

# Curso de Hablar en Público

*Miriam Ocio Sáenz de Buruaga, psicóloga*

## **CURSO HABLAR EN PUBLICO PARA MUJERES**

### **OBJETIVOS**

- Entrenar los elementos necesarios para realizar una exposición ante diferentes audiencias.
- Adquirir confianza en nosotras mismas en situaciones públicas.

### **CONTENIDOS**

1. Presentación del curso y de las participantes
2. Dificultades a la hora de hablar en público  
Condicionantes de género
3. Trabajando sobre las dificultades  
Modificación del pensamiento  
Relajación y respiración
4. Lenguaje no verbal  
Mensajes y funciones
5. Lenguaje verbal  
El uso no sexista del lenguaje  
Técnicas de comunicación oral
6. Lenguaje paralingüístico. Locución  
Intensidad, tono, timbre, entonación,...
7. El discurso  
Preparación. Elementos a tener en cuenta  
Estructura del discurso  
Algunas claves para memorizar el discurso.
8. Situaciones y tipos de discursos  
Reuniones profesionales  
Los medios de comunicación y los discursos
9. Tecnología en los discursos. Presentaciones y apoyos
10. Evaluación



## INTRODUCCION

*“Saber expresar una idea es tan importante como la idea misma”*

Se dice que el inglés e Internet son necesarios e indispensables para los tiempos que corren, pero para

conversar,  
hacer exámenes orales  
disertar,  
negociar  
atender a clientes  
enseñar  
presentaciones comerciales  
telemarketing  
exponer ante un medio de comunicación,  
opinar en una asamblea o reunión de trabajo  
vender cualquier cosa  
defender en un juicio  
persuadir..... y más,

el lenguaje oral sigue siendo el medio de comunicación por excelencia.

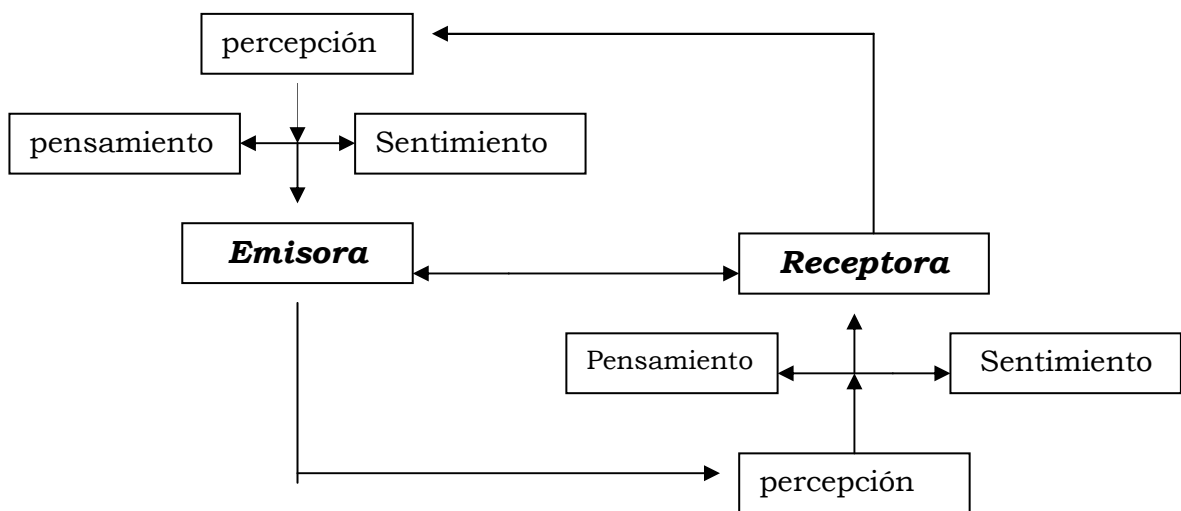
Puedes saber el contenido (El qué) pero si no sabes expresarlo oralmente (El cómo) el mensaje estará incompleto.

Utilizamos el lenguaje oral todos los días para comunicarnos pero la comunicación interpersonal es un proceso complejo del que no siempre tomamos conciencia y cuando lo hacemos a veces nos paraliza, nos entran sudores y tenemos pesadillas la noche anterior, o no tanto.

Durante este curso veremos en qué consiste este proceso de comunicación, cuáles son nuestros miedos y los elementos que en el proceso influyen, para desde su conocimiento y entrenamiento adquirir el hábito de hablar en público, teniendo en cuenta al auditorio y la situación en la que nos encontremos.

### ***Esquema básico de la comunicación***

En toda comunicación intervienen los siguientes elementos: emisora, receptora, mensaje, situación o contexto social, código y canal y sobre ellos trabajaremos a lo largo del curso.



Y es que a pesar de que la comunicación puede resultar, a priori, un proceso sencillo, lo cierto es que una gran parte de nuestro mensaje no llega a nuestros interlocutores, bien sea por nuestras propias dificultades a la hora de transmitir o por la percepción de nuestra audiencia. En el proceso de comunicación se va produciendo una reducción o distorsión del mensaje según se muestra en el siguiente esquema:

*Lo que se quiere decir* \_\_\_\_\_

*Lo que se dice* \_\_\_\_\_

*Lo que se oye* \_\_\_\_\_

*Lo que se escucha* \_\_\_\_\_

*Lo que se comprende* \_\_\_\_\_

*Lo que se retiene* \_\_\_\_\_

*Lo que se reproduce* \_\_\_\_\_

Tal y como decíamos estas mismas premisas pueden trasladarse ante cualquier auditorio, ya sea más o menos numeroso y en cualquier situación, aunque ciertamente cada una tendrá su especificidad.

Centrándonos más en el contenido de este curso, diremos que hablar bien en público es hablar con naturalidad. Todos y todas conocemos la importancia de la comunicación en su sentido más amplio; es conocido que es imposible no comunicar, con nuestra apariencia, nuestros gestos, nuestra manera de estar,..., estamos transmitiendo información a nuestros interlocutores y es que la comunicación es:

- ⇒ nuestra tarjeta de presentación en las relaciones sociales
- ⇒ un arma de persuasión
- ⇒ medio para informar y transmitir datos
- ⇒ comunicar ideas y transmitir valores
- ⇒ ...

En ocasiones vemos a otras personas y admiramos su capacidad de comunicación haciendo referencia a la inspiración o a una capacidad innata, lo cierto es que toda buena comunicadora podrá decirnos que en cualquier situación existe una gran dosis de trabajo y esfuerzo para acercarnos al éxito en una conferencia, ante un medio de comunicación, en una reunión,...

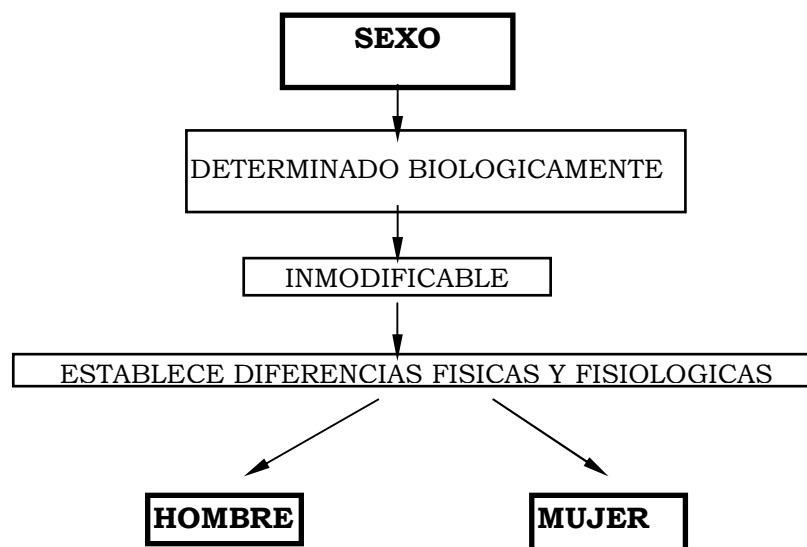
## **HABLAR EN PUBLICO Y CONDICIONANTES DE GENERO**

### **SISTEMA SEXO-GENERO**

Las personas en función de nuestro sexo nos diferenciamos en mujeres y hombres en la medida que pertenecemos a una especie con reproducción sexuada.

El sexo es por tanto una característica biológica que viene determinada genéticamente.

