

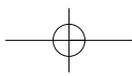
LUIS PUCHOL

HABLAR EN PÚBLICO

**Nuevas técnicas y recursos
para influir a una audiencia
en cualquier circunstancia**

Cuarta Edición

Dibujos de Carlos Ongallo



Cuarta edición, 2008

© Luis Puchol, 2008

Reservados todos los derechos.

«No está permitida la reproducción total o parcial de este libro, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito de los titulares del Copyright.»

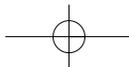
Ediciones Díaz de Santos
E-mail: ediciones@diazdesantos.es
www.diazdesantos.es/ediciones

ISBN: 978-84-7978-877-3
Depósito legal: M. 28.584-2008

Diseño de cubierta: Carlos Ongallo
Dibujos: Carlos Ongallo
Fotocomposición e impresión: Fernández Ciudad
Encuadernación: Rústica Hilo

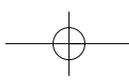
Índice

	Págs.
Introducción	XIII
Estructura de la obra	XV
Agradecimientos	XVII
Capítulo I. ¿Quién? Usted, el orador	1
• Usted, el orador	3
– Autoconfianza	6
– Hablar solo de lo que se sabe	7
– Tener claro el objetivo que se persigue	8
– Preparar a fondo lo que se quiere decir	8
– Estudiar las necesidades, deseos y características de la audiencia	9
• Distintas situaciones en que usted puede actuar como orador	10
• Otras posibilidades de hablar en público	19
– El presentador	19
– El moderador	26
– El presidente	29
Capítulo II. ¿Qué? El discurso	31
• La estructura	33
• El inicio	38
• La conclusión o cierre	41
• El estilo	44
• El silencio	54
• Las transiciones	57

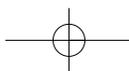


	Págs.
• Hablar en otros idiomas o en otros países	59
<i>Un cuento árabe español</i>	63
• Las anécdotas	67
• Los chistes	70
<i>Un chiste sobre chistes</i>	73
• Cómo contar historias	74
• Las interrupciones.....	76
Capítulo III. ¿A quién? Los asistentes	83
• Los asistentes	85
• Atentos y benevolentes	90
• El aplauso	94
• La claque	96
• La pérdida de la atención	97
• La personalización	100
• Las preguntas	104
Capítulo IV. ¿Para qué? Los objetivos	111
• Los objetivos	113
• Persuasión lógica y emocional	118
Capítulo V. ¿Cómo? Preparación y pronunciación del discurso	131
• La voz	133
– Voz débil, inaudible	135
– Voz ronca o chillona	136
– Voz nasal	136
– Excesiva velocidad	136
– Pronunciación y acentos locales	137
• La próxima vez que tenga usted que hablar en público, recuerde estas sencillas normas	138
• Leer	141
– El escrito que tiene que ser leído.....	143
– La preparación previa	144
– La lectura.....	144
• La comunicación no verbal	145

	Págs.
• La preparación.....	159
– Elegir y delimitar el tema	160
– Madurar la idea	161
– Seleccionar los objetos	162
– Haga acopio de información	162
– Seleccionar la información	163
– Buscar refrezcos para cada uno de sus argumentos..	164
– Ensayar, ensayar, ensayar	165
– Prepararse para lo imprevisible	166
• Las fichas o notas del conferenciante	167
• Los nervios	171
Capítulo VI. ¿Cuándo y dónde? El tiempo y el espacio	177
• Uso del tiempo	179
– Brevedad	179
– Ajuste del discurso al tiempo disponible	181
– Puntualidad para empezar y puntualidad para terminar	182
• Uso del espacio	183
– Algunas disposiciones clásicas	184
• Fallos de organización.....	190
• Mi propia lista de comprobación	192
Capítulo VII. ¿Con qué? Medios para apoyar el discurso ..	195
• Documentación	197
• Medios audiovisuales	200
• ¿Porqué utilizar medios o ayudas audiovisuales?	204
– Cuando se utilizan bien, los medios audiovisuales en las presentaciones...	204
• Cuando los medios audiovisuales no se seleccionan acertadamente, o no se utilizan convenientemente... ..	205
– Los medios tradicionales.....	206
Pizarra blanca	206
<i>Flip chart</i> o rotafolios	207
Retroproyector	209
Proyector de diapositivas	211



