

Curso Virtual

de oratoria eficaz

Atraer Hablando

EL ARTE DE HABLAR

Autores:

- Alfonso Borragán
- Jose Antonio Del Barrio
- Víctor Borragán

III.- El gran reto de la comunicación: el discurso o la conferencia

Decía el siempre sorprendente Juan de Mairena, máscara tras la que se ocultaba el profesor Antonio Machado, que el arte de hablar no puede ejecutarse en el vacío del pensamiento, pues sería entonces el arte de hablar bien sin decir nada, o de hablar algo pensando en otra cosa. Y se negaba a admitirlo, pues –argumentaba- que “para decir bien hay que pensar bien, y para pensar bien conviene elegir temas esenciales, que logren por sí mismos captar nuestra atención, estimular nuestros esfuerzos, conmovernos, apasionarnos y hasta sorprendernos”. Si todas las ocasiones comunicativas nos ponen a prueba y nos exigen pensar bien, algunas parecen reclamarlo especialmente. En ellas está en juego mucho más de lo habitual. Nos referimos al acto comunicativo extenso: la charla o la conferencia.

En este capítulo intentaremos analizar con detalle todo lo que está implicado en un discurso (los momentos inmediatamente anteriores así como el acto mismo de pronunciarlo) para poder enfrentarnos a estas situaciones con ciertas garantías de éxito.

Para apreciar la importancia de una adecuada documentación, te proponemos el siguiente ejercicio como inicio del tema. Escoge un artículo de revista sobre un tema del que conozcas muy poco. Sin leerlo, apunta las ideas que tienes sobre ello. Pasa a leerlo y añade seguidamente todas las ideas relevantes que encuentres en él. Valora lo que la documentación te ha aportado. ¿Es bueno improvisar? ¿Puede sacar a alguien de algún atolladero?

OBJETIVOS

- Conocer los tiempos relevantes de un discurso y aprender a actuar conforme requiere cada uno.
- Interpretar la idiosincrasia del público para sintonizar con él

EXPOSICIÓN TEÓRICA

A. Fase de preparación del discurso

La misma palabra –charla, conferencia, discurso- nos puede imponer cierto respeto. Y no es para menos. Pero, a la vez, nos pone en alerta y posibilita que se disparen todos los resortes para una adecuada preparación. Un discurso bien estructurado nunca se improvisa, se trabaja y se organiza. Por eso es importantísima la fase de preparación previa (tal como hemos indicado en el capítulo anterior). Y una intervención breve no supone necesariamente una preparación menor, pues implica condensar muchas cosas en poco tiempo.

Las preguntas que hay que hacerse en la fase de preparación del discurso girarán en torno a:

1. El Tema (título) de la ponencia y el público al que va dirigido:
 - Dilucidar qué aspectos quedan dentro y cuáles fuera del discurso.
 - Conocer al público: quiénes me van a escuchar, qué saben del tema y de mí, qué esperan...
 - Con ocasión de qué se celebra la conferencia.
 - Duración: el tiempo exacto del que dispongo.
2. Los objetivos que pretendo lograr con la comunicación:
 - Formulación clara y precisa de unos sencillos y no excesivos objetivos: con qué quiero que se quede el auditorio.
 - Cuál debe ser la reacción directa e inmediata del público ante estos objetivos.
 - Qué debo evitar.
3. Cuestiones de organización:
 - Fecha y hora de la conferencia.
 - Ubicación exacta del lugar y medios de transporte necesarios para acceder.
 - Condiciones económicas.
 - Medios técnicos necesarios.
 - Características de la entidad o institución que me ha invitado; nombre de los responsables...
4. Contenido y relación de los datos.
 - A qué fuentes voy a recurrir para recopilar información: libros, prensa, Internet, aportaciones personales, conversación con ciertas personas...
 - Cómo voy a ordenar los datos más interesantes. Puedo ir disponiéndolos en fichas para manejarlos mejor (desde luego, no usar hojas sueltas).
 - Elaboración de un guión siempre retocable. Hay que ser creativo en la

estructuración.