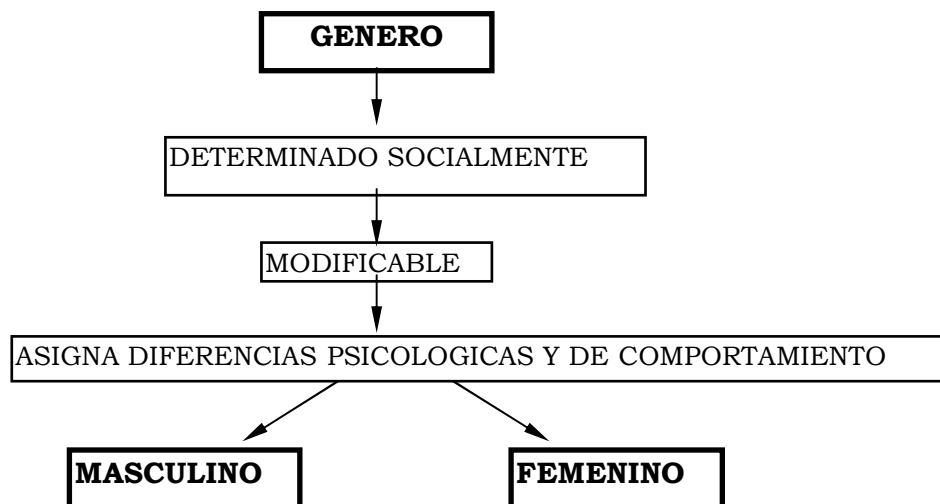
El sexo y el desarrollo de la diferenciación sexual va a producir una serie de diferencias físicas y fisiológicas, siendo la más destacada la capacidad de las mujeres de dar a luz.



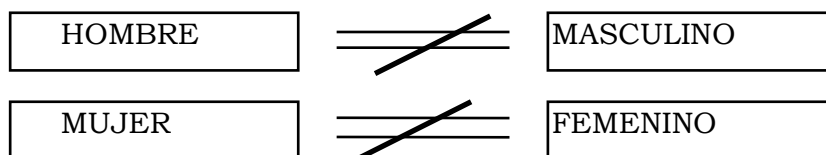
Asociado al sexo, se han asignado una serie de características psicológicas, valores, y una determinada forma de ser y de comportarse, que es lo que conocemos como género. El género es una construcción social y como tal es susceptible de ser modificada a través del aprendizaje.

Sexo (hombre y mujer) y género (masculino y femenino) son dos conceptos que han estado asociados, asignando a las mujeres y a los hombres unos valores, características, capacidades, funciones y estereotipos por el mero hecho de ser hombres o mujeres.

El sexo es lo natural, el género lo adquirido, que sin embargo ha sido transmitido como características biológicas.



El sexo da lugar a dos categorías: mujer y hombre y el género da lugar a la clasificación de masculino y femenino. La diferenciación entre los masculino y lo femenino, atiende a una cultura y un momento histórico determinado.



El sistema sexo-género tiene su origen en la división sexual del trabajo, momento en el que se establece una clara diferencia de funciones entre quien trabaja en el hogar y quien lo hace fuera. Las mujeres debido a su capacidad de parir y amamantar a las crías, fueron las encargadas de las tareas de cuidado, desarrolladas en el hogar, mientras que los hombres salían del hogar en busca del sustento familiar, asociando a las diferentes funciones una serie de capacidades. Este hecho marca la primera diferencia entre el espacio público y el espacio privado.

### **MANTENIMIENTO DEL SISTEMA SEXO-GENERO**

La socialización es el proceso por el que la persona interioriza en el transcurso de su vida los elementos culturales del medio en que vive, integrándolos a su persona bajo la influencia de experiencias y de agentes sociales significativos, adaptándose así a su entorno social.

Es un proceso interactivo entre la sociedad y la criatura que comienza desde el nacimiento y por el cual incorpora y asume comportamientos, valores y normas sociales vigentes. A través de este proceso la criatura satisface sus necesidades básicas (alimentación, protección, limpieza, seguridad, aceptación,...) y la sociedad se perpetua.



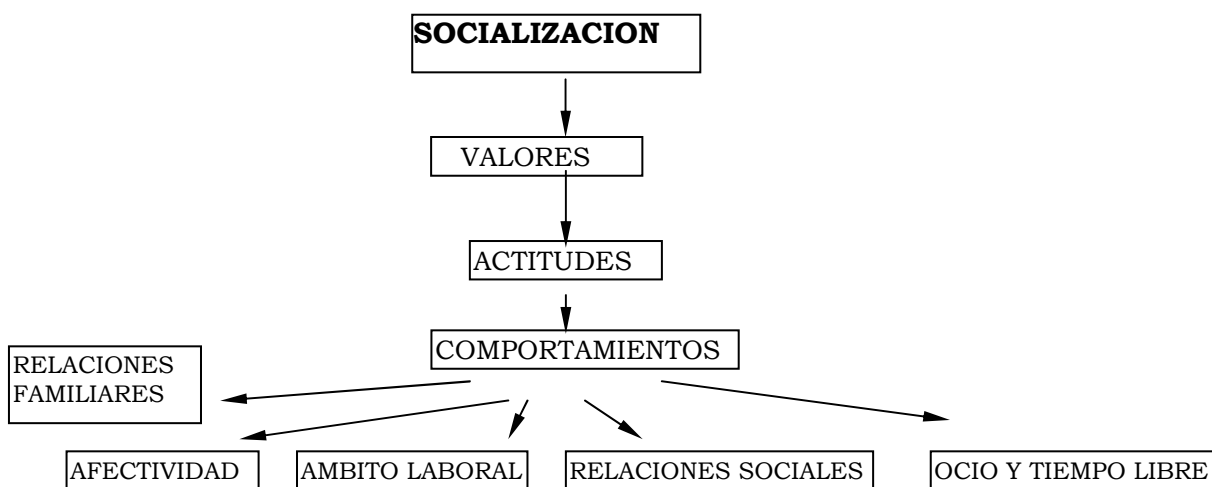
Toda sociedad a lo largo de los tiempos define y transmite unos valores, expectativas y conductas que entiende como adecuadas y que pretende perpetuar.

Esta transmisión, iniciada incluso antes de nacer, se realiza a través de los diferentes agentes de socialización como son la familia, la educación, el sistema legislativo, religioso, los medios de comunicación, las interacciones interpersonales,... en definitiva un conjunto de subsistemas que van transmitiendo valores y patrones de comportamiento estándar.

Ya antes de nacer asignamos a niñas y niños un nombre, una forma de vestir, unos juguetes y unas expectativas que se van a concretar en unas capacidades más o menos desarrolladas, todo ello en función de su sexo biológico, es lo que podríamos llamar condicionamiento social.

Las expectativas de la sociedad y en concreto del sistema familiar y escolar van a determinar el comportamiento de las criaturas que responderá de acuerdo a estas expectativas buscando el refuerzo por parte de estos agentes de socialización. Así poco a poco los valores se van interiorizando.

Los valores se concretan en actitudes y éstas a su vez configuran el eje rector de los comportamientos individuales ante cada situación.



En los valores asociados al género se ha establecido una clara diferencia entre aquello considerado femenino y lo considerado masculino, dando lugar a los estereotipos, entendidos como el conjunto de características comunes aplicadas en este caso a hombres y mujeres en una cultura y momento histórico determinado.

A continuación presentamos un cuadro sobre la clasificación de “lo femenino” y “lo masculino” realizada por Fernando G. Luigi en su libro "Temas transversales y valores educativos", para observar gráficamente los valores que tradicionalmente se han asignado a un sexo u otro.

<b><u>MODELO MASCULINO</u></b>	<b><u>MODELO FEMENINO</u></b>
<p>Al hombre se le atribuyen los rasgos siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aptitud para la ciencia: amor al riesgo y a la lucha; capacidad de organización; el ser combativo, agresivo, lúcido, creador, decidido, emprendedor, tenaz, firme.</li> <li>• Se le suponen cualidades como la actividad, la seguridad en sí mismo, la autonomía, la estabilidad y el control de las emociones.</li> </ul> <p>Los hombres ocupan, mayoritariamente, el ámbito de lo público; ámbito legitimador del devenir humano en su conjunto y en el que se desarrollan todos los poderes: político, social, económico, científico, ideológico, religioso, etc.</p> <p>En el hombre se estimula su autonomía, su capacidad de hacer frente por sí mismo a los conflictos, su disposición a elaborar y programar proyectos vitales teniendo en cuenta, fundamentalmente, los propios intereses e inquietudes</p>	<p>A la mujer se le atribuyen los rasgos siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Frivolidad, pasividad, dependencia, afectividad, inestabilidad emocional, sensibilidad, abnegación, sumisión, intuición, ternura.</li> <li>• En conjunto dan un yo débil y construido en función de los demás. Subrayan el deseo de agradar y los aspectos afectivos sobre los intelectuales.</li> </ul> <p>Las mujeres ocupan, mayoritariamente, el ámbito de lo privado, que es el espacio imprescindible para la supervivencia, pero que carece del reconocimiento social. Carece de legitimidad propia, está subordinado a lo público y su valoración depende de éste.</p> <p>En la mujer se favorece el espíritu de dependencia, de supeditación: deberá elaborar su programa vital en razón de los intereses del padre, novio, cónyuge o de los hijos e hijas. En situaciones conflictivas busca la protección de los varones más próximos, delegando y dejándose proteger.</p>

Los aspectos que aparecen en este cuadro se refieren al modelo tradicional y reflejan no sólo la diferencia, sino la supeditación de un género a otro. Lo masculino ostenta el poder y lo socialmente valorado y lo femenino se define como oposición a esos valores siendo lo despreciado socialmente.