	Págs.
– Los medios actuales	212
Videoproyectores multimedia	212
• El material de paso	213
Diapositivas fotográficas	213
Vídeo	214
Transparencias	216
¿Transparencia apaisada o vertical?	217
Proceso de creación de diapositivas	218
– Algunas recomendaciones para sus transparencias ..	221
– Presentaciones en pantalla	222
Anexo. Introducciones, rompehielos, conclusiones, anécdotas y citas para sus charlas	225
• Introducción	227
• Aperturas	229
• Aperturas para ocasiones especiales	238
• Situaciones diversas	242
• Chistes	244
• Ríase de sí mismo	254
• Conclusiones	257
Acerca del autor	261



Introducción

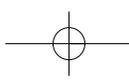
*Al terminar mis estudios había aprendido
muchas cosas menos cuatro:
no sabía leer, no sabía hablar,
no sabía escuchar, y tampoco sabía escribir.*
(Alguien que prefiere no ser citado por su nombre,
a lo mejor yo mismo).

Vir bonos dicendi peritos.
(El varón virtuoso es hábil con las palabras).

QUINTILIANO

La frase de Quintiliano con que se abre este apartado nos indica que el orador debe ser, ante todo, virtuoso, es decir, una buena persona. Yo supongo que usted que me está leyendo lo es, por lo que ya tenemos lo fundamental para hacer de usted un excelente orador. Y esto es así porque el malvado, por muy bien que maneje los recursos oratorios, falla siempre ante la llamada *prueba ética*. Es decir, le falta la credibilidad.

Con frecuencia oímos decir de un político, abogado, conferenciante...: *Fulano tiene un pico de oro*. O bien lo contrario: *Mengano no es un buen orador*. Tal parece que el hablar en público —porque eso y no otra cosa es ser orador— fuera un don innato, una ciencia infusa que algunos pocos escogidos poseen y todos los demás envidian.

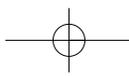


Sin negar que haya personas que pueden tener unas condiciones de partida superiores a las de otros, a ser orador se aprende, como se aprende casi cualquier otra cosa. Demóstenes, gran orador de la Antigüedad griega, era tartamudo y su voceilla carecía de vigor y energía. Pues bien, la tradición nos refiere cómo se llenaba la boca de guijarros e iba a ensayar sus discursos a orillas del mar, allí donde el ruido de las olas era más fuerte, hasta que su voz se robusteció y desapareció todo resto de tartamudez.

¿Diremos que Demóstenes nació orador, o más bien que *se lo curró* a fondo para serlo?



Todos podemos ser oradores efectivos si ponemos empeño en ello, aunque quizás ni usted ni yo alcancemos jamás la elocuencia inspirada que conmueve los corazones hasta las lágrimas y persuade a los más recalcitrantes, cosa que, por mi parte, ni siquiera pretendo. Lo que sí puedo asegurarle es que si usted necesita utilizar la palabra en público, tanto si es vendedor, profesor, directivo de empresa, político, sindicalista, presidente de una asociación de vecinos o conferenciante, como si sencillamente tiene que realizar presentaciones orales como parte de su trabajo, este libro le puede ayudar a conseguir sus objetivos (que eso significa ser eficaz), con un poco de atención y de colaboración por su parte.



Aristóteles, autor de la *Retórica*, en el siglo IV antes de Cristo, enunció las condiciones que debe reunir el orador, que son la prudencia, la virtud y la benevolencia.

