comunicarnos influimos en los demás.

En cierto nivel, todo lo que decimos a los demás primero nos lo decimos a nosotros mismos en forma de pensamientos. A esto lo denominamos: Comunicación intrapersonal. Por medio de esta comunicación de “A” con “A”, parte de lo que pensamos o creemos viable, permitido, valioso y conveniente de ser transmitido a otros, es lo que finalmente decidimos comunicar.

COMUNICACION INTRAPERSONAL

A partir del nacimiento, con el paso de los años, dependiendo como somos tratados por quienes nos rodean, desarrollamos una forma de percibirnos a nosotros mismos; una manera de sentirnos con respecto a “eso” que creemos ser. Es a esto a lo que llamamos comúnmente la autoimagen, y que definiremos como *“la serie de ideas muy específicas que sobre nosotros, tenemos, conservamos y usamos como marco de referencia para tomar decisiones y actuar en el mundo”*.

La autoimagen es la puerta de la personalidad; la pieza clave de nuestras tendencias, preferencias o estilo particular. Es, a fin de cuentas, lo que nos decimos a nosotros mismos que somos, por lo que determina aquello que consideramos posible de hacer o lograr.

Desde esa autoimagen actuamos y por tanto nos comunicamos. Por eso, quien se crea tonto, hablará como tonto; quien se piense intelectual mostrará actitudes coherentes con esa creencia; quien se sienta inadecuado, evitará hablar o mostrarse. Por esto, aquel que desee lograr una comunicación efectiva (que produzca los efectos que deseamos) deberá tener claridad sobre lo que ha elegido pensar y aceptar como verdadero sobre sí mismo y sobre su propia vida.

Actuamos de acuerdo con lo que creemos ser, y ocultamos aquellas partes nuestras de las que nos avergonzamos, por considerarlas negativas o inadecuadas. Mostramos lo que consideramos que es nuestra “luz” y ocultamos lo que pensamos que es nuestra “sombra”.

COMUNICACION INTERPERSONAL

A partir de lo que hemos decidido que somos, podemos, valemos o merecemos, nos abrimos al mundo en fórmulas diversas de interacción. Esa relación comunicacional con otros, independientemente de la forma, intención o momento en que se realice, es a lo que llamaremos: Comunicación Interpersonal.

Interpersonal alude a “entre personas”, lo cual nos remite a lo que intercambian o comparten dos o más seres. En relación con su importancia y función social, la comunicación interpersonal representa la mejor posibilidad de que los seres humanos agrupados en sociedad “se influyan y apoyen mutuamente, a fin de satisfacer sus deseos, intereses y necesidades.

Esta relación de intercambio puede adoptar diversas modalidades. La de un vínculo entre dos personas que hablan y se escuchan de manera alternada, y la que se establece entre una persona (orador) y un grupo (público). En este último caso, las técnicas y actitudes de las que se sirve el orador, configuran un verdadero arte comunicativo que es conocido como: La Oratoria: El Arte de Hablar en Público. De esos elementos, su utilidad y poder, trata este libro.

CONDICIONANTES DE LA COMUNICACION

Cuando se habla de comunicación y se revisa la complejidad de este proceso fundamental, en la Vida humana, no podemos dejar de preguntarnos por qué existen tantos malentendidos entre las personas, qué causa que una misma palabra puede generar reacciones diversas; y por qué algunas ideas resultan gratas y fáciles de captar para unos, aunque pueden ser vistas por otros, como groseras y complicadas.

Develar este misterio implica comprender el funcionamiento de la percepción humana y revisar el antiguo modelo de comunicación que nos ha enseñado, que responsablemente asumo como caduco e inoperante.

De acuerdo con la antigua visión, cuando dos personas hablan, lo que sucede es que una de ellas (emisor) transmite mensajes a la otra (receptor) a través de un determinado medio (Canal) con algún eventual grado de interferencia (ruido).

Disciplinas como la PNL y la Ontología del Lenguaje, entre otras, que estudian las relaciones y la comunicación humana, han demostrado la ineffectividad de este viejo modelo comunicacional por incompleto y que no explica lo que en realidad sucede en cada relación interpersonal.

El concepto de “mapa”, referido al conjunto de experiencias, ideas, creencias, criterios y valores que sustituyen la personalidad de un individuo, nos permite afirmar que cada persona tiene una percepción, una interpretación muy particular de la realidad, por lo que cuando hablamos no lo hacemos sobre la realidad, sino sobre nuestra íntima y única visión de esa realidad, que es parcial y limitada.

Existen varios agentes que contribuyen a esa parcialidad perceptiva y comunicativa con la cual operamos. Y ya que un orador tiene en la comunicación la esencia y razón de ser de su oficio, es estrictamente indispensable reflexione sobre ellos.

La edad: No se le puede hablar de igual forma a un grupo de ancianos que a otro de niños. El avance en edad suele modificar la Visión que tenemos del mundo, y nos pone en una disposición distinta a la de los jóvenes, para abordar o enfrentar los estímulos del medio ambiente.

La cultura: El nivel de información y conocimientos, tanto generales como especializados permite a cada persona, tener una percepción ampliada o reducida de aquello que le rodea. La ignorancia no escucha con la misma atención que la sabiduría.

La ideología: La crianza y la socialización dejan en cada uno de nosotros una huella específica distinguible que plantea diferencias en la manera de entender la vida, y nos llevan a comunicarnos de manera diferente en cada situación. No significa lo mismo la palabra “Dios” para un ateo, que para un budista o un judío ortodoxo.

Las circunstancias: Las mismas personas reaccionan de manera diferente dependiendo de las circunstancias que les rodeen. Un chiste no se recibe igual durante una fiesta que durante un velorio. .

Nivel económico: El poder adquisitivo genera actitudes específicas en la mayoría de los seres humanos. Quien no tiene para comer, no se sentirá cómodo en conversaciones en las que se hable de derroche de dinero.

La comodidad El grado de confort o de incomodidad física al que estemos sometidos en un momento dado, producirá cambios en nuestro comportamiento. Esto significa que no actuamos de la misma forma estando cómodos que estando incómodos.

Los significados: Cada palabra puede significar algo muy diferente para cada quien, lo cual genera un riesgo en la comunicación, debido a la posibilidad de malas interpretaciones. “Mono”, puede representar varias cosas dependiendo del contexto en que esa palabra sea utilizada: Uno, deuda, ropa deportiva, animal mamífero peludo y encorvado, chusma, gracioso o catire. Todas son interpretaciones distintas de un mismo término.

Los Roles: El rol o papel que ocupa cada uno en la sociedad condiciona su estilo comunicativo. Hay muy claras diferencias en el trato que damos a sacerdotes, médicos, abogados, secretarias, pedigüños, policías o hijos.

Las Tradiciones: La fuerza de algunas tradiciones hace que en momentos y lugares específicos, nuestra manera de actuar cambie. ¿Se imagina el efecto que causaría si usted insistiera en decirle a un grupo de madres que no obsequien regalos a sus hijos el día de Navidad?

Concluyendo, diremos que todo orador debe tener presente que “cada cabeza es un mundo” y que cada quien percibe la realidad a su manera. Mapa, percepción e interpretación, son tres palabras claves para comprender la comunicación y realizarla efectivamente.

CAPÍTULO 2

LA ORATORIA

“Con las palabras se gobierna los hombres.”

Benjamín Disraeli

¿QUE ES LA ORATORIA?

La oratoria es una derivación de la antigua retórica griega, concebida como el arte del buen decir. También se le ha definido como el estudio y la aplicación de formas de comunicación oral y escrita, orientadas hacia la persuasión y el, domino de las masas. Para nosotros, en el contexto de este trabajo:

La Oratoria es una forma de comunicación interpersonal, a través del cual una persona (orador) se sirve de una serie de actitudes, así como de técnicas verbales y no verbales, para influir sobre un determinado grupo de personas (público), con la intención de que piensen, sientan y actúen de una manera previamente establecida.

Puede decirse que la oratoria tiene tres objetivos o funciones básicas, que le dan sentido o que son su razón de ser:

- ❖ Relacionarse (crear un vínculo transitorio o duradero)
- ❖ Expresarse (exponer o compartir ideas y sentimientos)
- ❖ Influir (modificar la percepción, actitud o forma de actuar de los interlocutores).

En los últimos 2.000 años se ha hablado de la existencia de diversos tipos de estilos oratorios de los que algunos personajes se han servido para proyectar su influencia y lograr sus propósitos: *Oratoria Lacónica*, *Oratoria Ródica*, *Oratoria Atica*, *Oratoria Asiática*. Nosotros fundiremos los aspectos más resaltantes de estas escuelas, a fin de ayudar al lector a desarrollar, en lo posible, un estilo oratorio que sea atractivo y eficaz.

EL ORADOR TALENTO Y ENTRENAMIENTO

Un orador puede nacer pero también puede hacerse. Aceptamos que hay personas “adelantadas”, portadoras de talentos especiales para comunicarse e influir en los demás. Desinhibición, facilidad para relacionarse, gracia corporal, carácter y ciertas dotes de liderazgo, figuran entre las tendencias visibles y evidentes en quienes parecen haber “venido” con parte del camino recorrido.

Sin embargo, la calidad oratoria puede desarrollarse. El Arte de Hablar en Público, adecuadamente, puede aprenderse. ¿Y qué se requiere para lograrlo? Desearlo intensamente y someterse a un entrenamiento inteligente y tenaz.

Es posible formarse, aprender, modificar hábitos, desarrollar habilidades nuevas y asumir actitudes más favorables. Es posible, en suma, crear una personalidad comunicativa y magnética.

Con o sin preparación universitaria puede usted elevar su nivel expresivo frente a grupos. No se desanime; luche, trabaje, persista y verá los resultados que desea.

BENEFICIOS DE LA ORATORIA EFICAZ

CONFIANZA EN UNO MISMO: La convicción de que podemos hablar exitosamente en público, es una de las variables que más peso tiene en el fortalecimiento de nuestra Confianza personal. Este poder para expresarse, es un pase de entrada al terreno de la autorrealización. Cualquiera que descubra y use su capacidad para influir en otros tendrá la posibilidad de extender positivamente su poder y disfrutar de ello.

OPORTUNIDADES DE LIDERAZGO: Un porcentaje considerable de las personas que tienen fuerte influencia social en casi todos los órdenes, ya sea en pequeños grupos o a gran escala, poseen cierta facilidad para expresarse frente a los demás. Jesús, Ciceron, Demóstenes, Disraeli e incluso el malvado Hitler, son ejemplos líderes que se destacaron por sus habilidades expresivas y lograron especial ascendencias sobre sus contemporáneos. Quien hable con mayor impacto y sepa aprovechar mejor las oportunidades de relación con grupos, podrá obtener también un mayor liderazgo, gracias al acertado uso de sus capacidades.

PRESTIGIO Y ESTATUS: Es un premisa humana que los débiles siguen a los fuertes. Quienes logran desarrollar habilidades oratorias sólo influyen más fácilmente en los demás, sino que ganan un tipo de prestigio que puede colocarlos en posiciones de atención, a las que no pueden acceder fácilmente quienes carecen de la habilidad para expresar sus opiniones. En una sociedad de imagen y poder, la habilidad oratoria resulta muy valiosa.

OPORTUNIDADES DE RELACIONARSE: Quienes logran desarrollar la capacidad de hablar a grupos de personas, suelen ampliar notablemente su círculo de relaciones personales. Sus destrezas comunicativas les sirven de trampolín para vincularse.

DINERO: Todos los beneficios derivados del uso adecuado de la oratoria, tales como: relaciones, estatus, prestigio, autoconfianza y liderazgo, redundan, como es en mayores ganancias económicas. El dinero viene como consecuencia natural del desarrollo y expansión de la influencia de la personalidad. La oratoria es un camino hacia ese desarrollo.

Consideremos esto: Si estamos destinados a pasar millones de horas al año hablando con otras personas, inteligente y provechoso aprender a hacerlo de la manera posible, y así lograr la mayor cantidad de beneficio personal y generar el máximo que nos sea posible. Esa oportunidad espera, únicamente a que la detectemos y asumamos.

CARACTERISTICAS DEL ORADOR IDEAL

Un orador de calidad es aquel que tiene algo valioso que decir y que sabe decirlo como sus interlocutores quisieran escucharlo. Para lograr encajar en esa expectativa, el orador requiere poseer una serie de cualidades o fortalezas, y superar Sus limitaciones o debilidades. Las características de lo que podríamos llamar el orador ideal, son:

Características Deseables

	SI	NO		SI	NO
Salud vocal			Experiencia oratoria		
Imagen adecuada			Preparación		
Amplio vocabulario activo.			Autocontrol emocional		
Claridad mental			Sentido del humor		
Sencillez			Conciencia corporal,		
Concisión			Articulación		
Coherencia			Pronunciación		
Fluidez			Dominio grupal.		
Naturalidad			Dominio respiratorio.		
Elegancia expresiva			Dominio vocal		
Brevedad			Observación.		
Impacto			Flexibilidad		
Humildad			Capacidad de síntesis.		
Sentido común			Expresividad emocional.		
Valentía			Capacidad persuasiva		
Memoria			Originalidad.		
Histrionismo					

Todo lo opuesto a las cualidades mencionadas pueden considerarse limitaciones oratorias que deben superarse.

Ejercicio

Observe y estudie la lista anterior y marque con una “X” cuáles de las características del orador ideal allí especificadas, cree usted poseer. Asimismo, defina y marque las que considere que necesita desarrollar.

OBJETIVOS DE LA ORATORIA

Aunque en ocasiones no lo parezca, todo tiene una razón para suceder o existir. Cada cosa que hacemos es' motivada por una causa y produce un determinado efecto. Si cerramos el contexto y nos ubicamos en la comunicación, podemos afirmar que cada vez que nos dirigimos a una persona, lo hacemos con cierta intención, estemos o no conscientes de ello.

Pocas veces nos sentimos seguros de Saber por qué somos como somos, por qué hacemos lo que hacemos o por qué decimos lo que decimos. Pese a esta incertidumbre de fondo que late en nuestras vidas, podemos afirmar que cada encuentro comunicativo, y la oratoria, como uno de ellos, tiene tres objetivos básicos que revisaremos a continuación: Relacionarse, expresarse e influenciar.

Los seres humanos no podemos sobrevivir solos. Necesitamos la presencia de otros seres para sobrevivir y evolucionar. En nosotros, por lo tanto, relacionarnos es una necesidad vinculada con la conservación misma de la existencia.

Visto en su nivel profundo y hasta primario, la oratoria es una excusa para satisfacer esa poderosa necesidad que clama en nuestro interior. Si lo vemos en un nivel menos elaborado, podemos decir que se necesita crear una relación aunque sea brea, para poder comunicar los mensajes que estimamos importantes de transmitir a nuestros semejantes.

Además, no es ningún secreto que somos seres grupales y que necesitamos relacionarnos y nos gusta hacerlo. De no ser así, cómo explicaríamos el nacimiento de los miles de millones de seres que en este momento habitan el planeta. De manera que, cuando estamos frente a un grupo de personas, una profunda necesidad de relacionarnos nos impulsa a hacerlo.

El segundo objetivo de la oratoria es expresarnos. Recordemos que pasaron millones de años y se produjeron muchos cambios en nuestro organismo para que pudiéramos emitir sonidos articulados, tal y como ahora lo hacemos. Como humanos, nos relacionamos a través del lenguaje, sea verbal o no verbal. Sentimos el impulso de transmitir a otros lo que sentimos y ese es un signo característico de nuestra especie.

Luego de crear una relación interpersonal, y decidirnos a expresar y compartir con otros, parte de nuestro mundo interior, la pretensión que llevamos es transformadora. Actuamos para cambiar el estado de las cosas. Nos mueve un vacío existencial que detona en nosotros el deseo de dar un paso más. Así venimos, desde la rueda hasta la clonación.

Influir es el tercer objetivo que buscamos cuando nos colocamos delante de un grupo para decirles lo que pensamos lo que sentimos y lo que consideramos que es nuestra verdad. Deseamos materializar nuestra visión de y la realidad.

BASES DE LA ORATORIA EFICAZ

Podemos decir que todo el contenido de este libro, apunta hacia el desarrollo de una forma expresiva orientada a la excelencia. Para detectar, percibir o medir los grados de excelencia, tomaremos algunos parámetros de calidad que, a nuestro juicio, resume lo que un orador debe lograr alcanzar como nivel óptimo en su comunicación.

CLARIDAD: Cuando nos referimos a claridad, estamos tratando sobre claridad mental o claridad en las ideas. Para decir algo, es necesario y conveniente saber antes lo que se dirá. Hay que tener bien definidas las ideas que serán expuestas y desarrolladas durante el discurso. Explicaciones y ejemplos claros siempre son agradecidos por quienes están en la nada sencilla situación de tener que escuchar, razonar, memorizar y recordar. Algunos oradores eligen temas que no dominan, y al cabo de algunos minutos de comentar lo poco que conocen, se les ve “girando en círculo”, en franca demostración de que no saben cómo aterrizar. ¡Cuidado! No intente abordar temas por el hecho de que le agraden o estén de moda, sin tener claras las ideas a comunicar.

En nuestro contexto, la sencillez alude al factor la comprensibilidad. Concretamente, queremos indicar que el orador debe expresarse en un lenguaje que todos, o al menos la mayoría de los oyentes, pueda entender sin necesidad de esforzarse.

Si el objetivo es comunicar mensajes valiosos e influir de maneras específicas, siempre será mejor expresarse con términos fáciles de comprender y recordar. Esto no significa, en forma alguna, que hagamos concesiones con la trivialidad o la vulgaridad, ya que de lo que se trata es de facilitar la comunicación, nunca de afearla o restarle su trascendente valor en la vida de las personas. Una expresión llana y sin complicaciones, será suficiente.

CONCISIÓN: La concisión es la capacidad de seleccionar y expresar lo prioritario, lo valioso, lo esencial del tema que se elige para exponer. Para ser concisos debemos evitar lo redundante, lo inexpresivo y lo artificioso, es decir, aquello que no despierte interés verdadero.

Lo opuesto a la concisión es extensión. La reacción del público, el sentido común, la intuición un reloj que funcione, son instrumentos valiosos para ayudarnos a descubrir si estamos hablando mucho y aportando poco.

Asociada con la concisión está la brevedad. No significan lo mismo, ya que uno puede hablar de mil aspectos brevemente, sin lograr rescatar lo esencial, que es la tarea de la concisión. Lo importante en cuanto a la brevedad es evitar la prolongación innecesaria del discurso o de las partes de éste, con lo cual se vence el riesgo de cansar o agotar al público.

Si otros oradores han hablado antes que usted, es posible que el público se sienta agotado y requiera escuchar una exposición concreta e impactante. Si alguien espera para hablar después de usted, vaya al grano, a lo concreto. Cada uno en el tiempo que le corresponde. Practicar la exposición de un discurso en tiempos distintos (5, 10, 15 y 20 minutos) es un buen ejercicio para aprender a desarrollar destreza en el manejo de esta variable.

Recuerde que siempre es mejor dejar al público con ganas, en lugar de agobiado y resentido por saturación. Si los ve sufriendo y removiéndose en sus sillas, concluya y despídase con alegría.

En una ocasión durante la inauguración de un congreso sobre el tema de la violencia, presencié una exposición realizada por un político que para entonces ocupaba el cargo de gobernador de estado. Sus primeros cinco minutos transcurrieron de maravilla. De allí al minuto diez, se creó un clima de tensión en el auditorio. Para cuando el

hombre había hablado cerca de doce minutos, la gente comenzó a murmurar y algunos se atrevieron a aplaudir, incitándolo a que culminara su intervención. Lo que ocurrió a continuación fue insólito. El insistente y, para entonces incómodo orador, comenzó a leer una serie de cifras que tomó de una investigación que había hecho vía Internet. El rechazo de los asistentes fue tal, que no pudo sino despedirse, ya que casi nadie lo escuchaba. Finalmente, lo aplaudieron a rabiar por haber dado a los presentes el regalo maravilloso de su partida. Si tan sólo se hubiese propuesto expresar un discurso breve.

COHERENCIA: La coherencia es la capacidad de iniciar, continuar y culminar la exposición de un tema, sin perder el sentido de la idea principal ni romper el hilo temático.

Podemos desarrollar sub-ideas, siempre que conservemos un riel, una “columna vertebral”, que nos mantenga en el tema central, que es nuestra prioridad.

La coherencia permite que el oyente capte fácilmente las ideas, una tras otra, sin tener que realizar esfuerzos intelectuales. Es adecuado evitar las ramificaciones innecesarias en el desarrollo temático de un discurso, así como las aclaratorias o “incisos” que tienden a desviar momentáneamente la atención del oyente y lo distraen del tema principal.

Si estamos hablando del mar, evitemos desviarnos hacia las embarcaciones, sus tripulantes, la forma de vida que éstos tengan y el color de los autos de sus vecinos. Al final, los interlocutores no podrán diferenciar si nos referimos al agua, a las personas, a su modo de vida o a sus relacionados. Debe existir una jerarquía de prioridades y de interés expositivo. No se pierda en las palabras. No es posible decirlo todo. Elija lo esencial y mantenga la coherencia.

FLUIDEZ: Hablamos de fluidez en el sentido de la facilidad con la que son emitidas las palabras y frases por parte del orador. Alcanzar un grado de fluidez expresiva demanda la posesión de una cierta cultura general, el dominio de un tema específico, un vocabulario lo suficientemente amplio y claridad en las ideas que se desean expresar.

Para que el público perciba la comunicación del orador como fluida, éste deberá expresarse de manera moderada, sin rapidez ni lentitud, y sin hacer pausas muy largas o frecuentes. Lo contrario es la fluidez y la obstrucción, la traba expresiva en la que al oyente le cuesta percibir con claridad las ideas de manera continua o completa. Esto lo retomaremos en el segmento referido al ritmo oral.

La fluidez surge del conocimiento y la práctica, por lo que no es cualidad característica de oradores inexpertos o de aquellos que carecen de la voluntad para el ensayo sistemático que se requiere cuando se pretende destacar. Si no posee usted un especial talento innato, le corresponde “pagar su precio” para disfrutar de una forma expresiva libre y sin estancamientos.

NATURALIDAD: Por naturalidad entendemos una actitud basada en la autenticidad y no en la pose. El orador de comportamiento natural es percibido como un comunicador relajado y seguro de sí mismo, como alguien que se siente cómodo siendo quien es, y que no intenta aparentar algo distinto.

Dos variables se requieren para que aparezca como resultado la naturalidad: Práctica y honestidad. Por paradójico que nos resulte, lo espontáneo, a diferencia de lo que se cree, no es aquello que brota de la nada y que emerge por

primera. Solo lo que se ha practicado mucho y que se conoce y domina por sus diversos lados. Puede emerger con especial facilidad.

