
Table of Contents

Módulo 7: Asesores. Comunicación eficaz y oratoria.	1.1
1 INTRODUCCIÓN	1.2
2 REPASAMOS Y REPENSAMOS LOS CONCEPTOS BÁSICOS SOBRE LENGUAJE Y COMUNICACIÓN	1.3
3 EL RECEPTOR	1.4
TRES MOMENTOS PARA TENER EN CUENTA AL RECEPTOR	1.4.1
4. INVENTIO, DISPOSITIO y ELOCUTIO. EL MENSAJE VERBAL	1.5
4.1 INVENTIO	1.5.1
4.2 DISPOSITIO	1.5.2
4.3 ELOCUTIO	1.5.3
5. MEMORIA	1.6
6. ACTIO	1.7
6.1. ASPECTOS VOCALES / NO VERBALES	1.7.1
6.2. ASPECTOS NO VOCALES/ NO VERBALES	1.7.2
BIBLIOGRAFÍA	1.8
Créditos	1.9

Módulo 7: Asesores. Comunicación eficaz y oratoria.

MÓDULO 7: COMUNICACIÓN EFICAZ Y ORATORIA.

Este curso corresponde al módulo 7 del itinerario formativo de Asesores de formación de Aragón.

1 INTRODUCCIÓN

¿Empiezo el discurso con una pregunta? ¿Con una anécdota personal? ¿Debo evitar dar la espalda al público? ¿Puedo llevar unas notas por si me quedo en blanco? ¿En folio o en tarjeta? ¿Es imprescindible sonreir? ¿Y mostrar las palmas de las manos para generar confianza? ...

Las respuestas a estas preguntas no las vas a encontrar en este módulo. Tampoco las vas a encontrar en ningún manual de oratoria.

La [oratoria es definida por la RAE](#) como el “**arte de hablar con elocuencia**”. Se trata de una **destreza cultural que podemos perfeccionar**. Michel Suñer (2008) en su libro Cómo enamorar hablando en público cita algunos aspectos que nos ayudarán a transformar las aptitudes (poder potencial) en capacidades para la oratoria. Destacamos aquí: entusiasmo, confianza (aún sin sentirla), naturalidad, afán de superación, ejercitación y aprendizaje de técnicas.

Como todo arte, el éxito no depende de una aplicación estricta del conocimiento teórico. Guillermo Ballenato Prieto (2006) dice “seremos mejor comunicadores en tanto seamos capaces de movernos con flexibilidad en los diferentes intercambios comunicacionales y sepamos conjugar la aplicación de las estrategias y el cumplimiento de determinados aspectos formales con la autenticidad, la naturalidad y el propio estilo personal”. **En la comunicación humana no hay normas ni estrategias rigurosas que aseguren la eficacia y el éxito, solo consejos y un plan para mejorar a través de la práctica.**

Está claro que a comunicarnos eficazmente no aprenderemos leyendo los contenidos de este curso (al igual que a nadar no se aprende leyendo un manual). Tampoco aprenderemos practicando sin más: imagina que tu charla no ha conseguido el efecto que tenías previsto. Puedes pensar que a la siguiente saldrá mejor, pero eso sería dejarlo al azar. Para que a la próxima salga mejor necesitas: criterios, referentes, datos para la reflexión, sentido crítico y, muy importante, feedback sincero.

El objetivo principal del tiempo que vas a dedicar a este módulo es **obtener claves para la reflexión y el autoconocimiento** que guiarán, si eres una persona dispuesta, tu mejora en el arte de la oratoria y la comunicación eficaz.

Acompañaremos los contenidos con charlas disponibles en la red que te servirán para que vayas configurando una idea de cómo sería el “comunicador perfecto”... ese que ya te adelantamos, no existe. Nadie es perfecto.

Empezamos con Fidel Delgado. En su conferencia “Cómo instalarse la app del humor” (del minuto 11 al minuto 13) desarrolla su idea de “buffet libre de aprendizaje” que se asemeja bastante a nuestra propuesta: sírvete lo que creas que te viene bien y ejércitalo. ¡Buen provecho!



Cómo instalarse la app del sentido del humor from Ibercaja Aula en Red on Vimeo.



Nadies es perfecto. @art_trazos

2 REPASAMOS Y REPENSAMOS LOS CONCEPTOS BÁSICOS SOBRE LENGUAJE Y COMUNICACIÓN

En El arte de hablar (2008) J.A. Hernández y M.C. García afirman que el ser humano y la vida social son lenguaje y por tanto, éste es el principal oficio de la mayoría de las profesiones: científicos, juristas, docentes, médicos, publicistas... todos estos profesionales son especialistas en la palabra con diferentes fines.

Podríamos decir que la labor de la asesoría de formación para el profesorado aúna todas estas profesiones que utilizan el lenguaje para narrar, describir, preguntar, persuadir, divulgar, acompañar emocionalmente, argumentar, etc.

Sin perder de vista la función asesora, recordemos las funciones del lenguaje y algunas de sus dimensiones psicológicas:

- **Función informativa (referencial):** aporta conocimientos, conceptos e información objetiva. Se emplea cuando pretendemos transmitir una información con objetividad.

Añadimos en primer lugar el presupuesto de que esta información ha de ser del interés para el receptor (debemos conocer las necesidades de los oyentes o ayudarles a detectarlas como trabajo previo) y, en segundo lugar, nuestro deseo de valoración y comprensión del mensaje. Para ello, deberemos relacionar “lo desconocido con lo conocido, lo extraño con lo familiar, lo ajeno con lo propio. Demostrar es mostrar; es desvelar, es descubrir, iluminar: es acercar una realidad al área de visión, al campo de la comprensión” J.A Hernández y M.C. García (2008).

C. Anderson (2016) en su libro Charlas Ted utiliza la charla de F. Gilbert “La sorprendente ciencia de la felicidad” para ejemplificar los elementos clave para que un mensaje informativo sea eficaz:

- Comenzar desde el lugar en el que está el receptor.
- Activar la curiosidad.
- Presentar los conceptos ordenadamente.
- Usar metáforas.
- Usar ejemplos.



[Video link](#)

- **Función expresiva (o emotiva):** manifiesta emociones, sentimientos, sensaciones. Como ya sabemos, siempre va acompañada del lenguaje no verbal y éste será el encargado de dar las claves sobre su veracidad al receptor. Vive las emociones que quieras hacer vivir a tu audiencia. Pon las neuronas espejo de tu audiencia a trabajar.

<https://www.rtve.es/play/videos/redes/redes-mirada-elsa/1676633/>



[Video link](#)

- **Función apelativa:** consiste en llamar la atención del otro e influir en su opinión o generar un cambio. En nuestro caso, solicitar participación durante el acto comunicativo, llamar la atención, obtener una actitud de respeto e interés hacia nuestro mensaje y una disposición del público a “llevarse” nuestro mensaje en forma de idea, de información aplicable en el aula, de perspectiva...

La estrategia fundamental, en nuestro caso, es la honestidad, el reconocimiento de fortalezas y debilidades tanto del propio orador como de la audiencia además de subrayar los valores de la propuesta que se trae.

Chris Anderson (2016) , director de TED, apela a la “conexión” como herramienta necesaria para contar con el permiso de la otra persona para construir una idea en su mente. Para ello, sugiere:

- Contacto visual desde el principio, sonrisa serena.
- Muestra vulnerabilidad, dentro de unos límites, no finjas. Tu interlocutor valora tu autenticidad no que seas la perfección hecha persona. Deja a un lado tu ego.
- Utiliza el humor si es uno de tus puntos fuertes, pero si no es tu estilo, no lo fuerces: hay otras formas de conectar.
- Cuenta una historia, instantáneamente suscitan interés, emoción, intriga.

La conexión entra en relación también con la siguiente función:

- **Función fática:** mensajes que cuyo fin es establecer la comunicación, mantenerla y cerrarla adecuadamente. No es un simple ¿me sigues? se trata de conectar, de responder a las expectativas, de asegurar que el público te acompaña en tu viaje. Escucha activa y empática son claves en este caso.
- **Función poética:** implica que en la forma del mensaje haya una intención estética. Ésta influye en el ánimo del oyente.

Como asesores podemos valernos de la poética para crear slogans que se conviertan en el leitmotiv de nuestra ponencia o en un título atractivo. Los juegos de palabras “lo que no se evalúa se devalúa”, “si te atreves a enseñar nunca dejes de aprender”, las rimas “la emoción siempre gana a la razón”... no fallan, no se olvidan y además son fácilmente twitteables.

- **Función metalingüística:** se reflexiona sobre el propio lenguaje. Necesaria para generar reflexión, matizar... Por ejemplo: ¿en qué se diferencia el “Aprendizaje basado en Proyectos” del “Aprendizaje por proyectos”? , ¿por qué no “Enseñanza basada en Proyectos”?

Funciones del lenguaje



INFORMATIVA



Aporta conocimientos, conceptos e información objetiva



EXPRESIVA



Exteriorizar los sentimientos y estados de ánimo del emisor



APELATIVA



El emisor intenta influir en la conducta del receptor



FÁCTICA

Su objetivo es iniciar, prolongar, interrumpir o finalizar una conversación o bien comprobar si existe contacto.



