

Ezequiel Ander-Egg

HABLAR EN PÚBLICO Y SABER COMUNICAR

¿Quién no tiene que hablar en público? Es muy difícil no tener que hacerlo alguna vez. Imposible, si se trata de una persona que realiza algún tipo de acción pública, ya sea en el ámbito sindical, político, cultural o educativo, y si se encuentra involucrada en reuniones, asambleas, conferencias, etc.

De una manera general, podría decirse que, para participar en la vida social, hay que saber comunicarse. De esto resulta clara una cuestión: todos necesitamos aprender a hablar en público... y necesitamos hacerlo de la mejor manera.

Ahora bien, si buena parte de las personas tiene que hablar en público, el problema por resolver es: ¿cómo aprender a hacerlo?

No hay "recetas" como en el arte culinario, pero nuestras sugerencias pueden resultar de suma utilidad. Lo esencial es "aprender haciendo"... Este libro adquiere su pleno sentido como ayuda técnica (en cuanto a nociones básicas en materia de comunicación oral) para realizar ejercicios prácticos que permitan aplicar lo que se aprende.

Índice

Dedicatoria	5
Prólogo	9
Introducción	11
1. ¿Quién no tiene que hablar en público?	13
2. Cómo aprender a hablar en público	14
3. Diferencia entre “comunicación” y “expresión”	16
4. Elementos que intervienen en el proceso de comunicación	17
5. La oratoria como forma particular del fenómeno de la comunicación	19
Primera parte:	
El conferenciante u orador	23
1. La capacidad para hablar en público ¿es innata o adquirida?	25
2. La preparación del orador: ¿cómo aprender a hablar en público?	27
La preparación remota	28
La preparación inmediata (algunas reglas generales)	30
Por los ojos	30
Oyendo y mirando	32
Por la acción	33
3. Obstáculos psicológicos para la comunicación: el miedo y la timidez	34
Cómo afrontar el miedo a hablar en público	36
a) Conocer bien el tema que se va a desarrollar y estar compenetrado con él	37
b) Lograr una decontracción/relajación, combinada con una concentración/ensimismamiento	37
c) Controlar la mecánica corporal	37

d) Desarrollar actitudes mentales de sostén	38
e) Lanzarse al agua con un buen comienzo	39
f) Estar bien física y mentalmente	39
g) Respirar adecuadamente	39
h) Procurar asumir posturas y comportamientos extrovertidos	40
i) Concentrarse en el discurso, no en uno mismo	40
j) La ayuda de estimulantes	41
4. Obstáculos sociológicos para la comunicación: la organización autoritaria de la sociedad y la falta de protagonismo de la gente	41
5. "Aquello" que distingue al orador	42
6. Condiciones y cualidades del orador	43
Condiciones	44
Naturalidad	44
Claridad de ideas	44
Fluidez	44
Memoria	45
Sensibilidad	46
Cualidades	46
Sinceridad	46
Culto a la verdad	47
Humildad	47
Coraje	47
Paciencia	48

Segunda parte:

La elaboración del discurso y la conferencia, o la preparación de la intervención pública	49
1. El tema	53
De qué hablar	53
Tema propio o tema impuesto	54
Para qué hablar	55
Informar	55
Entretener	56

Convencer	56
Incitar e influir	56
2. Cómo preparar el discurso, la conferencia o el debate	57
Las cuestiones básicas que debemos formularnos para preparar un discurso o una conferencia	58
Cómo seleccionar el tema cuando el conferenciante puede elegirlo	58
Las tareas que comporta la preparación de un discurso o una conferencia	59
a) Elaboración de un esquema provisional	60
b) Acopio de material (documentarse, recoger información)	61
La propia experiencia: piense y razone a partir de la propia experiencia	62
La documentación escrita: lea	63
Lo que pueden aportar los otros: consulte	65
c) Selección y ordenamiento de los materiales recogidos	66
d) Maduración y reflexión del tema	66
e) Organización y composición del discurso	67
Introducción (o exordio)	69
Cuerpo	73
Final (o peroración)	75
3. El lenguaje y el estilo de los discursos para que la comunicación sea efectiva	77
Brevedad	78
Claridad y sencillez	81
Sentido de lo práctico	85
Reflexión personal	85
4. Los apoyos visuales	87
Funciones de los apoyos visuales	88
Tipos de ayudas visuales	89
Apoyos visuales de uso individual que complementan la palabra ..	89
Los medios audiovisuales propiamente dichos	90
Criterios para el uso de apoyos visuales en una conferencia	91
5. La duración del discurso y el control del tiempo	92

Tercera parte:

La presentación	97
1. Algunas cuestiones básicas acerca de las formas de presentación	103
Discurso leído	103
Discurso memorizado	105
Discurso con "ayudamemoria"	106
"Ayudamemoria" con todo el texto escrito	106
Discurso con esquema o guión	106
Discurso con apoyatura de notas	108
Discurso sin texto a la vista	108
2. Aspectos físicos y técnicos condicionantes de una intervención pública ..	109
Los aspectos físicos: el espacio donde se desarrollará el acto	109
El uso del espacio	110
Los aspectos técnicos	115
Un solo foco de atención	116
Cómo mantener la atención del auditorio	117
3. Recursos expresivos	118
El estilo	118
Un estilo claro	120
Un estilo fuerte	123
Un estilo variado	125
Un estilo ritmado	126
Un estilo adaptado	127
Un estilo directo	128
Los silencios o pausas	130
Los ingredientes del estilo	131
El papel del sentimiento	132
La emoción	133
El humor	133
La ironía	136
La exageración deliberada	136
4. Recursos fonéticos	137
La elocución	138

La voz	138
a) El tono	139
b) La intensidad	141
c) El timbre	142
Colocar la voz	143
Impostar la voz	144
Cuidar la voz	145
La dicción: reglas principales	145
Reglas o ejercicios para adquirir una buena dicción a través de la lectura en voz alta	147
Breve digresión sobre las “palabras-valor”	148
5. Recursos visuales	148
Los gestos	148
La gesticulación como expresión de la actitud global del conferenciante	152
Funciones del comportamiento no verbal	152
a) El físico del orador	153
b) La vestimenta o indumentaria	153
c) El rostro y los gestos faciales	154
d) La mirada o el contacto visual	156
e) Los ademanes: el uso de los brazos y de las manos	158
Algunos principios generales en el uso de los ademanes ...	159
Acerca del uso de las manos	161
Algunos ejemplos de ademanes a través de los gestos más comunes y sugerencias acerca de éstos	162
f) La postura: ¿hablar de pie o hablar sentado?	164
Reglas para la posición sentada	165
Reglas para la posición de pie	166
La actitud general	167

Cuarta parte:

El público o auditorio	171
1. Importancia del público en el proceso comunicativo	175
2. Necesidad de informarse acerca del público que ha de escuchar el discurso	176

¿Qué se tiene que conocer acerca del auditorio?	177
¿Qué tipo de análisis tiene que hacerse del público o auditorio potencial? ..	178
3. Características comunes a los públicos que asisten a una conferencia ..	180
4. El auditorio y los fenómenos de psicología de masas	182
5. El diálogo o coloquio posterior a la conferencia	183
6. "Sintonizar" con el auditorio: la retroalimentación orador-público-orador	188
Y ahora... ¡a practicar!	189
Bibliografía citada	193
Anexo: Guía para la evaluación de una conferencia o discurso	195