5. Metodología de la preparación

Debo decidir de antemano si voy a dejar el discurso preparado:

- Por conceptos claves. Con ello, el lenguaje gana en libertad y espontaneidad. Permite también un mayor contacto visual con el público, mayor capacidad de reacción ante imprevistos, un orden del discurso más flexible, menor trabajo de preparación...
- Redactando un manuscrito completo. En este caso el lenguaje es más cerrado, más artificial. El texto debe plasmar la estructura lingüística oral, no la escrita.

Si todas las variables anteriores están resueltas, nos será mucho más fácil ir perfilando nuestro discurso. Y si aún tuviéramos que reducir todo lo anterior y quedarnos con lo mínimo imprescindible, pues tal vez a alguien pueda parecerle demasiado detallado, no podríamos pasar por alto lo siguiente:

- Definición clara de los objetivos.
- Elección de un título interesante acorde a esos objetivos.
- Elaboración de las conclusiones.
- Organización lógica de, al menos, las ideas principales.
- Redacción de las primeras palabras, que serán las que atraigan y centren la atención. (Siempre causa mucho impacto iniciar con un caso de la vida real, un refrán, una declaración directa o una pregunta interesante. Los días previos a la charla podemos vivir multitud de experiencias que sean muy adecuadas para el inicio).
- Redacción de las palabras finales. (Sobre la importancia de un buen final hemos insistido en el capítulo anterior).
- Si es posible, dejar reposar el discurso un poco de tiempo. Esto puede facilitar que las ideas maduren y se expresen con más claridad y aplomo.

El discurso supone un reto especial para el orador. Conocer todos los aspectos implicados en él es el comienzo del éxito.

B. Pronunciando el discurso.

A la hora de pronunciar el discurso, no sólo es importante el acto mismo de pronunciarlo, sino también, y diríamos que sobremanera, los momentos previos. Ni que decir tiene que ni el alcohol ni los estimulantes van a ayudarnos a controlar la

situación, por lo que nos abstendremos de ellos.

Hemos querido atender al tiempo previo, la media hora -o algo más- inmediatamente anterior al inicio del discurso. Es un momento muy importante. Lo hemos dividido en dos: el intervalo, más remoto, desde que se llega a la sala, y los instantes más próximos al uso público de la palabra.

a) Mientras va llegando el público:

El tiempo que precede al discurso puede aprovecharse muy eficazmente si somos conscientes de que sirve para ambientarse, para conocer al auditorio y para estudiar sus reacciones. En estos momentos hay que procurar estar especialmente relajado y con un talante positivo, confiando en todo el trabajo de preparación realizado. Algunos consejos concretos:

- Llega puntual, es decir, 15 ó 30 minutos antes: reduce el estrés y deja tiempo para los últimos retoques y para centrarse.
- Comprueba que has cogido el manuscrito, las fichas o el disquete o formato digital.
- Revisa la vestimenta y el peinado.
- Comprueba igualmente los medios auxiliares (enchufes, altura del atril, micrófono, luces y posibilidad de oscurecer la sala, agua y vaso, temperatura, ventilación de la sala...)
- No es impropio establecer un contacto con el público al que se va a hablar. En cualquier caso, este primer contacto tiene que ser sólido.

b) El momento inmediatamente anterior al uso de la palabra:

- Apaga el teléfono móvil.
- Si se va a acceder al estrado estando ya el público presente, hazlo sin acompañantes. Acércate con paso tranquilo, seguro de ti mismo y con decisión, pero nunca en plan conquistador.
- Atiende a los cables del suelo o a cualquier posible obstáculo.
- Ya en el atril o en la mesa, ordena los papeles tranquilamente, coloca las notas al alcance de la vista, sírvete agua, quítate el reloj y ponlo en lugar visible, enciende la lámpara y conecta el micrófono.
- Aléjate un poco del atril, apoya firmemente las piernas y baja las manos.
- Establece contacto visual con el público.
- Haz una pausa hasta que quede la sala en silencio. De esta manera se

gana un respeto inicial.