La consecuencia del sistema sexo-género se plasma en la socialización, en los valores que se transmiten y que se manifiestan en un modelo de persona con un desarrollo parcial.

Cuando hablamos de masculinidad vemos independencia y autonomía, profesión y de feminidad vemos colaboración, dependencia, vida familia, mucho más que el éxito profesional.

Pero en la actualidad la mujer entra en el mundo del mercado laboral en casi todos los campos y es un proceso irreversible.

En el nuevo papel que desempeña la mujer en el ámbito laboral, realidad históricamente valorada por y para los hombres, las mujeres entran a competir con los hombres en un mundo en el que lo que se valora son las características, los comportamientos y los valores masculinos.

En los puestos que empezamos a ocupar las mujeres es necesario muchas veces hablar, informar, convencer, persuadir, negociar, moderar reuniones... materia hablar en público para la que no nos han preparado.

Por otra parte es también necesario si pensamos en el empoderamiento y la participación sociopolítica de las mujeres. Es importante concebir el liderazgo de las mujeres y es necesario poseer las herramientas para poder participar activamente en la esfera de lo público y sabemos que el conocimiento de las herramientas y la experiencia, en este caso de hablar en público, mejorará el hecho en sí mismo de hablar en público y nuestra autoestima al reconocernos capaces y válidas para hacerlo.



## **DIFICULTADES PERSONALES AL HABLAR EN PUBLICO**

Ya hemos señalado que el hablar en público de una manera correcta es, entre otras cosas, una cuestión de práctica y entrenamiento, por tanto hablar bien supone técnica.

Pero en muchas ocasiones la ansiedad que nos ocasiona esa situación (el pánico escénico) dificulta la calidad de nuestra exposición, las entrevistas, reuniones,... Esta ansiedad puede darse por varios motivos:

- ⇒ Miedo al fracaso
- ⇒ Miedo al ridículo
- ⇒ Sensación de inferioridad
- ⇒ ...

Cuando se habla en público hay que tener en cuenta que:

- ⇒ La mayoría de las personas se sienten nerviosas por la novedad y el auditorio
- ⇒ La calidad de las exposiciones dependen de su preparación
- ⇒ Tenemos algo que decir y nuestra audiencia está interesada en ello. Si no, no estarían allí

No obstante y para conseguir minimizar nuestra ansiedad vamos a diferenciar los aspectos somáticos (o fisiológicos), cognitivos y conductuales que entran a formar parte de ese “miedo a hablar en público”.

### **ASPECTOS SOMATICOS**

Referido a los síntomas físicos que caracterizan el miedo, entre ellos: sudoración, enrojecimiento, tensión muscular, manos frías, ritmo cardiaco acelerado, molestias estomacales, respiración rápida y difícil, sequedad de boca,...

### **ASPECTOS COGNITIVOS**

Es el conjunto de pensamientos automáticos que aparecen en una situación de ansiedad determinada. Es un diálogo interno que mantenemos con nosotras misma, que habitualmente aporta una valoración negativa de nosotras mismas o de la situación:

- “Voy a hacer el ridículo”*
- “Pensarán que sólo digo tonterías”*
- “Nunca seré capaz de conseguirlo”*

## **ASPECTOS CONDUCTUALES**

Nos referimos al conjunto de comportamientos que tenemos como consecuencia de la sensación de miedo y que podemos agrupar en:

- ⇒ Reacciones de evitación y escape
- ⇒ Perturbaciones (tartamudeos, bloqueos, retorcerse las manos,...)

Para hacer frente a estos aspectos, desde la psicología se aportan diferentes técnicas que ayudan a minimizar sus efectos:

**Aspectos fisiológicos----- relajación y respiración**  
**Aspectos cognitivos----- modificación del pensamiento**  
**Aspectos conductuales----- entrenamiento**

## **MODIFICACION DEL PENSAMIENTO**

La modificación del pensamiento o reestructuración cognitiva, es un proceso que incluye un conjunto de técnicas que van a ayudarnos a:

- Cuestionarnos la validez de nuestros pensamientos
- Frenar la cascada de pensamientos y sensaciones negativas
- Modificar nuestros pensamientos

Dichas técnicas son:

- ⇒ Parada de pensamiento
- ⇒ Distracción
- ⇒ Discusión

## TÉCNICAS DE DISTRACCIÓN

### 1. Centrarse en un objeto.

Se trata de prestar atención únicamente a un objeto, generalmente a nivel visual, y describir con el mayor detalle posible las características de ese objeto (color, textura, forma, posición tamaño...).

### 2. Conciencia sensorial.

Engloba la anterior técnica. Consiste en prestar atención a todo cuanto nuestros sentidos pueden transmitirnos (vista, oído, olfato, gusto y tacto).

### 3. Ejercicios mentales.

Se trata de realizar cualquier actividad mental que pueda absorber la atención de la persona, como por ejemplo contar de 0 a 1000 de 7 en 7, nombrar animales por orden alfabético....

### 4. Actividades absorbentes.

Es idéntica a la anterior, pero aquí, la persona realiza una actividad de tipo más físico, como nadar, planchar, hacer un crucigrama, jugar al ajedrez....

### 5. Recuerdos y fantasías agradables.

La persona piensa por unos momentos en algo agradable que le haya ocurrido, o que le pudiera ocurrir en un futuro, describiendo todos los aspectos de la situación imaginada.

## TECNICA DE LA DISCUSION DE LOS PENSAMIENTOS NEGATIVOS

Este proceso se trata de un trabajo para intentar ver los pensamientos negativos automáticos como *hipótesis que tienen que ser comprobadas* y no como *afirmaciones que provienen del más allá* o como *hechos que no se pueden discutir*.

Para ello, pondremos en duda estos pensamientos y los someteremos a una especie de interrogatorio para ver si son ciertos o falsos. Si consiguen superar esta prueba se aceptarán, de lo contrario se rechazarán y se buscarán pensamientos alternativos más acordes con la realidad. Recuerda que estos pensamientos **son hábitos**, por ello habremos de insistir una y otra vez para conseguir un nuevo hábito.

## **EVALUAR LOS PENSAMIENTOS**

### **Evaluar la validez de los pensamientos:**

- ¿Qué evidencia existe a favor de este pensamiento? ¿Qué datos poseo? ¿Qué pruebas tengo?
- ¿Qué evidencia existe en contra de este pensamiento? ¿Qué datos?
- ¿Cuál es la probabilidad de que ocurra lo que piensas?
- ¿Cuál es la probabilidad de que estés interpretando correctamente la situación?
- ¿Existen otras interpretaciones alternativas? ¿Hay otra forma de enfocar esto?
- ¿Cuál es la probabilidad de estas otras interpretaciones? ¿Qué evidencia hay a favor y en contra de ellas?
- Si este pensamiento lo tuviera otra persona, ¿Qué le dirías para hacerle ver que su interpretación no es la correcta?