Por su parte, Monroe y Ehninger indican que quien pretenda hablar en público debe ser *íntegro, dominar el tema del que habla, tener confianza en sí mismo y adquirir unas destrezas*, perfectamente alcanzables para quien de verdad se lo proponga.

Usted es el orador, y yo estoy aquí para ayudarle a mejorar sus habilidades.

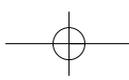
No importa si usted se dirige a una audiencia para venderles un cachivache doméstico, solicitar su voto para un candidato, presentar un proyecto de reforma de un edificio, dar una conferencia sobre un tema cultural, pronunciar la lección inaugural del curso académico, dar la despedida en el transcurso de una cena-homenaje a un directivo que se jubila, presentar una comunicación o ponencia en un congreso profesional, luchar por persuadir a los asistentes a un mitin político o sindical para que otorguen su voto a una lista determinada, impartir una sesión en un curso de formación dirigido a los nuevos empleados...

En todos los casos anteriormente citados y en otros muchos que usted mismo puede agregar a la lista, nos encontramos con unos rasgos comunes a todos ellos:

- usted es la persona que tiene que dirigir la palabra;
- usted se enfrenta a una audiencia cautiva compuesta por un número variable de personas;
- para ello usted ha preparado una charla, conferencia, demostración, presentación o como quiera usted llamarla;
- con su charla usted pretende varias cosas: quedar bien, ser escuchado, ser comprendido e influir sobre el comportamiento futuro de la audiencia.

Las páginas siguientes le ayudarán a preparar y pronunciar, charlas efectivas, así como a elaborar y utilizar material audiovisual de apoyo.

Estas enseñanzas le servirán fundamentalmente para dirigirse oralmente e influir sobre una audiencia cautiva, pero también le serán útiles para otro tipo de situaciones, como pueden ser:

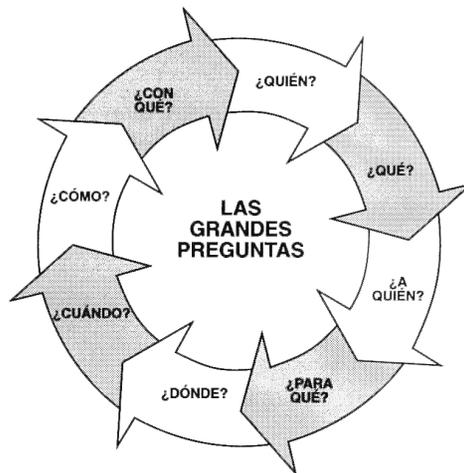


- tener que improvisar unas palabras tras una cena de negocios;
- hablar convincente y persuasivamente a una o varias personas en situaciones tales como una venta, formular o atender una reclamación, intentar persuadir a un agente de tráfico (¡o a un inspector de Hacienda!) de que realmente no hemos cometido la falta que nos achaca, y en otras variadas interacciones personales.

ESTRUCTURA DE LA OBRA

Los tratados clásicos de moral, para valorar la bondad o malicia de los actos libres en relación con las normas, formulaban siete preguntas, cuya respuesta permitía analizar la conducta humana. Estas preguntas eran:

- ¿Quién lo hizo?
- ¿Qué hizo?
- ¿A quién?
- ¿Para qué lo hizo?
- ¿Cómo lo hizo?
- ¿Cuándo y dónde lo hizo?
- ¿Con qué medios o instrumentos?



Este libro está estructurado en siete capítulos y un anexo.

Los siete capítulos pretenden dar respuesta a las siete preguntas precedentes. En ellos vamos a hablar de la persona que tiene que dirigirse a una audiencia (*quién*), del discurso (*qué*), del auditorio (*a quién*) de la finalidad del discurso (*para qué*), del modo de preparar y pronunciar un discurso (*cómo*), del uso y disposición del espacio y el tiempo (*dónde y cuándo*), y de los medios audiovisuales y de la documentación entregada a los asistentes (*con qué*).