LA ELEGANCIA: Aunque más adelante trataremos de forma extensa lo relacionado con la belleza expresiva, diremos desde ahora, que la forma de expresar lo que pensamos, puede ser tan o más decisiva que el propio contenido.

Nadie, salvo un público exclusivamente desinteresado, desea escuchar a un orador que carezca de la capacidad de dar belleza a sus palabras y frases al momento de emitirlas. Por lo tanto, es deseable que quien aspire a desarrollarse en la oratoria valore e incorpore en su entrenamiento la elegancia comunicativa. Esto se logra combinando inteligentemente variables como Vocabulario adecuad, entonaciones adecuadas apropiadas, buena dicción y un lenguaje corporal congruente con la personalidad del orador, el contenido del discurso y las expectativas del público.

IMPACTO: Si pensamos que tenemos algo importante que decir, es conveniente encontrar formas impactantes de decirlo, a fin de que sean escuchadas, aceptadas y recordadas. Hay varios elementos que pueden ayudarnos a ampliar el impacto de nuestra presentación:

- ❖ Una imagen atractiva.
- ❖ Un agradable tono de voz.
- ❖ Un contenido temático actualizado y útil.
- ❖ Argumentos lógicos y ejemplos claros.
- ❖ Una forma elocuente de exponer el tema.
- ❖ Sentido del humor.

Lo esencial es tocar el corazón de los oyentes y relacionar los distintos aspectos del tema con sus necesidades. Hábleles de sus problemas y bríndeles soluciones, posibles de ponerse práctica. Puede usted entretener, decir frases brillantes, contar anécdotas y manejar estadísticas irrefutables, pero sólo conseguirá verdadera atención y respeto, si se dirige a lo más profundo del espíritu humano. Hable para ellos, no para usted. Y Finalmente si logra expresarse con claridad, sencillez, coherencia, y naturalidad, es muy posible que logre impactar a sus interlocutores. Dé lo mejor y esorecibirá. No escatime con su público.

CAPITULO 3

LA IMAGEN DEL ORADOR

“La imagen tiene su mayor impacto cuando se asemeja a lo que somos”

Renny Yagoseky

Es frecuente que en una relación entre orador y público, el grupo vea al orador de oírlo hablar. Por lo tanto, se hace indispensable que éste ofrezca una imagen que satisfaga o al menos no contradiga las expectativas de sus interlocutores. El orador debe tener una clara conciencia de su imagen.

- ❖ Antes de presentarse ante el público.
- ❖ Durante la presentación frente a público.
- ❖ Después de la finalizar su exposición.

ANTES: Es posible crear una imagen positiva del orador antes de que sea visto por el público ante el cual hablará. Esto se logra haciendo publicidad previa a la presentación. Basta con crear un material informativo sobre el orador, su trayectoria, nivel académico, experiencia y propósito o intención de su exposición.

Preguntas como ¿Quién es el orador? ¿De qué nos hablará? y ¿Qué lograremos escuchándolo? Deben estar respondidas en la publicidad desplegada. El desconocimiento del personaje, lleva a que el grupo saque conclusiones “a priori”, que no siempre resultan positivas.

Mientras espera su turno de hablar, el orador debe actuar de manera controlada, comedida, mensurada y acorde con la imagen que desee brindar y con el tema que vaya a desarrollar frente al público.

DURANTE: Durante todo el trayecto de la exposición y sobre todo en los primeros minutos, la imagen del orador está en juego, sus primeras palabras, su apariencia externa y la actitud con la que se dirija al público, serán determinantes para que la gente se sienta motivada a seguir escuchándolo con apertura y respeto.

Incluso luego de haber pasado los tramos iniciales un buen orador se mantiene alerta y evita relajarse demasiado, puesto que el exceso de confianza puede llevarlo a expresar o actuar de manera inconveniente.

DESPUES: después de haber pronunciado su discurso, la gente seguirá observándolo, ya sea porque han disfrutado su exposición, o para determinar la coherencia entre sus palabras y su comportamiento habitual. Manténgase alerta, evite “dañar con los pies lo que construyó con las manos”. Los personajes públicos están siempre en una especie de vitrina, a la vista de todos.

LA APARIENCIA EXTERNA

La apariencia es un punto fuerte en cualquier relación humana. Como parte de la imagen debe cuidarse con atención al detalle. He aquí algunas recomendaciones valiosas al respecto:

- ❖ Vístase de acuerdo a la ocasión, el tipo de público que lo escuchará y la imagen que previamente eligió transmitir.
- ❖ asegúrese de aprender a elegir los colores que lo hacen lucir mejor de acuerdo con la tonalidad de su piel y con su estilo de vida.
- ❖ Considere el uso de ropa que no se extravagante como para distraer la atención de los oyentes. Esta no debe ser ni muy ceñida al cuerpo, ni demasiado holgada.
- ❖ Evite accesorios llamativos o ruidosos.
- ❖ asegúrese de que su ropa esté limpia y bien planchada, sin caspa, manchas o roturas que puedan afectar su aspecto visual.
- ❖ Si se siente incompetente en esta materia, consulte un buen libro sobre el tema o con alguien que sepa sobre el tema. no tome consejo de cualquier persona por el hecho de que sea amigo, pareja o jefe. “Cada uno a lo suyo”.

LA ACTITUD EMOCIONAL DL ORADOR

La actitud del orador también forma parte de aspectos vinculados con la imagen que se proyecte frente al público. Al hablar, palabras, tono de voz, y lenguaje corporal revelaran su estado emocional, que será especialmente perceptible en miradas, movimientos de manos y expresión facial.

Las palabras son modificadas por la emoción que las impulsa. Esas emociones son el “combustible” de la intensidad expresiva. Esto es algo que todo buen expositor debe tener presente, para así concientizar la emoción que experimenta transmite en cada acto comunicativo.

Existe un abanico de estados de ánimo que bien vale la pena conocer, ya que la expresiva varía de acuerdo con la emoción que la acompaña. No se expresa uno igual desde la alegría que desde la rabia, ni nos da lo mismo hablar desde la culpa que cuando hemos sido tocados por el fantasma del miedo.

DEFINICIÓN DE LA IMAGEN

Todo aquel que habla ante un público debe tener clara consciencia del tipo de imagen que desea proyectar. No se puede llegar a un lugar que no se sabe dónde queda, como tampoco es posible acertarle a un blanco al que no se le ha apuntado antes. Para que un orador desarrolle una imagen ideal, debe seguir, al menos, cuatro pasos básicos:

- ❖ Identificar la imagen que proyecta actualmente.
- ❖ Definir la imagen que desea proyectar.
- ❖ Definir las acciones coherentes con la imagen deseada.
- ❖ Practicar hasta proyectar espontáneamente la imagen deseada.

Es importante evitar la creación de imágenes falsas, que poco nada se parezcan a lo que la persona es en realidad. Una imagen impactante se diseña y se promueve, tomando como pilares las ventajas y cualidades más destacadas del orador. De lo contrario lo que se muestra termina siendo una imagen irreal, incongruente fácil de derrumbar.

Si el orador posee un sentido del humor, la imagen creada y proyectada deberá incluir ese elemento. Si posee carácter y fuerza personal visible, podremos decir que es un “orador impactante”. Si tiene experiencia diremos que es una persona conocedora y experimentada. Y así deberán destacarse las características que sean ventajas comparativas verdaderas. Al público nunca se le debe engañar. El orador, nunca debe mentir. Ofrecer luz para luego traer sombras, es deshonesto y nada recomendable.

CAPÍTULO 4

EL AUTODOMINIO EMOCIONAL

*El hombre está obligado a elegir entre vivir sin control
y dominado por sus defectos, o perfeccionar
el control para superar sus defectos.*

R. Vitozz

EL MIEDO ESCENICO

Un requisito fundamental que debe cumplir cualquier persona que desee convertirse en un buen orador, es obtener dominio sobre sus emociones. Para ello debe aprender a conocer los mecanismos mentales y corporales autosaboteadores, sus causas posibles alternativas de solución, con el objetivo de retarlos y someterlos a su dominio y control. ¿Es eso posible? Por supuesto que sí.

Con la determinación firme, la creación de una actitud mental positiva y la práctica de algunos sencillos y poderosos ejercicios de autoayuda, podemos solucionar el problema y disminuir el poder de las reacciones

automáticas y limitadoras que nos afectan, cada vez que estamos en situación de hacer contacto con grupos de personas o, específicamente, cuando se trata de hablar en público.

En términos muy concretos, diremos que: El miedo escénico es una forma de timidez que surge en presencia de grupos, o como consecuencia de pensamientos limitadores acerca de nuestra actuación frente a grupos. Es una reacción, una respuesta defensiva del organismo, caracterizada por distintas formas de alteración de la normalidad en el funcionamiento mental, emocional y motriz del individuo que lo padece.

TEMOR Y MIEDO

Para evitar confusiones, es conveniente que establezcamos una diferencia entre temor y miedo ya que, aunque suelen ser tratados como sinónimos, se refieren cada uno a aspectos diferentes de la conducta humana.

El temor es un estado psicológico de incomodidad, que surge como consecuencia de pensamientos de preocupación. Es una reacción ante un peligro futuro. El temor, a pesar de su efecto inquietante, nos impulsa a buscar soluciones para evitamos males mayores; nos permite anticiparnos a una posible pérdida del control.

Cuando el temor no cumple con su objetivo que es impulsarnos a encontrar soluciones; cuando no logramos dar con formas adecuadas de protegernos o superar la presión que nos causa cierta situación, es cuando surge un estado de desarreglo psicofísico que nos inarmoniza, altera nuestras funciones básicas y nos conduce decisiones desacertadas y a comportamientos torpes, confusos y generalmente autodestructivos. Ese estado caótico es el que realmente identificamos como miedo, y se refiere a una situación que percibimos como de peligro inmediato.

LAS CREENCIAS

En el caso de los oradores, las manifestaciones más frecuentes del temor son los pensamientos autosaboteadores orientados hacia el futuro o hacia el pasado, y la búsqueda de previsiones para evitar el desencadenamiento del miedo. Cuando el temor se activa en la mente de algunos oradores, surgen algunos pensamientos del tipo:

- ❖ No me van a entender.
- ❖ No les voy a agradar.
- ❖ Notarán que tengo miedo.
- ❖ Me voy a equivocar
- ❖ oz. Van a descubrir mi ignorancia.
- ❖ Nunca debí haber venido.
- ❖ No estoy preparado
- ❖ Se me va a olvidar todo.
- ❖ No sabré responder las preguntas.
- ❖ Van a pensar mal de mí.
- ❖ Se aburrirán al escucharme.
- ❖ Me voy a confundir.
- ❖ Me voy a desmayar.
- ❖ No me voy a poder concentrar.
- ❖ Ojalá que Dios no me abandone.

Conviene tener presente que estos pensamientos sólo ocultan una autoestima disminuida, una falta de confianza en la propia inteligencia, una sensación de no valer lo suficiente y de ser alguien limitado e incompleto para esta y muchas otras situaciones.

Nuestros temores y miedos representan partes o aspectos de nosotros que hemos ignorado, ocultado, abandonado; aspectos no amado de nuestra personalidad total; parte de nuestro todo que reclaman ser atendidas con la sagrada mezcla de conciencia, amor y fe.

La llegada del miedo puede ser experimentada como un “shock” en el organismo. La siguiente, es una lista de reacciones frecuentes y típicas de este estado:

- ❖ Aceleración de la respiración y del ritmo cardíaco.
- ❖ Sudoración abundante.
- ❖ Mareo y pérdida del equilibrio.
- ❖ Sensación de “mariposas” en el estómago.
- ❖ Bloqueo de la digestión.
- ❖ Necesidad de desechar.
- ❖ Reducción de la secreción salivar.
- ❖ Dilatación de las pupilas.
- ❖ Bloqueo de memoria.
- ❖ Automatismos e inconsciencia corporal.
- ❖ Congestión mental.
- ❖ Atropellamiento de la expresión
- ❖ Tartamudeo.
- ❖ Rubor facial.
- ❖ Sentimiento de culpa y vergüenza.
- ❖ Sensación de “trac” o cierre de la laringe.
- ❖ Pérdida de la noción del tiempo.
- ❖ Estado de sobreconciencia de uno mismo.

Si intentamos agrupar en forma sencilla y comprensible, el tipo de respuestas que optamos por dar cuando estamos atrapados por el miedo escénico, podemos concluir que son tres:

- ❖ Evasión.
- ❖ Agresión.
- ❖ Creatividad.

EVASION: Varias son las formas o rostros que toma la evasión cuando el miedo escénico se hace presente. Las más conocidas y frecuentes, son: Negación, parálisis, dilación y desconexión. Solemos fingir que no estamos afectados por el miedo, a veces nos quedamos inhabilitados para responder con espontaneidad, o encontramos diversas formas de retardar o posponer nuestra “salida al ruedo”, u optamos por desenchufarnos de la realidad y desmayarnos para “no estar”. Todo para huir del reto.

AGRESION: La agresión se refiere a reacciones impulsivas y exageradas que podemos tener con nosotros mismos o con cualquier persona que se atreva a poner en evidencia nuestra incomodidad frente al público. Parte de la

agresión que desplegamos contra nosotros, alcanza su punto patético con la enfermedad. Hacia otros, bien podemos tomarnos irónicos (agresividad encubierta) ofensivos de palabra o violentos físicamente.

CREATIVIDAD: Dar una respuesta creativa, implica enfrentar las situaciones del presente con soluciones del presente. Esto significa manejar de manera efectiva las condiciones que nos toca experimentar, aquí y ahora. Por el contrario, la evasión y la agresión son reacciones basadas en experiencias traumáticas, por lo que algunos especialistas las catalogan de “neuróticas”. Creatividad significa actividad creadora, innovadora. Para responder de manera creativa a las situaciones tensas, debemos negarle poder al miedo, es decir, no hacer lo que el miedo escénico nos dice que hagamos.

CAUSAS DEL MIEDO ESCENICO

Siguiendo el análisis de Phillip Zimbardo⁽³⁾ podemos decir que son diversas las formas de percibir y entender el miedo escénico, como expresión que es de la timidez humana. Podemos estudiarlo y tratarlo, como:

- ❖ Conducta heredada.
- ❖ Resultado de problemas en el embarazo.
- ❖ Resultado de traumas del nacimiento.
- ❖ Aprendizaje reforzado.
- ❖ Manifestación de conflictos inconscientes.
- ❖ Resultado adaptativo de la influencia del entorno.
- ❖ Muestra de ausencia de voluntad.
- ❖ Forma de llamar la atención.
- ❖ Predisposición astrológica.
- ❖ Huella kármica de vidas anteriores, etc.

Desde el punto de vista psicológico, veo como la causa esencial del miedo escénico a la baja autoestima, es decir, la subvaloración que la persona hace de sí misma y de sus capacidades, generalmente unida a una sobreestimación en la valoración de los riesgos de la situación particular que le toca enfrentar. Si aceptamos que en condiciones normales todo ser humano acciona siguiendo la línea de pensar, sentir y actuar, podemos afirmar que los pensamientos y creencias limitantes son el detonante principal de las reacciones que acompañan al miedo escénico.

Existen algunos factores o agentes que estimulan la expresión del miedo escénico. Entre esos, debemos considerar:

- ❖ La competencia (medirse comparativamente con otros)
- ❖ La evaluación (saberse supervisado)
- ❖ La expectativa (esperar mucho de uno o de los demás)
- ❖ La incertidumbre (dudar sobre lo que acontecerá)
- ❖ La inexperiencia (carecer de práctica previa)
- ❖ La intensidad (presentarse en circunstancias especiales)
- ❖ La novedad (enfrentar lo desconocido)

Creo importante repetir que por encima de cualquier causa o grupo de causas, el miedo escénico puede superarse en diversos grados, dependiendo de las aptitudes y el nivel de determinación y compromiso de cada persona.

LA SUPERACION DEL MIEDO ESCENICO

En términos amplios, lo primero que debemos hacer cuando estamos dispuestos a enfrentar y superar el miedo escénico, es trabajar en el desarrollo de nuestra autoestima. Hacer una revisión profunda para renovar nuestros mapas, es decir, las pautas que a manera de grandes e inalterables conclusiones dirigen cada acto de nuestra vida.

Es importante darle una nueva mirada a lo que en su momento elegimos pensar y asumir sobre nosotros, porque hay muchas mentiras que soplan en nuestro oído como si fueran verdades irrefutables.

Puede que la mayoría de las creencias y prejuicios que tenemos sobre lo que somos (nuestra identidad) o sobre lo que hacemos (nuestra capacidad) se basen en opiniones que escuchamos de nuestros padres, hermanos y otras figuras de autoridad, y que ya no son ciertas porque podemos notar que fueron exageradas o simplemente nos hemos superado y somos algo distinto y mejorado, con respecto a lo que creíamos ser en ese momento.

Me gusta la forma como Marcellux Bosq⁽⁴⁾ se refiere a la baja autoestima. Para él, ésta consiste en declararnos culpables en un juicio donde somos a la vez acusado, acusador y juez. Sólo que, lamentablemente, nos empeñamos en dar al fiscal acusador las evidencias necesarias que comprueben que valemos poco, mientras que le negamos al abogado defensor lo necesario para que pueda convencer al jurado de nuestra inocencia.

Visto así, tenemos el veredicto de muerte asegurado, en un juicio que es en realidad una farsa, porque la conclusión final ya ha sido de antemano establecida: ¡somos culpables!.

En la misma línea del ejemplo, el desarrollo de la autoestima tendría que ver con encontrar los mejores argumentos para demostrar nuestras capacidades y lograr que el jurado (nosotros mismos) concluya que somos valiosos para la sociedad y que merecemos seguir libres y adelante con nuestra vida.

El desarrollo de una autoestima sana y robusta, requiere la puesta en contacto con las capacidades, talentos y habilidades que tenemos. Todos nacemos provistos de un arsenal de cualidades para la vida. Podría decirse que casi todos venimos al mundo con un maletín lleno de estrellas, pero sólo las podremos ver brillar si abrimos los ojos y detectamos su existencia.

Descubriremos que nuestra autoestima se está fortaleciendo, cuando las experiencias que vivamos y los eventos que nos toque enfrentar no resquebrajen la opinión que tenemos sobre nosotros. Cuando a pesar de los errores cometidos y de los aparentes fracasos, no pongamos en duda nuestro valor personal.

En el caso concreto del miedo escénico, la autoestima viene a ser el vehículo que posibilita una visión más sensata, distinta a aquella que nos hace percibir al público o a la situación de hablar en público, como una amenaza. Recordemos que “a mayor autoestima, menor miedo”.

En cuanto a las decisiones a tomar para salirle al paso al miedo escénico, éstas pueden resumirse en los siete pasos siguientes: Aceptar, confiar, modificar, prepararse, practicar, relajarse y ejercitarse.

ACEPTAR LA EXISTENCIA DEL MIEDO

No sana quien no es capaz de reconocer la existencia de sus dolencias. ¿Cómo podemos convencer a alguien de resolver un problema que insiste en no tener?

La negación o evasión del miedo escénico impide que valoremos adecuadamente la necesidad de enfrentarlo y controlarlo. Es necesario, más bien, indispensable, decirnos: “Sí, siento miedo de hablar en público y hay algo que debo hacer al respecto”.

De no hacerlo, nos sucedería como al obeso que se niega a mirar de frente el sobrepeso en su cuerpo y continúa comiendo, o como la mujer que sigue aceptando la violencia por parte de su pareja, bajo la justificación de que sólo se trata de un mal momento que pronto desaparecerá.

Aceptar, repito, es la primera condición para superar la ansiedad interior que tantas situaciones desagradables ha causado a millares de oradores, nuevos y experimentados.

CONFIAR EN NUESTRA CAPACIDAD PARA SUPERARLO

Los humanos estamos dotados de muchas cualidades que usadas adecuada y oportunamente, nos permiten crear nuevas maneras de funcionamiento mucho más productivas y satisfactorias. Si pensamos que existe la posibilidad de crear un cambio favorable, será más sencillo realizar ese cambio.

Ya lo dijo Norman Vincent Peale⁽⁵⁾: “Puedes, si crees que puedes”. Aunque esto no debe tomarse como verdad permanente, puesto que no todo es para todos en todo momento, es evidente que consideramos capaces nos dota de gran energía para superar las dificultades. Así que recordemos aquel refrán popular: “Quien no espera vencer ya está vencido”.

Dos tendencias emocionales son características en las personas que tienen confianza en sí mismas: Optimismo y Entusiasmo. Procedamos a revisarlas.

El optimismo es la capacidad de una persona para desear, buscar y esperar el mejor resultado posible, como consecuencia de sus acciones. En el caso de un orador, diremos que éste es optimista o tiene optimismo, cuando se dirige al público con la certeza de que sus palabras y mensajes serán recibidos o influirán en los oyentes de manera favorable.

El optimismo se expresa en las palabras, en el tono de la voz y en el lenguaje corporal del orador. Un lenguaje que se sirva de palabras positivas e impulsadoras, un tono de voz que traduzca entusiasmo y una actitud corporal dinámica (no ansiosa) son aspectos reveladores de esa disposición favorable.

El entusiasmo es la manifestación externa, la materialización de la alegría. Es como un cálido rayo de sol en el frío del invierno; una cualidad con la que todos desearían contar. Por eso, si un orador desea ser recordado, necesitará aprender a sentir y transmitir la energía vital y mágica que sólo es capaz de irradiar él entusiasmo.

Las palabras y los movimientos avivados con el vibrar del entusiasmo, se perciben con agrado, y despiertan el deseo de recibir más. Busque cada día a su alrededor todos los detalles posibles que puedan producirle alegría. Llénese de ellos, y sus temores se desvanecerán como por arte de magia.

Donde esté su atención allí estará usted. Ponga su mente en lo que lo alegra y la consecuencia inevitable será una vida cada vez más entusiasta. Pocos remedios son tan eficaces a la hora de enfrentar la inseguridad.

MODIFICAR LAS CREENCIAS LIMITADORAS

El pensamiento crea emociones, las emociones impulsan la acción y la acción produce resultados. Cuando pensamos que algo es agradable o conveniente nos movemos hacia eso con intención positiva. Cuando pensamos que algo es desagradable o peligroso, tendemos a evitarlo o destruirlo. Teniendo esto presente, se hace necesario concientizar el tipo de pensamientos que ocupan permanentemente nuestra mente y en especial al momento de hablar en público.

Ideas limitadoras producen en nosotros estados emocionales limitantes como culpa, rabia o miedo, los cuales operan como poderosos imanes que atraen el error y el fracaso. Por eso es ineludible la necesidad de modificar nuestro marco mental, si deseamos realmente convertirnos en oradores destacados.