POÉTICA



Se utiliza el lenguaje con propósito estético



METALINGÜÍSTICA



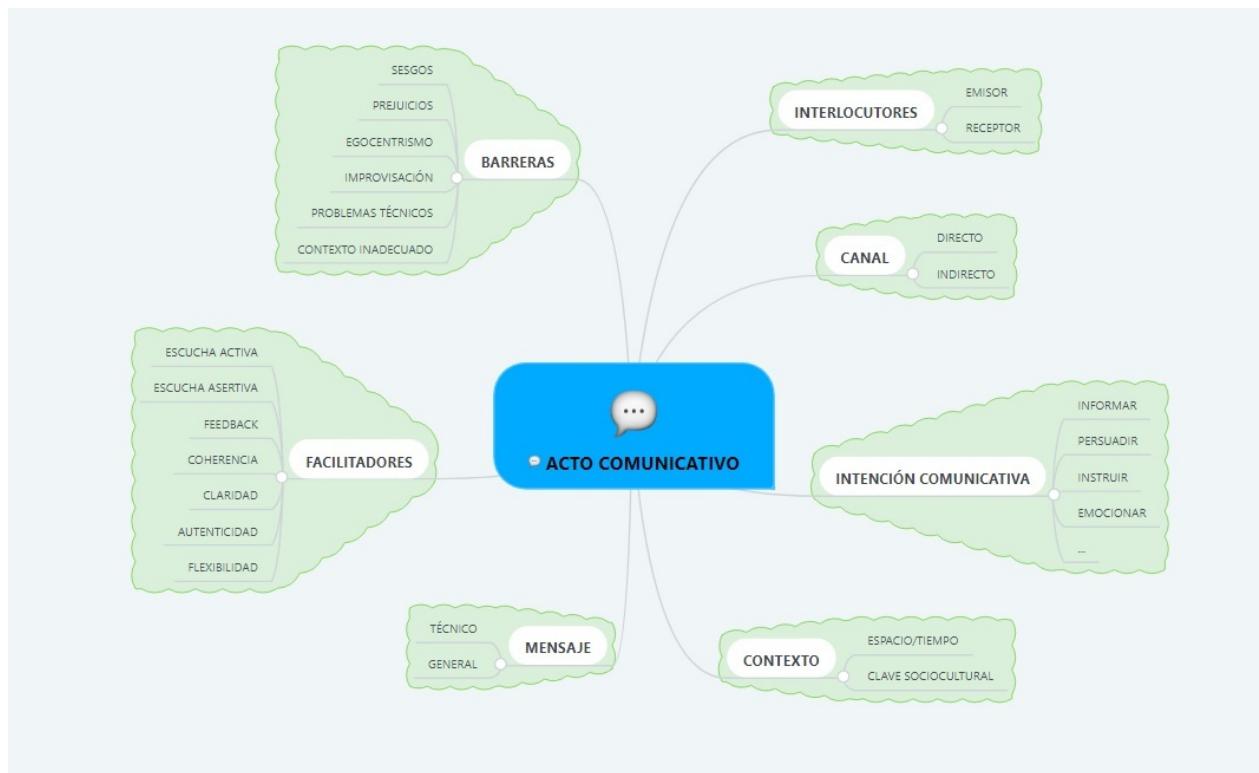
Se utiliza para hablar del propio lenguaje, aclara el mensaje



@lironda_

J.A. Hernández y M C García (2008) dicen “para ampliar nuestro inventario de recursos expresivos y persuasivos -para despertar el interés de los oyentes, mantener su atención, moverlos y conmoverlos, persuadirlos y disuadirlos, acusarlos y defenderlos- hemos de pedir ayuda a la diferentes Ciencias Humanas y, en especial a la Antropología, Filosofía, Lingüística, Semiótica, Poética y Didáctica” esta variedad de fuentes de la oratoria, a las que añadimos las Psicología y la Sociología, refuerzan la idea de que en el arte de hablar con elocuencia, de comunicar eficazmente, confluyen de manera coherente lo que se sabe, lo que se siente y lo que se hace.

Recordemos, antes de continuar, una adaptación del consabido mapa conceptual de una situación comunicativa (basado en el modelo de R. Jakobson)



Si pensamos en la función de la asesoría de formación para el profesorado, debemos tener en cuenta que a lo largo de este módulo podemos utilizar los siguientes términos para referirnos a los elementos del acto comunicativo:

Emisor = persona que ejerce la labor asesora o formativa.

Receptor = oyentes, público, auditorio, interlocutor, docentes, familias...

Acto comunicativo = charla, entrevista, ponencia, mesa redonda, discurso, clase, presentación...

En el Centro Virtual Cervantes, en su diccionario de términos clave de ELE, encontramos definido el [Principio de Cooperación](#) que rige el intercambio comunicativo. Este principio establece tres máximas:

1. Cantidad: haz tu contribución sea tan informativa como se requiera y no más
2. Calidad: tu contribución debe ser verdadera. No digas lo que crees que es falso ni aquello sobre lo que no tienes pruebas.
3. Relación: sé pertinente y relevante
4. Manera: claridad, brevedad y orden. Evitar la ambigüedad y la oscuridad en la expresión.

Volviendo al lema de este módulo “en comunicación no hay normas de oro”, si queremos ser buenos comunicadores no podemos tomarnos este principio como una norma inquebrantable. Sin quebrantar la máxima de calidad, no habría ironía, por ejemplo.

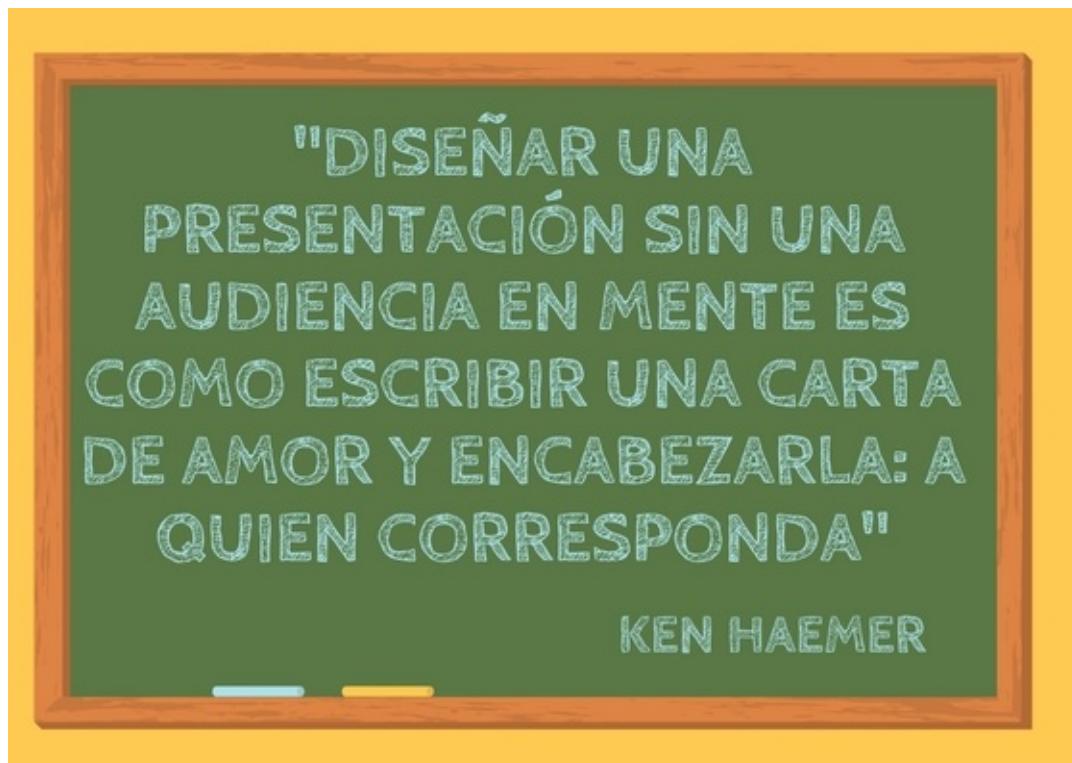
“La transgresión de alguna máxima del Principio de Cooperación supone la transmisión, generalmente consciente, de una información concreta, de un significado añadido al literal o explícito del enunciado”, “el proceso comunicativo del uso de la lengua es un proceso de interpretación de intenciones que se lleva a cabo poniendo en relación, siempre mediante el Principio de Cooperación, la información explícita de los enunciados que se emiten -el significado léxico-semántico o literal- con la información implícita o contextual que se deriva de los enunciados que se producen. Cuando en un intercambio lingüístico falla la comunicación (...) es porque no comparten la misma información contextual” Susana Luque (2000) en La expresión oral.

A este cuadro teórico también vamos a añadir los **axiomas de la comunicación** enunciados por [Paul Watzlawick](#).

1. No es posible no comunicarse.
2. Toda comunicación tiene un nivel de contenido (referencial) y otro relacional (conativo)
3. La relación comunicativa depende de cómo los participantes “puntúan” la secuencia de la comunicación. Una respuesta no es consecuencia de una información inmediatamente anterior sino de las comunicaciones previas, de la puntuación interpretación de la secuencia de interacciones.
4. Existen dos niveles de comunicación: verbal (digital) y no verbal (analógica).
5. La comunicación entre personas puede tener carácter simétrico (de igualdad) o complementario (desigualdad entre las partes).

