

**Alto Nivel**

LA REVISTA DE NEGOCIOS



Effective Management

# CLAVES PARA HABLAR EN PÚBLICO

ESTE LIBRO OFRECE UN METODO BASADO EN LAS EXPERIENCIAS  
DE NUMEROSOS ORADORES PARA MANTENER LA ATENCION Y SATISFACER  
LAS NECESIDADES DE LA AUDIENCIA

POR MAX ATKINSON

ADAPTACION: JUAN ALBERTO CASAS

## EL LENGUAJE QUE SE DEBE EMPLEAR EN PÚBLICO

### LA BATALLA POR ATRAER LA ATENCION DE LOS PRESENTES

Un buen orador debe saber mantener la atención del público y detectar las diferencias entre una conversación, un discurso y una presentación. En una conversación existe una serie de incentivos que todo el mundo conoce implícitamente: se habla por turnos y de uno en uno, por lo que el oyente debe estar atento para no interrumpir, hablar cuando le toque y hacerlo sobre algo relacionado con lo que se ha dicho.

El público de una presentación o discurso no tiene los mismos incentivos, ya que sabe que no va a tener que intervenir, por lo que su atención puede ser más relajada. Una manera de compensar la pérdida de atención del oyente es simular una conversación por turnos, en los que la audiencia tiene que responder al unísono a las palabras del orador.

Un buen orador debe saber distinguir entre una conversación, un discurso y una presentación formal

Si se habla casi todo el rato con los ojos fijos en un guión o una pantalla es probable que el público se lleve una mala impresión. Una solución efectiva es hablar sin mirar a la pantalla, mientras se señalan en ella los puntos interesantes.

### HABLAR EN PRIVADO Y EN PÚBLICO

Uno de los elementos clave que debe dominar un orador es el paso del "modo conversacional" (ritmo, volumen, entonación) al "modo presentacional".

En una conversación, las vacilaciones suelen expresarse a través de muletillas, cuya función principal parece ser el evitar posibles silencios y marcar el inicio de un turno. Si un orador las utiliza en la misma medida en que lo hace conversando, puede dar una impresión de inseguridad.

El uso de pausas mas largas y frecuentes que en una conversación habitual permite que el público entienda mejor, ya que así el discurso se divide en unidades mas cortas. Una pausa también puede ser útil para repasar el guión o pensar sobre lo que se va a decir a continuación.

Otro aspecto que hay que modificar en el paso del modo conversacional al presentacional es la entonación. Esta es un elemento básico para comunicar a la audiencia emociones o sentimientos,

pero si se desea transmitir una impresión de neutralidad u objetividad, es recomendable utilizar un tono monocorde.

## LEER Y ESCUCHAR PALABRAS

Una de las mayores diferencias entre el lenguaje oral y el escrito es que en el primero existe una mayor relajación en cuanto al cumplimiento de las normas gramaticales. Si usted escoge hablar de una manera excesivamente correcta, alejada de su lenguaje habitual, es probable que produzca un impacto negativo en la audiencia que le considere pomposo o artificial.

Uno de los principales problemas de los oradores es la tendencia a dar excesiva información detallada. La audiencia conseguirá, en el mejor de los casos, re-tener una mínima parte de la información y, en el peor, no recordará nada.

## AYUDAS VISUALES

Al utilizar diapositivas se corre el riesgo de caer en los dos principales errores de un discurso basado en el lenguaje escrito: el uso de un lenguaje poco claro y la falta de simplificación. El primer efecto que se consigue con las diapositivas es que la audiencia no sepa si ha de mirar al orador o a la pantalla. Aunque parece un método del pasado, algunos oradores siguen usando la pizarra con gran éxito. La presentación con diapositivas se extendió porque resulta fácil y útil a los oradores.

Pero la pizarra es una técnica más natural que las diapositivas, debido a la reducida distancia que hay entre lo que se escribe y el orador. Las presentaciones con diapositivas únicamente textuales suelen tener poco éxito, ya que pocos oradores preparan lo que dirán, por lo que dan una impresión de confusión y duda.

## AYUDAS VISUALES QUE MÁS AGRADAN A LA AUDIENCIA

Una buena selección de imágenes permite mostrar algo que ocuparía mucho más tiempo si se tuviera que describirlo en abstracto. Su principal inconveniente es que puede provocar aburrimien-

En las presentaciones de empresa pueden utilizarse discursos políticos para convencer al público de las bondades de un producto

to entre el público, por lo que se debe preparar una redacción adecuada.