- Comienza a hablar muy despacio y con muchas pausas.

Ha llegado el momento de hablar. Procede según estas sugerencias que hemos marcado atendiendo a las partes básicas de la estructura del discurso:

- a. **Presentación:** Busca un contacto emocional con el público desde las primeras frases. El comienzo debe ser perfecto, por el contenido y por la forma (sobre todo el lenguaje corporal). Si lo consideras oportuno, puedes redactar las primeras frases palabra a palabra. Esta presentación debe ser corta y buscar atraer la atención y despertar el interés. Es diferente según el acontecimiento, el objetivo del orador, la composición del público, la relación que se tenga con él. En todo caso, hay que evitar las fórmulas estereotipadas, empalagosas, pasivas, floreadas... Es muy oportuno añadir siempre los agradecimientos por la invitación. En el caso de tener que hacer una salutación formal, el orden a seguir es: antes mujeres que hombres, ancianos que jóvenes; antes invitados que anfitriones; antes los de más cargo social; antes políticos que funcionarios, eclesiásticos que seculares; antes títulos adquiridos que concedidos, antes los títulos eclesiásticos, militares, políticos que los académicos... En caso de duda entre una salutación formal y otra de más confianza, elige la formal.
- b. **Introducción (asentando las bases).** Debe buscar estímulos para ganar la atención y crear un ambiente agradable. Es la base para empezar a convencer al público.
 - Ofrece de entrada la idea básica. Hay que comenzar diciendo cosas importantes. El público desea ser despertado con algo nuevo. Puede ser adecuado contar una experiencia propia, adelantar nuevas formas de aplicación, nuevos puntos de vista...
 - Avanza lo que va a ser el contenido del discurso: los objetivos y la estructura de lo que vas a hablar.
 - Expón el estado de la cuestión.
 - Explica los conceptos antes de entrar en el desarrollo. La explicación debe ser corta y concreta. Y no solo con palabras sino también con imágenes
 - Busca lazos con la realidad inmediata, poniendo ejemplos de la vida real.
 - Repite la información si es nueva.
 - Relaciona los puntos hablados entre sí.
 - Plantéate claramente el tiempo que le vas a dedicar (como mucho un

sexto del total)

- c. Parte central o desarrollo. El objetivo general aquí debe ser informar, mostrar y demostrar hechos y datos objetivos. Se debe procurar ir *incrementando la tensión* para que los oyentes quieran saber *más y más*. Este momento supone la puesta en práctica y el desarrollo de todo lo que venimos diciendo a lo largo del curso.
- d. Final o conclusiones. Debe ser muy claro porque es con lo que se queda el público. Hay que trabajar y escribir el final muchas veces. Las conclusiones exigen al público que actúe, y deben estar formuladas de forma incisiva y certera, mostrando las posibilidades de futuro.

El final no se debe improvisar. Hay que saber acabar y lo mejor es disponer de algunas frases elaboradas previamente. Evita frases triviales como “ya he acabado” o “hasta aquí lo que tenía que decir”. El final debe pesar. No te excuses por haberte alargado en el tiempo o por haberles aburrido. Si anuncias que vas a acabar, no te demores y acaba en los instantes siguientes, que es lo que está esperando el auditorio. Por la melodía de la última frase se debe saber que acabas. Quédate parado después de las últimas palabras y mantén un contacto visual con el público: es como tu aplauso hacia él. Aléjate tranquilamente del estrado.

En un discurso es importante divertir y entretener al público, aunque sólo sea porque se retiene mejor lo que se expone con amenidad. Pero, sobre todo, porque será la mejor forma de captar su atención. Saber mantener la curiosidad por cómo discurre la exposición será otra arma a jugar. Ningún tema resulta aburrido, sino sólo el orador.