Ya que cada quien piensa en su mente, puede entonces colocar en ella voluntariamente, pensamientos, recuerdos o creencias que le otorguen poder en vez de debilidad. Para facilitar ese proceso de reprogramación mental, podemos practicar algunas técnicas sencillas y poderosas de cambio, que pueden ayudarnos a liberar nuestro potencial. De las muchas existentes, proponemos cuatro de gran utilidad: Afirmación, Visualización, Reencuadre y Modelaje.

Afirmación: Afirmar significa ratificar, dar firmeza. En el contexto del cambio personal, una afirmación es una frase que optamos por repetir de manera insistente y determinada, a fin de que nuestra mente la acepte como una verdad valiosa y necesaria. Las afirmaciones se conciben, redactan y expresan en tiempo presente y en lenguaje positivo. “La repetición espaciada”, técnica básica de las afirmaciones, produce un cambio gradual por efecto de sugestión, en la manera que tenemos de percibir o de percibir un aspecto específico de nuestra vida.

Cada afirmación es grabada en la memoria, queda codificada por nuestro subconsciente como una; orden de acción que funciona como una nueva pauta o paradigma mental. Cada repetición fortalece la orden y facilita que aceptemos o hagamos lo que en principio: podía resultarnos increíble, difícil o inusual.

Ejemplos de afirmaciones positivas para dominar el miedo escénico, pueden ser:

- Yo (Nombre) disfruto cada vez más hablando en público.
- Yo, _____, logro concentrarme al hablar frente a grupos.
- Yo, _____, ordeno mis ideas de manera apropiada.
- Yo, _____, cada vez que hablo en público lo disfruto más.
- Yo, _____, soy cada día más optimista y confiado.
- Yo, _____, aprendo a hablar en público con facilidad.

Un programa de repetición de afirmaciones durante un mes, puede obrar resultados sorprendentes. Mientras más se practique, más poderoso será el cambio. Puede elegirse una afirmación por semana o repetirse un grupo de ellas cada día. Quienes repiten las afirmaciones varias veces al día, programan su mente de manera más rápida y efectiva. Se recomienda realizar cada afirmación con un alto compromiso emocional. Pocas afirmaciones intensas son mejores que muchas afirmaciones apáticas.

Visualización: La Visualización sigue el mismo principio de las afirmaciones, sólo que en lugar de palabras, se refiere a imágenes mentales. Quien visualiza, “ve con el ojo de la mente” Utilizada como técnica terapéutica y motor de cambio, la visualización es efectiva cuando la realizamos en estado de calma y relajación, imaginando aquello que deseamos que suceda, de la forma como deseamos que suceda.

Se sabe que las imágenes mentales influyen directamente en los sistemas nervioso y endocrino, por lo que debemos ser cuidadosos en relación con aquello que elegimos imaginar. Por paradójico que parezca, lo que se ve, mentalmente hablando, frecuentemente tiende a realizarse.

Imagínese hablando en público. Véase triunfando y disfrute de las sensaciones y emociones favorables que sentiría si lograra expresarse ante grupos de forma eficaz. Su mente no distinguirá que se trata de un ejercicio, y grabará la práctica mental como un hecho real.

El resultado será que cuando le toque hablar en público, sus niveles de ansiedad habrán disminuido, como sucede cuando tenemos experiencia en algo, es decir, cuando ya lo hemos hecho y superado. Use su mente, prográmela para el éxito con la visualización creativa.

Hay una anécdota muy ilustrativa e inspiradora sobre Jesse Owens, famoso atleta norteamericano que ganó cuatro medallas de oro en la Olimpiadas de Berlín n 1936. Se ha dicho que una persona se acercó al súper atleta y le preguntó la razón por la que permanecía alejado y silencioso, en vez de entrenar activamente como los otros competidores. Al parecer, Jesse le respondió: “Yo gano las medallas primero aquí en la mente, y luego voy y las gano allá en la pista”. A lo que se refería, era a la visualización; El veía el éxito en su mente, antes de lanzarse a la contienda, físicamente.

Ejercicio

Primera parte. Estado actual.

Busque un lugar seguro en el que no le interrumpan durante algunos minutos. Respire lentamente y relájese. Ahora imagínese frente a un auditorio lleno de personas, y ante quienes va a exponer. Deje que fluyan las emociones que en situaciones como esa suele experimentar. No las niegue ni las evada. En su mente, hablele a las personas como lo haría normalmente, y luego, dé por terminada la sesión, despídase y abra los ojos. Tómese unos cinco minutos para este ejercicio.

¿Cómo se sintió?

En una escala del 0 al 10, ¿Con cuánto evaluaría esa intervención?

Ejercicio

Segunda parte. Estado deseado.

Repita el procedimiento anterior en cuanto a la respiración y relajación. Ahora, imagine que existe una palabra especial que al oírla, verla o sentirla activa en todo su organismo una sensación especial de poder. Esa palabra puede ser “Dios”, “valor”, “fuerza”, “entusiasmo”, “inteligencia” o cualquiera que usted prefiera o con la que se identifique.

Imagine que al final de la sala en la que usted se dispone a hablar, esa palabra especial y mágica se aparece como un gran aviso luminoso que emana rayos de colores que le bañan a usted completamente. En ese momento su confianza aumenta, se siente libre y con gran deseo de expresarse. Su respiración se hace relajada y cómoda y experimenta flexibilidad y soltura en todo el cuerpo, a pesar de que se encuentra muy despierto y alerta.

Imagine también que oye esa palabra por ambos oídos y que se encuentra en plenitud de condiciones para hablar. Ahora, háblele a las personas de un tema que a usted le importe mucho. Note que los presentes disfrutan de lo que usted les dice. Observe que puede moverse por todo el lugar con absoluta soltura y que mientras más habla, mejor se siente.

Cada vez que sea necesario, recurra al sonido o a la imagen colorida de su palabra clave, para aumentar su poder personal y continuar hablando. Cuando se haya expresado por varios minutos, despídase de las personas y cierre su exposición. Con la emoción actual, abra los ojos.

¿Cómo se sintió?

En una escala de 0 a 10, ¿Con cuánto evaluaría esa intervención?

Este sencillo ejercicio, repetido varias veces, ayudará a crear en su mente una nueva realidad como orador, que cambiará drásticamente su manera de hablar en público.

Reencuadre: El reencuadre es una técnica de cambio personal muy sencilla y efectiva. En de sus aplicaciones nos permite usar nuestra capacidad creativa para ver de manera diferente una situación dada. Reinterpretar positivamente una experiencia que hasta ahora veíamos como negativa, es un buen ejemplo del reencuadre.

Para comprender mejor la técnica del reencuadre es importante reconocer y aceptar que las cosas, personas o situaciones, no tienen en sí mismas significado alguno. Los significados brotan, surgen, salen de nuestra mente. Somos nosotros los que decidimos cómo valorar o interpretar lo que nos sucede.

Siendo así, cuando estamos frente a una situación y le otorgamos un determinado significado, bien podemos preguntarnos: ¿Estoy seguro de que las cosas son como las estoy percibiendo? ¿Qué otro significado podría tener esto? Quizás descubramos que pudiendo dar un sentido positivo a ciertas experiencias, elegimos uno que nos lleva a sufrir.

Podemos interpretar una mudanza o cambio de lugar de residencia como algo que nos separará de nuestros amigos. También podemos verlo como una oportunidad de conocer gente nueva y de vivir experiencias gratificantes. Ser despedido de una empresa, podría significar un desastre, o una Opción caída del cielo para iniciar el negocio que queríamos o para buscar un tipo de trabajo más motivante y productivo. Podemos ver cada cosa de mil formas diferentes. Tenemos ese poder en nuestra mano las 24 horas de cada día.

Un ejemplo más, sería el caso del miedo. Su aparición puede resultarnos una experiencia abrumadora y terrible. Igualmente puede representar un aviso de evolución, indicativo de que estamos avanzando, y que nos movemos hacia algo nuevo. A partir de este momento, podemos elegir codificar cada experiencia de hablar en público, como una Oportunidad de desarrollar autoconfianza, relacionarnos, expresar nuestra ideas y avanzar un paso en nuestro proceso de autorrealización.

Ejercicio

Recuerde alguna situación en la que le tocó hablar en público. Recuerde los pensamientos que en ese momento venían a su mente, así como las conclusiones a las que llegó en esa situación. Pregúntese ahora: ¿Había otra forma de ver esa situación? ¿Hubo allí aspectos positivos que en ese momento no fui capaz de notar? ¿Si estuviera de nuevo en la misma situación, qué pensaría, cómo la interpretaría? ¿Qué nuevo significado podría darle a esta experiencia?

Modelaje: Aunque la originalidad es una característica de los oradores destacados, puede resultar positivo imitar a otros para aprender sus destrezas. Es a ese proceso de “calqueo” al que llamamos modelaje.

Modelar es copiar, hacer lo que otro hace de la misma manera como lo hace. Este recurso, que manejan los niños con especial efectividad, ha demostrado ser muy útil a la hora de instalar en nosotros, métodos idóneos de proceder para lograr ciertos objetivos preestablecidos. Se ha dicho que todo es copiable, que todo lo que alguien hizo puede repetirlo otro.

Imitar a un buen orador puede ahorrarnos muchas horas de frustración y esfuerzo. Hacerlo nos permite tomarlo mejor de quienes ya destacan en sus respectivas áreas. Aunque algunos puedan incomodarse, es una estrategia válida y muy eficaz.

Ejercicio

Elija un orador cuyo estilo le guste. Obsérvelo y si es posible grábelo y fílmelo. Ponga atención a la forma como habla, las palabras que emplea, la velocidad con la que expresa sus mensajes, la forma como hace pausas, la ropa que usa, así como sus gestos, posturas y movimientos más frecuentes. Si puede hablar con él (o ella) pregúntele lo que piensa y siente, antes, durante y después de hablar en público.

Cuando haya recabado toda esa información, comience a imitar todos los elementos posibles de su modelo. Hágalo lentamente hasta que se familiarice con sus pautas. Poco a poco logrará dar con aspectos importantes que le harán sentir cierta seguridad y facilitarán su aprendizaje.

Cuando se sienta cómodo usando las variables que aprendió por imitación, comience a buscar su estilo particular. Imite al principio; sea usted mismo después.

PREPARARSE ADECUADAMENTE

Nadie puede dar lo que no posee, por lo que será necesario contar con un mínimo de preparación que sirva de contexto, desde la cual podamos extraer aquello que se desea comunicar y compartir. Tengamos en cuenta que la pobreza cultural actúa como limitador en el proceso de expresión de lo que pensamos y sentimos.

En cierta forma, nuestro mundo es del tamaño de nuestra preparación; del conocimiento o la cultura que poseemos. Esa preparación deberá realizarse en dos niveles: Cultura general y preparación especializada sobre un tema.

PRACTICAR REITERADAMENTE

No todo el trabajo para vencer y superar al miedo escénico o para convertirse en un orador destacado, puede o debe hacerse exclusivamente en el plano mental, subjetivo o interno. Es necesario llevar a la acción concreta lo que ha

sido un trabajo interior, en los aspectos antes revisados: Aceptación del miedo, confianza en los recursos propios, modificación de creencias limitadoras y preparación intelectual.

“La finalidad de la vida no es el pensamiento sino la acción”, dijo Simón Bolívar como para impulsarnos a salir del plano imaginario y entrar al mundo del logro tangible. No hubiese él sido un héroe libertador de naciones, de haberse quedado en el camino único de la reflexión.

Es necesario practicar, exponerse “paso a paso”, hasta lograr elevar nuestro actual nivel de autoconfianza. Practicar nos ayuda a crecer como oradores, y a enfrentar y vencer el miedo en el terreno mismo de los hechos.

Practique, practique sólo, con su pareja o amigos, en clases, en la empresa y donde le sea posible. Avance en la medida de sus posibilidades, hacia retos mayores. La naturaleza no se apresura, aunque tampoco se detiene. Si cada día trae lo suyo -dijo alguien- basta con ese poco cada día.

Recordemos que donde hay ejercicio, hay desarrollo. Es una ley natural que también se cumple en lo relacionado con la comunicación humana. Además ¿conocen a alguien que haya llegado a la cima por un camino fácil y corto?

MANTENERSE RELAJADO

La relajación es el antídoto principal contra el estrés, que es la manifestación esencial de temores y miedos. Todo reflejo de tensión en el organismo, evidencia un conflicto entre dos ideas o fuerzas opuestas que luchan entre sí.

Pensamientos como “quiero pero no puedo”, “debo pero no quiero” producen confusión y malestar interior. Mantenernos relajados nos permite experimentar comodidad interna y suprimir el combate contra nosotros mismos.

La mejor manera de relajarnos es usando la “respiración consciente”. Ante el mínimo asomo de tensión, es aconsejable concentrarse en respirar de manera moderada y constante, dejando que la mente se concentre en los actos de inhalar y exhalar. Esto nos ubicará y nos mantendrá en el presente, y nos alejará de los pensamientos de culpa (tiempo pasado) y de temor (tiempo futuro).

El dominio de la técnica de la relajación tiene dos fases: La relajación privada y la relajación pública. Lo primero es aprender mantenernos relajados en estado de soledad, cuando no hay personas cerca de nosotros. El segundo paso es aprender a mantenernos relajados frente a los demás. Este es el logro supremo que impide que las presiones sociales dañen nuestra salud. Recordemos esto: A menor tensión menor enfermedad.

REALIZAR EJERCICIO FISICO

Además de la relajación, hay otra pieza clave para el dominio de la tensión causada por el miedo: El ejercicio físico. Además de dotar al cuerpo de gran vigor y resistencia, opera como un activador de expulsión de las ya mencionadas hormonas del estrés. Ejercitarse estimula todo el organismo, y nos da una creciente sensación de poder vital. Buena parte de los riesgos que no asumimos y de los asuntos que abandonamos a medio camino, se relacionan (aunque no nos percatemos de ello) con la debilidad física. Cuando nos sabemos fuertes, cuando pensamos que podemos contar con nuestro cuerpo, somos capaces de ir más lejos, de insistir más, y probar nuevos y desconocidos rumbos.

Por el contrario, la fatiga corporal inhibe el entusiasmo y suele condicionar a los individuos a actuar por debajo de su verdadera capacidad y nivel potencial. Además de mantenerse relajado, haga ejercicio y comenzará a sentir la diferencia.

CAPÍTULO 5

LA ORGANIZACIÓN DE LAS IDEAS

Una mayor claridad del pensamiento produce siempre una mayor claridad de lenguaje. Idea y palabra conviven estrechamente en el espacio de la comunicación.

Existe una relación directa entre el pensamiento y el lenguaje. Los seres humanos pensamos con palabras y la tendencia es que todo aquello que nuestra mente imagina tiene una palabra que lo designa. Esta relación es tan estrecha que cuando pensamos en nuestros impulsos mentales producen movimientos mínimos o micromovimientos en todo el aparato fonador, sin que tengamos conciencia de ello.

Justamente por ese vínculo existente entre mente y habla, llama la atención la dificultad que muchos exhiben cuando se trata de exponer sus puntos de vista frente a otros. ¿Por qué en muchas de las ocasiones cuando nos formulan una pregunta respondemos de manera incompleta, confusa o distorsionada?

FACTORES LIMITADORES

Esta situación, además de los factores relativos al miedo escénico, obedece a varias razones:

- ❖ **Mente saturada.**
- ❖ **Memoria bloqueada.**
- ❖ **Atención débil.**
- ❖ **Desmotivación.**
- ❖ **Limitación perceptual.**
- ❖ **Pensamiento desordenado.**

MENTE SATURADA

Se calcula que en los últimos 30 años se ha producido más información que en los anteriores 3.000, y resulta tal el caudal de datos que nos llegan por los medios masivos cada día, que parece inevitable sentirnos ansiosos y confundidos.

El impacto de esta situación puede reducirse si nos especializamos en un área específica, y aprendemos a elegir y estructurar lo más importante, en razón de nuestras necesidades, objetivos y prioridades.

MEMORIA BLOQUEADA

La falta de entrenamiento de la memoria puede impedir que evoquemos en el momento requerido la información necesaria. En cierta forma, no poder recordar algo equivale a no saberlo, por lo que un buen expositor requiere una memoria entrenada para sacar mejor provecho del arte oratorio.

El desarrollo de una memoria potente y confiable, hace necesario un estudio detallado y la práctica de algunas técnicas para favorecer la fijación de la información en eso que Paul Jagot llamó “centros de cristalización mental”. Para clarificar un poco más este tema, considero valioso señalar los cuatro aspectos esenciales que contribuyen al desarrollo y sostén de una buena memoria:

- ❖ Impacto
- ❖ Asociación
- ❖ Repetición
- ❖ Impregnación.

Memorizamos más rápidamente y con mayor solidez:

- ❖ Lo que nos impacta emocionalmente.
- ❖ Lo que asociamos con elementos conocidos.
- ❖ Lo que repetimos frecuentemente.
- ❖ Lo que relacionamos con nuestros cinco sentidos corporales.

ATENCION DEBIL

El nivel de atención es fundamental para el eficaz el eficaz funcionamiento mental, ya que donde está nuestra mente estamos nosotros. En la comunicación interpersonal, es fuente que estemos más pendientes de lo que queremos decir que de lo que nos están diciendo, por lo cual no escuchamos con auténtico interés ni captamos adecuadamente lo que se nos intenta transmitir.

Si estamos atentos, obtenemos mayor provecho de las informaciones que nos llegan, aprendemos más rápida y fácilmente, y grabamos y recordamos la información de manera más eficiente. Lo que llamamos “atención centrada” se desarrolla con la práctica de la meditación y de ejercicios de relajación y concentración.

DESMOTIVACION

La motivación es el combustible de la acción. Cuando estamos motivados o entusiasmados con respecto a un asunto o tema puntual, es mucho más sencillo distinguir los aspectos importantes de los triviales; nuestra mente funciona de manera más clara y aumenta nuestra capacidad de manejo de los detalles. Por lo general, mientras más se quiere, más y mejor se puede.

LIMITACIÓN PERCEPTUAL

No es extraño que nos digan una cosa y escuchemos otra. Más allá de variables disfuncionales, o de la mera distracción, cada persona otorga un significado diferente a lo que percibe, puesto que percibimos desde nuestros arquetipos innatos, así como desde los códigos culturales particulares, adquiridos durante la crianza y la socialización. Esos códigos o mapas, varían en cada persona. ¿La palabra “robo” significa lo mismo para el ladrón que para la víctima?

En resumen, cada persona percibe apenas lo que su fisiología y aprendizaje le permiten percibir. De allí que un mismo mensaje puede ser interpretado de diez maneras distintas, por diez individuos diferentes. Captamos la

“realidad” de manera particularizada y selectiva, lo cual tiende a generar conflictos de significados entre quienes intentan comunicarse.

Para resolver conflictos de significado o, percepción selectiva, y entender y hacernos entender mejor, requerimos conocer suficiente acerca del funcionamiento de la acepción y de las reglas o leyes semánticas, que se cargan, precisamente, de estudiar los significados.

También es importante descubrir en las relaciones interpersonales, la valoración que nuestros interlocutores dan lo que les decimos. Dicen los investigadores de la programación Neurolingüística que “la respuesta recibida indica el significado que tuvo para en el otro nuestra.

Adicionalmente, podemos estar seguros de que sin importar lo mucho que entendamos o estudiemos, siempre tendremos que aceptar que “cada cabeza es un mundo” y que cada persona se guía por su propio “mapa mental” por lo general difícil de escrutar, definir o comprender en su totalidad.

Se ve, se oye, se huele, se degusta o se palpa con la mente, no con los receptores sensoriales, que apenas funcionan como captadores de los estímulos energéticos del ambiente. La forma como decodificamos e interpretamos evento, depende de lo vivido, es decir, de nuestra particular y única historia personal.

PENSAMIENTO DESORDENADO

El pensamiento desordenado es la incapacidad y para estructurar las ideas en la dirección deseada. Puede ser una respuesta al miedo escénico, una consecuencia de falta de vocabulario o un resultado de la ausencia de práctica en cuanto a desarrollar una forma de pensar racional y coherente. Esto, sin considerar daños o limitaciones de tipo orgánico y para resolver esta limitación que desequilibra la calidad de nuestra expresión oral, es importante aprender dos técnicas: La técnica de las definiciones y la técnica de la expresión esquematizada, que serán analizadas en la parte referida a la improvisación en la oratoria.

TECNICAS DE APOYO EXPRESIVO

Existen algunos recursos de apoyo para el oficio de un orador. Revisaremos 'aquí cuatro de los más importantes: Narración, Descripción, Dialogo y Opinión.

LA NARRACION

Narrar es presentar, contar o referir hechos reales o imaginarios. La narración responde a las preguntas: Qué, quién, cómo, cuándo; dónde y por qué de los hechos. También nos muestra el ambiente y las personas relacionadas con las acciones, y ofrece una secuencia de inicio, desarrollo y culminación de lo ocurrido. Las excepciones de este estilo son el teatro y la literatura, géneros que permiten adornos narrativos y una mayor extensión.

La narración se caracteriza por un notorio uso de verbos, ya que da prioridad a las acciones, acontecidas

“Fue”, “corrió”, “señaló”, “durmió”, etc. Un ejemplo de narración es el siguiente recuento de un hecho real, sucedido hace pocos años en los Estados Unidos de Norteamérica:

“Todos podemos reaccionar de manera automática y desesperada como le sucedio a un hombre que envio a su hija a la casa de un familiar cercano para que le acompañara. Al llegar la noche, el hombre se recostó en la cama

para dormir, cuando escuchó un ruido en la habitación contigua justo al lado de la suya. Temeroso, se levantó, tomó un rifle que usaba para protegerse de los ladrones y merodeadores, y fue directo al cuarto, dispuesto averiguar la causa del ruido. Luego de revisar la mirada varios espacios de la habitación, abrió la puerta del closet y vio algo moverse repentinamente. Sin perder tiempo, como por instinto de supervivencia, cargó el arma y disparó. Apenas había terminado de oprimir el gatillo del arma, cuando notó, para su sorpresa y asombro, que se trataba de su pequeña hija, quien había adelantado su regreso y se aprestaba a darle una sorpresa con su retorno inesperado. Lamentablemente, el disparo había dado en su pecho y casi instantáneamente la niña murió”. Ya nada se podía hacer.

Obsérvese que en el relato citado los hechos o acciones tienen más importancia que los detalles descriptivos que responde al “como”.

Ejercicio

- Realice una narración que trate sobre el contenido de una película que hay visto en cine o televisión.
- Elija una experiencia que haya vivido en la niñez e intente narrarla en tres minutos.
- Narre de forma concreta el desarrollo de las actividades que realizó el día de ayer.

LA DESCRIPCIÓN

Describir es representar algo a través del lenguaje basándonos en sus características más esenciales o que más nos importa o impacta de un objeto, una persona o un evento.

Como técnica oratoria, es un recurso útil para mostrar cómo suceden o sucedieron las cosas, cómo es o fue el ambiente de su desarrollo y cómo son o era los protagonistas o testigos. La descripción se sirve de adjetivos que facilitan la recreación de los detalles visuales, sonoros, olfativos, gustativos o táctiles.