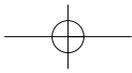
El anexo se titula: *Introducciones, rompehielos, conclusiones, anécdotas y citas para sus charlas*, y pretende reunir una serie de ejemplos y recomendaciones que usted puede encontrar de utilidad para emplear en diversas situaciones.

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, a mi buen amigo Carlos Ongallo, profesor universitario y excelente ilustrador, quien, como en otras publicaciones mías, ha creado los dibujos humorísticos que ilustran este libro.

A Jesús Martínez del Vas, arquitecto y colaborador gráfico de *Gaceta Universitaria*, quien me ha autorizado a reproducir las tiras cómicas que figuran en las páginas 19 y 20.

A don Jesús Ramos Moreno, Director del Departamento de Productos Visuales y Oficinas de 3M España SA, quien me facilitó toda la información requerida acerca de proyectores, pantallas y consumibles para retroproyección, y a D.^a Carmen Estrada, del mismo departamento, que tuvo la amabilidad de revisar el manuscrito y formuló algunas sugerencias para mejorarlo.

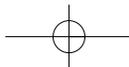


Capítulo I

¿Quién? Usted, el orador

SUMARIO:

- Usted, el orador.
- Distintas situaciones en que usted puede actuar como orador.
- Otras posibilidades de hablar en público:
 - El presentador.
 - El moderador.
 - El presidente.



USTED, EL ORADOR

All the great speakers were bad speakers at first.
(Todos los grandes oradores
empezaron siendo malos oradores).

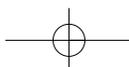
EMERSON: *Power.*

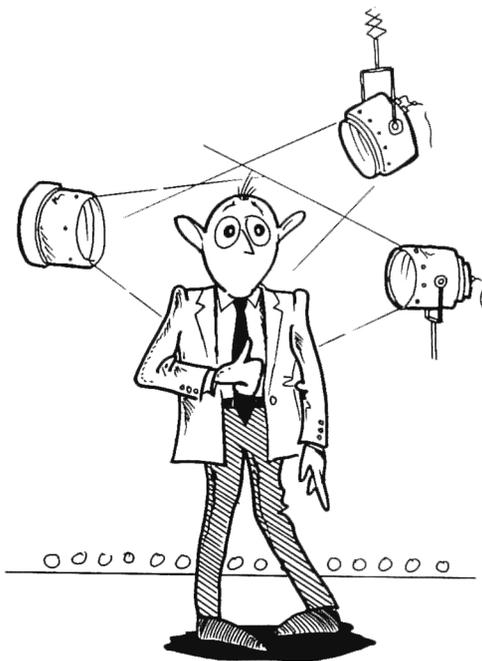
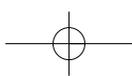
No hace muchos años existía la costumbre en España de que cuando alguien tenía que hacer uso de la palabra ante una audiencia comenzara con la muletilla: *Señoras y señores: Yo no soy orador, y si me he decidido a hacer uso de la palabra...* Con esta horrorosa introducción, hoy felizmente desterrada, el que hablaba invocaba la indulgencia del auditorio y trataba de predisponerlo a su favor, pidiendo que dispensaran su falta de dominio de la oratoria.

Fórmulas semejantes a estas existían en otros idiomas. Por ejemplo, los anglosajones solían decir: *Unaccustomed as I am to public speaking...*

El mismo Shakespeare, en uno de los dos monólogos más conocidos de sus obras¹ pone en boca de Marco Antonio, cuando se dirige a los romanos en el elogio fúnebre a César, las siguientes palabras:

¹ El otro es el célebre *to be or not to be*.



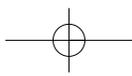


*I am no orator, as Brutus is:
But as you know me all, a plain blunt man².*

Estas y parecidas expresiones parecían significar que había dos clases de personas: los oradores, que poseían un don especial para hablar en público; y el resto de los mortales, que carecían de ese don. Nada más lejos de la realidad. Como ya nos previene Quintiliano, *nascuntur poetas, fiunt oratores*; es decir, los poetas nacen, pero los oradores se hacen.