La oratoria es un arte “en vivo y en directo”, se da en un momento único e irrepetible. La eficacia y la eficiencia de la comunicación dependerá de nuestra destreza para conseguir que los elementos y las normas vistas hasta ahora trabajen a nuestro favor y también de nuestra capacidad de adaptación y flexibilidad. “El saber hablar bien es un saber estratégico, tanto desde el punto de vista lingüístico como social. Por tanto no se adquiere, no se hereda, sino que se aprende.” Antonio Briz et al. (2008).

3 EL RECEPTOR



Con esta cita comienza el capítulo 3 del libro El Arte de Presentar de G. Álvarez Marañón (2012) y no hay metáfora mejor para esta idea ya que la eficacia comunicativa depende de cómo el emisor sea capaz de:

- preparar su intervención en función de las características de su audiencia y
- escuchar a su audiencia, en el sentido más amplio o profundo de la palabra.

Cabría pensar que la responsabilidad del proceso comunicativo es compartida entre emisor y receptor. Sin embargo, los expertos nos aconsejan que evitemos esa idea y que asumamos una responsabilidad total como emisores si queremos mejorar nuestras habilidades. Ya sabes, se trata de cambiar el “¿me has entendido?” por el “¿me he explicado?”.

G. Ballenato Prieto (2006) refiriéndose al emisor dice “él es quien debe procurarse, esforzarse por conocer a su interlocutor, conectar con sus motivaciones, captar su atención, interesarle, saber adaptar su mensaje, buscar el momento adecuado, y asegurarse y garantizar que su mensaje ha llegado y ha sido interpretado correctamente” .

Veamos cómo nos transmite esta misma idea G. Alvarez en su conferencia TEDx Gran Vía “Del miedo escénico al pánico escénico” (del minuto 11:40 al 12:30) a la vez que nos introduce en una metáfora recurrente: la ponencia como viaje.



[Video link](#)

TRES MOMENTOS PARA TENER EN CUENTA AL RECEPTOR

1 Antes de la charla

Debemos conocer las características del auditorio, lo que G. Álvarez (2012) denomina el “**ADN**” de la audiencia (actitudes, demografía y necesidades) para poder adaptar a ellas tanto el contenido como la forma de nuestro mensaje:

- Motivo por el que asisten a la sesión.
- Conocimientos previos sobre el tema.
- Nº de asistentes.
- Expectativas, necesidades formativas.
- Homogeneidad ¿hay algún experto en el grupo? ¿todos los asistentes son docentes?

No es recomendable **hablar sin conocer los intereses o expectativas del auditorio** y, si tenemos dudas, tendremos un doble trabajo: crear las expectativas y generar las preguntas que van a ser respondidas con nuestra intervención, además del “agua” deberemos dar la “sed”.

Puedes ampliar esta información en la web de G. Álvarez, El arte de presentar:

<https://www.elartedepresentar.com/2010/05/8-preguntas-sobre-la-audiencia-que-debes-responder-antes-de-una-presentacion/>

<https://www.elartedepresentar.com/2011/09/conoce-a-la-audiencia-de-tus-presentaciones-con-un-mapa-de-empatia/>

2 Durante la charla

Debemos prestar atención a las **reacciones del auditorio** desde el inicio hasta el final de la ponencia.

Así soluciona Angie Rosales el cansancio que detecta en su auditorio tras una jornada de charlas TEDx (0 min 10 seg) arriesgado, ovacionado y, como se verá, en el desarrollo de la charla, en total conexión con la personalidad de la oradora.



[Video link](#)

Escuchar forma parte del saber hablar, hay que comprobar que el interés se mantiene y que se generara un ambiente de mutua empatía.

Para ello, nos valdremos de dos tipos de escucha que son herramientas imprescindibles de todo buen comunicador:

- Escucha activa

- Escucha empática

Ésta nos darán información sobre el “paisaje emocional y atencional” en el que se está desarrollando la charla y nos permitirá realizar ajustes.

Una **charla**, como ya se ha adelantado, es un viaje en el que guiamos y acompañamos a los asistentes. Debemos estar atentos durante todo el camino para que el grupo llegue al destino cognitivo y emocional que nos hemos propuesto.

Como en una excursión, debemos tener previstos los incidentes (cansancio en los asistentes, actitud pasiva, hostilidad abierta a las nuevas ideas...) teniendo clara la importante diferencia entre “anticipar” incidencias en el viaje y prejuzgar a los asistentes.

Como buenos guías tendremos previsto:

- Etapas del viaje
- Momentos de descanso
- Objetivo del viaje explícito durante el trayecto y disfrute del camino

La escucha activa y empática es hacer el esfuerzo por captar lo que el interlocutor piensa y siente; ponernos en su lugar intelectual y emocionalmente. No es solo cuestión de técnica, también una actitud. Para ello, es necesario atender y saber interpretar tanto el lenguaje verbal como el no verbal.

Algunas pautas recomendadas son:

- Liberar la mente de prejuicios, preocupaciones, piensa en el auditorio no en tu mensaje.
- Escuchar sin juzgar, acepta a la otra persona.
- Cuidar/atender/valorar el lenguaje no verbal (propio y del interlocutor) ya que refleja las emociones y el lenguaje interior.
- Imitar los gestos y expresiones faciales (pon las [neuronas espejo](#) a trabajar).
- Dejar claro a los asistentes que les comprendes, que aceptas sus ideas y sentimientos aún cuando puedas no compartirlos.
- Repetir o mejorar aún, reformula el mensaje que recibes del otro, evita errores y malentendidos.
- Evitar en lo posible interrumpir o anticipar las conclusiones.
- Preguntar, solicita la información que necesitas para poder ajustar tu mensaje.
- Destacar los puntos en común.

En una ponencia se debe gestionar esta escucha entendiendo que no se interviene en una relación interpersonal de tú a tú, se trata de una intervención a un grupo por lo que en caso de personas que monopolizan la atención del orador en cuestiones que no aportan al grupo, se debe actuar con assertividad y permitir que el interés de la mayoría prevalezca. Cada persona ha asistido con sus propias motivaciones y circunstancias, sin embargo el auditorio es un conjunto de inteligencias asociadas que debes atender tanto en el plano individual como en el colectivo. No es una simple suma de sus inteligencias; es una combinación de ellas. La psique colectiva adquiere personalidad propia, distinta de los elementos que la integran. El colectivo unifica tendencias individuales y unifica el resultado (la risa, por ejemplo, se contagia)” M. Suñer (2008).

Puedes ampliar información sobre en la web de Santiago Moll, Justifica tu respuesta:

[http://justificasurespuesta.com/5-maneras-de-escuchar-a-tus-alumnos-que-es-la-escucha-empatica/](http://justificaturespuesta.com/5-maneras-de-escuchar-a-tus-alumnos-que-es-la-escucha-empatica/)

<http://justificasurespuesta.com/escucha-activa-que-necesitas-para-ser-un-buen-oyente/>

“Si ves que ellos mueven los traseros en los bancos, es que tú no estás moviendo los corazones”
(S. XVIII) citado por J. A. Vallejo Nájera en Aprender a hablar en público hoy (1994)

3 Despues de la charla

Después de la charla:

Demuestra a tus interlocutores que te importan, solicita feedback de tu charla, haz saber que su opinión te interesa.

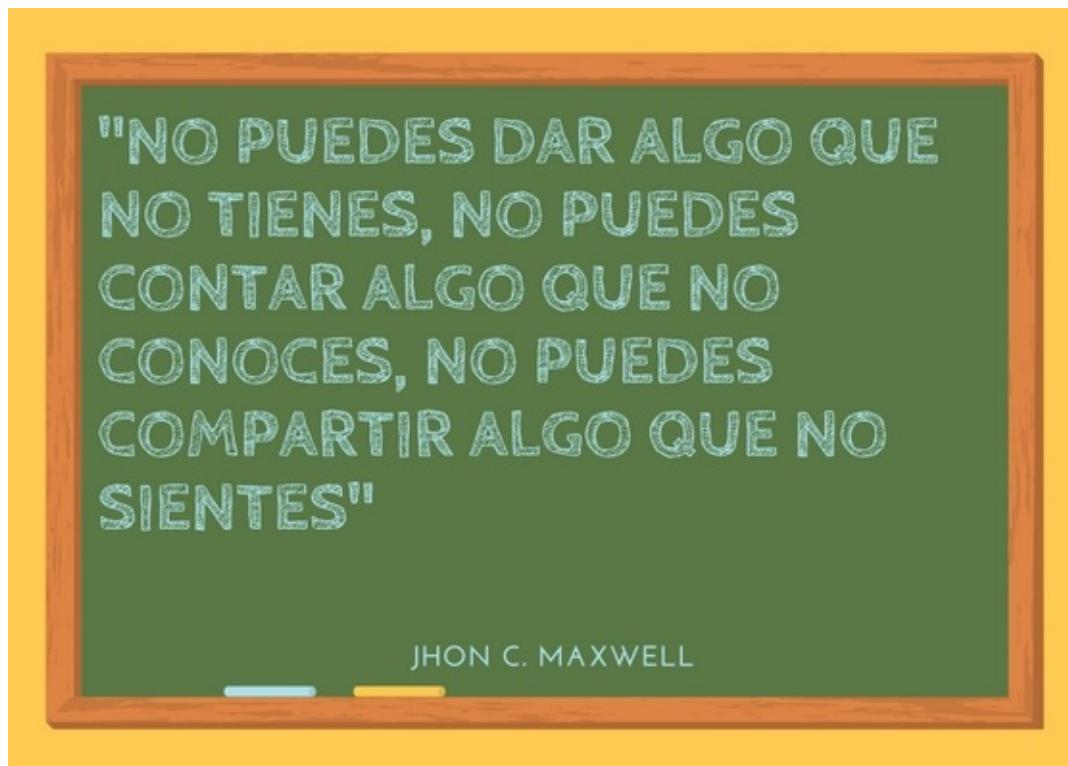
Además te proporcionará una información valiosa que te ayudará a mejorar.