Quien describe alude a variables reconocibles por los sentidos humanos. El descriptor actúa como monitor, como agente intermedio entre la realidad percibida y la persona o personas a quienes se comunica lo retenido. Cuando la descripción se hace correctamente, quien la escucha logra visualizar con gran claridad, e incluso, “Vivir” lo que se le describe. Veamos un ejemplo de descripción, tomado de mi banco personal de escritos:

“Cierta día me topé con una dama muy especial. Era morena de ojos penetrantes y cálidos. Transpiraba dulzura por cada poro y se movía con la tenue y a la vez intensa gracia de un felino. Su paso era cautivador y hechizante. Su ropa, ligera y semitransparente de colores pasteles, revelaba un gusto exquisito y sencillo.

Hablaba con el ritmo armonizante de las olas marinas. Sus palabras, pocas y refinadas, desprovistas de cualquier rastro de vulgaridad, dejaban en mis oídos la sensación de una droga estimulante. Al caminar, posaba sus sandalias doradas y sin tacones como si levitara. Los ojos desbordados de los hombres que la veían, dilataban sus pupilas como para no perderse detalle alguno.

Ella era la obra acabada de un dios inteligente y pícaro; una sirena de la ciudad que titilaba con emanaciones de luz propia. Cuando me dijo su nombre, exhalé un suspiro íntimo emanado de las raíces del alma. No pude responder, pero su huida me indicó que mi silencio se lo dijo todo”.

Es imperioso recordar que el tipo de lenguaje deberá ser adecuado al público, para no dar la impresión de vacío, cursilería o superioridad intelectual.

Ejercicio

Tome un objeto cualquiera, obsérvelo durante unos minutos e intente describirlo, detallando sus características más resaltantes. Evite expresar conceptos previos y conclusiones. Únicamente describa lo que percibe.

EL DIALOGO

El diálogo es un recurso poco “usado en la oratoria y se implementa cuando el expositor quiere imprimir un toque de dramatismo o coloquialidad en su relación comunicacional. Se usa para presentar lo que alguien dijo, dice o dirá. Un ejemplo de un diálogo insertado en una exposición, puede ser:

“Muchos padres suelen ser poco comprensivos con sus hijos. Los rechazan, ignoran sus necesidades y en ocasiones se burlan de ellos. Recuerdo una conversación entre un padre y un niño, que tuve la oportunidad de escuchar en una heladería hace un par de meses, El niño le decía:

- *Papá quiero un helado grande de mantecado.*
- *Cómete uno pequeño -le dijo el padre.*
- *Pero yo quiero uno grande' - insistió el muchacho. El papá guardó silencio durante unos segundos y de pronto se levantó y le dijo a todo pulmón:*
- *O te comes uno pequeño o no vas a comerte ninguno. Ahora, como castigo, no vas a comer nada. Levántate que nos vamos de aquí.*

Al oír a este señor tratar así al niño, no pude sino preguntarme cómo pueden personas así, tener licencia para ser padres”.

El diálogo puede ser un ingrediente refrescante en la oratoria, ya que a la gente le agrada que le cuenten historias, siempre que sean divertidas o despierten su interés. Por el contrario, si se abusa del diálogo, o si lo que se expone como conversación resulta aburrido o trivial, puede representar para el orador un estrepitoso fracaso.

Ejercicio

Imagine que está hablando en público y que está usted conversando de las cosas buenas de la vida. Recree un diálogo imaginario entre la verdad y la mentira, en la cual la verdad resulte mucho más convincente.

LA OPINION

La opinión es la visión o interpretación que hacemos de algo, cuya naturaleza es discutible o cuestionable. Todos aceptan que dos más dos son cuatro, pero no todos están de acuerdo sobre lo que es bueno o malo. En el segundo caso, hay millones de opiniones diferentes. Como técnica oratoria, la opinión requiere de un hábil manejo, ya que cuando el orador expone su visión personal sobre un asunto, se arriesga a dividir la opinión del público. La mayoría de las personas se identifican demasiado con sus creencias, y tienden a disgustarse y discutir acaloradamente cuando alguien ofrece una posición conceptual distinta a la suya.

Sin embargo, en situaciones en las que el orador no posee suficientes conocimientos sobre un tema que surge durante su exposición, puede recurrir al acto honesto de opinar acerca del asunto que le es consultado. Le sugerimos hacerlo, considerando los siguientes aspectos:

- ❖ Calibrar la importancia e impacto que su opinión tendrá sobre el público.
- ❖ Opinar con base en la comprensión más que en la condenación.
- ❖ Relacionar las opiniones dadas con un objetivo positivo.
- ❖ Presentar la opinión como interpretación y nunca como verdad.
- ❖ Presentar la opinión como una entre muchas opciones.
- ❖ Respalda las opiniones con hechos o testimonios que las justifiquen.

Ejercicio

Intente desplegar opiniones de cinco minutos cada una, sobre los siguientes temas: La situación política del país, el ateísmo, el aborto, el subdesarrollo en América Latina, El rol de la mujer en el mundo actual, la contaminación ambiental, los milagros, la educación informática y la homosexualidad.

LA IMPROVISACION EN LA ORATORIA

Improvisar es actuar de manera repentina sin preparación previa. En el plano de la oratoria, mejor que improvisar, conviene prepararse y estar dispuesto a responder a lo imprevisto cuando las circunstancias lo ameriten. Improvisares, entonces, hablar de lo que no esperamos, con el apoyo y respaldo de lo que ya sabemos.

Algunos de los riesgos más factibles de la improvisación mal manejada, son:

- ❖ La dispersión (incapacidad de ordenar las ideas)
- ❖ La verbosidad (exceso de palabras innecesarias)
- ❖ La incoherencia (pérdida del hilo discursiva)
- ❖ Las repeticiones (redundancia de lo expresado)
- ❖ Las muletillas (apoyo en palabras sin significado)

Aunque no puede negarse que el arte de la improvisación es altamente atractivo dentro de la oratoria, debe recordarse que saber improvisar es una consecuencia, un resultado que surge de la preparación y el uso inteligente de la experiencia acumulada con la práctica.

Un buen improvisador, además de talento, experiencia, dominio emocional y cultura general, requiere cuando menos un amplio vocabulario activo y otras tres capacidades: Definir, esquematizar y conectar.

EL VOCABULARIO

Hablar del vocabulario en relación con la oratoria, nos lleva hacia dos aspectos que deben considerarse con cuidado: La abundancia de palabras y el tipo de vocabulario que usamos en un momento dado.

Con las palabras construimos las frases, por lo que sin palabras no hay oralidad, no hay oratoria. Un vocabulario abundante o léxico rico, permite elegir entre varias, la palabra más adecuada y conveniente en un momento dado. Además, otorga belleza a la expresión y agrada al oyente. Si disponemos de muchas palabras, podremos enriquecer con sinónimos (palabras diferentes de igual significado) cada una de nuestras expresiones.

La pobreza léxica o vocabulario reducido, nos obliga a usar forzosamente el poco instrumental verbal disponible, con lo cual tendemos a usar muletillas y términos que no encajan con lo que se desea o se necesita expresar. Demasiadas veces decimos una cosa queriendo decir otra.

Por todo esto la recomendación es que adquiera usted dos buenos diccionarios: Uno de consulta de significados básicos, y otro de sinónimos y antónimos que le permitan aprender los términos de interpretación similar.

Piense que en un diccionario pequeño hay cerca de 30 mil palabras, mientras que uno mediano contiene al menos 120 mil. Si comparamos la riqueza de la lengua castellana con la ínfima cantidad de palabras que usa una persona promedio, notaremos que no empleamos ni siquiera el 10 por ciento de los vocablos que conforman nuestro idioma.

Cuando hablamos sobre el tipo de vocabulario empleado por el orador, nos referimos a varias posibles categorías de palabras y combinaciones éstas, que asignan un cierto estilo al lenguaje verbal utilizado: Hay vocabulario concreto o abstracto, formal o informal, emocional o racional.

Incluso podemos arriesgarnos a crear categorías de vocabularios, de acuerdo con la intención o el afecto que producen: Unificador, separatista, conservador, idealista, etc. Un orador de alto nivel, difícilmente aparece frente a un público sin haber definido antes un tipo de lenguaje acorde con el público, el tema y los objetivos planteados.

Así como existe un tipo de vocabulario adecuado, debemos estar prevenidos contra el uso de estilos terminológicos que tiendan a crear confusión y a limitar la comprensión de los mensajes. En la medida de lo posible un buen orador debe evitar el uso de

- ❖ Tecnicismos (términos técnicos de difícil comprensión)
- ❖ Vulgaridades (términos considerados marginales u ofensivos)
- ❖ Exageraciones (términos recargados y poco creíbles)
- ❖ Intelectualizaciones (términos rebuscados poco comprensibles)
- ❖ Modismos (términos locales de comprensión local)
- ❖ Extranjerismos (términos en otros idiomas)
- ❖ Trivialidades (términos intrascendentes o demasiado comunes)

LAS DEFINICIONES

Siempre que un orador se refiera a términos significativos sobre los que vaya a profundizar, deberá definirlos, a fin de que todos estén de acuerdo acerca de lo que se está hablando. Es importante recordar que cada persona otorga una interpretación diferente a lo que percibe.

Definir es fijar o establecer con claridad y exactitud las significaciones y características de una persona, situación o cosa. La definición nos permite tener un punto de partida, una referencia conceptual que facilita la comprensión de los mensajes que compartimos y favorece por consiguiente, una mejor comunicación.

Siguiendo las sugerencias de Fortunato Brown⁽⁶⁾, especialista en el uso del lenguaje y autor de varios libros sobre la lengua castellana, diremos que para definir un término, se siguen dos pasos muy concretos:

1- Ubicación o precisión de género:

Consiste en darle una clasificación básica a lo que desea definir. Por ejemplo: Un triángulo es un polígono, el hombre es un animal racional, el amor es un sentimiento, el tiempo es una variable física de medida, la licuadora es un aparato o equipo electrodoméstico, el miedo es una emoción, la enfermedad es una reacción inarmónica del organismo, etc.

2- Establecimiento de las diferencias o características distintivas:

Se refiere a exponer detalladamente aquellos aspectos que hacen que una cosa sea distinta a otras. ¿Qué hace que un perro sea perro y no gato? ¿Qué define que el amor sea un sentimiento y no una emoción? ¿Qué características convierten a un río en río y no en mar? ¿Qué determina que un hombre no sea una mujer? veamos un ejemplo:

Definición de “cuadrilátero”.

Ubicación o precisión de género:

Un cuadrilátero es una figura geométrica.

Establecimiento de características distintivas:

Está conformado por cuatro líneas rectas de igual tamaño.

De esta manera hemos definido de forma clara lo que es un cuadrilátero: Un cuadrilátero es una figura geométrica cuya característica esencial es que está conformada por cuatro líneas rectas de igual tamaño.

Pongamos otro ejemplo:

Definición de “voluntad”.

Ubicación o precisión de género:

La voluntad es una potencia, una cualidad.

Establecimiento de características distintivas:

Nos impulsa a sostener el deseo o la intención de movilizarnos a favor o en contra de algo. Podemos resumir la definición de la siguiente forma: La voluntad 'es una potencia o cualidad que nos impulsa a sostener el deseo o la intención de movilizarnos a favor o en contra de algo.

Ejercicio

A manera de práctica, defina los siguientes términos: Conciencia, violencia, ansiedad, tiempo, espacio, poder, sexualidad, vanidad, noticia, autoestima, organismo y apatía.

Además de saber definir o conceptualizar, un buen discurso requiere la adecuada presentación de ideas bien estructuradas. Para comunicar con acierto nuestros mensajes, es muy importante aprender y seguir la “técnica de la expresión esquematizada”.

LOS ESQUEMAS

Los esquemas son formas estructuradas de representación de la realidad, en función de sus aspectos más importantes o valiosos. Aquí los usaremos como guía de ayuda, para que el orador exponga sus ideas con sentido y coherencia.

Los esquemas sirven de facilitadores a la hora de presentar contenidos, sin el temor de confundirnos o perdemos al iniciar, continuar o finalizar una exposición.

Algunos de los esquemas útiles a los fines escritos, cuya efectividad ha sido miles de veces comprobada, son:

- ❖ Tesis, demostración, conclusión.
- ❖ ¿Qué, quién, cómo, cuándo, dónde, por qué?
- ❖ Hechos, interpretación, conclusión.
- ❖ Hechos, causas y consecuencias
- ❖ Niveles físico, mental, emocional, espiritual.
- ❖ Origen, evolución y estado actual.
- ❖ Nacimiento, evolución y muerte.
- ❖ Pasado, presente y futuro.
- ❖ Problema, efectos y posibles soluciones.
- ❖ Definición, estructura, funcionamiento y finalidad.
- ❖ Ubicación en tiempo y espacio.
- ❖ Parecidos y diferencias.
- ❖ Lo que sabemos y lo que no sabemos.
- ❖ Forma o apariencia, fondo o realidad.
- ❖ Hechos, ambientes y personajes.
- ❖ Tesis, análisis y síntesis.
- ❖ Asunto, ventajas y desventajas.
- ❖ Posición, razones a favor y en contra.

Ejercicio

Seleccione alguno de los temas sugeridos y desarrolle cada uno de ellos, utilizando uno o varios de los esquemas propuestos. Practique varios temas durante un minuto cada uno, luego aumente a tres minutos el tiempo de entrenamiento, y así sucesivamente hasta que logre hablar sobre cada tema durante diez minutos. No comience a hablar sin haber decidido el curso racional o estructura de la exposición.

Si es posible, utilice un grabador reproductor, para que escuche y revise su exposición. No se desanime por los resultados iniciales. La práctica le proporcionará la destreza necesaria, la cual se desarrollará progresivamente.

Temas sugeridos:

El optimismo	La riqueza	La pareja
La risa	El dinero	El SIDA
La desaprobación	Las adicciones	La soledad
El miedo	El divorcio	La disciplina
Las religiones	La guerra	El Sistema Solar

La paternidad	La dependencia	Dios
El trabajo	La timidez	La astrología
La vejez	La Nueva Era	La inteligencia
La pobreza	El ahorro	La seducción
La intimidad	La oratoria	Las enfermedades
La armonía	La inteligencia	La fe
La prisa	La discriminación	El Valor del tiempo

LAS CONEXIONES

Al igual que en el lenguaje escrito, también en la oratoria se utilizan palabras o expresiones que sirven para vincular una idea con otra. A esas palabras o expresiones, las conocemos bajo la denominación de “conectores”. Veamos algunos ejemplos de conectores:

- ❖ Otro aspecto al cual quisiera referirme...
- ❖ Algo que no podemos dejar de mencionar...
- ❖ Un aspecto de gran importancia, es también...
- ❖ Dicho esto, podemos pasar al otro punto, que es...
- ❖ Asimismo...
- ❖ De igual manera...
- ❖ En otro orden de ideas...
- ❖ Más o menos en la misma dirección...
- ❖ También podríamos decir que...
- ❖ Antes de seguir adelante...
- ❖ No podemos dejar de lado...

A manera de ejemplo, en un discurso sobre el éxito podríamos ensayar el uso de algunos conectores:

“Todos podemos tener éxito, siempre que sepamos gran claridad el tipo de éxito que deseamos obtener.

Asimismo, requerimos un plan que nos sirva de guía y ruta o alcanzar ese éxito. Otro aspecto importante de este tema es la necesidad de sostener el esfuerzo y no abandonar ante el primer obstáculo. Algo que no podemos dejar de mencionar es el hecho de que no todo está dado para nosotros, por lo que en momentos tendremos que dejar algunos proyectos para ir tras de otros que tengan más posibilidades de lograrse”.

Como cierre de esta parte del libro dedicada a la organización de las ideas, diremos que para un orador es esencial, pensar antes de hablar y pensar mientras habla. Con el tiempo, la experiencia y la motivación le ayudaran a escucharse mientras habla, de forma que pueda exponer sus ideas y al mismo tiempo tomar decisiones de ajuste sobre la marcha.

CAPÍTULO 6

LA BELLEZA EXPRESIVA

*Es Posible decir algo que la gente no desee oír,
siempre que lo hagamos de tal forma
que no puedan rechazarlo.*

El arte oratorio, además del contenido de los mensajes que se emiten, pone especial cuidado en la forma como éstos son expresados por el orador. Es por eso que revisaremos algunos aspectos relativos a la manera más conveniente de expresarse del expositor:

- ❖ La respiración
- ❖ Las entonaciones
- ❖ La articulación
- ❖ La dicción.
- ❖ El ritmo oral
- ❖ El lenguaje no verbal
- ❖ El dominio del idioma
- ❖ Cultura general

La Respiración:

En esta parte no nos dedicaremos a realizar extensas explicaciones anatómicas sobre la respiración humana y los complejos mecanismos involucrados en este proceso. Más bien consideremos la respiración desde la perspectiva de su importancia en la emisión de la voz y en la calidad de la expresión oral en general.

Fisiológicamente, la respiración se define como una función del organismo, mediante la cual se producen cambios gaseosos entre nuestras células y el mundo exterior.

Es el proceso de mayor importancia en nuestra vida, pues constituye el gran regulador del equilibrio y la integridad psicofísica, ya que condiciona y afecta de diversas formas todos nuestros sistemas funcionales. Por fortuna, la respiración es un aspecto de nuestra actividad orgánica en la que podemos intervenir directamente de manera voluntaria.

Es evidente que la calidad de las emisiones orales de un expositor tiene mucho que ver con la manera como este maneja el aire en su aparato fonador.

De aquí que sea necesario y hasta indispensable, que los oradores aprendan técnicas adecuadas que les permitan influir en el mecanismo respiratorio, a fin de poder expresarse con mayor claridad y comodidad. Esto evitaría el cansancio vocal y favorecería una mayor calidad comunicativa.

Tal como lo dijo la foniatra francés George Canuyt⁽⁷⁾, el aire es el aspecto esencial de la comunicación, puesto que: “Si no hay aire, no hay voz”.

En términos básicos, podemos distinguir tres tipos de respiración:

- ❖ Respiración pectoral
- ❖ Respiración abdominal
- ❖ Respiración intercostal de diafragma

Para saber si la respiración que realizamos es pectoral, basta con colocarnos, una mano sobre el pecho e inspirar. Si el pecho sube, la respiración es

La especialista Irina Alexandrova afirma que la respiración de pecho es perjudicial ya que al realizarla se inhala poco aire, produce tensión en los hombros, impide que el aire llegue a la base de los pulmones, y limita el estiramiento del músculo diafragmático y el ensanchamiento de la caja torácica. Así, la capacidad respiratoria disminuye cuando lo adecuado sería que aumentara.

Irina, en su manual: "Educación de la voz" afirma que la respiración abdominal tampoco es la más recomendable pues no favorece la buena emisión de la voz. Para ella la más adecuada es la respiración intercostal, porque aumenta la capacidad respiratoria, hace más firme la voz, reduce el esfuerzo vocal, elimina el cansancio y la dificultad en la inspiración, permite tomar más aire, es estética, casi invisible y permite mantener el cuerpo relajado.

Además, conviene señalar que la respiración del orador debe ser nasal, ya que al inspirar por la nariz el aire ingresa al organismo filtrado, húmedo y caliente, con lo cual se evita el error estético y dañino para la salud vocal, de respirar por la boca, especialmente en espacios que se mantienen a muy bajas temperaturas, lo cual puede convertirse en causal de lesiones guturales

Vicios Respiratorios

Existen algunos vicios respiratorios que representan verdaderas limitaciones en la emisión de la voz y, por tanto, en la capacidad de hacerse entender adecuadamente. Los más comunes son:

- Elevación de los hombros.
- Poca abertura de las fosas nasales
- Respiración bucal
- Elevación y contracción de la caja torácica
- Inhalación débil
- Exhalación laxa o descontrolada

A fin de ayudar a superar estas y otras deficiencias respiratorias, se incluyen los doce pasos de corrección respiratoria, indicados por el doctor Julius Parow, en su libro "Respire bien y viva mejor"

1. Practicar con la menor (no la mayor) cantidad de aire posible.
2. Inhalar con la mayor lentitud posible.
3. Espirar sin hacer presión.
4. No intercalar pausa alguna después de la toma de aire
5. Evitar aspiraciones y espiraciones muy profundas.
6. Respirar siempre con un rumor, que se dejará surgir como es normal, en la región más estrecha de la nariz anterior, o bien en la punta de la lengua, entre los dientes o labios. El rumor habrá de continuar

ininterrumpidamente y tendrá el mismo sonido en la inhalación y en la espiración. Durante la inhalación conserva siempre la misma intensidad, pero durante la espiración, se hará cada vez más silencioso sin llegar jamás a cortarse del todo.

7. La caja torácica no debe elevarse ni hundirse en lo más mínimo. El control más seguro lo ofrece la clavícula.
8. Al inhalar, la cintura sobre las caderas debe expandirse con un suave relajamiento.
9. La espalda debe mantenerse lo más estirada posible y completamente inmóvil. La cabeza, que en modo alguno ha de acompañar el movimiento, ofrece un elemento que facilita este control.
10. Permitir relajación de hombros, dejando caer los codos.
11. Aflojar los músculos de la cara, dejando caer las cejas y aflojando los labios que estarán levemente abiertos.
12. Aflojar la lengua, para lo cual se le deja reposar blanda y ancha en la boca

La voz, uso y cuidado

Cada persona tiene un tipo de voz innato, derivado de sus características físicas y emocionales propias. Al analizar los factores componentes de la voz, debemos referirnos a:

- Tono
- Timbre
- Intensidad y
- Duración.

El tono se refiere a la altura de la voz. Nos indica su agudeza o gravedad. En las clasificaciones de voces para canto, se habla, en una escala de grave, medio y alto, de voces denominadas bajo, barítono o tenor en el caso de los hombres, y de contraalto, mezzosoprano y soprano en las mujeres.

El timbre es el sonido propio de cada persona. Dos oradores pueden tener un mismo tono de voz (agudo, por ejemplo) pero su timbre siempre tenderá a ser diferente.

La intensidad, como ya se ha indicado, se relaciona con la fuerza de emisión de la voz, sin que necesariamente se vincule con mayor volumen. Todo aumento del volumen de la voz representa una mayor intensidad del sonido, aunque no todo aumento en la intensidad de la voz implica un mayor volumen. Se puede hablar en voz baja y aun así expresar intensidad

La duración de la voz se relaciona directamente con la cantidad de aire disponible en los pulmones, así como con nuestra habilidad para administrarlo durante la fonación, sin afectar la calidad de los sonidos que emitimos.

Las Entonaciones:

Llamamos entonaciones a las distintas posibilidades sonoras expresables por medio de la voz. También podemos definir las como elementos sonoros no verbales que otorgan un mayor impacto y sentido a lo que expresamos por mediación de las palabras.