C. El público nos habla

Habitualmente se ha hecho excesivo hincapié en el comunicador y casi nada en el público. Y, sin embargo, no se debe desatender al que escucha, a su ser propio: características, motivaciones, expectativas... ¿Complacer al público desde un principio? Por qué no. Darle a oír lo que quiere para, tal vez, llevarlo luego a conclusiones contrarias a su parecer. Pero esto es un arte, que no se adquiere sino con mucho trabajo y dedicación.

Podemos considerar al público como un individuo, aunque colectivo, y aplicar a él todo lo relativo a la psicología colectiva. Cuando un orador consigue ver a su público como una unidad, es muy probable que sepa orientarse adecuadamente y no titubee: digamos que entonces ha encontrado el camino por el que transitar. El acto de elocuencia es un diálogo entre dos, la búsqueda de un equilibrio o una nivelación entre vasos comunicantes. El orador, siempre atento a los “movimientos” del auditorio, a sus evoluciones, evitará, como el peor de los males, el más mínimo atisbo de aburrimiento. Un auditorio aburrido es un auditorio enemigo y, por ello, una regla clásica del arte de hablar es la atención constante al estado del público, pues si ellos mueven sus

traseros, o empiezan a mirar el reloj, es que yo no estoy moviendo sus corazones. Un orador absorto en el discurso, ensimismado, pero sin ninguna observación de su auditorio está haciéndose con todos los boletos para el fracaso. Quien sube a la palestra expone su yo ante el ojo clínico de los demás, y por eso siempre debe advertir la reacción que está provocando en el yo colectivo. Según los teóricos clásicos, el objetivo será alcanzar una especie de hipnotismo oratorio: mover los corazones persuadiendo. Habilidad, a nadie se le escapa, que no se consigue gratis.

El auditorio es más un sujeto activo que pasivo, devuelve una imagen y un estado al orador que éste debe saber apreciar. Descubrir ese estado de ánimo preponderante y esa personalidad propia, y saber dirigirse a ellos, significa orientarse adecuadamente. Frescura, novedad, capacidad de variar el rumbo para no actuar como quien ejerce un oficio. Un público a nuestra disposición supone una ocasión tan singular que sería una lástima desbaratarla procediendo de cualquier manera.

La relación con el público es una baza que hay que saber jugar. La meta será moverse con él y no frente a él.

D. Sintonizar con el público

Hay dos peligrosos extremos que es preciso evitar: el exceso de temor o de respeto ante la situación, y el exceso de confianza o la ausencia total de tensión. Como siempre, en todo es aconsejable el término medio o, como decían los antiguos, “nada en exceso”. El primer peligro nos lleva a un agarrotamiento que impide una comunicación natural y espontánea; el segundo, nos hace suponer que el oyente tiene tanto interés en lo que voy a comunicar como el que yo tengo en comunicarlo, lo que rebaja mi atención y provoca un exceso de confianza.

Evitando caer en cualquiera de estos dos extremos, tal vez sea más que prudente, o un buen horizonte, adoptar, en la medida de lo posible, el punto de vista del que nos va a escuchar; es decir, no partir de lo que yo voy a hacer y de mí como comunicador, sino *situarnos en el que escucha* y pensar qué es lo que puede estar interesado en recibir. Supondré, pues, que existe sólo un ligero interés inicial en escucharme, y mi objetivo será cautivar al público, persuadirle, afectarle... Una buena recomendación podría ser comenzar a hablar con una alusión directa y oportuna al público. Esto aporta frescura y actualidad a la comunicación, y facilita una mejor disposición a escuchar. Pero no está ausente de riesgos. Si se crean demasiadas expectativas (de familiaridad, de frescura, de agilidad, de novedad en los contenidos...), pueden verse defraudadas posteriormente en el discurso o, en algunos casos, se puede interpretar como un intento de adulación, lo que siempre rechazará un sector del público. Hay que saber utilizar este recurso oportunamente, pues existe el riesgo de que se vuelva contra uno mismo si no se aplica con naturalidad. Un inicio que haga referencia a los anhelos o deseos del auditorio (por ejemplo, en una conferencia o en una venta comercial) puede ser también un buen comienzo.