### **Evaluar la utilidad de los pensamientos**

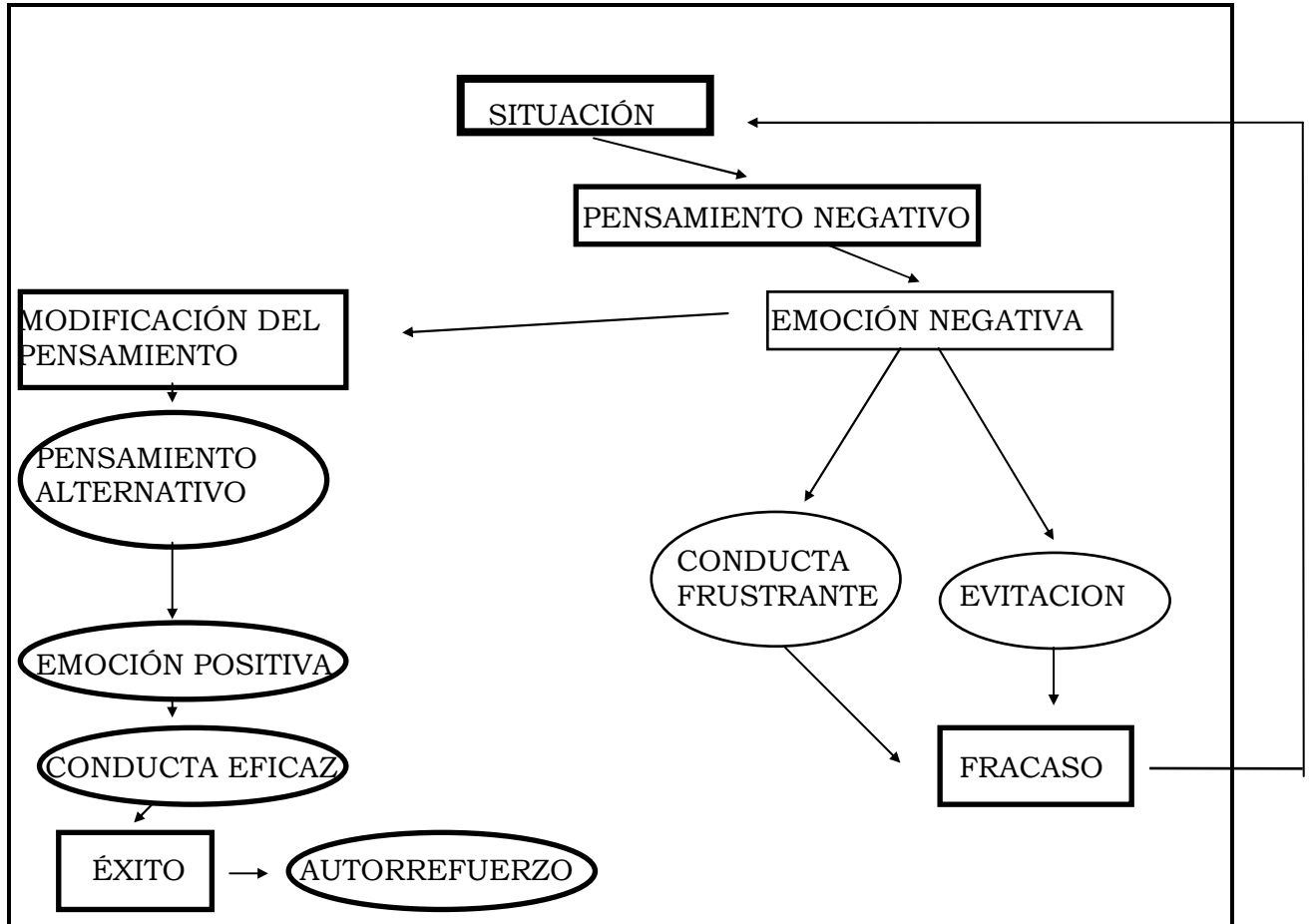
- ¿Te ayuda este pensamiento a conseguir tus objetivos?
- ¿Te ayuda este pensamiento a solucionar tu problema?
- ¿Te ayuda esta forma de pensar a sentirte como quieres?
- ¿Cuál es el impacto que este pensamiento tiene sobre tus sentimientos y sobre tu conducta?
- Pensar en esto, ¿es para tu provecho o para tu estorbo?
- Si este pensamiento lo tuviera otra persona, ¿Qué le dirías para ayudarle a afrontar la situación?
- Si las cosas son realmente así, ¿qué puedes hacer para cambiarlas u afrontarlas?

### **Identificar pensamientos adicionales**

- Incluso si esto es verdad, ¿hasta qué punto es malo?, ¿Es una catástrofe?, ¿Es tan malo como parece?
- ¿Qué pasaría si las cosas fueran realmente así?
- ¿Qué sucedería si ocurriera lo peor que puede ocurrir en esa situación?
- Dado que esto sea así, ¿por qué has de alterarte tanto?, ¿No estarás pensando algo más?



## Modificación del pensamiento





## COMUNICACIÓN NO VERBAL

En este tipo se engloban todos los gestos que utilizamos tanto de las manos como de la cara y en general de todo el cuerpo. Estos elementos los tenemos menos controlados que el mensaje verbal pero hay que saber que inconscientemente les damos más importancia que al mensaje verbal.

Así si durante nuestra intervención mientras expone la ponente anterior, queremos transmitir dominio pero mirando continuamente el reloj, o no dejamos de tocarnos el anillo, damos vueltas a los papeles una y otra vez....., atención porque desde que estás en la mesa ya estás interviniendo y has de saber que por tus gestos se harán expectativas a cerca de tu discurso, tu saber....

La comunicación no verbal nos proporciona información sobre la personalidad, el estatus y el origen social de nuestras interlocutoras; también define las relaciones, las actitudes y las emociones.

Gran parte de la comunicación se transmite por canales no verbales. De hecho solo un 7% de la información que se percibe y memoriza corresponde al lenguaje verbal. El resto se debe a la entonación y al tono de voz (un 38%) y a la comunicación no verbal, (un 55%). *Fuente: Grupo 3 Psicólogos: Entrenamiento en Comunicación Eficaz*

En muchas ocasiones es más elocuente que las palabras, incluso contradice la información que se da por canal verbal. Es un lenguaje incorporado a la cultura y el uso cotidiano, formando en ocasiones códigos de información específicos (jugar al mus, sordomudos, chivarse en clase...)

Hay que tener en cuenta distintos aspectos de la comunicación, que se utilizan y determinarán la intervención. Primero hemos de saber el tipo de discurso que queremos realizar y además tener en cuenta lo que denominamos situación ya que no es lo mismo un grupo pequeño que un gran auditorio, una entrevista que un debate, una mesa redonda que un seminario...

En cualquier caso has de tener en cuenta distintos aspectos no verbales que influyen en la comunicación:

- **la mirada.**- Con la mirada establecemos el primer contacto con las personas y por lo tanto será lo que dé pie a continuar comunicándonos o no. La mirada también puede expresar sinceridad, serenidad, dominio...
- **la expresión facial.**- Se dice que la cara es el espejo del alma y lo cierto es que en la cara se reflejan gran parte de nuestros estados de ánimo y de nuestras emociones. También por medio de la expresión de la cara comunicaremos nuestro estado.
- **sonrisa.**- al sonreír transmitimos que nos agrada estar, hablar, además es un elemento que facilita que las otras personas empaticen con quien sonríe.

- **la postura corporal.**- podemos comunicar tanto nuestro estado de ánimo como la forma en que nos percibimos en nuestra comunicación. Así una postura cerrada con los hombros encorvados, las piernas cerradas, los brazos sobre el cuerpo y la cabeza bajada significa tristeza y/o escasa valoración.
- **los gestos.**- son un gran apoyo para enfatizar lo que estamos diciendo o para contradecirlo, en ocasiones incluso pueden sustituir al habla, cuando nos cuesta explicar algo.
- **la apariencia personal.**- se refiere al aspecto exterior de una persona. Es nuestra tarjeta de presentación y con ella marcamos la forma en que queremos que los demás nos vean.

Se suele decir que la comunicación no verbal no miente: las emociones, las corazonadas, son percepciones del lenguaje no verbal.

Se dice que las mujeres estamos especialmente dotadas para este tipo de comunicación: pasamos el primer año de vida con la descendencia comunicándose con ella en claves no verbales. Este acervo cultural ha desarrollado en ellas esta habilidad. *Fuente: Grupo 3 Psicólogos: Entrenamiento en Comunicación Eficaz*

Existen trabajos sobre los indicadores de sexo que han demostrado que los movimientos corporales masculinos y femeninos no son programados por la biología sino por la cultura y se aprenden en la niñez. En la niñez podemos observar movimientos innatos femeninos en niños y masculinos en niñas. También se ha demostrado que niños y niñas ciegas de nacimiento sonríen y hacen pucheros. Parece que hay gestos básicos para expresar emociones, sin embargo prima la idea del aprendizaje del gesto ya que es interpretado de forma diferente según las distintas culturas.

Como cualquier otro lenguaje un gesto es solo un gesto (Kine unidades mínimas en la cinesis movimiento apenas perceptible para el ojo humano. Por encima existen los movimientos llamados kinemas que adquieren sentido por sí mismos cuando se estudian en conjunto) que puede tener distintos significados si lo leemos solo, pero que en el contexto y con el conjunto de los gestos es más correcta su interpretación.

La persona perceptiva es la que “lee” bien las frases no verbales y las compara con las frases expresadas verbalmente.

## EL LENGUAJE

En todas nuestras relaciones sociales y más en nuestras intervenciones en público se nos clasifica por cuatro cosas, por lo que hacemos, lo que parecemos, lo que decimos y cómo lo decimos.