Dos de las recomendaciones más importantes en cuanto a la forma como el orador debe usar las entonaciones en sus discursos, son:

- Expresarse con entusiasmo, combinando varios tipos de entonaciones, para evitar adormecer al público con la monotonía
- Transmitir con las entonaciones la intención que desea darse a las palabras. La entonación y la intención siempre van juntas

Tipos de entonación

De acuerdo con el lingüista Iraset Páez Urdaneta existen tres tipos básicos de entonación:

- Entonación cadente: Aquella en la que el sonido final de las frases desciende.
- Entonación anticadente: Aquella en la cual el sonido al final de la frase asciende.
- Entonación suspendida: Aquella en la cual la terminación del sonido en la frase queda en una especie de estado neutro, sin ascender ni descender.

La habilidad y el sentido con el que se emiten las entonaciones, determina en gran medida el grado de belleza que será percibido por el público al momento de escuchar al orador. La adecuada combinación de entonaciones es como una danza mágica de formas y colores que se combinan en una pieza única digna de admirar y recordar.

La Articulación:

La articulación es el proceso mecánico por medio del cual "dibujamos" con movimientos de los labios, la lengua, el maxilar inferior, el velo del paladar y las mejillas, la palabra que será expresada. También podemos decir que la articulación es la forma que adoptan los órganos articulatorios al expresar activamente la intención de hablar.

Es la articulación la que da a la palabra claridad y nitidez. Si al hablar se articula mal, las vocales se "comen" a las consonantes y el sonido a la palabra. La buena articulación, al contrario, hace resaltar todas las cualidades de la voz."

Debe saberse que es posible para cualquier persona en condiciones normales, aprender a articular debidamente los sonidos de letras, sílabas, palabras y frases, y mejorar en alto grado nuestra forma expresiva.

Para lograrlo, es necesario:

- ❖ Hablar con suficiente aire en los pulmones
- ❖ Abrir la boca para dejar salir claramente los sonidos
- ❖ Relajar la zona de la cara y la garganta
- ❖ No apresurar innecesariamente la emisión de las palabras.

Ejercicio

Elija un libro cualquiera de un tema que le agrade. Lea lentamente durante 10 minutos y pronuncie claramente todas las vocales, especialmente las vocales abiertas (a, e, o).

La Dicción

Un orador de calidad debe poner especial cuidado a la manera como realiza la pronunciación de sílabas, palabras y frases. Esa cualidad de dar a cada sonido el valor fonético exacto que le corresponde, es a lo que como conocemos como “*dicción*”.

La buena dicción se desprende de una correcta articulación, ya que sin una adecuada posición de los órganos articuladores, se restringe la libre salida del sonido y se afecta la comprensión del mensaje que se desee transmitir.

No es igual decir “Nojamamoj”, que decir “Nos amamos”; “Pa cá” en lugar de “Para acá” y así muchos otros casos de inadecuaciones léxicas detectables en las actuaciones de docenas de oradores descuidados en su manera de hablar.

Para que los oradores y aspirantes puedan reconocer y corregir las fallas de dicción (dislalias) más comunes, requieren conocer primero cuales son y la forma como se manifiestan en su emisiones.

VICIOS DE DICCIÓN O DISLALIAS

Se denomina dislalia a la alteración producida en la articulación de los sonidos, durante la fonación o expresión de la voz. Podemos distinguir las dislalias por su origen o por la forma que se perciben auditivamente. Por su origen diremos que pueden ser organicas (originadas por deficiencia o lesión corporal) y funcionales (aprendidas culturalmente).

Pese a que ya existen clasificaciones de las dislalias, basadas en las ideas de algunos autores, proponemos en esta obra, una manera de clasificación de las dislalias, sencilla, manejable y fácil de distinguir y recordar: Dislalias omitivas, inclusivas y sustitutivas.

Omitivas: cuando se suprime sonido, Ej.: “Pérate un momento”, por “Espérate un momento”

Inclusivas: Cuando se agregan o incluyen sonidos no correspondientes. Ej.: “Se dio de cuenta” por “Se dio cuenta”

Sustitutivas: Cuando se sustituyen sonidos adecuados por otros inadecuados. Ej.: “Estábanos” por “Estábamos”

Ejercicio:

Pronuncie casa una de las frases siguientes, evitando omitir o alterar los sonidos correspondientes a cada letra o sílaba. Cuide la pronunciación de las letras “s”.

1. Cada sensación de esa que sentimos, nos revitalizan y nutren a la vez.
2. Estas damas recién llegadas, sustituirán a todas las anteriores.
3. De las cosas más seguras, lo más seguro es dudar.
4. Dadme un grupo de niños y los convertiré en lo que ustedes deseen.
5. Dedicarnos a esas transacciones puede resultar desfavorecedor.
6. Si nos das de beber, nuestra sed se extinguirá sin dificultades.
7. Los sentimientos son sacudidas inexplicables a las razones humanas.
8. Todas las palabras con abundantes “eses” deben ser expresada correctamente.
9. Si subes esas cajas, deberás descansar durante varios días.

10. El sindicalismo es desprestigio por dar la espalda a sus representados.
11. Doce era los apóstoles que seguían a Cristo en los momentos difíciles.
12. Hipnosis es el arte de sensibilizar nuestros sectores subconscientes.
13. Seducirás, si combinas los misterios con los instintos humanos.
14. Los hipocondriacos son productores de enfermedades imaginarias.
15. Remplazaremos del zoológico animales reeducados coordinadamente.

EL RITMO ORAL

El ritmo oral es la relación existente entre la velocidad con la que hablamos y las pausas que hacemos entre palabras y frases. Cuando un orador expresa con un ritmo adecuado lo que escuchamos es una expresión fluida, sin prisa, ni interrupciones impropias.

Se estima que el ritmo normal de expresión oral de una persona, está entre las 30 y 200 palabras por minutos. Hablar por debajo de esa medida equivaldría a una expresión lenta y cansona. Rebasarla, nos pone en riesgo de ser percibidos como ansiosos y apresurados.

Un factor novedoso, pertinente en este momento, es la relación que existe entre la velocidad con la cual hablamos y la forma como nuestro cerebro procesa la información. Este descubrimiento es un aporte de la PNL, (Programación Neurolingüística) disciplina psicológica que estudia, entre otras cosas, la forma como, estructuramos y procesamos nuestros pensamientos.

Richard Bandler y John Grinder, dos investigadores pioneros de este estudio, concluyeron que los seres humanos percibimos los estímulos del entorno a través de imágenes (percepción visual), de sonidos, (percepción auditiva) y de sensaciones y emociones (percepción cinestésica).

Añadieron que cada persona tiene preferencia o da prioridad a uno de estos sistemas perceptivos por encima de los demás, y que este sistema de representarnos (volver a presentarnos) la realidad en nuestras mentes, tenía que ver con la velocidad o ritmo con el que nos expresamos.

De acuerdo con este planteamiento, quienes perciben el mundo preferentemente a través de imágenes (los “visuales”), tienden a hablar rápido ya que por su mente pasa un enorme grupo de imágenes a gran velocidad, mientras ellos intentan comunicarlas con palabras.

Igualmente, usan términos que aluden a aspectos perceptibles por el sentido de la vista. Ej.:

- ❖ Es una persona brillante.
- ❖ Por fin veo la luz al final del túnel.
- ❖ Su aspecto es muy gris.

En ocasiones, este ritmo expresivo típicamente inconsciente, puede ser percibido como ansioso o inquietante. Una gran cantidad de locutores en radio y televisión tienen una forma cerebral “visual” de procesar la información. Observe y se sorprenderá de cuántos de ellos hablan rápidamente, con respiración entrecortada, bucal, y con los músculos del cuello visiblemente tensos.

Las personas que dan prioridad a los sonidos en percepción de la realidad y en su expresión, (los “auditivos”) tienden a hablar con un ritmo oral moderado, son cuidadosos al escoger las palabras que usan y se sirven algunos términos que revelan su conexión con lo sonoro"

Ej.:

- ❖ Este asunto no me suena muy bien.
- ❖ La gente tiene que aprender a hacerse oír.
- ❖ Hay que escuchar la voz interior.

Aquellos cuya percepción atiende más fácilmente las sensaciones corporales y al mundo emocional (lo kinestésicos o cinestésicos), son más lentos al expresarse, por lo que pueden hacerse entender muy bien, aunque bien podrían resultar monótonos y cansones. Estos se comunican con vocablos alusivos a sus percepciones internas. Ej.:

- ❖ Siento un palpito que me dice que no vaya a clases.
- ❖ Hay gente que ha tenido una vida muy dura.
- ❖ Cuando ella me toca, ya no siento nada.

Aunque esta clasificación es sencilla y no debe tomarse como medida absoluta o parámetro único para calibrar el ritmo oral de un individuo, es de gran utilidad, porque nos permiten detectar rápidamente la forma como las personas perciben el mundo que los rodea, y nos da la oportunidad de respetar los estilos expresivos de cada ser, así como a influirlos más efectivamente

Es conveniente señalar que el ritmo deseable para la oratoria es moderado, ni rápido ni lento. Sin embargo para que un orador sea masivamente influyente, necesitará combinar varias velocidades, aunque como tendencia predomine el equilibrio.

EL LENGUAJE CORPORAL

Denominamos lenguaje corporal, al conjunto de signos y señales que usamos, en forma de gestos, posturas, movimientos y manejo de la distancia para comunicar mensajes con significado. Además de las palabras, usamos todo un arsenal de símbolos para darnos a conocer, relacionarnos e influir sobre quienes nos rodean. Un silencio, un suspiro, una mirada, el movimiento de las manos o un giro corporal, pueden decir tanto o más que cualquier palabra o una frase.

Es pertinente establecer que la interpretación que damos al lenguaje corporal, varía en razón de épocas y culturas. No faltan, sin embargo, quienes aseguren que hay gestos comunes a todas las culturas, especialmente los relacionados con emociones distinguibles como la alegría, la sorpresa, la tristeza o el miedo. Aunque no hay acuerdos unánimes o definitivos al respecto.

El sentido e impacto del lenguaje corporal tiene tanto peso, que algunos estudios realizados acerca del movimiento de ojos y cabeza en la comunicación, revelan la existencia de códigos sutiles, ocultos e inconscientes, que son captados como invitaciones o “autorizaciones” para hablar, escuchar, detenerse, apurarse o frenarse en el diálogo.

Es posible destacar varios aspectos o componentes esenciales en el lenguaje corporal:

- ❖ Entonaciones
- ❖ Gestos
- ❖ Posturas
- ❖ Movimientos
- ❖ Proxemia o manejo de la distancia.

Es posible ampliar esta visión de lo corporal, si agregamos a los elementos citados la variable “accesorios”, cuya importancia es fácil de comprobar: Los accesorios, como todo lo que usamos en el juego social de la imagen, tienen un contenido socioeconómico ineludible. Juzgamos a la gente por la ropa que usa, y distinguimos si sus atuendos son baratos, finos, sexys o convenientes. Objetos como: Lentes, perfumes, bolígrafos, pañuelos, corbatas, pelucas y otros objetos similares, pueden influir en la percepción que nos hacemos de la gente.

Los gestos, posturas y movimientos están directamente relacionados. Basta con señalar algunos de los aspectos más observados por el público, que debemos concientizar para evitar expresiones automáticas. Es necesario evitar transmitir rigidez, inseguridad, agresividad, superioridad y otros mensajes negativos. Es recomendable poner atención a:

- ❖ Las miradas.
- ❖ Las expresiones del rostro.
- ❖ La posición y movimientos de la cabeza
- ❖ La posición y movimientos de las manos.
- ❖ La postura o porte.

La primera referencia sobre el término proxemia le adjudica a Edward T. Hall, quien lo usó referirse a las normas espaciales que mantenemos: humanos y los animales en relación con otros se. Señaló que tenemos diversos grados de aceptación distancias y habló de distancia íntima, distancia personal, distancia social y distancia pública.

Mark L. Knapp, la cataloga como la capacidad el sentido para percibir, ubicarnos y movernos dentro del espacio físico en el que se realiza el proceso comunicativo. Afirma que nos comunicamos a través de un espacio conversacional, que vincula con factores sociales como sexo, estatus, roles, cultura y otros. Si adaptamos esto a la situación de un orador, diremos que para alcanzar un manejo positivo de este factor, éste deberá servirse de su experiencia o su habilidad para conocer o intuir el grado en que el público es capaz de tolerar márgenes de proximidad o distancia.

Cuando un orador invita a un grupo de oyentes a que se acerquen más y ocupen los asientos de las primeras filas, están actuando en consideración a la variable próxemica.

Desde nuestro punto de vista la proxemia se extiende más allá de lo meramente físico, hasta un plan su más profundo, más psicológico, ya que la distancia física no siempre es sinónimo de distancia emocional. Podemos estar a la vez “cerca y lejos” de las personas. De acuerdo con dos de los más importantes especialistas en lenguaje no verbal, R.L. Birdwhistell y Randall Harrison, quienes llegaron a conclusiones similares trabajando por separado, el peso del lenguaje no verbal, alcanza un 65%, mientras que el otro 35 % del impacto se le asigna a los factores verbales. Otros estudiosos que vinculan el tono de la voz con lo no verbal, han llegado a estimar en 93 el porcentaje de impacto comunicacional si sumamos el impacto de las entonaciones y el lenguaje corporal, (55% y 38% respectivamente) mientras que asignan a las palabras un mínimo impacto de apenas un 7%.

Imagino que con estas reflexiones habrá quedado en evidencia la importancia del lenguaje corporal y sus implicaciones en la belleza y el impacto de una presentación oral. Pretender hacer descansar el peso de un discurso únicamente en las palabras, representa una pérdida o al menos una notable disminución de la influencia del orador ya de la asimilación de las ideas por parte de los asistentes.

No sobra repetir entonces, que la comunicación es un paquete completo que incluye lo verbal y lo no verbal. Esto es algo que debemos comprender y recordar en todo momento.

EL DOMINIO DEL IDIOMA

Resulta especialmente importante para un orador el conocimiento y manejo de su lengua materna y de las leyes o principios gramáticos que la rigen. Antes de continuar, revisemos algunos conceptos importantes relacionados con el idioma.

Gramática: Es la ciencia que estudia y establece las reglas para el uso adecuado del idioma. Se divide en cuatro partes:

- ❖ Morfología (enseña el oficio que desempeña cada palabra y sus accidentes o cambios).
- ❖ Sintaxis (enseña el modo de ordenar las palabras y formar con ellas frases y oraciones).
- ❖ Prosodia (enseña a pronunciar correctamente las palabras).
- ❖ Ortografía (enseña a escribir las palabras correctamente).

EL DEQUEÍSMO

Según Fortunato Brown (6) el dequeísmo es un vicio del lenguaje que consiste en usar innecesariamente la preposición “de” antes de cláusulas que comienzan con “que “. Veamos algunos ejemplos citados por él.

CORRECTO

Es obvio que vendrá

Nos dijo que terminaría

Pensamos que es mejor.

Espero que acepte

Sospecho que vendrá

INCORRECTO

Es obvio de que vendrá

Nos dijo de que terminaría.

Pensamos de que es mejor.

Espero de que acepte

Sospecho de que vendrá.

Ya que existen algunos verbos que sí permiten el uso de la preposición “de”, se indica usar un recurso de comprobación para determinar si la frase que deseamos expresar lleva, ciertamente, el “de” antes del “que”.

Ejercicio

Verbo: Encargarse de

¿De qué se encargó?

Se encargó de limpiar la casa.

Verbo: Convencer de

¿De qué los convencerá?

Los convencerá de que es bueno

Verbo: Tratar de

¿De qué se trata?

Se trata de que paguen la deuda.

Verbo: Olvidarse de

¿De qué se olvidó?

Se olvidó de que vence mañana

Verbo: Darse cuenta de

¿De qué se dio cuenta?

Me di cuenta de que era tarde

Verbo: Alegrarse de

¿De qué se alegra?

Me alegro de que hayamos triunfado

Verbo: Acordarse de

¿De qué se ha acordado?

Me he acordado de que es martes

Verbo: Asegurarse de

¿De qué debo asegurarme?

Asegúrese de que paguen

Verbo: Acusar de

¿De qué lo acusan?

Lo acusan de que descuido su trabajo

El “QUE” GALICADO

Denominamos qué galicado al uso inadecuado del “qué”, en lugares de la oración en los que deberían ir “cuando”, “donde”, “como” o “quien”. Ej.:

- Hoy-fue que te vi, en lugar de “hoy fue cuando te vi”.
- Allí fue que nació, en lugar de allí fue donde nació.
- Así es que se hace, en lugar de así es como se hace.

Otras inadecuaciones léxicas comunes en la oratoria, son:

- Han habido, donde debería decirse ha habido
- Hubieron, donde debería decirse hubo
- Habrán donde debería decirse habrá
- Habían donde debería decirse había
- Hemos, por somos, estamos, existimos.

En torno a esto, el especialista en gramática, Martín Vivaldi, nos dice que el uso de estas incorrecciones es común en los locutores, quienes al no conocer las reglas gramaticales, ignoran que el verbo “haber” es unipersonal y no debe concordarse con el sustantivo que lo acompaña, es por eso que las expresiones “ha habido”, “hubo”, “habrá” y “había” no pueden pluralizarse y cambiarse por las incorrectas “han habido”, “hubieron”, “habrán” y “habían”.

Algunas inadecuaciones léxicas y sus correcciones propuestas por Frank Guevara y Rafael Castarlenas, son:

CORRECTO	INCORRECTO
Antes que nada	Ante todo
De gratis	Gratis / gratuito
En base a	Con base en
Se dio de cuenta	Se dio cuenta
Más malo	Peor
Más bueno	Mejor
Díceselo	Dícelo
Demen	Denme
Delen	Denle
No los dijo	Nos lo dijo
Dijistes	Dijiste
Hicistes	Hiciste
Me satisfació	Me satisfizo

En virtud de lo extenso de la gramática castellana y de su casi imposibilidad de ser enseñada completamente, suscribimos aquí la sugerencia de Julio Loreto, Autor del libro “Curso de ortografía” quien señala como aspectos más importantes de estudiar y aprender:

- ❖ Expresiones que incluyan las preposiciones “Para”.
- ❖ Expresiones incluyan las presposiciones “Por”.
- ❖ Usos del gerundio.
En general, vicios de construcción, como el solecismo y la anfibología.
- ❖ Abuso de verbos.
- ❖ Usos de adjetivos y sustantivos.
- ❖ Reglas de acentuación.
- ❖ Valor de los signos de puntuación.

CULTURA GENERAL

Todo el que desee llegar a ser un orador del alto nivel, se verá en la necesidad de ampliar al máximo posible su cultura general. No es nada fácil hablar con destreza sin poseer información suficiente, veraz y en muchos casos actualizada. Por eso se recomienda al aspirante, que se aboque a la búsqueda, recolección, clasificación y comprensión de información catalogable como de interés general.

A continuación ofrecemos una lista de temas de interés para oradores, que pueden y deben investigarse. Cada quien sabrá lo que le ajusta más y podrá ampliar estas sugerencias temáticas:

- ❖ El origen de las civilizaciones.
- ❖ La Civilización Griega.
- ❖ El Imperio Romano.
- ❖ Las religiones del mundo.
- ❖ Personajes religiosos más importantes.
- ❖ El Predominio de la Iglesia en el Medioevo.
- ❖ El Renacimiento.
- ❖ La Reforma y la Contrareforma.
- ❖ El Universo, el Sistema Solar y la Tierra.
- ❖ Descubrimiento, Conquista y Colonización.
- ❖ La Revolución Francesa.
- ❖ Carlos Marx y El Marxismo.
- ❖ La Revolución Industrial.
- ❖ La Revolución Rusa
- ❖ La Era Atómica.
- ❖ Primera y Segunda Guerra Mundial.
- ❖ Guerra Fría y Bloques de Poder.
- ❖ La Revolución Cultural China.
- ❖ Los Movimientos Independentistas de América Hispana.
- ❖ La Revolución Cubana.
- ❖ La Guerra Civil Española.
- ❖ El Apartheid de Sudáfrica.
- ❖ La Guerra de Vietnam.
- ❖ El Surgimiento y Desarrollo de la Informática.
- ❖ Los Medios de Comunicación.

- ❖ Nuevas Tecnologías. Informática, Internet.
- ❖ La Guerra del Golfo Pérsico.
- ❖ Movimientos Independentistas Modernos.
- ❖ La Disolución de la URSS.
- ❖ La Caída del Muro de Berlín.
- ❖ Conflictos territoriales entre naciones.
- ❖ Avances científicos y tecnológicos.
- ❖ La Nueva Era.
- ❖ Profecías de fin de siglo.
- ❖ La Clonación.
- ❖ Las Bellas Artes. Pintores, Escultores, etc.
- ❖ Arte Popular.
- ❖ Anécdotas y dichos populares.
- ❖ La música. Corrientes musicales. Músicos y cantantes.
- ❖ La Psicología y sus escuelas principales.
- ❖ Las Corrientes Filosóficas.
- ❖ Esoterismo, Ocultismo.
- ❖ Teorías físicas (mecanicismo, cuántica, relativismo)
- ❖ El Lenguaje Humano. Origen, evolución, teorías.
- ❖ El mundo del espectáculo.
- ❖ Los desastres ecológicos.
- ❖ Grandes obras literarias y autores destacados'.

Considero importante aclarar, que cuando señalamos la importancia de la preparación del orador, no nos referimos a una simple o virtuosa memorización de incontables datos. ¡No! Por el contrario, relacionamos aquí cultura general, con el conocimiento de los procesos y los contextos en los cuales los eventos se producen y desarrollan.

Por ejemplo, creemos más valioso y útil conocer las causas generadoras, los protagonistas, la forma como se manifestó y los efectos que generó a corto, mediano y largo plazo, la Segunda Guerra Mundial, que el simple hecho de memorizar nombres y fechas, generalmente fuera de contexto. No se conoce a una persona por saber su nombre, su edad y su estado civil.

Es la información procesada en un marco de referencia específico, lo que proporciona un significado más amplio y una mejor aproximación al conocimiento real.

Una mayor cultura tenderá a manifestarse en el plano psicológico del orador, en forma de mayor dominio y autoconfianza.

Información específica

Así como es importante y valioso armarse de una amplia cultura general, resulta indispensable para un orador, el dominio de un área temática o al menos del tema específico del cual hablará. Hay que decir que no basta con conocer aspectos básicos de un tema. Es menester haberlo trabajado a fondo y saber mucho más de lo estrictamente requerido, para dictar una conferencia, curso o taller de verdadera calidad de contenido.

Tenga presente que el público no desea oír a improvisados, ni a gente que muestre poco dominio de lo que habla. Si la vida lo coloca en situación de exponer frente a un público y no se siente debidamente preparado... no hable, Espere una mejor oportunidad, por respeto a sí mismo y a los demás.