Transcurridos unos días desde la charla, solicita información a través de un breve cuestionario remitido por correo electrónico. Los ítems habituales son:

- Se han cumplido las expectativas de los asistentes.
- Grado de dominio sobre el tema.
- Las explicaciones han sido claras y adecuadas.
- Se ha propiciado la participación de los asistentes.
- Se han presentado ejemplos que evidencian la puesta en práctica de la teoría expuesta.
- Describe con tres adjetivos la sensación con la que saliste de la sesión.

Aquí tienes un ejemplo del [formulario utilizado para valorar una ponencia](#).

4.INVENTIO, DISPOSITIO y ELOCUTIO. EL MENSAJE VERBAL



Sam Leith (2011) dice “desde Cicerón la oratoria se suele dividir en cinco partes básicas(...) No se me ocurre ninguna razón de peso para hacerlo de otra forma: la división puede sonar un tanto extraña al principio, pero es totalmente congruente”.

Efectivamente, si hacemos un barrido por los manuales de oratoria actual cuya representación más contemporánea serían las charlas TED, comprobamos que se basan en esta división:

1: Inventio: Pensamos lo que queremos decir.

2: Dispositio: Seleccionamos y ordenamos las ideas.

3: Elocutio: Elegimos un estilo, la forma de expresarlo.

4: Memoria: Memorizamos (entendiendo que no es lo mismo que prepararnos para decir “de carrerilla” el menaje).

5: Actio: El momento en el que el mensaje llega a sus destinatarios. Articulación, voz y gestualidad se ponen en juego.

En este apartado del módulo nos vamos a centrar en las tres primeras partes, las que afectan al “qué decir”.

4.1 INVENTIO

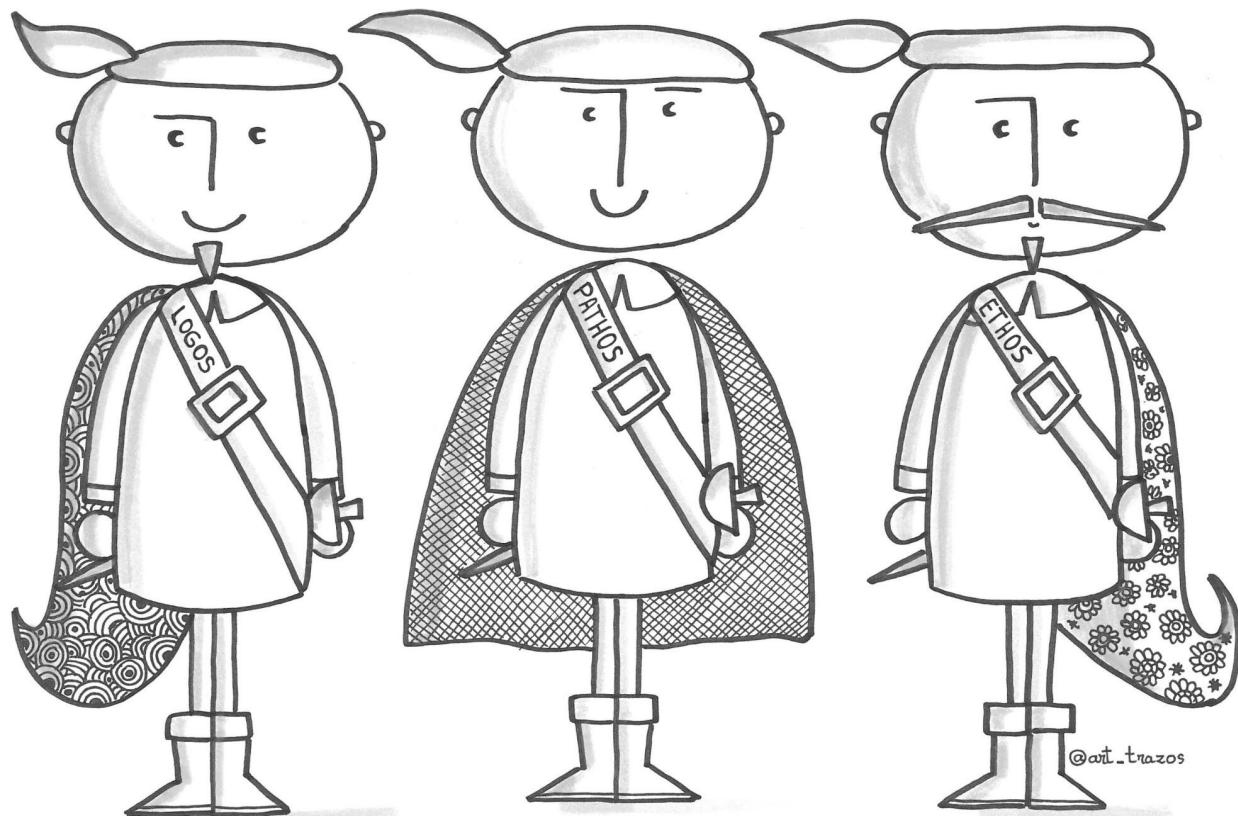
Aristóteles (384 a.C) en su obra [Retórica](#) establece tres niveles que se deben abordar en el proceso de invención: **ethos, logos y pathos**.

En ¿Me hablas a mí?, Sam Leith (2011) denomina “mosqueteros de la retórica” a estos niveles en un intento de acercarnos a unos términos lejanos en el tiempo y, sin embargo, de absoluta vigencia.

Ethos hace referencia a la carta de presentación, a todo aquello que haga que el auditorio confíe en la persona que habla. Es fundamental tenerlo en cuenta en la primera parte de un acto comunicativo. ¿Cómo vas a conseguir que el auditorio te reconozca como el “guía del viaje”?

Logos es la esencia del contenido referencial del discurso: los datos, la teoría.

Pathos consiste en apelar a la emotividad del auditorio.



Logos, Ethos y Pathos. @art_trazos.

En el siguiente vídeo de Connor Neil publicado por TED-Ed (2013) se expone un ejemplo de cómo influyen estos tres elementos en una situación comunicativa. Se trata del análisis de una [historia real](#) muy conocida: un afamado y cotizado violinista da un recital en los subterráneos del metro siendo ignorado por una abrumadora mayoría de las personas que por allí pasan en ese momento.

Si, como hemos dicho anteriormente, la responsabilidad de que el mensaje llegue al receptor es del emisor (y no se debe culpabilizar al receptor), esta situación se explicaría tomando en consideración a los “tres mosqueteros” de la retórica junto al contexto.



[Video link](#)

Ethos y pathos nos devuelven, por tanto, al tema ya tratado: la necesaria conexión con el auditorio. Ahora nos centraremos en el nivel logos, en la fase de documentación, de dominio del tema y elaboración de nuestras propias ideas sobre él.

Michel Suñer (2008) habla de dos preparaciones: preparación remota como “proceso de enriquecimiento cultural de un orador, el cual dura toda la vida” y preparación próxima que incluye “leer, escuchar, esquematizar, escribir, analizar, hablar y reflexionar ampliamente sobre las ideas que serán objeto de la comunicación”.



Peligros en esta etapa:

- Acumular más información (libros, webs, artículos...) de la que podemos asumir en el tiempo de preparación disponible ¡ojo con la infobesidad!
- No verificar los contenidos encontrados en la red y su calidad ¡ojo con la infoxicación!



Campaña cervantina contra la infoxicación. @art_trazos

- Perder de vista el nivel de conocimientos previo del auditorio. Por defecto o por exceso, tan arriesgado es no aportar nada nuevo a

los destinatarios como alcanzar un nivel de especialización que no nos permita acomodar el mensaje a un público que se acerca a la materia por primera vez. Este efecto se ha denominado por distintos autores la “[maldición del conocimiento](#)”

G. Álvarez (2012) nos indica unas preguntas que debemos responder en esta fase:

- ¿Cuál es el propósito del acto? ¿informar, defender, inspirar...? ¿qué cambio se espera en la audiencia? ¿de cuánto tiempo dispongo?
- ¿Qué idea fundamental quiero transmitir?
- ¿Qué conocimiento necesito? ¿sé todo lo que preciso? ¿necesito aprender algo?