Lo que decimos nos viene dado la mayoría de los casos por nuestro trabajo o la situación en la que tenemos que intervenir por tanto, aquí nos vamos a ocupar sobre **el cómo lo decimos**. Esta forma de expresión es importante tanto a la hora del lenguaje oral como del lenguaje escrito, pero en este curso vamos a centrarnos en el lenguaje oral, para nuestras intervenciones en público.

Cómo decir las con la claridad, brevedad precisión y corrección necesarias es importante para que el auditorio (en nuestro caso) entienda los mensajes.

1. Para conseguir **claridad lingüística** es necesario:

- **Comprender** totalmente para comunicar con claridad.
- **Sencillez** en el léxico: sobre todo cuidado con: neologismos extranjerismos tecnicismos y siglas poco conocidas, hay que traducirlas para que se entiendan y muchos casos, si estamos habituadas a ellas, no lo hacemos
- Hacer **comprensibles las cantidades** y a poder ser cercanas: Otra especie de traducción.
- **Naturalidad** evitar el lenguaje tecnocrático.
- **Frases cortas**. No es prudente enunciar frases en las que se inserten varias subordinadas
- **Orden gramatical lógico**: sujeto verbos más complementos
- **Repetir reiterar**. Sobre todo los datos, hechos que creemos que son más importantes. En las repeticiones se puede enunciar de distintas maneras para no repetir pero si redundar en la idea para que llegue al auditorio.
- Usar tiempos psicológicamente cercanos **al presente**
- **El estilo verbal** es más cercano y personal que el estilo nominal ya que los verbales permiten oraciones más cortas y sencillas de entender evitan términos muy largos, es más creativa y expresiva y cercana al estilo coloquial.
- **Crear** imágenes gráficas
  - Comparaciones
  - Metáforas
  - Refranes y dichos populares
  - Máximas
  - Ironía

2. Brevedad: Lo bueno si breve dos veces bueno.

Si hablamos de brevedad estamos hablando de concisión: : brevedad en el modo de expresar los conceptos es decir, efecto de expresarlos atinada y exactamente con las menos palabras precisas.

Ser concisa es por tanto ser breve y precisa.

3. La **brevedad** es una cualidad que se refiere a las palabras y a la longitud de las frases, y, la **precisión** es una cualidad que tiene que afecta a los conceptos.

Para ser precisa hay que tratar de describir cuando hablamos en público imágenes visuales que las personas destinatarias puedan grabar en su imaginación y en su memoria.

4. Cuando se trata de decir las cosas en público además hay que decir las correctamente.

Es preciso comunicar con corrección teniendo en cuenta el estilo personal, las circunstancias específicas de cada situación y las peculiaridades del público que nos escucha.

## USO DEL LENGUAJE NO SEXISTA

**Lenguaje:** 1.- Facultad privativa del hombre para la expresión de pensamientos y afectos. 2.- Conjunto de signos, palabras y formas de expresión por medio de las cuales se relaciona una comunidad de hombres determinada; idioma o lengua (Diccionario)

**Lenguaje:** conjunto de signos que están a nuestra disposición para que podamos expresar lo que vemos, sentimos y pensamos. Sirve para comunicarnos y en este sentido, es un instrumento a nuestro servicio.

El lenguaje como construcción social e histórica es parte de nuestra esencia humana, y nos viene dado por la sociedad en la que nacemos y vivimos. El lenguaje influye en nuestra percepción e interpretación de la realidad: condiciona nuestro pensamiento y determina nuestra visión del mundo.-

En el proceso de percepción e interpretación de la realidad el lenguaje tiene unas implicaciones importantes en el desarrollo de la identidad personal y social y establece grandes diferencias de género situando al género masculino por encima del género femenino.

Así los hombres son siempre los protagonistas de las acciones y cuentan con modelos de referencia a los que pueden imitar . Esto tiene repercusiones en su autoestima y en ocasiones les genera una sobreidentidad.

Las mujeres por el contrario, a penas son nombradas y en contadas ocasiones las protagonistas y por tanto a través del lenguaje no cuentan con modelos a imitar , las consecuencias de esta invisibilización, o exclusión puede en ocasiones generar una menor autoestima y una subidentidad.

El lenguaje no tiene sexo, pero el uso que hacemos del lenguaje tradicionalmente ha sido un medio a través del que se ha expresado lo masculino elevándolo a la categoría de universal y en esa medida es un lenguaje sexista

Desde hace unos años ha cambiado el papel social de la mujer y somos conscientes de hablar un **lenguaje** (con las normas que regulan su uso) que es el **producto de una determinada sociedad**,(machista, patriarcal, sexista, blanca....) y sirven para reflejarla. Pero la lengua al igual que esa sociedad cambia y está en constante evolución. Y en esta evolución, surge en los últimos tiempos un intento de las mujeres por hacerse presentes en más ámbitos de la sociedad y que esto quede reflejado y se pueda expresar mediante el lenguaje.

Se puede expresar mediante el lenguaje porque éste es muy rico y ofrece muchas posibilidades para describir una misma realidad. Dependerá de nuestra forma de expresar los mensajes que el uso del lenguaje no sea sexista.

Si hablamos de precisión y claridad en los mensajes para expresar lo que queremos, si decimos que hay que tener en cuenta al auditorio, utilicemos los elementos del

lenguaje adecuados para comunicar aquello que queremos, a las personas que forman en cada momento nuestro auditorio.

Los errores más frecuentes que cometemos son:

- Género masculino como genérico: excluye a las mujeres o las invisibiliza
- Presentación del hombre como figura de acción y de la mujer como dependiente o subordinada
- Uso del género femenino para descalificar; alusiones peyorativas a las mujeres.

Algunas propuestas para un uso no sexista:

- Uso de genéricos reales
- Uso de los dos géneros gramaticales
- Uso de nombres abstractos Uso de pronombres y formas personales de los verbos
- Combinación de las distintas posibilidades

No hay fórmulas concretas, se trata de ver dónde están los sesgos de género de nuestro pensamiento y cómo los expresamos a través de nuestra forma de utilizar el lenguaje. Pero en cualquier caso si rehacemos la frase cambiando el hombre por mujer y nos resulta inadecuada o confusa suele ser señal de que la frase es sexista.

Hay que tener en cuenta también que el Diccionario de la Real Academia de la Lengua no se actualiza cada año de ahí que determinadas acepciones de un vocablo (palabra como expresión de una idea) son en sí mismas sexistas.



## LOCUCION

Ya con el tema del lenguaje hemos visto la importancia de la claridad en los mensajes; entonces nos referíamos a la claridad en las ideas, cómo exponerlas ordenadamente para no crear confusión en el auditorio y hablábamos de la precisión para que las palabras elegidas se correspondan lo más fielmente posible a los conceptos e ideas que queremos transmitir.

Esta cualidad exigía que cuidásemos nuestra riqueza de vocabulario para utilizar la palabra o expresión más adecuada en el momento justo con la intención de perfilar la idea que se pretende comunicar.

Al hablar de locución nos referimos a la **vocalización, el tono la intensidad y la velocidad, y el volumen.**

Nos preocuparemos igualmente por la claridad pero ahora de los sonidos que emitimos.

**La vocalización** de las palabras. Estas no deberían salir a borbotones, ni atropelladas, ni a regañadientes como si nos costara esfuerzo articularlas.

Las palabras pueden ser un regalo para el auditorio, y para ello es necesario mejorar la dicción y que la vocalización sea lo más correcta posible.

Para lograr una mejor vocalización es importante la **respiración diafragmática** (Evitar respirar con la parte superior del pecho y contar con mayor cantidad de aire, asegurarnos un ritmo de respiración relajado).

En la emisión de la voz el pecho es una caja de resonancia. La voz ha de reverberar y tener alcance. Un sonido profundo y resonante multiplica el impacto de una idea.

Evita caer en una monótona exposición para ello utiliza distintas intensidades, tonos y entonación. Varía el **tono, la intensidad, la velocidad y el volumen** de la voz.

**Tono** calidad vocal o resonancia de voz producida principalmente como resultados de la forma de las cavidades orales.

Existen 4 clases de voz:

- Aguda
- Plana
- Hueca
- Robusta

**Volumen** : el objetivo de la comunicación es que un mensaje llegue a quienes nos están oyendo.

Para captar y mantener la atención del auditorio no es necesario gritar. El efecto dramático de un **susurro** puede ser muy intenso.

Evita que el volumen de voz se reduzca al final de las frases. En este punto las ideas que se están exponiendo deben alcanzar su máximo énfasis, en lugar de desvanecerse con las últimas palabras de la oración.

**Velocidad:**

Lento

Rápido

Cambio de ritmos: es el más interesante

**Las pausas.** Siempre que se manejen con seguridad sirven para ocultar el nerviosismo, para pensar y, sobre todo, para lograr un control efectista del tiempo. La pausa precede a las palabras haciendo que su sentido gane interés.