CAPÍTULO 7 **EL DISCURSO**

No existe una definición única de la palabra discurso, por lo que veremos varias definiciones que nos ayudara a comprender su significación. Al final del grupo, está la definición que aquí proponemos:

- ❖ Grupo de palabras y frases con las que se expresa lo que se piensa y siente.
- ❖ Razonamiento extenso y estructurado, orientado hacia un fin, con el que una persona se dirige a otras.
- ❖ Serie de argumentos desplegados de manera coherente, para persuadir.

Conjunto organizado y coherente de palabras y frases con las que una persona se dirige a otras, con la intención de informar, entretener, convencer o persuadir.

Tipos de Discursos

Existen distintas clasificaciones posibles de los discursos, dependiendo de su forma, extensión, estilo expresivo, objetivos o circunstancias. He aquí la muestra:

POR SU EXTENSIÓN

- ❖ Breve (hasta 30 minutos de duración)
- ❖ Moderado (de 30 a 60 minutos de duración)
- ❖ Extenso (más de 90 minutos de duración)

POR SU OBJETIVO

Informativo: Su razón de ser es la de suministrar datos que permitan disminuir la confusión o la incertidumbre. En este caso se evitan las opiniones que puedan revelar prejuicios. Se basa en hechos que son comunicados lo más claramente posibles. Suele apoyarse en cifras y estadísticas.

Humorística: Su intención es divertir o entretener al oyente. Expresa aspectos curiosos, insólitos, diferentes, exagerados e inesperados. Se usan gestos extravagantes, anécdota o chistes que produzcan relajación y risa.

Argumentativo: Su objetivo es convencer; lograr que los oyentes modifiquen su manera de pensar sobre algún aspecto. La técnica argumentativa consiste en aludir hechos, realidades claras, comprobables e indiscutibles, a través de explicaciones sistemáticas y lógicas, dirigidas a la inteligencia y la razón. Dos de los recursos más usados en estos casos, son los testimonios y las estadísticas.

Persuasivo: Persuadir es lograr que otro haga lo que queremos que haga. Implica inducir una motivación tan poderosa, que lleve a la persona a ejecutar una o varias acciones que hemos previsto y que consideramos adecuadas. Se logra persuadir, activando emociones profundas, que sensibilicen a las personas y las impulsen hacia

la toma de decisiones, por encima de la razón, el análisis o la lógica. Convencer es un proceso racional, mientras que persuadir es un proceso emocional.

POR SU ESTILO EXPRESIVO

Leídos: Son muy usados en situaciones formales. Su ventaja es que permiten reducir el margen de errores posibles de sucederse a causa de la emoción o la improvisación. Se resuelve leyendo lo que ha sido previa y cuidadosamente preparado. Sus desventajas, son que el orador no puede ver al público mientras lee, y ve limitada buena parte de su expresividad natural y, por ende, su dominio.

Memorizados: Pronunciar un discurso de memoria equivale leerlo, pero sin tener en la mano el papel. Puede limitar al orador y ponerlo en riesgo de olvidar partes del tema o de alterar el orden o la secuencia temática. La necesidad o concentración, reduce su espontaneidad visiblemente, la cual limita la relación entre orador y público. No es el más recomendable.

Improvisados: Este tipo de discurso tiende a atrapar la atención del público y a generar alto impacto emocional. Permite hacer agregados de acuerdo con el ritmo natural de las circunstancias, pero tiene como desventaja que requiere buena memoria, dominio del tema, estructuración mental y facilidad de palabra, para no salirse del nivel de excelencia deseado, ya que no puede apoyarse en lo escrito.

Mixtas: Es el tipo de discurso más completo, porque permite combinar lo escrito, lo memorizado y lo improvisado. Esto le otorga a la presentación gran dinamismo versatilidad, y además evita la monotonía y, con ello, las posibilidades de cansancio por parte del oyente.

PREPARACION DEL DISCURSO

Como todo lo que se desea hacer con calidad, el discurso, antes de ser pronunciado, requiere de una etapa previa de preparación. De acuerdo con nuestra experiencia, las fases de esta etapa son: Elección, recopilación, preparación y práctica.

ELECCIÓN DEL TEMA

En el proceso oratorio la elección del tema es muy importante. Ya sea que corresponda a los organizadores de la presentación o al orador mismo, hay algunos aspectos que deben ser atentamente considerados al momento de definirlo:

- ❖ El nivel del público, en lo social, económico y cultural (lo que interesa a un millonario, pocas veces le resulta prioritario a un obrero).
- ❖ El horario de la presentación (nadie desea hablar de tragedias un domingo por la tarde, ni de trabajo un sábado por la mañana)
- ❖ El objetivo de la presentación (si se pretende entretener, el discurso debe ser informal)
- ❖ La duración de la presentación (no es adecuado hablar de temas profundos y complejos en pocos minutos)
- ❖ La personalidad y el rol del orador (¿quién quiere oír a un orador tímido hablar sobre el arte de seducir, o a un sacerdote “célibe”, dar consejos de sexo?)

Además de estos factores, le será muy útil considerar si el tema seleccionado es atractivo para el público y si es posible presentarlo de manera impactante.

BUSQUEDA Y RECOPIACION DE INFORMACION

Luego de elegir un tema, lo que sigue es recopilar información abundante, la cual debe ser siempre mayor que la que usaremos. Veamos ahora una lista de algunas sugerencias acerca de lo que debemos buscar:

- ❖ Información específica
- ❖ Informaciones relacionadas.
- ❖ Datos estadísticos.
- ❖ Referencias de personas destacadas o famosas.
- ❖ Experiencias personales sobre el tema.
- ❖ Sugerencias y conclusiones sobre el tema.
- ❖ Frases y aforismos.
- ❖ Anécdotas.
- ❖ Metáforas para expresar las ideas.

En esta etapa, para evitar sorpresas y frustraciones, será imprescindible hacernos algunas preguntas sobre el material recopilado:

- ❖ ¿Es valioso para la gente que lo escuchará?
- ❖ ¿Es actualizado o caduco?
- ❖ ¿La fuente de donde proviene es confiable?
- ❖ ¿Me permitirá lograr los objetivos planteados?

Preparación del discurso

La etapa de preparación del discurso se divide en dos partes: La elaboración del borrador y el diseño del material definitivo.

El Borrador: La preparación del borrador del discurso es la etapa en la cual diseñamos un boceto de lo que luego será el material definitivo. Aquí, se vislumbran los distintos elementos de la presentación y se perciben claramente el inicio, desarrollo y final de la exposición, es decir, planteamiento visto en su conjunto. En esta etapa podemos ensayar tantas veces como lo consideremos necesario, y aprovechar de chequear ideas que trataremos, el tiempo que emplearemos en desarrollo de cada idea, los ejemplos que usaremos, tipo de lenguaje, las demostraciones de humor, el apoyo logístico, etc. Es la etapa de ensayo y revisión antes decir: ¡Listo!

Nunca se enfrente a un público sin haber revisado su material cuidadosamente. Si puede evitar improvisar, evítelo. Los grandes oradores no dejan detalles a la suerte. Y como dije en mi libro “La psicología del Éxito”, la suerte es el producto resultante de preparación, oportunidad y determinación.

El Discurso Final: Luego de la preparación previa y de las revisiones realizadas en la práctica, es hora de diseñar el material final que será la guía definitiva en la que nos apoyaremos para presentar el discurso real. La revisión y los sucesivos ensayos ya le harán ayudado a depurar la presentación y a elegir lo que quiere y debe decir. Así como

la mejor forma de hacerlo. Entonces, sólo restará mantener una actitud mental positiva y practicar, practicar y practicar.

LA PRÁCTICA DEL DISCURSO

La práctica repetida del discurso, será la que le permitirá al orador obtener dominio y confianza en su capacidad. Dedíquese a repasar una y otra vez su presentación, hasta que pueda hacerlo con verdadera espontaneidad. Una advertencia: Aunque sienta deseos de cambiar detalles del discurso a última hora, evítelo, a menos que disponga de meses entre el momento de los ensayos y el día de la presentación definitiva. Permítanos repetírselo: ¡No haga cambios de última hora! Cíñase a lo ensayado.

Una de las estrategias de autosabotaje psicológico de los oradores, consiste en crearse un caos en los “momentos tope”, para tener una buena excusa en la cual recostarse a la hora de explicar el fracaso.

Defina un objetivo, diseñe un plan, practique y luego actúe como lo planificó y lo ensayó. Lo dijo Norman Vincent Peale: “No te estrelles contra los obstáculos, deja que ellos se estrelen contra ti”.

LA PRESENTACION DEL DISCURSO

En términos generales, un discurso cuenta con partes interrelacionadas: Introducción, desarrollo y cierre. Es por ello que un orador necesita aprender a: iniciar, continuar y finalizar una exposición, en lugar de conformarse con dominar apenas en una de estas partes.

EL INICIO DE LA EXPOSICION

El comienzo de un discurso tiene como objetivos concretos, captar la atención, despertar el interés del público y presentar la idea principal

Es necesario que el expositor se pregunte ¿Por qué estas personas deberían escucharme? ¿Cómo hago para mantenerlas despiertas y motivadas? Antes de entrar a darle la cara al público, revise su apariencia, tenga claras sus ideas, verifique el tiempo que dispone, su actitud general y el tipo de vocabulario que empleará. Cuando ya esté ante el auditorio, puede comenzar su presentación utilizando una o varias de estas recomendaciones.

- ❖ Salude con voz clara y entusiasta.
- ❖ Entre al escenario con movimientos dinámicos.
- ❖ Haga un breve contacto visual con el público.
- ❖ Haga una pregunta directa al público.
- ❖ Cuente una anécdota breve e impactante.
- ❖ Cuente un buen chiste.
- ❖ Haga una afirmación o declaración llamativa.
- ❖ Halague al auditorio.
- ❖ Dé al público una idea clara de lo que obtendrá.
- ❖ Narre un testimonio personal vinculado con el tema.
- ❖ Entre directamente a presentar la idea principal.
- ❖ Compare el momento con otro especial.
- ❖ Defina una palabra y derive de ella el tema central.

- ❖ Projete una imagen visual y comience desde allí.
- ❖ Lea un titular de prensa que le sirva de base de lanzamiento.

También hay algunas recomendaciones sobre que debería evitar:

- ❖ Evite repetir lo que ha dicho el presentador, si no va complementarlo.
- ❖ Evite dar excusas al iniciar sus comentarios. Lástima, jamás.
- ❖ Evite empalagar al público con halagos.
- ❖ No se autohalague. Modere el uso del “yo”.
- ❖ No rete o subestime al público.

EL DESARROLLO O CUERPO DEL DISCURSO

El cuerpo del discurso es la zona media, la parte que se encuentra entre el inicio y el final. Como las otras partes del discurso, tiene funciones o finalidades muy concretas, que son: Exponer con detalles la idea principal, apoyar la idea principal con ideas secundarias, argumentar todas las ideas a fin de que sean creíbles y válidas.

A continuación, presentamos varias sugerencias útiles para manejar con éxito el cuerpo del discurso:

- ❖ Subdivida su exposición en varias 3, 4 o 5 ideas de apoyo a la idea principal.
- ❖ Es conveniente que sean pocas ideas bien desarrolladas, en lugar de muchas, presentadas de manera superficial o escueta. Sugerimos entre 2 y 4 ideas de apoyo o subideas.
- ❖ Ordene sus ideas sistemáticamente para que cada una conduzca directamente a la otra.
- ❖ Entre una idea y otra, use conectores verbales y corporales.
- ❖ Más que a explicar, dedíquese a mostrar con ejemplos, metáforas y anécdotas breves, lo que desea que el público “vea” o aprenda.
- ❖ Antes de cerrar su exposición llévela a un punto “clímax”.

El desarrollo del discurso es el espacio dentro de la presentación, en que se intenta dar fuerza a las ideas mediante las diversas técnicas expositivas, siempre de acuerdo con el objetivo del discurso (informar, entretener, convencer o persuadir).

Uno de los esquemas de presentación de ideas más fáciles de seguir y que mejor funcionan es: Presentación, explicación, ilustración, resumen.

Presentación: Se presenta la idea que deseamos comunicar, de una manera directa, clara y explícita, para que el público la conozca antes de ser respaldada con argumentos.

Explicación: Se exponen los razonamientos que dan apoyo a la idea y la hacen creíble y válida. Es la parte conceptual, donde se procede a profundizar en la idea presentada.

Ilustración: Aquí se usan ejemplos vivos a fin de apoyar lo más gráficamente posible las explicaciones. Se pretende que el público pueda ver, oír, palpar en su mente lo que se le ha expuesto racionalmente.

Resumen: El resumen nos permite sencillamente, reconectar o recapitular todo lo que hemos dicho sobre cada idea o cada afirmación. Este esquema de cuatro pasos, puede seguirse con cada una de las ideas que exponamos, que como ya lo hemos dicho, deben ser pocas aunque bien desarrolladas.

Veamos varios ejemplos que nos permitirán una visión más amplia y clara:

Ejemplos:

Tema: **“La salsa, un género musical eterno.”**

Idea principal: La salsa es un género musical que no morirá.

Subidea 1: La salsa es parte de la identidad de los pueblos latinos.

Subidea 2: Mucha gente disfruta y ama la salsa.

Subidea 3: La salsa tiene y tendrá vigencia por siempre.

Tema: **“La violencia del machismo.”**

Idea principal: El machismo es generador de relaciones de abuso.

Subidea 1: El machismo es una ideología subestimadora y atrasada.

Subidea 2: El machismo se sirve de agresividad y violencia.

Subidea 3: Debemos acabar con el machismo y su secuela violenta.

EL CIERRE O CONCLUSION DEL DISCURSO

La finalidad del cierre es siempre impulsar cambios en los oyentes. Si el discurso es informativo, se usa cierre para resumir. Si es entretenido, se usa para crear en los asistentes una sensación de agrado y euforia. Si es argumental, pretende reafirmar la posición mental que se desea que otros tomen. Y si es persuasivo, el cierre busca impulsar acciones concretas.

Algunas recomendaciones que pueden ser útiles a la hora de finalizar un discurso, son:

- ❖ Resuma las ideas que expuso.
- ❖ Incite a la gente a actuar.
- ❖ Haga un vaticinio positivo.
- ❖ Use el humor, cuente un chiste. ,
- ❖ Cuente una anécdota o una fábula de impacto.
- ❖ Agradezca al público su buena disposición.
- ❖ Despídase con entusiasmo.

Revise las siguientes sugerencias importantes a considerar:

- ❖ Cuando diga que va a finalizar, finalice.

- ❖ No recomience la trama.
- ❖ Evite prisas. No se trata de “salir de eso rápidamente”.
- ❖ Haga recomendaciones sólo si tiene la autoridad o la investidura para ello.
- ❖ Respete el tiempo de la gente. Sepa cuando terminar.
- ❖ Asegúrese de haber cubierto la temática que ofreció.
- ❖ Evite terminar de manera brusca. El final debe ser preanunciado.
- ❖ No se relaje después de despedirse. Mantenga la compostura.
- ❖ Cierre con firmeza y seguridad, sin ambigüedades o dudas.

LA ARGUMENTACION DE LAS IDEAS

Aunque nos hemos referido brevemente a este tema en el segmento relativo al cuerpo del discurso, consideramos recomendable revisar más detalladamente algunos elementos valiosos sobre la argumentación de las ideas que presentamos a lo largo de un discurso o exposición.

Esto es importante, si deseamos ser oradores confiables, y no habladores incapaces de sustentar afirmaciones y juicios. He aquí algunas técnicas de soporte que le permitirán mejorar su capacidad para respaldar cada una de las afirmaciones que haga. Estas son: Definiciones, autoridades, estadísticas, ilustraciones y testimonios.

DEFINICIONES

Defina claramente los conceptos a los que se refiere. Las palabras significan algo diferente en distintos contextos. Si va a hablar sobre el amor, diga lo que entiende usted por amor. Si va a hablar sobre autoestima, aclare lo que usted entiende por autoestima. Nunca cometa el error de creer que todos interpretan de igual forma una misma palabra.

AUTORIDADES

Apoye sus argumentros en fuentes confiables y prominentes. Si, por ejemplo, habla usted de salud holística, será más creíble si las ideas que expone son compartidas por Deepak Chopra, Bernie Siegel, Louise Hay, Hebert Benson o Andrew Weil, y puede demostrarlo citando sus obras y los lugares en los que puede verificarse lo que usted afirma.

ESTADISTICAS

Pocas cosas son tan respetadas en el mundo moderno como los números. Mucha gente corre tras las estadísticas antes de tomar una decisión. Aunque éstas apenas miden tendencias en un momento de la realidad y pueden ser fácilmente amañadas, despiertan gran interés y prácticamente nadie se dedica a verificarlas o refutarlas. Si puede presentar en sus exposiciones, estadísticas comprensibles y creíbles, tendrá un punto a su favor.

ILUSTRACIONES

Se trata de ejemplificar, de graficar con palabras, de llevar a imágenes lo que decimos verbalmente, para que los oyentes “vean” con mayor claridad la idea que exponemos. Ej.: “Internet es un arma de doble filo que puede ayudarte a evolucionar o a quedarse en el atraso. Los invito a que coloquen en cualquier buscador la palabra “Dios”

y luego la palabra “sexo”. Se asombrarán al ver que las páginas dedicadas al sexo duplican las que se dedican a hablar sobre Dios.

Dos de las formas más conocidas de ilustrar, son la comparación y el contraste. Al comparar, se apoya una idea usando otra similar como recurso. Ej.: Si en otros países la gente ha podido organizarse, estoy seguro de que aquí también podemos hacerlo. Ej.: “Muchas madres han demostrado que se puede trabajar y simultáneamente criar a los hijos. Eso es algo que nosotras aquí también podemos lograr.” Al usar la técnica del contraste se expone la idea que queremos presentar y se le opone otra que la haga resaltar por su diferencia. Ej.: “Hay personas que respetan, y son tolerantes y considerados con los demás. Por supuesto, Adolfo Hitler no era precisamente una de esas.

TESTIMONIOS

Una forma poderosa de apoyar una afirmación es servirnos del testimonio de un testigo. El aval de los testigos es tan importante que ha pasado a ser base de nuestro sistema legal.

Ejercicio

Argumente las siguientes ideas:

- ❖ Las crisis pueden ser de gran ayuda.
- ❖ Cualquier persona puede aprender inglés.
- ❖ El dinero puede ser bueno o malo.

Es especialmente importante que el orador en el afán de llegar a la mente y al corazón del público, no pierda de vista algunas distinciones esenciales para su credibilidad, ya que de hacerlo, incurriría en graves errores de contenido en sus exposiciones. A la hora de hacernos entender no debemos confundir hechos con interpretaciones.

LOS HECHOS

Podemos decir que un hecho es un suceso o evento que por su naturaleza real o evidente, no admite discusiones, dudas ni interpretaciones. Ej.: Cuando decimos, “aquí está lloviendo”, o “mi cara se puso roja”, estamos refiriendo a eventos verdaderos o hechos, Verificables por otros testigos.

LAS INTERPRETACIONES

Interpretar es un proceso mental mediante el cual asignamos a las cosas sentido o significado, atribuyéndoles causas o finalidades determinadas. Para nuestros objetivos, nos importan los significados que atribuimos las palabras, los eventos y las personas.

Veamos esto más de cerca. Ej.: Cuando decimos que la lluvia es “romántica”; estamos asignando un significado a la lluvia. No hablamos de un hecho, sino de una opinión muy personal, que puede o no ser compartida por otros. Quienes hayan perdido sus casas por efecto de las lluvias, seguramente no opinarán igual.

No conviene a un orador expresar una interpretación como si fuese un hecho. Debe tener presente que toda opinión es una percepción personal y limitada que hace de la realidad, y evitar emitir juicios, creyendo que afirma realidades incuestionables.

Por estas razones aconsejamos a todo expositor preguntarse si lo que va a decir o está diciendo es producto de sus prejuicios, o si se refiere a eventos verificables, considerables como verdaderos. Fantasías, suposiciones, hipótesis, deseos y creencias, deben pasar por el filtro de la razón antes de ser expuestas como realidad o certezas.

LA ASIMILACION DE LAS IDEAS

Para tener éxito en la argumentación de las ideas, es importante conocer la forma como éstas llegan y es procesadas en la mente de los oyentes. Lo que decimos de manera verbal y no verbal, debe pasar por un ciclo, una serie de fases, antes de poder hacer eco en quienes nos escuchan. Las fases presentes en el proceso de asimilación de las ideas, son las siguientes:

CAPTAR

El primer paso en el complejo proceso de asimilación de las ideas es captar (ver y oír) la información, hacer contacto con ella. Este proceso de captación siempre es incompleto debido a nuestras limitaciones biológicas. De hecho, no podemos percibir sonidos a los que son sensibles perros o murciélagos. Sólo captamos una parte de lo que nos llega.

INTERPRETAR

El segundo paso en la asimilación es la interpretación, etapa en la que damos significado a la información que hemos captado. A veces esto se hace de manera reflexiva y otras de forma casi automática. Debemos tener presente que no percibimos la realidad tal como es, sino que le otorgamos sentido a partir de nuestras creencias, valores y criterios muy particulares.

ACEPTAR

Dependiendo de lo que se diga, de cómo se diga, y el “mapa” mental de cada quien, aceptamos o no lo que intentan comunicarnos. Algunas ideas serán asimiladas y otras ignoradas o rechazadas por nosotros. Este proceso de aceptación es evidentemente selectivo.

RECORDAR

Del total de ideas que aceptamos, recordamos sólo una pequeña parte: Las más repetidas, las que nos resultan más útiles o interesantes, y las más insólitas, divertidas o absurdas. Recordamos mucho menos de lo que olvidamos.

INCORPORAR

De las pocas ideas que recordamos, unas cuantas pasarán a formar parte de nuestra manera habitual de pensar, y nos servirán de base o estímulo ‘para tomar decisiones y actuar como mejor consideremos. Podemos captar y recordar muchas ideas sin incorporarlas ni usarlas de forma concreta.

LECTURA EFICAZ

Ya que un buen orador requiere leer para buscar formación, revisar sus discursos o presentarlo públicamente, conviene realizar algunas recomendaciones y colocar ejercicios que permitan al expositor un mejor desempeño.

Para lograr una correcta lectura, debemos hacer confluír algunos factores físicos y psicológicos. Los primeros nos permiten recibir y decodificar el signo escrito, y los segundos posibilitan una adecuada interpretación y una clara comprensión del mensaje que reposa tras letras, palabras y frases. Estos factores físicos y psicológicos, de acuerdo con RG. Carbonell, son:

FACTORES FISICOS

- ❖ Salud Visual.
- ❖ Óptima iluminación.
- ❖ Postura corporal adecuada.
- ❖ Distancia e inclinación adecuadas.