En cualquier caso, hay que preparar el inicio una vez perfilada definitivamente la comunicación, procurando que sea algo impactante. Cuidar en este momento la dicción y el tono, haciéndolo con pausa y una perfecta articulación, es comenzar bien. En el lenguaje hablado se busca la claridad y el medio directo. Si observamos a un orador experimentado y hábil, apreciaremos que tiende a repetir las ideas desde diferentes puntos de vista. Esta capacidad de envolver las mismas ideas con diferentes ropajes, siempre vistosos, permite ganar la atención. Por otro lado, evitar las frases hechas y el recurso a ciertas muletillas, habituales en una charla distraída, son exigencias básicas.

El público es especialmente sensible a los defectos más mínimos del que está en el estrado.

Proponer ejercicios prácticos sobre las reacciones y la idiosincrasia del público es verdaderamente difícil si no se tiene a un público delante. Te sugerimos, no obstante, un sucedáneo. Consiste en que durante al menos una semana te observes a ti mismo y a los demás en las distintas situaciones comunicativas que te surjan. Confecciona una “planilla” en la que puedas valorar si has sabido adaptarte a lo que te parecía que reclamaban los oyentes, si has causado impacto con tu palabra, o si, por el contrario, no has estado atento a sus reacciones. ¿Te ha resultado difícil? ¿Has podido atender a la vez a lo que decías y al efecto de tus palabras y gestos en los otros?

E. Leer o no leer el discurso

De un modo general, podemos decir que *leer una comunicación escrita* no es la mejor manera de proceder a la hora de enfrentarse a un público. No obstante, puede haber ocasiones en las que sea más aconsejable hacerlo, aunque siempre teniendo en cuenta una serie de pautas que aportaremos más adelante.

En la comunicación es especialmente relevante la relación que se establece entre el comunicador y el receptor (uno o muchos, según los casos), porque comunicarse es establecer un vínculo, una empatía, abrir un canal de ida y vuelta. Por eso, desde el principio, el comunicador debe procurar atraer la atención del oyente y establecer una base sobre la que ir levantando todo un entramado abierto y flexible de asideros comunes. Comunicarse tiene mucho de relación afectiva, de sintonía. Y leer un documento no ayuda en nada a este fin.

Ya el propio Cicerón, maestro de elocuencia donde los haya, indicaba que el buen orador es aquel que, a la vez, instruye, deleita y conmueve. El que habla no simplemente quiere transmitir un conjunto de ideas, sino que desea ir más allá, busca influir en los que le escuchan, procurando atraerles hacia sí. Comunicarse es, pues, un fin complejo que se descompone en muchos más elementos: informar, persuadir, entretener, conmover, deleitar, divertir, empatizar... Para ello deben ponerse en juego todas las facultades y recursos que uno posee: no sólo, entonces, un pensamiento

coherente y enriquecedor, sino también el gesto, la modulación de la voz con registros variados, la postura corporal, la presencia física... Todo ello adecuado siempre a quien comunica y a aquellos que son el objeto de la comunicación: sus características, sus intereses, su motivación, su nivel cultural o intelectual, lo que pueden considerar interesante y oportuno... Comunicarse es ganar un público, "hacerse creer" (en palabras de Dionisio de Halicarnaso).

Se debe huir, entonces, de la recitación, pues el actor es quien, despojándose de su personalidad, recita en el teatro, pero el orador, que siempre sólo debe representarse a sí mismo, no puede recitar.

No obstante, pueden darse ocasiones, muy especiales, en las que la lectura sea más aconsejable que la exposición improvisada. Tales casos son, por ejemplo, una comunicación ante un público de especialistas en una materia, donde la precisión pueda pesar más que la persuasión; o en la tribuna política, dada la gran trascendencia de las palabras, que van de la cámara al conjunto de los ciudadanos; o una lección inaugural, que en muchas ocasiones termina publicándose.