Ocasiones más frecuentes de pausas:

- El comienzo del discurso (Hasta que el auditorio esté en silencio y preparado para escucharle)
- En medio de una frase (Para dar énfasis a un punto importante)
- Después de una interrupción (El público debe quedar de nuevo en actitud de escucha)
- Antes de decir las últimas palabras (A modo de resumen)

## **APRENDE A DEFENDER TUS IDEAS Y A CONVENCER.**

La defensa de las propias ideas tiene como base los principios de la comunicación humana, pero además hemos de tener en cuenta la argumentación, la forma en que exponemos nuestras ideas para que sean entendidas, comprendidas y asumidas por nuestros interlocutores.

### **Argumentar no es:**

- ⇒ simplemente afirmar una idea u opinión,... consiste también en probar, en justificar lo que se afirma
- ⇒ “demostrar” algo de manera científica e irrefutable.
- ⇒ ordenar o mandar, puesto que se trata de exponer razones para persuadir

Por tanto **argumentar es motivar**, dando a este término los 2 sentidos que abarca:

- **Ofrecer motivos, razones** (centrada en el razonamiento)
- **Convencer a las personas** (centrada en la persuasión, teniendo en cuenta los sentimientos, valores y emociones del interlocutor o del auditorio al que se pretende convencer)

Por tanto, los motivos, las razones, habremos de adaptarlas a la idiosincrasia de las personas a las que se trata de convencer.

### **Variables a tener en cuenta:**

argumentista  
destinatario  
mensaje  
contexto o entorno

**Argumentista.**- ¿cual es su grado de credibilidad?, es competente, digna de confianza

**Destinatario o auditorio.**- ¿cual es su mundo racional y afectivo?

**Mensaje.**- las opiniones y sus justificaciones. ¿Cuál es el rigor, la validez de los razonamientos y de los elementos que se originan?

El **contexto** o el entorno atendiendo a la información que nos puede facilitar así como a los obstáculos y facilitadores de dicho contexto.

**La procedencia de una fuente fidedigna,  
la coherencia en relación a los mensajes de la persona destinataria,  
el contenido y la lógica del mensaje,  
la adaptación al contexto y a la situación  
son condiciones fundamentales en la eficacia de la argumentación**

Aproximaciones o aspectos a tener en cuenta para realizar una argumentación:

### **1.- Aproximación de situación:**

Quién emite, quién recibe el mensaje, cuál es el contenido del mensaje, cuáles son las características de la situación

Además es necesario tener en cuenta que en las relaciones interpersonales no todo está controlado y por tanto existe un grado de incertidumbre que habremos de tener en cuenta.

### **2.- Aproximación estratégica**

Cuáles son los objetivos, qué táctica aplicar para su mejor consecución, cuáles pueden ser los resultados

Se trata de adaptarnos a lo que pretendemos y realizar una confrontación entre los objetivos y los resultados.

### **3.- Aproximación dinámica**

La argumentación no surge en un inicio, sino que forma parte del proceso a través de las interacciones e intercambios que se producen entre las partes. Este juego requiere una adaptación permanente

## **SITUACIONES**

Las situaciones de argumentación pueden ser muy variadas y contemplar desde un único interlocutor hasta un gran grupo, así pues un elemento a tener en cuenta será el número de receptores, incluso puede ser que la receptora de nuestra argumentación seamos nosotras mismas a la hora de tomar una decisión. Otro aspecto a tener en cuenta es el ámbito ya sea personal o profesional.

La **discusión** como tal es positiva, ya que permite que tanto quien habla como quien escucha intercambien sus papeles, el peligro comienza cuando uno o varios interlocutores exponen sus opiniones como si de un monólogo se tratase, el riesgo está en estancarse cada cual en su posición y no encontrar en la confrontación otro motivo que rebatirla.

***No se trata de argumentar como fin, sino como un medio para conseguir nuestros objetivos, para ello se trata de ofrecer argumentos específicos, concretos y personalizados.***

## **ESTRATEGIAS**

El punto de partida es **analizar la situación: actores, mensaje y reglas del juego, todo ello en un entorno determinado.**

### **¿A quién me dirijo?**

Tener en cuenta los valores e intereses de mi interlocutor o del grupo.

- ⇒ Conocer su tipo de argumentación, si es más importante el razonamiento o el componente emocional

### **¿Cuál es mi objetivo?**

Definir lo que deseo obtener y a partir de que posición estas dispuesta a ceder en caso de negociación

- ⇒ Seleccionar los argumentos y organizarlos

### **¿De qué tiempo puedo disponer?**

Distinguir lo esencial (argumentos clave) y lo accesorio (argumentos secundarios), dar un orden jerárquico a los argumentos según su importancia

### **¿En qué tipo de ambiente o espacio?**

Tipo de relación que tengo con mi interlocutora (más o menos íntimo)

- ⇒ Adaptar el comportamiento no verbal
- ⇒ Concentrarse más sobre el razonamiento o sobre lo relacional

### **¿En qué momento intervengo?**

Estado de ánimo mío y de la persona interlocutora. Disposición y grado de fatiga

- ⇒ Tu propia forma
- ⇒ La duración de la argumentación
- ⇒ Expresión adecuada

### **¿Cuáles son las reglas del juego?**

Cómo vas a intervenir

- ⇒ Palabra continuada, próxima al discurso
- ⇒ Centrarse en la argumentación y su estructura o en la respuesta a las posibles contraargumentaciones

### **¿Cuáles son mis riesgos, mis límites?**

Seleccionar y decidir todo lo que tienes derecho a decir, teniendo en cuenta el contexto y los interlocutores

- ⇒ Escoger los mejores argumentos entre todos los posibles

### **¿Cómo elaboro el mensaje, mis opiniones?**

Elegir las palabras y expresiones a utilizar evitando obstáculos de la comunicación.

- ⇒ No expresar juicios sobre el interlocutor
- ⇒ Evitar el círculo reproches-justificaciones
- ⇒ No centrarse en hechos del pasado
- ⇒ Desarrollar propuestas concretas y precisas

## ARGUMENTACION EN LOS GRUPOS

Fases:

- 1.- La **orientación**.- la gente se observa, tantea, lanza ideas que el grupo acepta. Estamos en una fase de producción no organizada, de creatividad
- 2.- El **conflicto**.- las ideas se oponen, suscitan adhesiones o críticas
- 3.- La **emergencia**.- el grupo está en puertas de tomar una decisión, se va esbozando una tendencia. Aquí la argumentación es fundamental para ayudar a justificar la acción que parece emerger.
- 4.- El **refuerzo**.- es la fase de solidez y determinación. Los argumentos son necesarios para consolidar la decisión que ha surgido y para reforzar su adhesión.

El papel de la **moderación** es muy importante para allanar los posibles choques de intercambios, suavizar conflictos y estructurar la reunión para que el grupo llegue al objetivo que persigue.

### **Pautas:**

- formular precisamente el problema y el objetivo previsto
- prever soluciones sólo tras haber realizado un análisis a fondo de la situación (investigación de los hechos y de sus causas)
- evaluar las diferentes soluciones apoyadas en puntos sólidos/débiles (ventajas/inconvenientes) sin tomar una decisión que no esté plenamente justificada y argumentada

En una intervención en grupo hay que tener en cuidado con la duración de la intervención, si pretendemos que el grupo participe e intervenga.

Una vez llegado el momento de las preguntas o debate:

**Repite** siempre la pregunta; “la pregunta era... “ o “ lo esencial de tu pregunta es...”

**Elogia** la pregunta o a quien lo dice y por qué “Es una pregunta oportuna porque....”

**Responde** a la pregunta concisa y directamente.

**Enmarca** la respuesta “podemos considerar...” Se puede aplicar en ...”

**Comprueba** la fidelidad de la comunicación: ¿contesta a tu pregunta?, ¿Me he explicado?

## **EL DISCURSO**

### 1. Preparación del discurso.

Cuando se habla en público hay que tener en cuenta que:

- La mayoría de las personas al hablar se sienten nerviosas por la novedad y el auditorio
- La calidad de las exposiciones dependen en gran medida de su preparación
- Estás ahí porque tienes algo que decir y el público está interesado, si no, no estarían allí.
- A Hablar en público se aprende hablando en público

Cuando tenemos que dar una charla o exponer una idea ante un grupo grande o dar nuestra opinión y nos sentimos nerviosas, hay que tener en cuenta que:

- Una se acostumbra a la intervención en público interviniendo.
- La primera vez no tiene porque salirte genial, ninguna nacemos ensañadas.
- Tus opiniones son muy válidas, tanto como las de cualquier otra persona.
- Tienes derecho a tener tus dudas y puedes preguntar a personas que tengan más experiencia en las exposiciones con gran público, o que puedan ayudar con el tema sobre el que vas a tratar.