FACTORES PSICOLOGICOS

- ❖ Motivación (deseo interno de leer)
- ❖ Propósito definido (meta a alcanzar con la lectura)
- ❖ Lectura activa (atención consciente)
- ❖ Velocidad regulada (ritmo oral, ni rápido ni lento).

Para causar una buena impresión al leer, debes hacerlo con un ritmo oral moderado, respetando los signos de puntuación, manejando inteligentemente la respiración, pronunciando correctamente y asignando al texto entonaciones acordes con la intención que deseamos transmitir.

Si lo que queremos es leer con mayor rapidez, nos toca aprender a captar de un solo “golpe de ojo”, primero pequeños y luego grandes grupos de palabras. Esto requerirá como ya supondrán un entrenamiento tenaz y especializado.

LIMITACIONES DE LECTURA

Si deseamos causar buena impresión al leer, necesitamos detectar y superar algunas limitaciones frecuentes entre las que destacan:

- ❖ Movimientos corporales distractores.
- ❖ Repetición mental del texto que estamos leyendo.
- ❖ Vocabulario pobre.
- ❖ Lectura recurrente.

Antes de leer públicamente, revise el texto varias veces. Eso le ahorrará sorpresas con palabras extrañas, desconocidas o escritas en otros idiomas. En este último caso, puede recurrir a alguien que le enseñe la pronunciación o acudir a una pronunciación idéntica a la escritura, en caso de que se trate de una palabra desconocida.

Ejercicio

Lea el texto siguiente, de la manera más fluida que pueda. Concéntrese en las palabras y no en el significado global.

El doctor Epiménides Paralelipómenos oriundo de la península grecoitálica de Calimaco, cuna del ciclope Polifemo, según el trágico vernáculo Eurípides El Olímpico, pese a su título de catedrático de otorringología y clínica pediátrica, cada vez que tomaba el bisturí en el quirófano para realizar una gastroenterostomía transmesocólica posterior, ocurría una catástrofe sanguínea u osteológica a causa del diagnóstico quimiobacteriológico o del pronóstico radiológico.

Su idiosincrasia escolástica y leguleya, sin embargo, de tipo o prototipo psicopático con algún tripanosoma alérgico, permanecía impertérrita ante los pusilánimes epígonos que circuían al siniestrado con el ánimo próximo a la lipotimia

Tomaba el espéculo y le hacía un examen endoscopio, ordenando una transfusión de albúmina a fin de reactivar la dinámica de la sístole y la diástole, momentáneamente estática y paralizante. Luego apelaba al oxígeno o a los narcóticos analgésicos, o le aplicaba barbitúricos o antibióticos por vía intravenosa, con el propósito de soslayar el colapso ineluctable del paciente inerte.

CAPÍTULO 8: **La Relación con el Público**

El público es y será siempre el destino final de todo orador. El auditorio, la gente es lo que clota de sentido su actividad. Aunque el orador tiene una cuota de poder que le otorgan su preparación y sus habilidades, es el público el verdadero protagonista en cada presentación oral.

Para entendernos mejor definiremos público, como el conjunto de personas que participan en una misma actividad. También podemos definirlo como serie o conjunto de individuos que actúan sintonizados en cierto grado de unidad, relativa y transitoria.

ANÁLISIS DEL PÚBLICO

Ya que las mejores decisiones se toman con la mejor información, resulta importante conocer el perfil general del auditorio. Esto incluye características predominantes de las personas y del entorno en el que nos desenvolveremos. Antes de dar la cara a un grupo le convendría averiguar:

- ❖ Cantidad de personas (no se habla igual para 10 que para 1.000 personas).
- ❖ Sexo predominante (cada género tiene su propia psicología).
- ❖ Edad promedio (la edad influye en la forma de percibir la realidad).
- ❖ Nivel educativo o cultural (la preparación cultural condiciona percepciones).
- ❖ Gustos e intereses (preferencias particulares).
- ❖ Expectativas (lo que esperan lograr u obtener).
- ❖ Conocimiento temático (lo que saben del tema).
- ❖ Afiliaciones especiales (membresías en grupos).
- ❖ Disposición presencial (si vienen voluntariamente).
- ❖ Opiniones sobre el ponente (percepciones sobre el orador).
- ❖ Opiniones sobre los organizadores (percepciones sobre los organizadores).
- ❖ Dudas y temores (predisposiciones negativas).
- ❖ Experiencias similares (vivencias previas parecidas).

Acerca del entorno o ambiente, es favorable comprender la cultura territorial del lugar en el que hablaremos. Puede usted dar una conferencia a un grupo de altos ejecutivos, pero si tiene que hacerlo en un lugar de playa deberá reconsiderar el grado de formalidad con el que se presentará los mensajes.

Si le llaman para hablar un día 23 de diciembre hágalo con especial brevedad, puesto que la mayoría de los asistentes estarán pensando en sus hijos, en las compras y en otros aspectos tradicionales vinculados con la fecha.

Lo importante es considerar los aspectos contextuales que rodean la participación del orador, ya que éstas influyen en la actitud de los presentes. Ya lo decía Ortega Gasset: “El hombre es él y sus circunstancias”.

TIPOS DE PÚBLICO

Existen diversos tipos de público, cada uno con características particulares, que dependen de la personalidad de quienes los conforman. Revise detenidamente la siguiente clasificación, la cual le permitirá reconocer y adaptarse mejor a los diferentes comportamientos grupales.

Por su grado de Preparación

Público culto o especializado: Es un público preparado al que deberá hablar con lenguaje adaptado a su nivel, y con una combinación de los estilos informativo y argumental, es decir, ofreciéndoles datos concretos y explicaciones lógicas bien sustentadas. Ejemplos de públicos especializados, son: Docentes, ingenieros, abogados, industriales, etc.

Público coloquial o popular: Es un público no especializado, y en ocasiones carente de refinamiento, al que se recomienda hablarle con lenguaje sencillo e informal, apoyados en lo anecdótico y el sentido del humor.

Nunca debe subestimar a estas personas por sus limitaciones intelectuales o culturales, ya que su verdadera riqueza reposa en sus vivencias y su capacidad de actuar con honestidad y proximidad. El término “popular” jamás debe ser entenderse como sinónimo de incapacidad.

Por su Composición

Público homogéneo: La uniformidad del público, ya sea por edades, preparación, intereses, etc., permite al orador particularizar los mensajes y adecuarse a unos pocos puntos de vista en la exposición temática. Siempre es más fácil dirigirse exclusivamente a un tipo específico de personas.

Público heterogéneo: Heterogeneidad implica variedad, diversidad. Cuando estamos frente a gente de distintas edades, culturas, sexos, religiones o tendencias políticas, nos vemos en la necesidad de abordar cada idea desde distintos puntos de vista, de ejemplificar lo suficiente y de ser especialmente flexibles con las opiniones.

Es conveniente evitar posturas rígidas que agraden a unos y ofendan a otros. Cautela, amplitud, flexibilidad, son recomendables en estos casos.

Por su Ubicación

Público presencial: Llamamos presencial al público que está en persona, que ha asistido a la presentación y que comparte con el orador los momentos altos y bajos del discurso.

Público distante: Llamamos distante, al público que no está presente o físicamente, sino a través de un medio tecnológico a distancia (televisión, radiodifusión, computación: Intranet, Internet, etc.)

Por su Motivación

Público interesado: Es el público más anhelado por un orador. Lo constituyen personas dispuestas a estar, participar y aprenden. Requieren del orador un esfuerzo moderado, dada su capacidad de integración y cooperación.

Público desinteresado: Es el público que suele asistir por deber y que encuentra poco placer en estar, participar y aprender. Trabajar con este tipo de personas requiere paciencia, creatividad y una buena dosis de seducción. No es un público recomendable para oradores novatos.

Una recomendación importante es: Evite hablar frente a públicos cansados, hambrientos o apurados. Si lo hace perderá su tiempo y casi con seguridad tendrá una mala experiencia que contar, cuando se refiera a ellos.

LAS EXPECTATIVAS DEL PÚBLICO

Una de las variables más importantes en la relación orador-público consiste en tener claridad en cuanto a lo que ese público espera del orador. De acuerdo con nuestra experiencia y estudios, las siguientes son mayoritariamente, las expectativas del público promedio:

PRESENTE

El público quiere sentir que el orador está presente. Por eso debe usted mirar a las personas a los ojos, directamente, en lugar de mirar al vacío o a algún punto neutro. Recorra el auditorio con la mirada; hágales saber que usted está allí, en pleno y permanente contacto.

VISIBLE

La gente desea verlo y oírlo. Por eso debe asegurarse que su ubicación le permita estar visible para todos. Si el lugar es espacioso o hay mucha gente, alterne su ubicación en el escenario para que pueda permanecer varios minutos en cada parte (centro, izquierda, derecha) de la rima. Si no está visible para todos, no funciona.

ATRACTIVO

Alguien atractivo es aquel que tiene y usa recursos para atraer. El público desea tener un orador con buena presencia cuyo aspecto los motive a verlo y escucharlo. (Ver capítulo 3) Cuide su apariencia. Luzca adecuado para la ocasión y para el tipo de gente que lo escuchará.

COMPENSIBLE

Usted desea que los otros comprendan sus mensajes y ellos desean igualmente comprenderlos. Por eso, deberá usted hablarles, cuando menos, de forma clara, sencilla, concisa y coherente.

CONFIABLE

El público desea confiar en usted, y para que eso suceda deberá estar preparado y actuar de manera honesta. No los defraude con la expresión de ideas rebuscadas o carentes de sustento. Tampoco muestre opiniones ajenas como propias, ni hable sobre un tema que desconozca o acerca del cual no tenga suficiente preparación. Si quiere respeto, tendrá que ganárselo.

AGRADABLE

Todos queremos estar con gente agradable de manera que cuando hable, hágalo con la intención sincera de agradar, sin falsos elogios, sin indiferencia frialdad. Si se muestra auténtico y natural, y agrega cortesía y frescura, el público, metafóricamente hablando, será suyo. Recuerde que las personas tienden a actuar más por la emoción que por la razón. Estimule en ellos la alegría, el compromiso, el entusiasmo.

ORIGINAL

Por lo general la gente desea cosas nuevas. Nadie se molesta en invertir tiempo o dinero en algo que ya sabe y que se considera repetitivo y trillado. Use la creatividad para captar el interés de la gente.

FLEXIBLE

Un orador debe aprender a ser flexible y evitar posturas rígidas que puedan generar conflictos. La flexibilidad revela respeto, compasión e inteligencia. Sin embargo, esto no debe significar debilidad, ni falta de firmeza o convicción. Si piensa algo y considera importante decirlo, dígalo, siempre que cuide la forma de hacerlo. Es importante que evite reaccionar agresivamente con los asistentes. Como dijo Moliere: “Una respuesta apacible, puede apagar el más encendido furor”.

ACCESIBLE

Si el público aprecia, admira o respeta al Orador, seguramente deseará acercársele para hablarle o tocarlo. Aunque su rol o nivel profesional le otorgue un alto rango social, no actúe de forma elitista, exclusivista, despreciativa o discriminadora. Sea accesible, aunque se trate de unos cuantos minutos. Corresponda el afecto.

RESPETUOSO

Cuídese de querer hacer una gracia y terminar haciendo una morisqueta. La base del trato con el público es el respeto. Respetar es valorar las diferencias y aprender a convivir con ellas. Evite chistes de mal gusto, apodosos, o comentarios denigrantes de cualquier tipo. Usted es un modelo a seguir, por lo tanto, muestre lo mejor que tenga. Respeto, respeto, ante todo.

RESPONSABLE

Es condición para el éxito ser una persona permanentemente responsable. El público nunca le agradecerá el que llegue usted tarde o que incumpla lo que le ha prometido. Si no puede responder, no se comprometa. Si se compromete, haga lo necesario para respaldar su palabra. No somos infalibles, pero podemos hacer lo mejor posible.

NUTRITIVO

Vivimos en la era de la información. La gente desea conocimientos útiles para mejorar su vida. En razón de esa necesidad o requerimiento, deberá usted prestar atención a la calidad del contenido de sus mensajes y la forma de presentarlos. Debe quedar muy claro qué ganan sus oyentes con lo que usted les dice. Muéstreles el beneficio que obtendrán con cada aspecto tratado en la presentación. “¿Qué tienes para mí?”, es la pregunta que todos se hacen, aunque no lo sepan o no lo reconozcan.

LA PARTICIPACIÓN DEL PÚBLICO

Un aspecto especialmente delicado en el marco de la relación orador-público, es el referido a la participación de las personas durante la presentación. Aunque en muchos momentos se evidencian acuerdos, respeto y admiración, pueden también presentarse desacuerdos, resentimientos, envidias y, en algunas personas, cierta dosis de resistencia a la autoridad. Si desea usted evitarse muchos malos ratos, revise cuidadosamente las siguientes recomendaciones:

- ❖ Desde el principio, asegúrese de tener a la gente reunida y cercana. Si el espacio es muy grande en relación con el número de participantes, invite a los presentes a aproximarse y agruparse.
- ❖ Cuando haga preguntas al público, que sean preguntas cerradas que requieran respuestas cortas y concretas (Ej. ¿Creen ustedes que las personas pueden cambiar su vida lo deciden responsablemente?) No haga preguntas que inviten a largas y complicadas reflexiones.
- ❖ Haga preguntas en las que las respuestas puedan ser unánimes o en las que las diferencias de opinión posibles, sean reducidas (¿Les gustaría que al equivocarse les dieran una segunda oportunidad?).
- ❖ Si el grupo es muy grande y no todos pueden expresarse a viva voz, use la técnica de la participación pasiva. Proponga ejercicios de visualización, de recordación, de reflexión interna, o cualquiera que incluya escribir y estar cada uno consigo mismo. Al fin y al cabo, lo que importa es la experiencia individual. Es similar a cuando vamos al cine, pues todos ven la película y cada persona tiene su vivencia, su opinión sobre el film.
- ❖ Si le toca vérselas con un buscador de defectos o con alguno de esos especímenes que no permiten que alguien, además de ellos, pueda destacar, dele “base por bolas”, toréelo, déjelo triunfar, dígame “gracias” y permítale que guarde silencio. No lo enfrente, a menos que sea realmente necesario.
- ❖ Tenga mucho tacto y cautela cuando se trate de tocar a las personas. Algunos son en extremo reticentes al contacto físico, y se vería muy mal si usted intentara tocar a una persona y ésta lo evadiera o se mostrara incómoda.
- ❖ Si la alguna participación hiriera los sentimientos de cualquiera de los presentes, muéstrese conciliador y equilibre la balanza. Nunca se haga cómplice por omisión, de actos que revelen miseria humana.

PREGUNTAS Y RESPUESTAS

En muchas presentaciones son permitidas y hasta acostumbradas las sesiones de preguntas y respuestas. Cuando le toque enfrentar la dinámica de las interrogantes, no deje de considerar estas recomendaciones de apoyo:

- ❖ Sea precavido. Haga una lista de posibles interrogantes y practíquelas antes de su presentación.
- ❖ Escuche atentamente las preguntas a fin de no malinterpretar su contenido o intención.
- ❖ Evite molestarse por preguntas malintencionadas.

- ❖ Califique de adecuada, oportuna o interesante la pregunta que le han formulado.
- ❖ Respuesta con claridad y consideración.
- ❖ Evite responder preguntas que no sean de su área de dominio. Siempre es preferible la humildad, antes que el ridículo.
- ❖ No evada las preguntas. Si desconoce la respuesta admítalo. Si lo desea, pida opinión al público.
- ❖ Evite engancharse en polémicas.

Si alguien plantea una discusión, invítelo amablemente a conversar del tema en otro momento. No se enganche o perderá el control de la situación. Un esquema sencillo que puede serle útil a la hora de responder, es:

ESCUCHAR: Preste atención a la pregunta.

IDENTIFICAR: Defina la intención de la pregunta.

ESTRUCTURAR: Establezca un esquema mínimo o piense en una palabra clave en torno a cual responder.

RESPONDER: Luego de pensar, exprese sus ideas.

Para facilitarle aún más su desempeño durante delicada etapa de las preguntas, le ofrecemos una técnica esquemática y fácil de aprender, para responder a dudas del público: '

- ❖ Afirmación breve (aquí se da una respuesta corta contundente).
- ❖ Explicación amplia (se ahonda en el tema).
- ❖ Ilustración (se colocan ejemplos claros).
- ❖ Conclusión (se hace un resumen y se sugieren acciones).

Ejemplo

Pregunta:

¿Es posible para cualquier persona tener éxito?

Respuesta:

Afirmación breve: ¡Por supuesto que sí!

Explicación amplia: Todos en su nivel pueden aprender a lograr más y mejores objetivos. Todo está en querer hacerlo y en saber cómo. Depende, claro está, de lo que cada persona considere como éxito en su escala personal de valores.

Ilustración: Un niño al aprender a caminar tiene un éxito. Un estudiante al graduarse tiene un éxito. Un vendedor al vender tiene un éxito. Un jardinero al arreglar el jardín tiene un éxito. Una persona tímida al poder expresarse, ha tenido un éxito.

Conclusión: De manera que todos pueden tener éxito, si definen claramente lo que quieren y usan sus recursos para obtenerlo.

PARTICIPANTES DIFÍCILES

En la labor de oradores, no siempre tenemos al público de nuestro lado, totalmente. Pueden surgir situaciones complicadas que requieran inteligencia, experiencia, paciencia y sentido común. A continuación, veremos algunos casos difíciles y sugerencias para su manejo efectivo:

EL SILENCIOSO

El participante silencioso es aquel que evita participar verbalmente y que no nos deja saber su opinión sobre lo que ve y oye. Puede usted estimularlo con preguntas directas en las que le pida su opinión sobre algún aspecto del tema; puede mirarlo e inducirlo con el contacto visual a que tome partido y se exprese, o puede tratarlo de manera amigable y ayudarlo a reducir el temor a ser rechazado si se expone y habla.

EL HABLADOR

Es el caso opuesto al anterior. Si el participante habla demasiado y crea tensiones en el orador o en el grupo, proponga un orden de palabra con número limitado de intervenciones. Negarle atención visual, exigir brevedad y aunar participación global, son otras estrategias favorables para regular el flujo expresivo de los participantes habladores.

EL CONFLICTIVO

Es un tipo de persona que a todo le busca un ángulo distinto y tiende a expresarse de manera hostil e impositiva. Su estilo es polémico y discutidor. A los que encajen en esta categoría, puede halagarlos y suavizarlos con una sonrisa amable; puede pedir al grupo su opinión, sobre lo que han dicho; también puede ignorarlos, pedirles un cambio de actitud o confrontarlos. Esto último sólo es recomendable como recurso de reserva, y debe usarse si se tiene el público a favor.

EL DISTRAIDO

Algunos participantes pasan más tiempo “en la luna” que en salón donde se realiza la presentación. Algunos se duermen y quedan totalmente desconectados. Ante estas personas podrá usted: Ignorarlos, repetir las ideas para que “regresen” y hagan contacto, o involucrarlos en la dinámica a través de una pregunta directa o con la solicitud de su opinión, siempre que los aborde con la debida amabilidad.

EL BROMISTA

Un participante bromista puede ser muy bueno o muy malo para una presentación, ya que puede refrescar o enturbiar el ambiente. Al detectarlo ríale las primeras bromas. Si insiste y afecta el proceso, pídale moderación, ponga rostro de padre, sugiérale un cambio de actitud, hága silencio mientras lo mira, ignórelo o adáptese si es lo que el público desea. No se deje intimidar.

SITUACIONES DIFICILES

RUIDOS

Ante ruidos internos como golpeteos, solicite consideración y silencio. Si los ruidos son externos, prevéngalos dejando a alguien encargado de antemano o pidiendo una persona autorizada que busque la causa e intente solucionarlo. Si el ruido es muy fuerte, use el humor, cambie a un tema informal o dé un receso para ganar tiempo mientras se resuelve el incidente.

ENFERMEDAD

Si alguien del público se siente mal, debe tomar partido de inmediato y delegar la solución del problema preferiblemente fuera del salón donde usted se está presentando. No lo ignore, pero tampoco se deje atrapar, si algo que Otros pueden solucionar. Muestre interés sin anclarse. Si su presentación es extensa, espere unas horas y pregunte públicamente si se sabe algo de la persona enferma. Así notarán que usted no la ha olvidado. -

FALLAS TECNICAS

Todos los aspectos logísticos deben revisarse y deben tenerse repuestos que puedan requerirse (Ver capítulo sobre apoyo logístico).

MURMURACIONES

Cuando estamos reunidos en grupos tendemos a murmurar y comentar nuestras experiencias. Si duran una presentación se siente afectado por incomodas murmuraciones emanadas de algunos de los presentes, puede usted:

- ❖ Mirarlos como invitándolos a que le presten atención.
- ❖ Callarse y mirarlos para evidenciar su imprudencia.
- ❖ Pedirles cortésmente que le atiendan.
- ❖ Continuar hablando y desplazarse hacia ellos.
- ❖ Colocarse justo a sus espaldas.

CAMARAS

En ocasiones, dada la relevancia del ponente o por la naturaleza misma de algunos eventos, surge la presencia de fotógrafos, camarógrafos de televisión o ambos. En estos casos, si le molestan las luces y los flashes de las cámaras, deberá elegir un momento para dejarse “tomar”, o deberá acostumbrarse a hablar mientras esto ocurre.

INTRUSOS

Algunas personas inconscientes disfrutan paseándose cerca de la tarima mientras el orador habla. Para evitar esta incomodidad, anticipése y diga al presentador y a los organizadores, que eviten transitar cerca mientras usted habla. A menos, claro está, que sea estrictamente necesario por efectos de logística.

FUMADORES

Lo más recomendable en una presentación oral es que nadie fume. Asegúrese de dejar en claro la prohibición de fumar antes de comenzar su exposición. Si alguien del público comienza a fumar, invítelo cordialmente a que deje de hacerlo, que busque otro lugar o que espere un receso

NIÑOS

Aunque no se lo desea, puede ser que le toque lidiar con uno de los casos más difíciles que haya imaginado: Un niño llorón. El niño llorón tiene la particularidad de generar rabia y lástima al mismo tiempo. Si tiene entre su público a un adulto con un niño llorón, invítelo a que pasee al niño y lo lleve a tomar aire fuera del salón. No entre en desesperación ni se muestre descortés. Recuerde que es una situación espontánea y que no lo hacen voluntariamente para perjudicar su actuación.

VOLUNTARIOS

Algunos oradores tienden a buscar la espectacularidad, y para lograrlo pueden solicitar voluntarios: intentar con éstos, demostraciones de impacto. La experiencia indica que dichos intentos fracasan en mayoría, porque el voluntario no cumple los requisitos que el orador buscaba. Evítese complicaciones si voluntarios. Pueden dejarlo mal parado.