De todos modos, leer un discurso es todo un arte, pues el hecho de que sea leído debe notarse en el menor grado. Para ello, es conveniente:

- En la redacción del discurso, tener en cuenta el estilo oral y no el escrito.
- Haber leído ese discurso multitud de veces en privado, para conocerlo exhaustivamente (su ritmo, los momentos principales o álgidos...).
- Proceder modulando la voz según el sentido del discurso, haciéndolo vivo y dinámico.
- No perder de vista al auditorio, disminuyendo, en la medida de lo posible, el efecto de pantalla que entre el comunicador y el público pueden tener los folios impresos.
- Mantener una postura erguida y natural, nunca volcando el cuerpo o la cabeza sobre lo escrito, para evitar ese efecto de pantalla antes mencionado, así como para procurar una respiración amplia y, por tanto, una dicción fuerte, clara y segura.
- Utilizar letra grande, para que la lectura sea más fácil.
- Indicar mediante colores aquellas partes que se quieran resaltar o las que puedan ser eliminadas, en el caso de tener que abreviar.
- Marcar de forma clara la separación entre las distintas partes del discurso.
- Ser generoso con el papel, de manera que el texto no sea abigarrado y difícil de seguir.
- Hacer anotaciones sucintas y muy visuales en los márgenes.

Quien comunica leyendo está caminando con muletas. Siempre que la dolencia no

nos lo impida, es preferible no usar ningún apoyo.

Declamar es mucho más difícil de lo que parece. Y es mucho más que leer. Grábate declamando el siguiente poema de José Hierro al menos en tres momentos diferentes. Escúchalo y aprecia si has mejorado con la práctica. ¿A qué se debe?

VIDA

A Paula Romero

**Después de todo, todo ha sido nada,
a pesar de que un día lo fue todo.
Después de nada, o después de todo
supe que todo no era más que nada.**

**Grito "¡Todo!", y el eco dice "¡Nada!".
Grito "¡Nada!", y el eco dice "¡Todo!".
Ahora sé que la nada lo era todo,
y todo era ceniza de la nada.
No queda nada de lo que fue nada.
(Era ilusión lo que creía todo
y que, en definitiva, era la nada).
Qué más da que la nada fuera nada
si más nada será, después de todo,
después de tanto todo para nada.**

JOSÉ HIERRO, Cuaderno de Nueva York.

F. Decálogo para un buen discurso

Condensando todo lo anterior en forma de decálogo, podemos considerar como reglas de oro del buen discurso las siguientes:

- 1) Establecer una estructura sencilla y clara.
- 2) Hablar sabiendo de antemano lo que se pretende.
- 3) Saber elegir el camino adecuado para alcanzarlo.
- 4) Usar un lenguaje adecuado al contexto, huyendo de los tecnicismos.
- 5) Concentrarse en lo esencial: ir al grano. Mejor hablar mucho de pocas cosas

que poco de muchas cosas. Cuanto menos preparado está el discurso más se divaga. La divagación lleva a entrar en mil detalles y se pierde la estructura del discurso.

- 6) No querer contar al público todo lo que se sabe. Decir todo es provocar una indigestión, un empacho, una saturación.
- 7) Hablar mientras se tiene algo que decir.
- 8) Discurso breve: acabar antes del tiempo pactado. Ser breve o, mejor aún, decir lo fundamental eliminando lo innecesario. Esto no significa siempre hablar poco. Contar sólo las cosas que interesen al público y de eso sólo lo que entiendan. Los principiantes siempre hablan mucho.
- 9) Un discurso no debe ser leído (salvo ocasiones muy especiales). El lenguaje escrito y el verbal son diferentes. En cualquier caso, la palabra tiene que ser viva.
- 10) Es imprescindible reducir las distancias entre el público y el orador: tanto las físicas (ir vestido de acuerdo a lo esperado por el público, procurar la cercanía...) como las emocionales (hablar desde el corazón de los otros).

Concluyendo...

El discurso o la charla constituyen ocasiones privilegiadas y especialmente técnicas de la comunicación humana. Una correcta y paciente preparación, una actitud serena y el conocimiento del público permiten que se convierta en un acto grato tanto para el orador como para el auditorio.