Una vez respondidas estas cuestiones tendremos el contenido en bruto de la charla, la selección de contenidos. Este grueso de contenidos debe ser capaz de proporcionarnos:

- Un hilo conductor claro de las ideas que queremos transmitir. Este hilo nos da la posibilidad de dar coherencia a través de una idea general a las secundarias que se quieran tratar.
- Una perspectiva global del tema que nos permita abordarlo desde diferentes enfoques.
- Contenidos novedosos, que lleven a los oyentes a un descubrimiento.
- Un escenario teórico en el que se pueda incluir nuestra aportación personal.
- Una recopilación de ejemplos y recursos que dinamicen el contenido.

4.2 DISPOSITIO

Selecciona, ordena y deja espacio para la repetición.

La organización juega un papel clave para lograr la claridad y la coherencia necesaria para la eficacia de una comunicación.

El lenguaje oral es lineal, veloz (comparado con la lectura y en menor grado con la escucha) y sin marcha atrás. Por tanto, **para favorecer las conexiones entre las ideas** que se irán sucediendo es necesario **proveer al público de una estructura en la que pueda acomodar la información y relacionarla entre sí**. Para compensar las posibles pérdidas de información en el auditorio durante la escucha, se deben tener previstos modos de **repetir las ideas centrales** a lo largo del discurso. No se trata de repetir de manera exacta. Hablamos de anticipar, resumir, sintetizar, recapitular...

J.A Hernández y M.C García (2008) distinguen **tres funciones de la arquitectura de un discurso**:

- **Didácticas:** con el fin de facilitar que los oyentes mantengan la atención y la concentración y que puedan aprender con el contenido de la charla. Debemos dividir el discurso y abrir pausas entre las partes o articularlas.
- **Estratégicas:** para escalonar los argumentos, para favorecer que los oyentes sientan que son ellos mismos los que descubren los contenidos, distribuyendo datos para generar interés, para estimular determinados sentimientos.
- **Estéticas:** la ordenación adecuada de elementos literarios favorece la comprensión y asimilación del mensaje.

Quintiliano, citado por Sam Leith (2011), aunque reconoce la importancia de la dispositio, no establece un número fijo de partes del discurso ya que el orador debe utilizar “su sagacidad, su discernimiento, su inventiva y su juicio para decidir por sí mismo”.

En Charlas Ted, Chris Anderson (2016) nos desvela la estructura que siguen la mayoría de las charlas de [Ken Robinson](#):

- Introducción
- Contexto
- Conceptos principales
- Implicaciones prácticas
- Conclusión

Sin embargo, retomando la idea de Quintiliano, también dice “el atractivo de las charlas de sir Ken va mucho más allá de su simplicidad estructural, y ni él ni yo recomendaríamos que todo el mundo adoptara esta misma estructura. Lo que importa es que tu encuentres la que desarrolle con más fuerza tu línea argumental en el tiempo disponible, y que muestre con claridad cómo se vinculan a ella todos los elementos de la charla”

Tomaremos aquí la estructura más sencilla posible: inicio, desarrollo y final.

4.2.1 INICIO

Las funciones de la introducción son:

- Saludar a los oyentes
- Disponerlos para aceptar al orador y su discurso, y
- Facilitar la apropiación de los contenidos que se van a desarrollar.

Es una parte obligada y que viene condicionada en cuanto a su duración y contenido por los objetivos y las fases intermedias de la charla (por lo que no conviene prepararla en primer lugar).

En esta fase se produce la conexión humana, es el momento en el que ethos debe salir, ir donde está el público y ganarlo a través de la credibilidad, la empatía y la autenticidad. Es también el momento de hacer explícitas las cuestiones a las que se va a dar respuesta, delimitar el tema, deshacer prejuicios. A través de la introducción preparamos el ánimo y la comprensión del auditorio para las fases siguientes.

Os invitamos a que analicéis la fase inicial de cinco conferenciantes:

María Acaso (1h:03min - 1h:06min) y



[Video link](#)

César Bona (1h:51min - 2h: 01 min)



[Video link](#)

David Cuartielles (1h:14 min -1h:17m)



[Video link](#)

Luz Rello (11 min:50 s - 20 min)



[Aprender con dislexia es posible. Metodologías innovadoras](#) from Ibercaja Aula en Red on Vimeo.

Pablo Albo (0 min -2min 39 seg)



[Video link](#)

¿Has reconocido algunos de los elementos vistos en este módulo? ¿qué charla quieres seguir escuchando? ¿por qué? ¿qué cualidades del orador te han enganchado? ¿qué contenidos han despertado tu curiosidad?

4.2.2 DESARROLLO

En esta parte **se articulan los contenidos del discurso** (logos es el protagonista). Se recomienda que se prepare en primer lugar puesto que tanto la introducción como el final se deben basar en ella.

Debe tener su propia estructura interna, por ejemplo:

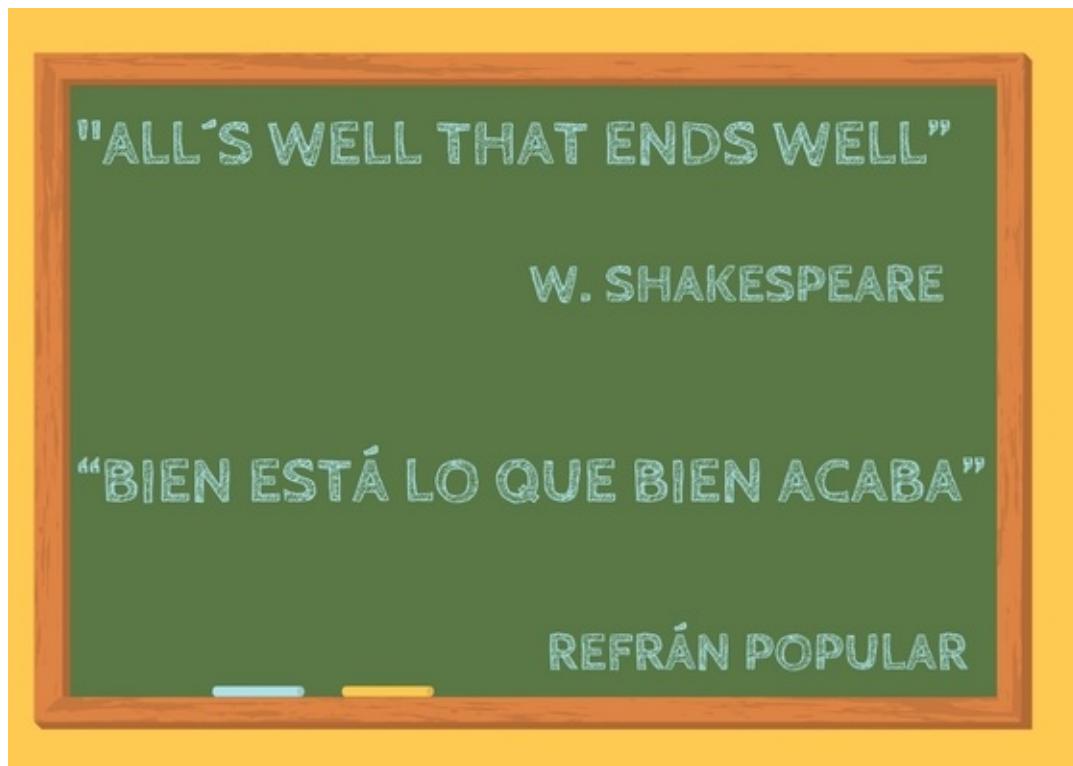
- Narrativa: contar una historia con un hilo temporal.
- Árbol: a partir de la línea argumental se desarrollan las ideas secundarias y las conclusiones que de ella se derivan. Puede incluir una fase inicial de “poda” en la que se explicitan las ideas contrarias/diferentes a la que se va a exponer ayudando al público a focalizarse.
- Bucle: a través de diferentes ejemplos se vuelve varias veces a la idea inicial.
- Vista de pájaro: se ofrece una visión global en un primer momento para posteriormente analizar los detalles
- Orden lógico: se validan las ideas presentadas a través de los principios de la lógica (causa-efecto, el todo es mayor que las partes, premisas verdaderas llevan a conclusiones verdaderas...)
- Investigación: se plantea un problema y se sondan las posibles soluciones que son descartadas una a una hasta que se llega a la solución viable.

En esta fase de explicación deberemos aplicar el conocimiento disponible sobre neuroeducación, aprendizaje y didáctica (procesos relacionados con la atención, memoria, jerarquía y relación entre las ideas, secuenciación de los aprendizajes, partir de lo conocido...).

En Charlas TED, Chris Anderson (2016) habla de la importancia de humanizar los contenidos referenciales del discurso y nos da un consejo “selecciona, mezcla, combina y argumenta de la manera que aporte más fuerza y autenticidad a la idea que deseas construir”. En una charla se combina explicación, narración, persuasión... para humanizarla disponemos de los siguientes recursos:

- Sentido del humor.
- Anécdotas, mejor si son verdaderas y personales.
- Validación de terceros.
- Elementos visuales potentes.

4.2.3 CONCLUSIÓN



El primer objetivo es claro: que el auditorio no comience a recoger sus objetos personales y a ponerse el abrigo en el momento en el que considere que llegas al final.