CRITICAS

Si algún inconforme lo critica, agradezca su sinceridad y siga adelante. No polemice, diríjase a su objetivo y defiéndase únicamente si existe una agresión evidente y desconsiderada.

OLVIDOS

Si olvida parte de lo que iba a decir, puede preguntar humildemente al auditorio dónde había quedado, apoyarse en sus apuntes o esquemas guía. No tema ser sincero, al público le gusta la honestidad, siempre que no llegue a ser desvergüenza.

TIEMPO

Como ya señalamos en el capítulo dos al tratar sobre la concisión si le toca hablar y alguien consume parte del horario destinado a su presentación, comprima el tiempo disponible, sea concreto y asegúrese de hacer llegar sus mensajes en pocas palabras y con ejemplos claros. Si el problema es el retardo en el inicio de su exposición, no comience sin antes referirse a ello. Si es necesario ofrezca disculpas, aunque nunca deberá asumir una culpa que no le corresponda.

CAPÍTULO 9 **EL APOYO LOGÍSTICO**

El apoyo logístico es una de las variables de mayor importancia a la hora de determinar la calidad de una presentación en público. En esta época de información abundante es esencial comprender el peso específico de los recursos de apoyo para transmitir mensajes. Basta recordar la frase de Mc Luhan: “El medio es el mensaje”.

Cuando nos planteamos el tema del apoyo logístico, debemos considerar todos los aspectos técnicos involucrados en una presentación: El salón, los asientos, la iluminación, el sonido, el acceso, las salidas, los baños, y las ayudas visuales, auditivas o audiovisuales.

Tenga en cuenta que la regla básica de la logística eficaz, se resume en la palabra “prevención”. Si puede anticipar posibles inconvenientes, obtendrá mejores resultados.

En el libro “Maneje su tiempo” B.Eugene Griessman, narra la historia de un orador invitado por una destacada organización para que pronuncie un discurso durante una importante reunión de negocios. Para evitar que algo saliera mal: Le pidieron al conferencista un resumen de su ponencia un mes antes de la fecha pautada para la presentación. Unos días antes del evento le enviaron una copia de esa ponencia por si la había extraviado.

El día de la presentación lo enviaron a recoger en un auto. Junto al auto que lo trasladaría iba otro apoyo “por si acaso”. Al llegar, le dieron dos micrófonos y cuando iba a salir al público, descubrió que había otro orador listo por si él no asistía. ¡Eso es prevenir!

Pese a la importancia que le damos a los recuerde apoyo, debe quedar claro que nunca sustituye al orador. Las siguientes son tres recomendaciones que permitirán seleccionar el tipo de apoyo más adecuad,

- ❖ Elija su apoyo logístico de acuerdo con el mensaje, el público y el lugar.
- ❖ Aprenda a manejarlo antes de usarlo en público.
- ❖ Tenga listos planes de contingencia por si un equipo falla.

Hoy se sabe que la gente percibe la información de maneras diversas. Así como algunos tienen facilidad de procesar números y textos, otros se identifican y captan mejor las imágenes. En estos casos será más conveniente el uso de diagramas y gráficos. La implementación del color tiende a producir mayor impacto que los apoyos que se presentan en blanco y negro.

Otro elemento es que los apoyos deben elegirse y diseñarse para que favorezcan los objetivos concretos que nos hemos planteado, y no únicamente para llamar la atención y producir efectos fugaces. Si el apoyo no aporta nada al mensaje, su utilidad real es cuestionable.

LAS CONDICIONES AMBIENTALES

Aunque no siempre el orador tiene que ver con la organización y las condiciones generales del evento en el que participa, es bueno que empresarios, organizadores y expositores, tengan presente, por igual, las siguientes recomendaciones:

EL SALON

El salón debe tener un tamaño adecuado a la cantidad de público que asistirá. Si resulta ser muy grande para el tamaño del grupo se crea el “efecto hormiga”, y la gente se siente disminuida. Si el salón es muy pequeño para la cantidad de personas se padece el “efecto sardina”, en el que la gente se siente encerrada o embutida. Pocas cosas producen tanto malestar como el apretujamiento y falta de espacio individual.

La apariencia del salón es importante. Evite reunir a la gente en lugares sucios, malolientes, oscuros o saturados de elementos distractores. Además, cuide la temperatura para que esté fresca, ni fría, ni caliente. El frío paraliza y el calor exaspera y estimula la agresividad. Recuerde buscar un equilibrio térmico.

LOS ASIENTOS

Todo el que vaya a estar sentado durante más de una hora requiere ciertas condiciones mínimas de confort. Ponga a las personas en asientos incómodos y la verá moverse en ellos e ignorar al orador. Busque sillas que permitan comodidad para sentarse y para levantarse.

EL SONIDO

Si lo van a escuchar, que lo escuchen, bien. Un buen micrófono le ayudará a transmitir sus mensajes con sonoridad ideal. Si le es posible, llegue temprano y revise el micrófono antes de usarlo. No se retire sin estar conforme con los resultados del sonido. No crea en promesas como: “déjelo en mis manos”, “véngase directamente” y “todo estará listo”. 90 de cada 100 veces fallarán.

Es preferible que no delegue en otros esta verificación, ya que los gustos de sonido son variables. Combine los conocimientos técnicos de los “expertos”, con su propia experiencia y sentido común para calibrar el sonido. Asegúrese de que haya al menos un micrófono de repuesto por si el que tienen sufre algún daño. Si va a moverse por el escenario, será mejor que use micrófonos inalámbricos.

LOS APOYOS VISUALES

Parte de la efectividad de una presentación, descansa en el adecuado uso de los apoyos audiovisuales. Creo, como Lani Arrendondo, que estos apoyos deben adecuarse al ambiente, apoyar el mensaje, despertar el interés del auditorio y, además, usarse con moderación.

A continuación veamos los apoyos visuales más comunes:

PIZARRÓN

Es uno de los apoyos más dinámicos por su facilidad para la escritura y reescritura rápida. Tiene como riesgo que el orador inexperto pase mucho tiempo de espaldas al público y que su voz se pierda, si no tiene micrófono y no sabe cómo proyectarla adecuadamente. Al usarla, evite tardanzas en la escritura. Son importantes la agilidad y la brevedad. Ideal para grupos pequeños.

ROTAFOLIO

Es de fácil transportación y permite cierta agilidad en la explicación por partes (por hojas). Favorece las exposiciones que requieren preparación previa, aunque puede usarse “sobre la marcha”. Su problema está en que se corre el riesgo de que, si son muchas hojas, se pierdan los datos cuando se buscan de nuevo. El pase de una hoja a otra suele ser incómodo para muchos, sobre todo si tienen que pasarse con frecuencia. Debe cuidarse que al escribir no se manche de tinta de marcador la hoja siguiente. Es ideal para grupos pequeños y presentaciones de pocas notas.

DIPOSITIVAS

Se usan en la descripción de procesos secuenciales que se demarcan paso a paso, esquemáticamente. Su implementación adecuada requiere perfecto estado del equipo y la incorporación de diapositivas neutras (negras) para separar aspectos del tema. Cada diapositiva debe entenderse con facilidad y estar todas en el orden requerido. El orador deberá cuidarse de no hablarle al aparato o a la pantalla, sino al público, así como de que el ritmo de exposición o paso de las diapositivas sea moderado (ni rápido ni lento) y adecuado al grado de dificultad del tema. Suelen usarse con grupos grandes.

TRANSPARENCIAS

Es un método útil si se usa. Inteligentemente. Requiere una adecuada preparación con letras y colores visibles y llamativos. Las láminas deben llevar marco y sobre ellas no se recomienda escribir muchas líneas. Deben, además, diseñarse para ser vistas con nitidez y con opacidades. Es conveniente numerarlas y verificar su correcta secuencia. En caso de usar diapositivas o transparencia, debemos evitar ubicarnos entre la pantalla y el equipo de proyección, pues de lo contrario, crearemos una gran sombra e interferiremos con la imagen que estamos mostrando. El diseño de las láminas que presentaremos debe incluir textos legibles e imágenes alusivas al mensaje central de la lámina. Por cierto, nunca lea textualmente la transparencia. Use esquemas y explíquelos.

VIDEOS

Si escoge esta ayuda visual, asegúrese del buen estado de los equipos, y de tener una copia de cada cinta ya que pueden extraviarse, olvidarse o dañarse. Este apoyo suele tener impacto, por lo que deberá manejarse con gran tino para evitar que el público prefiera el video antes que al orador.

MULTIMEDIA

Más modernos que los anteriores son los equipos de transmisión multimedia, que en conexión con las computadoras permiten proyectar imágenes y textos desde programas especializados. En todo momento posibilitan presentaciones de altísima calidad visual.

APOYOS AUDITIVOS

AUDIOCASSETTES

El audiocassette es el apoyo auditivo más utilizado, especialmente cuando el sonido es el tema o una parte importante de la presentación. Se usa para ofrecer efectos especiales o información grabada. Deben cuidarse volumen, calidad de grabación, marcas de identificación y copias de reserva. Siempre tenga los cassette “a tiro”, ya verificados.

DISCOS COMPACTOS.

Los discos compactos o Cd's se han popularizado por su capacidad para archivar información y su calidad de sonido. Para trabajar con ellos se sigue la misma lógica que con los cassettes: Verificación, copias de repuesto, marcas de identificación y listos para soñar.

CAPÍTULO 10

LA ORATORIA EN LOS MEDIOS

LA ORATORIA EN RADIO

Hay ocasiones en las que a un orador le corresponde presentarse a través de los medios masivos. Los expositores más especializados intelectualmente, o los que gozan de carisma y personalidad mediática, suelen ser invitados a participar en radio y televisión. En estos casos, hay algunas reglas que conviene seguir, para asegurarnos el éxito deseado.

EL MENSAJE RADIOFONICO

No es igual hablar en persona que hacerlo por radio o televisión. Cada medio tiene características distintivas que debemos conocer para evitar el error y para lograr participaciones más impactantes y efectivas acordes con nuestros fines.

Para hablar en radio y lograr comunicarnos favorablemente, debemos comprender que el lenguaje radiofónico se basa en cuatro elementos que pueden y deben reconocerse y combinarse con sensatez:

- ❖ La música.
- ❖ Las palabras.
- ❖ Los efectos
- ❖ El silencio.

Considerando que la radio es un medio ágil, masivo y popular, veamos varias sugerencias importantes y especialmente útiles que le permitirán destacar cuando le toque expresarse a través de este medio:

- ❖ Use palabras sencillas fáciles de entender.
- ❖ Use más ejemplos y menos explicaciones.
- ❖ Después de explicar, resume y destaque lo más importante.
- ❖ Hable con ritmo moderado aunque entusiasta. Evite titubeos y muletillas.
- ❖ Prepare esquemas sencillos y tenga objetivos claros. Evite improvisar.
- ❖ Use frases cortas y repita si lo considera necesario.
- ❖ Tenga consciencia del tiempo. Inicie, desarrolle y cierre.
- ❖ Adapte su lenguaje al tipo de oyente.
- ❖ Considere si la transmisión es local, nacional o internacional.
- ❖ Evite hacer ruidos o silencios prolongados.
- ❖ Recuerde que sus palabras revelan su personalidad.
- ❖ Use descripciones vívidas que inviten a visualizar y sentir.
- ❖ Hable con naturalidad. Evite hacerlo con rigidez o con un estilo “leído”.
- ❖ Si va a leer, que sea de forma fluida y amena. Si no, olvídalo.

LA VOZ GRABADA

Para muchos resulta extraño oír su voz grabada. Hay varias razones para que algo así suceda. En principio, la voz que nosotros oímos al hablar, es lo que llamaremos aquí doble voz. La doble voz es el resultado de integración de la voz interna y la voz aérea

La voz aérea es la que captamos a través del oído (viene desde afuera). La voz interna es la que captamos en forma de vibración o resonancia, ya que la cabeza opera como caja sonora y retiene el sonido producido por la Vibración de las cuerdas vocales. (Viene de adentro).

Los otros dos factores que influyen en la forma como percibimos nuestra voz grabada, son: La nitidez y la fidelidad. Llamaremos nitidez a la claridad con la que el sonido es reproducido. Definiremos fidelidad como la capacidad de reproducir de manera idéntica o “fiel” lo que se ha grabado.

Un sonido puede ser nítido (claro) aunque no fiel (idéntico al sonido natural). Muy a pesar de los avances tecnológicos, la voz grabada puede resultar diferente a la voz humana original. Hay casos, debe decirse, en los que la grabación en algunos equipos, parece favorecer y dar belleza a las voces de unos, y perjudicar o afean las voces de otros.

LA ENTREVISTA RADIOFONICA

La entrevista es un género periodístico caracterizado por una relación humana interactiva y dinámica, cuya finalidad primordial es obtener información sobre personas, hechos o situaciones, a través del uso de una serie de técnicas específicas de comunicación masiva. En el plano humano es una conversación, un intercambio que se realiza con la disposición voluntaria de los interlocutores.

Existen, básicamente, tres tipos de entrevistas (Informativa, de opinión y de personalidad). La entrevista informativa es un tipo de intercambio o comunicación periodística en la que se da prioridad a la obtención de datos que respondan a preguntas clave: Qué, quien, cómo, cuándo, dónde, por qué y para qué. Durante su realización, se trata de aclarar dudas y eliminar la confusión y la incertidumbre.

En la entrevista de opinión se opta por indagar los juicios de los entrevistados. Aunque puede entrevistarse a cualquier persona, la tendencia es a escoger especialistas que puedan exponer su visión sobre los aspectos que dominan.

La entrevista de personalidad es un tipo de conversación en la cual se intenta descubrir y revelar aspectos poco conocidos sobre la personalidad del entrevistado, como datos curiosos o habilidades especiales. Algo que el público pueda sentir curiosidad por conocer.

DECALOGO DEL BUEN ENTREVISTADOR

Como apoyo a los tantos entrevistadores novatos o descuidados que abundan en radio y televisión, presentamos este decálogo del buen entrevistador:

1. Elija el tema, el entrevistado y el tipo de entrevista que desea realizar.

2. Prepare la entrevista antes de iniciarla, teniendo a la mano una lista de posibles preguntas que puedan generar.
3. Advírtale al entrevistado el tiempo del que dispone, la hora de inicio y finalización de la entrevista, y si hay o no limitaciones en cuanto a la expresión de sus ideas.
4. Comience la entrevista indicando por qué eligió al entrevistado y al tema.
5. Lea un breve curriculum del entrevistado para que el público sepa a quién escuchará o verá, y cuál es su rango social o área de especialización. No omita detalles que puedan favorecer al invitado frente a la audiencia. Él es la estrella, no usted.
6. Trate al entrevistado con respeto y cortesía, sin manipularlo o humillarlo. Intervenga para guiar la entrevista y evite interrumpirlo o ser cortante, a menos que lo extenso o inadecuado de su respuesta requiera una reorientación de la conversación.
7. Pregunte lo que estime importante para el público.
8. No compita ni intente dominar o vencer al entrevistado. “Zapatero a su zapato”. El público inteligente no respeta a los entrevistadores ególatras que presumen de especialistas.
9. No corte al invitado para despedirse. Avísele cuando el tiempo se acabe y como muestra de respeto, dele oportunidad de concluir.
10. Agradézcale su presencia y despídalo con gratitud y entusiasmo.

Si le toca hablar por radio, puede usar un guion como apoyo. El guion es una pauta escrita en la que se planifica lo que se dirá. Puede ser bosquejado o amplio y detallado. El guion bosquejado contiene los aspectos importantes en forma de ideas principales, que usted puede desarrollar en la dinámica de la participación. El guion detallado incluye todo o casi todo lo que desea expresar. En este caso deberá leer lo que ha preparado.

EL USO DEL MICROFONO

El uso del micrófono tiende a asustar a muchas personas, ya que amplifica el sonido y hace conocer aspectos destacados que tenemos, pero muestra también nuestras limitaciones de fluidez vocal, pronunciación y autoconfianza.

Para familiarizarse con el micrófono y hacer que éste trabaje a su favor, deberá practicar lo suficiente como para reconocer la distancia a la que debe tenerlo de su boca, a fin de que se sienta naturalmente cómodo. El secreto es practicar con grabaciones y revisiones reiteradas, y acostumbrarse a los distintos tipos de micrófonos existentes.

LA ORATORIA EN TELEVISION

Aunque podemos encontrar múltiples semejanza entre la oratoria radial y la televisiva, existen algunos elementos complementarios valiosos y necesarios de conocer en cuanto al lenguaje televisivo y la expresión frente a las cámaras.

El lenguaje televisivo se sirve de imágenes y sonidos aunque coloca a la imagen en primer plano. La televisión muestra situaciones reales o simbólicas, y usa el color como aliado de peso. En la televisión, como en el cine, la sensación de acción puede crearse por la participación y movimientos verdaderos de las personas, o por los efectos de movimiento exclusivo de las cámaras.

Debido a la capacidad de las cámaras y equipos televisivos de captar y resaltar detalles, la presentación en este medio requiere un cuidado especial de la apariencia y el lenguaje corporal. He aquí algunas sugerencias útiles:

- ❖ Tenga presente el valor del tiempo televisivo.
- ❖ Al hablar, mire directamente a la cámara. Reconocerá la que lo enfoca por el encendido de una luz roja visible.
- ❖ Cuide su pulcritud al máximo.
- ❖ Manténgase erecto y alerta.
- ❖ Gesticule o muévase con ritmo y sin prisa.
- ❖ Mientras más relajado y fresco se vea, mucho mejor.
- ❖ Cuide los movimientos de ojos, boca y manos. Evite los automatismos.
- ❖ Peine cuidadosamente el cabello y maquíllese antes de entrar en escena. En los hombres deberá considerarse mayor moderación el maquillaje.
- ❖ Evite verse sudoroso o desgarbado.
- ❖ Evite ropa con estampados, cuadros o figuras muy llamativas, salvo que esa sea la intención planteada.

CAPÍTULO 11

LA ÉTICA DEL ORADOR

LA CONGRUENCIA

A estas alturas de la obra, luego de haber desplegado y analizado distintos aspectos que conforman la oratoria, no debe caber duda alguna en relación con el poder inmenso que posee quien sepa manejarse con inteligencia frente a grupos.

El orador influye con sus recursos, con su lenguaje, con sus palabras, y las palabras generan acción y cambian el estado de las cosas. Lo que decimos a parientes, amigos y gente relacionada produce en ellos percepciones, deseos, expectativas, prejuicios y decisiones de acción que en muchos casos se materializan.

No hay ingenuidad en el lenguaje, por lo que no existe ingenuidad en la comunicación de orador alguno. No podemos evadir el hecho de que en muchos sentidos, somos producto de lo que decimos “y escuchamos.

Con el “poder de la oratoria”, es posible generar, crear, alterar, transformar, por lo que tenemos en nuestras manos una enorme responsabilidad, que debe impulsarnos al ejercicio de una práctica oratoria ética.

La ética, es entendida aquí como la capacidad de determinar lo que es correcto en cada momento en que nos expresamos. Como el punto de consciencia que nos permite distinguir virtud de vicio, bueno de malo, adecuado de inadecuado.

Desde aquí, con este sentido mínimo de compromiso y claridad, debemos invitar a todos los lectores de este libro a que no vean en la oratoria un arma de manipulación utilitaria, sino un manantial de agua pura; un recipiente de arcilla maleable que permite construir; acuarela que presta sus colores para que pintemos, no dolores sino esperanzas.

No hay utopía en esto que expresamos. El cambio puede y debe comenzar en cada uno de nosotros expandirse en círculos cada vez más amplios. Podemos movernos desde las viejas palabras temerosas y egoísta hacia las nuevas palabras amorosas e integradoras. Lograríamos tanto, si tan sólo lo intentáramos.

No usemos las tarimas o las emisoras de radio de televisión para aupar lo negativo y lo limitador. No aplaudamos la miseria ni la chabacanería. Usemos la oratoria para unir, animar y despertar a las personas. ¿Por qué desperdiciar tan preciado talento en minucias y trivialidades? ¿Cómo se puede pasar sed si se vive junto a un río?

Cada uno deberá hacer su parte y correr con las consecuencias de sus actos. Reconoce tu poder. Usa tu poder. Comparte tu poder. Que de tu alma y tu garganta broten semillas de evolución individual y colectiva. No traiciones tu don. Dios te está viendo.

"Tengo un sueño".
Discurso Martin Luther King:

Tengo el sueño de que un día mis cuatro hijos vivirán en una nación donde no serán juzgados por el color de su piel, sino por su valor como personas.

Tengo un sueño, hoy. Sueño que un día el estado de Alabama, cuyo gobernador se llena ahora la boca con palabras como intervención y anulación de los derechos, se transformará en un lugar donde los niños y las niñas negros podrán estrechar sus manos con los niños y las niñas blancos, y caminarán juntos como hermanos y hermanas.

Tengo el sueño, hoy. He soñado que un día, los valles ascenderán, las montañas y las colinas se allanarán, lo agreste se tornará suave, lo torcido se enderezará y la gloria del Señor será revelada para que todos los hombres la contemplen unidos.

Esta es nuestra esperanza. Esta es la fe con la que retorno al Sur, la fe con la que seremos capaces de extraer de la montaña de la desesperación una roca de esperanza. Con ella sabremos transformar las desavenencias y discordias de nuestro país en una armoniosa Sinfonía de hermandad. Es la fe que nos permitirá trabajar juntos, orar juntos, luchar juntos, ir a la cárcel juntos y luchar por la libertad, con la certidumbre de que un día seremos libres.

Ese será el día en que todos los hijos de Dios podrán cantar con nuevo significado: "Es a ti, mi país, dulce tierra de libertad, a quien canto. Tierra donde mis padres murieron, orgullo del peregrino, desde cada extremo de tus montañas deja que resuene la libertad".

Y si América ha de ser una gran nación, así tendrá que suceder. ¡Deja que la libertad resuene desde las portentosas colinas de New Hampshire! ¡Deja que la libertad resuene desde las firmes montañas de Nueva York! ¡Deja que la libertad resuene sobre los intrincados picachos de California!

Pero no sólo eso: ¡deja que la libertad resuene desde las Stone Mountain de Georgia! Deja que la libertad resuene desde cada ladera y cada madriguera del Mississippi. Desde cada extremo de tus montañas, deja que la libertad resuene.

Cuando permitamos que la libertad resuene, cuando la proclamemos desde cada pueblo y cada aldea, desde cada ciudad y cada estado, entonces podremos marchar decididos hacia ese día en que todos los hijos de Dios, blancos y negros, judíos y gentiles, protestantes y católicos, seremos capaces de unir nuestras manos y cantar las palabras de aquel antiguo espiritual negro: ¡Libres al fin! ¡Libres al fin! ¡Gracias a Dios Todopoderoso, Somos libres al fin!. (1963).