El uso de videos es conveniente siempre y cuando su duración no exceda la de un anuncio publicitario. El gráfico organizativo puede resultar muy útil para explicar la conexión entre las diversas partes de una organización. Lo principal es que la información que transmite sea relevante para la audiencia y que sea clara y sencilla.

## GANAR CON PALABRAS

### EL PODER PERSUASIVO DE LAS PALABRAS: LA RETÓRICA

La gran mayoría de las técnicas retóricas definidas por los griegos clásicos siguen siendo igual de válidas hoy en día. La efectividad del contraste, por ejemplo, es utilizada por muchos políticos para conseguir aplausos y lograr que sus frases sobrevivan mediáticamente.

### CREAR IMÁGENES CON PALABRAS

El uso de metáforas tiene un efecto muy positivo entre la audiencia, ya que la obliga a descodificarlas. Además, permiten expresar conceptos complejos de manera breve. Los símiles pueden usarse para lograr efectos humorísticos y tienen mucho éxito cuando se aplican en el ámbito deportivo.

La analogía está considerada por algunos como un símil o metáfora para clarificar asuntos complejos. Su uso está más limitado porque se corre el riesgo de lograr efectos contrarios a los deseados, aunque los grandes oradores pueden conseguir efectos formidables con ellas.

Los buenos oradores suelen explicar anécdotas para ilustrar su mensaje. Estas han de ser breves

Un elemento clave que debe dominar un orador es el paso del modo conversacional al presentacional

(menos de uno o dos minutos) y estar relacionadas con lo que se esta hablando.

## PONER EN PRÁCTICA LOS PRINCIPIOS

### TRADUCIR LOS MENSAJES PARA QUE SEAN MÁS IMPACTANTES

Muchos oradores se detienen cuando ya tienen el mensaje que desean transmitir, pero un orador efectivo debe ir más allá y buscar la manera más atractiva de comunicarlo.

El proceso de buscar versiones alternativas y más atractivas del mensaje puede ser muy creativo y sugerente, y el simple sonido de una palabra puede llevar a la creación de una imagen impactante que mejore la original.

Una técnica muy potente de los discursos políticos es la adopción de una postura: el orador presenta en una primera parte una situación y en la segunda la elogia o la condena.

### ESTRUCTURA Y PREPARACION

Un orador debe crear también una estructura general que permita a la audiencia seguir sus palabras, además de facilitarle a él mismo la exposición sencilla del mensaje que quiere transmitir.

Debe tenerse en cuenta la cantidad de personas que componen la audiencia, quienes son y cual es el tipo de mensaje mas apropiado para ellas. En la medida que haya un público más numeroso, el

contenido debería ser tratado de forma más simple.

La mayor parte de los manuales aconsejan utilizar el denominado modelo de estructura militar, formado por una introducción, un cuerpo principal y un re-sumen. Pero la experiencia recomienda la división en cinco partes: preintroducción, introducción, cuerpo principal, re-sumen y conclusión.

## EL LENGUAJE CORPORAL

### REALIDAD Y FICCIÓN FÍSICA

Se considera que si un orador se mueve mientras habla distrae a la audiencia; esta idea dista de la realidad, ya que el publico reacciona positivamente a este estímulo, a excepción de que los movimientos sean muy repetitivos.

Hablar es una actividad mucho más estresante de lo que se cree general-mente. La tensión que provoca afecta sobre todo a las partes del cuerpo que producen la voz, la cual puede salir con un tono tembloroso. Por ello, la respiración profunda es clave en la oratoria.

### EL PODER DEL DISCURSO

Un orador no tendrá éxito solo porque conozca las técnicas de la oratoria, ya que la efectividad de los discursos solo mejora con la practica continua y disciplinada y el seguimiento de los puntos aquí expuestos. Sin embargo, cualquier orador que pueda comunicarse en una conversación privada con amigos o colegas, será capaz de hacerlo con éxito en una presentación en público.

© 2006, Effective Management Publications  
Barcelona, España  
[www.EuroLatin-bpg.com](http://www.EuroLatin-bpg.com)