Si usted quiere o tiene que dirigirse a una audiencia, no espere a que le baje de lo alto una gracia especial para hablar correcta, elegante y efectivamente. Se puede aprender a hablar en público, como se puede aprender a hacer casi cualquier otra cosa, y además es uno de los aprendizajes más *agradecidos* que hay. En primer lugar, por la rapidez con que se aprecia el progreso obtenido y, en segundo lugar, por las gratificaciones de toda índole que esta nueva

² «No soy orador, como lo es Bruto, sino un hombre sencillo, como todos sabéis».

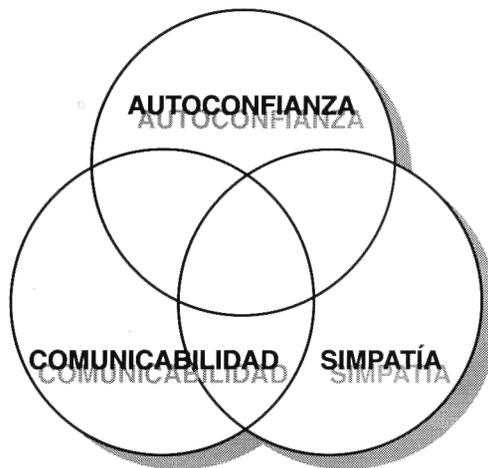


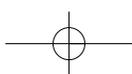
habilidad le proporcionará, tanto si la ejercita en el medio académico, político, empresarial, asociativo, religioso, o cualquier otro.

No sé si usted que me está leyendo es un hombre o una mujer; joven o de más edad; estudiante o profesor; ingeniero o político; sacerdote, abogado, enfermera, trabajador social... El caso es que usted ha pedido, o ha aceptado, o le han *embarcado* para que se dirija oralmente a una audiencia para presentar un proyecto, solicitar un donativo, convencer a los circunstantes de que voten a un determinado partido, enseñar técnicas de autocuidados a diabéticos, etc. Es decir, que usted es *el orador* (o *la oradora*), la persona que durante unos minutos va a dirigir la palabra a una audiencia cautiva con el fin de influir de algún modo en su comportamiento futuro.

Su éxito o fracaso hablando en público depende fundamentalmente de tres cosas:

- 
- De su nivel de seguridad en sí mismo; de su autoconfianza.
 - De su habilidad para comunicarse oral y gestualmente.
 - De la confianza y simpatía que sepa usted suscitar en su audiencia.





Autoconfianza

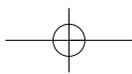
Was du selbst glaubst, glaubt dir jeder.
(Cada uno cree de ti lo que tú mismo crees)

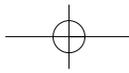
FEUCHTERSILEBEN: *Aphorismen*

Es posible que esté un poco nervioso o preocupado por tener que hablar en público: el ponerse en pie en medio de un grupo de desconocidos (y si son conocidos, mucho peor) siempre incomoda un poco. De nada vale el reflexionar que usted va a hablarles de cosas que conoce bien (*¡al fin y al cabo por eso me lo han encargado a mí y no a otro!*): el miedo escénico es algo que todos los actores conocen bien, y no crea usted que solo los novatos se ponen nerviosos. Hasta los actores más veteranos sienten en las noches de estreno ese vacío debajo del esternón que se nos pone a todos cuando tenemos que afrontar lo desconocido.



Pero el miedo escénico, los nervios, la ansiedad, no son más que manifestaciones de nuestra inseguridad. ¿Sabe usted cómo





desaparece la inseguridad de un modo radical? Sencillamente aplicando las cuatro normas que le indico a continuación:



- Hablar solo de lo que se sabe.
- Tener claro el objetivo que se persigue.
- Preparar a fondo lo que se quiere decir.
- Estudiar las necesidades, deseos y características de la audiencia.