### **Algunas claves previas para realizar una exposición pueden ser:**

- 1.- Presentación: soy.....
- 2.- Motivar al auditorio: el tema es..... y su interés.....
- 3.- Explicar la estructura de la intervención: duración, horario, participación,...
- 4.- Contenido:
  - . Introducción con un esquema claro
  - . Desarrollo
  - . Resumen y síntesis de las ideas más importantes
- 5.- Contrastar opiniones: ¿están de acuerdo?  
Animar a las preguntas y a la participación del resto de las personas
- 6.- Agradecimiento a las asistentes

### **Otros aspectos a tener en cuenta:**

- Prepara bien tu intervención. Es importante que centres el objetivo: informar, convencer, interesar,..
- Realiza un esquema con las ideas más importantes
- Nunca se aprenden más de tres ideas a la vez. Repite los aspectos más importante de varias maneras, utilizar ejemplos es muy ameno.
- Si es un grupo pequeño: implica al grupo en tu intervención, pregunta cosas y pon ejemplos cercanos al grupo.
- Si es un auditorio grande: utiliza la voz, y las pausas, y no pierdas de vista el esquema que hayas hecho con los puntos más importantes de la conferencia.....

## 2. La estructura del discurso

Todo discurso puede dividirse en tres partes:

La apertura  
El cuerpo  
La conclusión

**Apertura.-** La primera frase del discurso propiamente dicho, no los agradecimientos o la toma de contacto con el auditorio sino la primera de su disertación tiene mucha importancia; es importante captar la atención excitando el interés e impulsando al auditorio a seguir escuchando.

Es importante para llegar bien al final, que en el principio el párrafo introductorio general “resume” lo que se va a decir, capta la atención del auditorio e indica el pensamiento de la persona que está exponiendo.

**Cuerpo.-** A continuación deben ordenarse las ideas de forma secuencial sucediéndose unas a otras; las ideas en una locución verbal deben ensamblarse, el ritmo de las ideas ha de seguir un ritmo, los conceptos desvinculados, los pensamientos dislocados y las teorías desarticuladas constituyen un signo de poca y preparación y tienen como resultado que el auditorio deje poco a poco de entendernos, y posteriormente deja de seguir la argumentación.

**Conclusión:** lo mejor para conseguir un buen discurso es acabarlo bien. El final tiene que constituir el compendio de lo que se ha dicho y puede incluir:

- Un resumen, concentrado en una o dos frases, del contenido principal del discurso
- Propuesta o resolución que se deduzca del cuerpo del discurso
- Llamamiento de apoyo a lo que se ha expuesto o agradecimiento..... dependerá de las situaciones de discurso.

Se puede llevar el principio y el final preparados y memorizados y dejar más a la improvisación la parte central del discurso.

En cualquier caso, antes de introducirnos en la estructura del discurso hemos de tener en cuenta aspectos más importantes como son:

- Qué quiero decir
- Qué quiero conseguir con mi discurso
- Quiénes forman el auditorio
- Control del tiempo del que dispongo para mi intervención.



### **DECALOGO DE RECOMENDACIONES PARA UN “DISCURSO”**

BSobreponerse a la pereza mental; ésta suele ser uno de los peores enemigos y aparece disfrazada bajo fórmulas de l tipo “ esto no es lo mío”, “ya lo intentaré mañana”, “otras están más capacitadas que yo”...

BObservar, respetar el hecho, intentar verlo tal como es; no creer lo que se desea creer; deshacerse de los apriorismos personales de los prejuicios: las cosas- decía Santo Tomás de Aquino- son lo que son, no lo que me parece que son.

BPensar sobre el tema darle vueltas, mascararlo, desmigarlo, rumiarlo.

BMedir las cosas comparándolas con aquellas que se les parecen; encontrar similitudes y diferencias hasta situar el asunto en su perspectiva adecuada.

BConsultar con personas expertas en la cuestión,

BAdministrar bien la memoria; recordar los hechos importantes y olvidar los otros; acudir al fichero para encontrar apoyos

BProceder como estrategia militar: reclutar hechos, casos e ideas: movilizarlos cambiarlos de sitio, seleccionarlos; concentrarlos en los lugares decisivos de la batalla.

BSaber presentar la situación determinando un punto esencial sin apartarse de él o, al menos, sin dejar de perderlo de vista, para saber así regresar cuando sea preciso: un problema presentado con claridad es ya un problema medio resuelto.

BNo perder de referencia al público; no olvidar los motivos psicológicos que pueden hacer que reaccione favorable o desfavorablemente.

BProponer soluciones factibles; fijar las metas claras concretas asequibles y resumir lo esencial de nuestros mensaje en apenas tres puntos fácilmente recordables.



## **TECNOLOGÍA EN LOS DISCURSOS.**

### **Apoyos visuales:**

No reemplazan el mensaje verbal, han de utilizarse para:

- Aportar un entramado a su exposición de manera que atraigan la mirada y la atención de quienes le escuchan.
- Ilustrar y explicar conceptos y detalles que de otra manera no pueden exponerse con sencillez, precisión y/o rapidez.

### **Diapositivas y transparencias:**

- Deben ser concretas claras y precisas.
- Rotular una frase en cada transparencia
- Es importante que la primera transparencia de una visión de conjuntos sobre la que se pueda volver si nos parece oportuno.
- Textos necesarios pero concisos
- Llevar lápiz, o puntero de pantalla para hacer las indicaciones oportunas sobre la transparencia.
- Dirigirse al público, no al aparato, incluso en la lectura de lo que aparezca en la pantalla procurar no dar la espalda al público. Lo importante es mantener el contacto con quienes nos escuchan.
- Pueden ampliarse o disminuirse durante el discurso
- Si utilizas estadísticas: gozan de poca credibilidad. Explica los datos necesarios porque no hay que presuponer que todo el mundo sabemos interpretar un balance.

**Diapositivas:** (con cañón de vídeo y power point) hay que tener en cuenta que durante la proyección la sala ha de quedar a oscuras

**Transparencias:** más fácil de manejar que las diapositivas, si puedes acceder al proyector de transparencias antes de tu intervención mejor para comprobar su uso. Y ten cuidado si es de los antiguos, no vaya a esparcir tus apuntes o papeles por toda la mesa.

Lo dicho sirve para exposiciones en pizarra, veleda,...., lo importante es mantener la comunicación con el auditorio.

### **Otros apoyos:**

El más utilizado en las intervenciones en público es el **micrófono**:

Asegúrate de que está conectado y tómate el tiempo necesario para ajustar y situar el micrófono, que se te pueda oír bien antes de empezar con tu discurso.

Hay que tener en cuenta los cambios de volumen hay que procurar mantenerse siempre a la misma distancia del micrófono. Si se oyen pitidos o distorsiones, prueba a separarte un poco o bajar el volumen.

Si utilizas otros medios de apoyo, transparencias, dispositivas, vídeo.....ten en cuenta que al alejarte del micrófono no se te oye y el público está más atento a tus movimientos que a tu mensaje.

Si estás poniéndote nerviosa por problemas con el micrófono, si es posible, opta por emitir tu propia voz

### **Apuntes y citas:**

En algunos discursos es necesaria la lectura de párrafos enteros por su especial importancia, pero no hay que abusar de ellos porque los discursos leídos tienden a ser aburridos, se paraliza la comunicación no verbal y disminuye la locución.

En cuanto a las citas deben ser cortas y sólo tienen valor si se emplean de forma oportuna y nombrando al auténtico autor o autora de la cita.

Sirve lo mismo para un refrán. Si se está en un debate, las citas textuales que proceden de las ponencias anteriores son oportunas e interesantes para rebatir o apoyar la idea, pero ha de ser la frase dicha.

Recordar aquí lo que decíamos de la estructura del discurso y cómo aquello que más llega al auditorio es la apertura y la conclusión.

En los apuntes de tu discurso puedes llevar la apertura escrita, los encabezamientos de cada punto que vayas a tratar de la forma más precisa y claras. Puedes utilizar mayúsculas, minúsculas o diferentes colores para diferenciar los puntos importantes de aquellos secundarios o que se pueden mencionar sin hacer hincapié. Y escrita la conclusión, por si acaso para tener la seguridad de que puedes acudir a tus apuntes si no te va a salir mejor.

Si documentamos nuestro discurso con apuntes, que toda persona asistente ha recibido al entrar, hay que tener en cuenta lo mismo que se ha dicho con las estadísticas en las transparencias: conviene que la exposición de las cifras dé una apariencia de veracidad, indicando el origen de los datos estadísticos.

## **LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LOS DISCURSOS**

### **Radio**

Una intervención en la radio debe estar preparada como el discurso, hay que saber qué queremos decir y con cuánto tiempo contamos.