Queremos acabar con fuerza y por tanto, **buscamos un nuevo pico en la atención de nuestra audiencia**. Es el momento de recopilar lo sucedido en la jornada, hacer explícita (o nombrar de nuevo) **la idea central** que se ha compartido, **pedir a los oyentes una acción** a partir de ella (compartir un sueño, seguir investigando, desarrollar una práctica de aula...) y, por supuesto, agradecerles su presencia y escucha. En el caso de que se abra un turno de preguntas finales, la última intervención no debería convertirse en las últimas palabras. Es importante que tengas preparado un cierre para el turno de preguntas y el cierre de la sesión.

Los recursos son variados: una breve historia, una metáfora, una imagen motivadora, una cita famosa, una estructura circular que nos lleve al comienzo...

Los manuales de oratoria clásicos y modernos no contemplan el caso particular de las asesorías de formación. Se dice, que cuando pensamos en el final impactante de una ponencia, una voz suena en nuestro interior rompiendo la magia del “último acorde”...

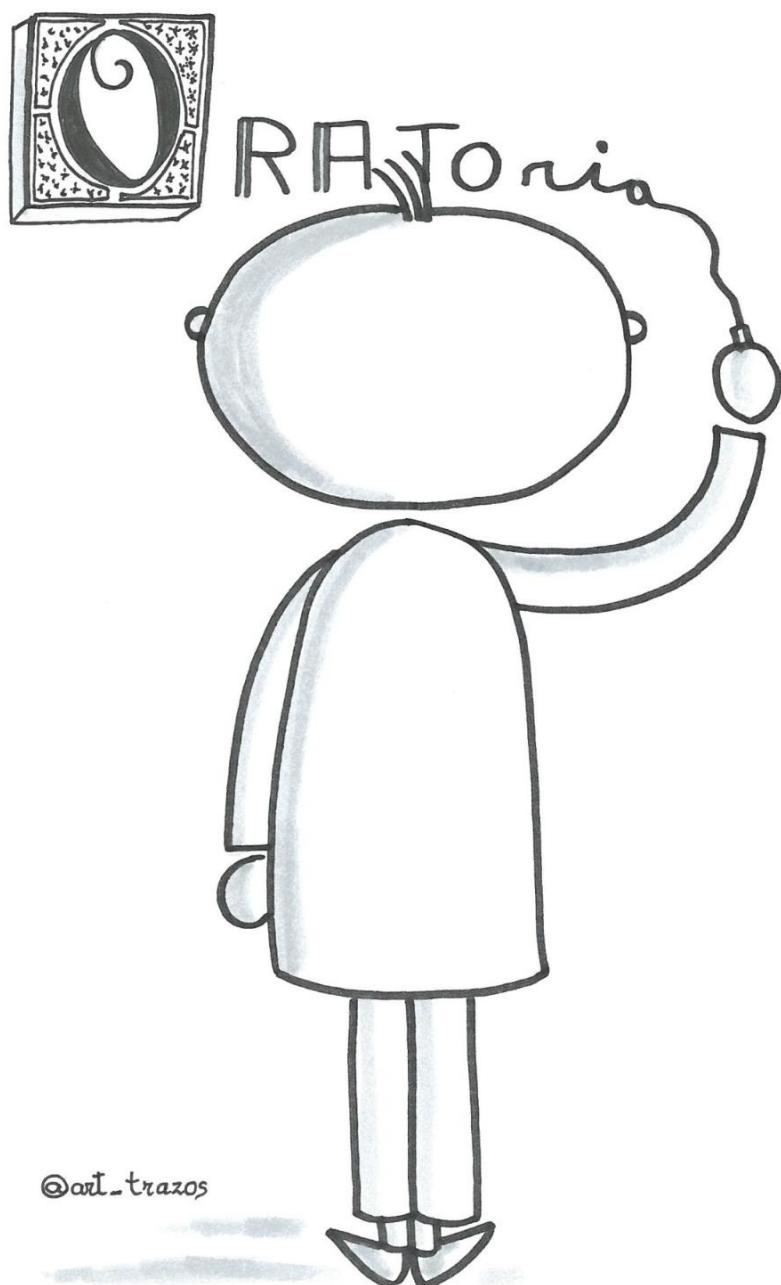


La hoja de firmas. @art_trazos

4.2.4 PELIGROS EN ESTA FASE



- **No tomar en cuenta el tiempo disponible, nivel de conocimientos previos del auditorio y la capacidad de asimilación de nuevos contenidos de los receptores.** A veces cuesta renunciar a los contenidos acumulados en la fase de inventio lo que inevitablemente conlleva a presentarlos o de una manera superficial o excediendo el tiempo marcado.
- **Falsos comienzos y falsos finales.** Suceden cuando se improvisan y se suceden párrafos que alargan innecesariamente el principio y el final. En el caso del falso inicio, el público está esperando a que comience la ponencia con cierta inquietud y en el falso final se empieza a poner la chaqueta.
- **Efecto “título del cuaderno”** (esos títulos que comienzan con una letra bien diseñada, con trazos elegantes y que poco a poco se van desdibujando y terminan en un garabato). El equivalente en oratoria es una preparación desigual de las partes del discurso o, en el peor de los casos, la improvisación de la introducción y el final lo que puede llevar a los falsos comienzos y finales, vacíos de la comunicación, muletillas...



Trabaja todas las partes por igual. @art_trazos

4.3 ELOCUTIO

Vestir las ideas con palabras

Tras saber lo que vamos a decir y en qué estructura, el siguiente paso es decidir el estilo y las estrategias verbales más adecuadas para que el mensaje tenga una apariencia adecuada para el propósito comunicativo. No sólo los contenidos han de ser interesantes también la expresión verbal.

En esta fase es en la que se plantea una duda importante ¿ha de redactarse el discurso palabra por palabra o solo un guión con las ideas más importantes?

La **improvisación** no es la opción recomendada por los especialistas ya que sus únicas ventajas, la frescura y capacidad de adaptación al momento, no son de su exclusividad (se pueden conseguir a través de ensayo) y se corre el riesgo de dar una imagen poco profesional al no controlar el tiempo disponible, olvidar puntos clave, dejar frases inacabadas, errores de concordancia....

Si optas por redactar un **guión**, debes tener en cuenta que en el ensayo se debe asegurar que la estrategia verbal es la adecuada y no se observan vicios como la oscuridad, la incorrección y la prolíjidad. En el guión debes recoger las ideas principales y secundarias en el orden fijado en la dispositivo así como elementos que debes recordar (datos, fechas, transición de una parte a otra...).

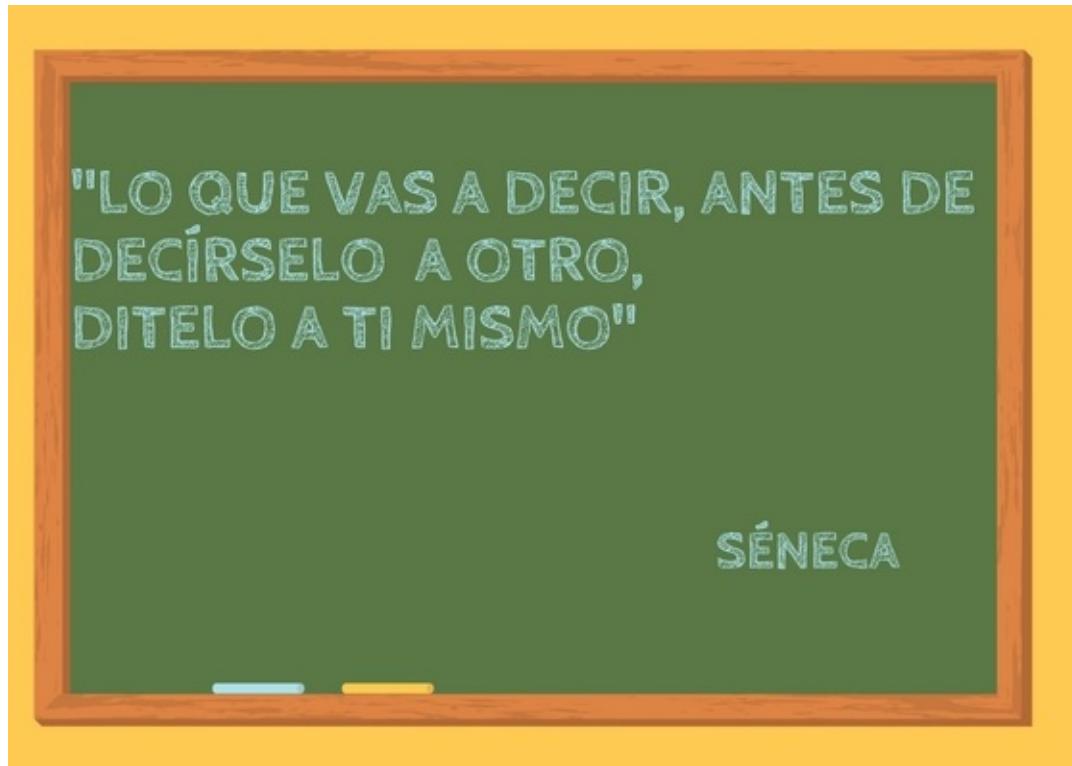
La claridad, el orden, la precisión lingüística y el ornamento vendrán de la mano de la **redacción** del discurso. Salvar la distancia entre lo escrito y lo oral es el reto en este caso. De no hacerlo, el discurso perderá frescura. Una estrategia consiste en elaborar un primer guión, grabar una improvisación y transcribirla como borrador sobre el que trabajar.