En algunas ocasiones podemos concertar con anterioridad las preguntas que nos van a realizar para poder preparar las respuestas con el lenguaje e incluso las “gracias” que nos parecen oportunas.

La modulación de la voz es muy importante en las intervenciones en radio. Habla pausada, sonríe, relaja la voz, habla con la persona que tienes enfrente, aunque el mensaje verbal no llegue a la audiencia éste modula tu voz y en general toda la comunicación paralingüística.

Debe transmitir sinceridad, y seguridad en las respuestas que emitas siendo lo mejor ser concisa y clara como en todo los discursos. Si carraspeamos o hay alguna equivocación y no es en directo puedes repetirlo ya que el personal que trabaja en la emisora son profesionales y están acostumbradas a tener que montar y “arreglar” equivocaciones en las grabaciones posteriormente.

Si es una entrevista telefónica en directo hay que tener en cuenta que no se puede “arreglar” nada de lo que digas ni los ruidos, carraspeos, tómate el tiempo que necesites antes de salir al aire y ten en cuenta que los móviles dan problemas de cobertura y sonido, si puedes da un número fijo al que te llamen.

Si llevas papeles y tienes que moverlos procura no hacer ruido por que el micrófono es sensible y amplifica los sonidos.

Es bueno hablar con la persona que nos entrevista con confianza, como si estuviésemos hablando a solas con ella sin la presión de la audiencia, llevando claro todo aquello que queremos transmitir y qué no vamos a responder porque no queremos hablar de eso, o no es el motivo de nuestra intervención.

Hay que tener en cuenta que quien entrevista es profesional y su trabajo consiste en hacer un buen programa de radio que “enganche” a la audiencia y por esto a veces querrá saber o incidirá en aspectos que no nos competen o en los que no queremos entrar lo mejor en con asertividad incidir en el tema de nuestra entrevista, intervención.....

Si se trata de un debate procura que en tus intervenciones haya silencio, es decir que el resto de las personas invitadas no estén interviniendo para que se te oiga con claridad, y recuerda que las conclusiones se quedan en la audiencia, si te dan la posibilidad intenta que las últimas palabras sean tuyas.

Por ultimo, no te relajes, y evita hacer comentarios mientras no tengas la seguridad efectiva de no estar ya en el aire, es decir de la conclusión de la emisión.

## **Televisión**

Es el medio que más repercusiones puede tener. Además de las distintas emisiones están las grabaciones del programa en el que intervenimos bien porque lo que contamos le interesa a la gente bien porque les interesamos nosotras. La televisión como medio de comunicación tiene un gran poder de influencia, no hay más que ver el coste de la televisión.

En cualquier caso es un espacio en el que hay que llevar muy claro el mensaje que queremos dar y cómo lo vamos a transmitir.

Normalmente son intervenciones cortas en el tiempo, ya que por ejemplo un spot publicitario puede durar 10 segundos, tiempo suficiente para ejercer una gran influencia sobre los espectadores, así que por lo general, no tendremos largas intervenciones.

Hay que preparar la intervención desde antes de su comienzo. Así por ejemplo, elegir la ropa; al igual que lo comentado en otras situaciones, es importante acudir a la televisión con una vestimenta con la que nos encontremos cómodas y se ajuste a la imagen que queremos dar.

Es importante mantener la calma, por eso si se puede hay que llegar con tiempo de sobra. La persona encargada del maquillaje se encargará de nuestro rostro. Si te sobra tiempo real después del maquillaje podemos relajarnos con algún masaje activo o respiraciones profundas antes de comenzar.

Algunas propuestas para tus intervenciones en la televisión

- Trata de cuidar tu lenguaje no verbal
- Cuida la expresión de la mirada, es la que consigue el contacto con las personas que están al otro lado de la cámara, además de infundir confianza y mostrar tu sinceridad.
- Sonríe de forma natural, si es forzada se “nota” y nos aleja de los espectadores.
- Procura no buscar la cámara si no sabes cuál está enfocando en ese momento, si te están enfocando con otra dará la impresión de sospecha o miedos...
- Cuidado con la sobreactuación gestual.
- Si tratamos con amabilidad a quien nos entrevista responderá en la misma actitud.
- Escucha atentamente las preguntas, si no entiendes exactamente una, pide que te la repitan por favor.
- Contesta a la pregunta que te hagan, no a la que te gustaría contestar, la que llevas preparada.

Trata de proyectar en la pantalla toda tu personalidad, irradia serenidad, sinceridad y como hemos dicho con la radio es bueno hablar con la persona que nos entrevista con confianza, como si estuviésemos hablando a solas con ella, sin la presión de la audiencia.

## **BIBLIOGRAFIA**

### **Lenguaje oral.**

---

Ander, Egg,E y Aguilar ,M.J.: TECNICAS DE COMUNICACIÓN ORAL  
Humanitas Buenos Aires

Art Fettig (Mr. Lucky) : COMO METERSE AL PUBLICO EN EL BOLSILLO 7 técnicas  
para iniciar un discurso. EDAF D. L. Madrid 1982

Asensio, M.: COMO HABLAR EN PUBLICO  
Europa de Ediciones. Madrid Ibérico

Aspiunza ,Begoña: GUIA RAPIDA PARA APRENDER A HABLAR EN PUBLICO  
Deusto, Bilbao 1990

Brentano, C.A.: DOMINE LA TECNICA DE HABLAR EN PUBLICO  
De Vecchi. Barcelona

Cañas, José: HABLAMOS JUNTOS  
Ediciones Octaedra. Barcelona 1997

Carbonell, C.A.: TODOS PUEDEN HABLAR BIEN  
Edaf. Madrid

Carnegie y Carnegie: EL CAMINO FACIL Y RAPIDO PARA HABLAR BIEN  
Edhasa. Barcelona

Glass, Lillian : COMO EXPRESARSE CORRECTAMENTE  
Paidós. Barcelona 1994

Merayo Arturo : CURSO PRACTICO DE TECNICAS DE COMUNICACIÓN ORAL  
Editorial, Tecnos 1998

Recopilación de autores: COMO HABLAR EN PUBLICO  
Biblioteca Deusto de Desarrollo Personal, Bilbao 1991

Reig, Ramon: SOBRE LA COMUNICACIÓN COMO DOMINIO. Seis paradigmas  
Fundamentos D.L. .Madrid 1992

Vallejo-Najera, Juan Antonio : APRENDER A HABLAR EN PUBLICO HOY  
Planeta, Barcelona 1996

Watzlawick, P, Beavin Bavelas,J, J., D: TEORIA DE LA COMUNICACIÓN HUMANA  
Biblioteca de Psicología . Editorial Herder Barcelona 1991

### **ORATORIA EN INTERNET**

Consejos de conferenciantes. Generador automático de discursos. Asociación de  
Oradores

Buscar: Oratoria+mujer  
Hablar en público

## **Comunicación no verbal**

---

Davis, Flora: LA COMUNICACIÓN NO VERBAL  
Alianza Editorial. 1993

Hervas Hernandez, Gloria: COMO DOMINAR LA COMUNICACIÓN VERBAL Y NO VERBAL. Playor. Madrid 1998

Minguez Vela, Andres :LA OTRA COMUNICACIÓN. COMUNICACIÓN NO VERBAL ESIC Editorial. Madrid. 1999

Morris, Desmond: "EL MONO DESNUDO"  
Editorial Plaza y Janes 1968.

Thiel, Erhard : EL LENGUAJE DEL CUERPO  
Elfos . Barcelona 1991

## **Otros relacionados con la comunicación.**

---

De Urbina, J.Antonio: EL PROTOCOLO EN LOS NEGOCIOS  
Ediciones Temas de Hoy. Madrid 1994

Demory B.: CÓMO DIRIGIR Y ANIMAR LAS REUNIONES DE TRABAJO  
Editorial Deusto. Bilbao 1988

Gauquelin, M y F. : EL MECANISMO DE LA PERSUASION  
Editorial Grijalbo. Barcelona

Laforet Hernandez, J.Jose: PROTOCOLO Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN  
Editorial: edición propia

Patton, F: LA FUERZA DE LA PERSUASIÓN  
Editorial Deusto, Bilbao

Pedler, M., Burgoyne, J., Boydell, Tom: GUIA PARA EL DESARROLLO DE EJECUTIVOS  
Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S.A: Madrid, 1994

Quiroga, Mabel MANUAL PARA QUEDAR BIEN EN SOCIEDAD Y EN LOS NEGOCIOS  
Grupo Unide P&Q

Roiz, Miguel: TECNICAS MODERNAS DE PERSUASIÓN  
Eudema Universidad (Textos de apoyo) Madrid, 1994