La elocución también incluye el estudio del sonido y el ritmo del texto que se está trabajando. Hay que tener presente el efecto acústico de las palabras (cacofonías, aliteraciones...), el ritmo fónico de las oraciones y la sintaxis utilizada. Debemos asegurar que nuestro texto oral es fácil y agradable para la audición.

"La buena retórica emplea los elementos constructivos de la poesía,
pero no pone ladrillos con la misma regularidad"
Leith, S. (2011).

5. MEMORIA

¡ENSAYA!



Esta fase la vamos a identificar con el necesario ensayo.

Ensaya, ensaya y ensaya esta sí que es una norma en la que todos los autores se ponen de acuerdo. El ensayo permite detectar errores que se hayan producido en las fases anteriores y asegurar el éxito en la siguiente.

Tanto si has optado por escribir el texto palabra por palabra como si tienes un guion debes trabajarla de tal manera que llegues a conseguir con tus ensayos dos objetivos:

- Controlar y ajustar el tiempo hasta que dure menos del tiempo asignado.
- Apropiarte del mensaje de tal manera que las palabras del texto estén automatizadas para así prestar atención al momento comunicativo, al significado de las palabras, a la transmisión de emociones y no al texto.

Mnemósine, en la mitología griega, es la personificación de la memoria y madre de las musas. Algo tan místico no lo puedes delegar en un powerpoint o unas tarjetas de cartón. La memorización es el trabajo que debes realizar por adelantado antes del momento vivo de la comunicación. Ganarás desenvoltura, seguridad y flexibilidad.



MÉROSYNE.

Mnemosyne (Gabriel Dante Rosetti)

No se trata de aprender una cadena de palabras (si olvidas una, el tren se para) sino de poder recrear el texto en tu mente. Lo que se buscamos en esta etapa es el trabajo de:

- Las palabras clave
- La estructura y
- Las transiciones

Estos elementos actuarán como trampolines para que el resto del texto (también ensayado) fluya.

Si lo haces así, tu powerpoint podrá ser fresco y dinámico (no incluyendo en él toda la información que vas a transmitir) y tus tarjetas cumplirán una función de apoyo en momentos muy concretos sin comprometer la conexión con el auditorio. La memoria sin apoyo es un trapecista sin red: no tiene sentido correr el riesgo, aunque da espectacularidad.

Chris Anderson (2016) dice “las mejores charlas memorizadas llegan a saberse tan bien que los conferenciantes pueden concentrarse en su pasión por las ideas que contienen. Las mejores charlas improvisadas se han practicado un número suficiente de veces, hasta el punto de que quienes las pronuncian (...) encuentran que muchas de las frases más potentes ya están en su mente”. Efectivamente, tanto si partes de un guion como de un texto, el proceso de ensayo y memorización llevará al mismo lugar: un texto perfectamente interiorizado.

Muchas personas tienen miedo a que su charla suene a “ensayada”. **Si tu charla suena a “ensayada”, es que has ensayado poco.** Hay que practicar hasta que el mensaje fluye de manera natural y libera la mente para poder dedicarla a los aspectos no verbales (conexión, escucha activa, lenguaje no verbal...).

Conviene ensayar solo (grábate en vídeo si es posible y si no lo es mírate en el espejo), pero también ante una audiencia de confianza (mejor si comparte rasgos con los futuros asistentes) a la que poder interrogar sobre la estructura, los contenidos, los ejemplos, los aspectos no verbales y la emoción transmitida.

Dejamos aquí un vídeo en el que te invitamos a que admires el poder que da la memorización del discurso. Se trata de Mar Romera, durante la conferencia que dura 1 hora desarrolla los contenidos perfectamente memorizados estableciendo constantemente conexiones con el auditorio y transmitiendo ríos de emoción.

(No es necesario que lo veas entero para apreciar el trabajo de la memoria)



[Video link](#)

6. ACTIO

Dar vida a las palabras

El **consejo** hasta ahora era “sé tu mismo”, pero llegados a este punto el consejo evoluciona a “**interpreta la mejor versión de ti mismo**”. Es necesario construir puentes entre la oratoria y la actuación. No debemos olvidar que la oratoria es una actividad audiovisual: no solo cuentan las palabras sino también la persona que las emite (con su cuerpo y con su voz) y el escenario donde tiene lugar la comunicación.

Para vivir la experiencia de una conferencia sin conferenciante te recomendamos la siguiente charla (del minuto 7 al minuto 10)



[El poder de la mirada y de la imitación en el aprendizaje integral](#) from Ibercaja Aula en Red on [Vimeo](#).

Inquietante ¿no te parece?.

Antes de continuar conviene matizar un mito muy extendido consistente en relegar la importancia de lo verbal a un 7% del total de la información percibida por el oyente frente a un 55% del lenguaje corporal y un 38% a aspectos paraverbales. Si esto fuera así, parece que todo el esfuerzo realizado en las etapas anteriores carece de sentido. Afortunadamente, estos datos varían cuando el acto comunicativo tienen una función diferente a la transmisión de emociones y sentimientos. El error tiene origen en la generalización de los estudios realizados por [Albert Mehrabian](#) que exclusivamente estudian la relación entre la información verbal y no verbal en comunicaciones de tipo emocional y sentimental.

En cualquier caso, aunque no le asignemos unos porcentajes tan elevados, es un hecho que los factores no lingüísticos regulan nuestro mensaje verbal pudiendo ampliarlo, reducirlo o modificarlo. En ellos reside la credibilidad, el ánimo, la seguridad, la convicción... y, aunque están muy ligados a la personalidad, conviene que sepamos aprovechar sus posibilidades al máximo: corrigiendo los defectos y mejorando los hábitos.

6.1. ASPECTOS VOCALES / NO VERBALES

Articulación.

De ella depende la claridad de las palabras y que tu discurso sea inteligible: se escuche, se atienda y se entienda. Hablar en público requiere una correcta pronunciación de los sonidos de la lengua.

Analiza tu articulación y corrige aquellos aspectos que dificulten la labor del oyente:

- Moviliza lengua, labios, dientes masticando más las palabras (sin exagerar y sin tensión) si tu articulación es deficiente y resulta incómoda, y exige una dosis extra de atención por parte del público.
- Revisa las palabras difíciles (por longitud, letras en posición implosiva o trabada...) para que suenen con corrección y naturalidad. Por ejemplo: solidaridad, excepto, aptitud..

“Las variedades en la pronunciación y la diversidad de acentos (regionales y locales) contribuyen, sin duda, a la riqueza de una lengua como el español” Antonio Briz et al.(2008).

Asimismo, debemos considerar determinadas dislalias no dependientes de una variante geográfica y con un porcentaje importante de prevalencia en la edad adulta (ceceos, seseos, rotacismos...). Las dislalias requieren una intervención profesional, no siempre exitosa e incluso no deseada por el sujeto en cuestión. Un rotacismo, por ejemplo, puede tener la consideración de rasgo personal que, por no comprometer la inteligibilidad del mensaje, simplemente debe ser respetado por el oyente.

Debemos comunicar lo mejor que podamos, pero no debemos entender que solo pueden comunicar las personas que reúnan las cualidades vocales de un “presentador de informativos”. Un ejemplo rotundo:

Constanza Obaiz “Discapacidad, poder distinto”



[Video link](#)

Ciertas vocalizaciones

“mmm...”, “eeee...” son vocalizaciones que enturbian tu discurso. Recalcamos de nuevo la importancia de la grabación de los ensayos para detectar estas muletillas y trabajar para eliminarlas.

Voz (tono, volumen, resonancia, entonación, pausas, acentos) y velocidad.

Salud y flexibilidad son los objetivos en este apartado.

Salud en cuanto al necesario cuidado de un instrumento muy valioso para docentes y oradores. Hacer un buen uso de la voz y no abusar de ella son las dos claves que debemos tener en cuenta.

Os dejamos un enlace en el que se incluyen 22 recomendaciones de interés para el cuidado de la voz:

<https://sottovoce.hypotheses.org/category/non-classe/voz-hablada/la-voz-profesional-y-el-cuidado-de-la-voz>

La **flexibilidad** es la cualidad que nos permite variar todas las cualidades de la voz (volumen, tono, ritmo, timbre, entonación y prosodia) para favorecer el interés, la comprensión y la aceptación de nuestro mensaje. La estrategia es dar variedad y que ésta encaje de manera natural en el discurso y con tu personalidad. “En general, lo interesante es mantener un tono conversacional, intercalando la curiosidad con la emoción cuando la ocasión así lo requiere (...) Real, natural, pero sin miedo a dejarse llevar si lo que decimos lo exige” Chris Anderson (2017).

El uso estratégico de la voz mantiene viva la atención del auditorio y evita la monotonía. En este sentido, el trabajo de la respiración, de los resonadores faciales y de técnicas interpretativas serán necesarios en el caso de que éste sea uno de los aspectos que queremos mejorar como oradores.

En ocasiones, los medios técnicos no acompañan: ser capaz de manejar la voz a un volumen adecuado para un auditorio de unas setenta personas (apoyándote en técnicas de impostación de la voz y sin sufrir fatiga vocal) es un as en la manga al que no deberías renunciar.

Para ampliar la información teórica y práctica:

<https://www.laoratoria.com/tecnicas-de-la-oratoria-la-voz/>

6.2. ASPECTOS NO VOCALES/ NO VERBALES

Incluyen las siguientes variables:

- Proxemia: distancia física entre interlocutores.
- Cronémica: tiempo empleado para dar un mensaje.
- Kinesia: postura corporal, gestualidad y expresión facial.

Por su importancia, vamos a deternos en el último de ellos.

6.3 KINESIA

No hay normas más allá de aquellas que te permitan hacer un uso adecuado de tu voz y te faciliten dar la charla de manera cómoda, segura y sin interferencias. “La naturalidad no es el punto de partida, sino todo lo contrario, el resultado de un largo y laborioso proceso de autodisciplina y de aprendizaje” García Tejera M.C y Hernández Guerrero, J.M. (2008)

El lenguaje corporal a su nivel expresivo se suele dar de manera involuntaria y a nivel comprensivo se procesa en un nivel inconsciente. Tu trabajo como orador consiste en llevar estos elementos a un nivel consciente y voluntario desde una perspectiva global que te permita servirte de ellos para enfatizar tu mensaje.

Muévete por el escenario, quédate en el sitio o permanece sentado pero no seas rígido ni excesivamente relajado en ningún caso.

Sobre el lenguaje corporal hemos leído de todo: prohibido dar la espalda al público; prohibido meterse las manos al bolsillo; los brazos cruzados significan desconfianza; pellizcarse la oreja, nerviosismo; tocarse la nariz, mentira; juntar las yemas de los dedos, confianza; la manos en el corazón, emoción... ¿te resultan familiares? Bien, todas estas normas tienen excepciones, como ya habrás podido comprobar en el visionado de las conferencias. Si vas a seguir este tipo de consejos de manera intencionada, ensaya delante del espejo hasta que lo hagas con naturalidad.

Debes trabajar tu lenguaje corporal si en los ensayos detectas que éste no ayuda o enturbia tu mensaje y, por supuesto, si no sabes qué hacer con tus manos. “Juguetear con objetos, dar vueltas a un botón o al anillo de boda, darse tirones en la oreja..., todo eso distrae a la audiencia de lo que le está diciendo. Si son inconscientes, hay que suprimirlos conscientemente. Si son deliberados..., ha llegado el momento de deliberar otra vez.” S. Leith (2011)

La mirada y la sonrisa merecen un capítulo aparte por la importancia que tienen en la comunicación humana. Mira al público, pasea tu mirada entre todas las filas para dar y generar atención y confianza. Reparte la mirada y no la poses siempre en las mismas personas. La sonrisa te permite transmitir cercanía, calidez y generan empatía. ¡Aprovecha su poder para seducir al público!

Como explican García Tejera M.C y Hernández Guerrero, J.M. (2008) la gestualidad persigue una serie de fines que son útiles al discurso y que no varían la honestidad del mismo:

- naturalidad
- sinceridad
- teatralidad
- seducción, y
- autenticidad

Finalizamos esta unidad con dos charlas que siguen patrones diferenciados en cuanto al uso de los elementos no verbales. Imaginemos que estas dos conferenciantes intentan imitar los aspectos no lingüísticos la una de la otra, rápidamente percibimos que perderían autenticidad.

Jill Bolte Taylor “La transformación neuroanatómica del cerebro adolescente”



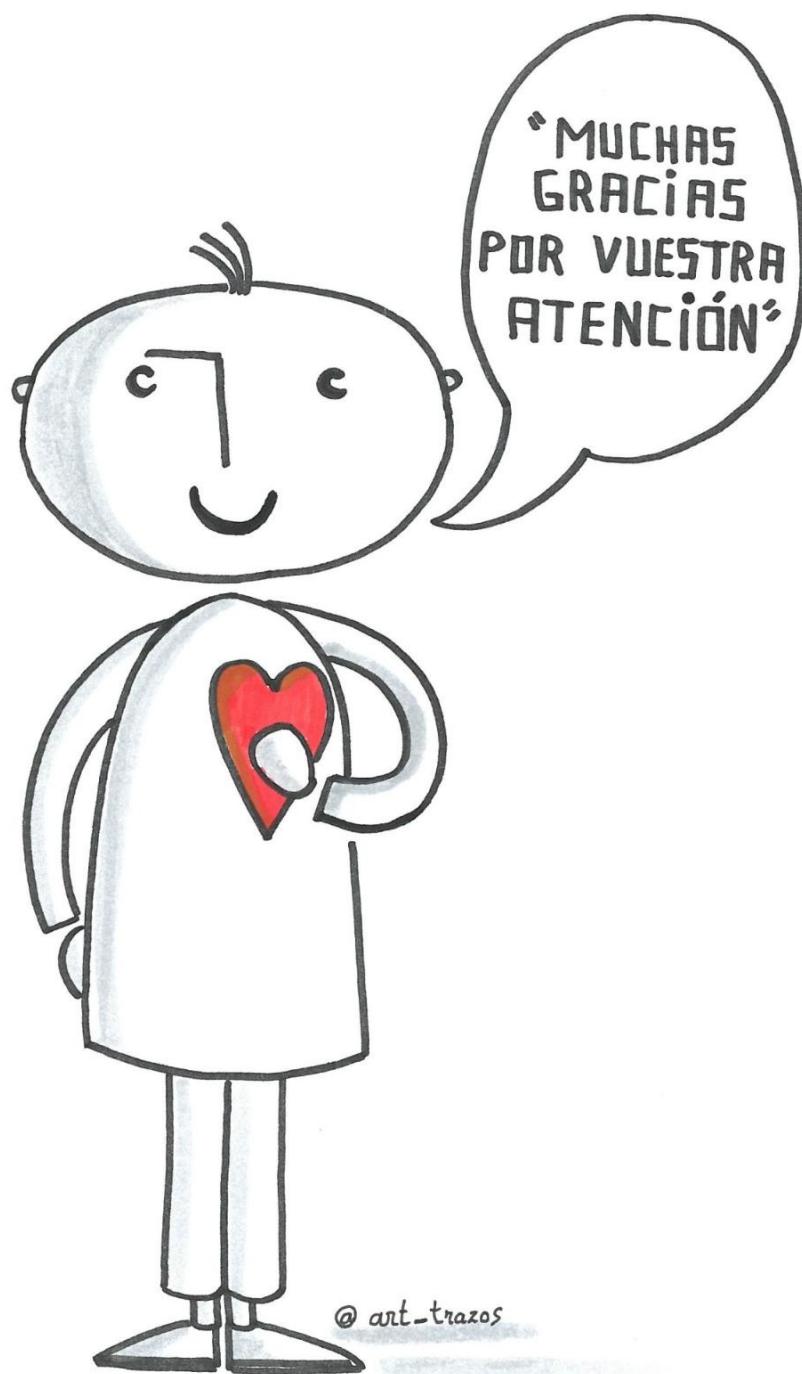
[Video link](#)

Elsa Punset “encuentro #grandesprofesores”



[Video link](#)

Interpreta siempre tu mejor versión.



BIBLIOGRAFÍA

- Alcoba, S. et al. (2000). La expresión oral. Barcelona: Ariel.
- Anderson,C. (2016). Charlas Ted. La guía oficial TED para hablar en público. Barcelona: Grupo Planeta.
- Álvarez Marañón, G. (2012). El arte de presentar. Cómo planificar, estructurar, diseñar y exponer presentaciones. Barcelona: Gestión 2000.
- Ballenato Prieto, G. (2013). Comunicación Eficaz. Teoría y práctica de la comunicación humana (2a ed.). Madrid: Pirámide
- Briz, A. et al (2008). Saber hablar. Madrid: Santillana Ediciones Generales
- Donovan, J. (2013). Método Ted para hablar en público, Barcelona: Ariel.
- Hernández Guerrero, J.A. y García Tejera, M.C. (2008). El Arte de hablar. Manual de retórica práctica y de oratoria moderna. Barcelona: Ariel
- Leith, S. (2011). ¿Me hablas a mí? La retórica de Aristóteles a Obama. Madrid: Santillana Ediciones Generales.
- Salas, C. (2016). Cómo hablar y presentar en público. Consejos que funcionan desde el primer minuto. La mirada Mágica SRL.
- Rosa, A. (2013). Hablar bien en público es posible, si sabes cómo. Barcelona: Paidos Ibérica.
- Suñén, M. (2008). Cómo enamorar hablando en público. Zaragoza: Mira
- Vallejo Nájera, J.A. (1995). Aprender a hablar en público hoy (31a ed). Barcelona: Planeta

Autora: Ana Victoria Salvo Palacín Ilustraciones: Alberto Lacasa M ás

Cualquier observación o detección de error por favor aquí soporte.catedu.es

Los contenidos se distribuye bajo licencia Creative Commons tipo BY-NC-SA.