Hablar solo de lo que se sabe

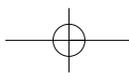
When you have nothing to say, say nothing.
(Si no tienes nada que decir, no digas nada).

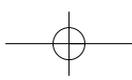
COLTON: *Lacon, I, 183.*

Recuerde cuando usted era estudiante y llegaba la temida fecha del examen final. Los nervios, ya se sabe, son de rigor en esas circunstancias y todos los estudiantes están más o menos afectados por ellos, pero compare el estado de ánimo de los que han estudiado a fondo la materia con aquellos que llevan la asignatura *prendida con alfileres*.

Ciertamente, hablar de lo que solo se conoce a medias es una experiencia de lo más desagradable. Por ello le recomiendo que hable usted solo de lo que conozca suficientemente bien.

La preparación de un orador no termina nunca. Hay que conocer lo que se dice y, además, poner los conocimientos al día mediante la lectura de libros y artículos, asistencia a congresos del tema de que se trate, conversaciones formales o informales con otros profesionales, etc.





Tener claro el objetivo que se persigue

No hay viento bueno para quien no sabe adónde va.

SÉNECA

Básicamente, toda charla, clase magistral, conferencia, sermón, arenga, presentación, etc., tiene dos propósitos principales: *informar* y *persuadir*. Según el tipo de comunicación de que se trate predomina un objetivo o el otro.

Existe un tercer objetivo posible: el de distraer o *divertir*. Por ejemplo, la actuación de un humorista es una muestra casi pura de este propósito.

Cuando usted empieza a hablar, incluso antes, cuando prepare su discurso, debe tener constantemente presente qué pretende conseguir con ello, y ha de poner todo su empeño y aplicar todos sus esfuerzos en esa dirección.

Preparar a fondo lo que se quiere decir

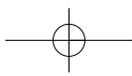
On s'attend tout, et on est jamais préparé à rien.

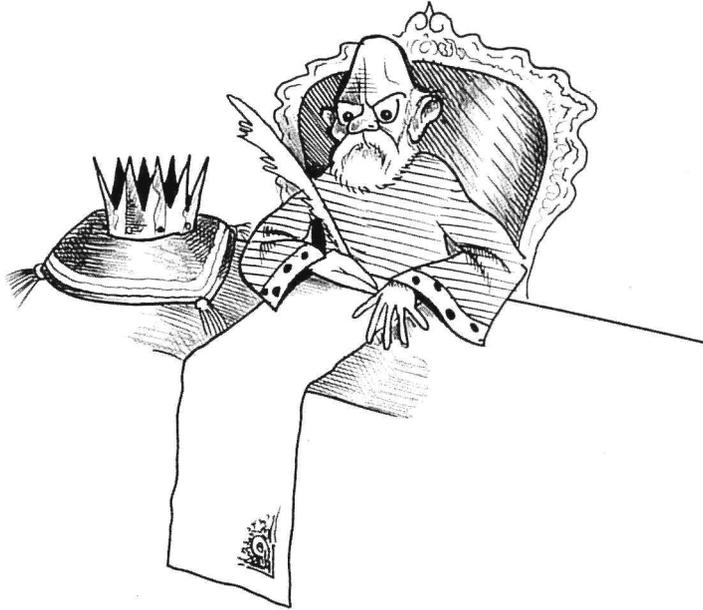
(Sabemos que puede suceder cualquier cosa,
y no nos preparamos para nada).

MME. SWETCHINE: *Morceaux Choisis*, 8.

Como se decía anteriormente, es fundamental para experimentar un sentimiento de autoconfianza el conocer bien aquello de lo que se va a hablar. Pero una cosa es conocer suficientemente lo que se va a decir (se puede aprender un tema que no se domina y repetirlo como un papagayo) y otra cosa muy distinta es encontrarse en condiciones de responder a las preguntas que en el coloquio que inevitablemente sigue a toda charla o presentación, nos puedan plantear.

Por consiguiente, no deje nada al azar del momento y *haga sus deberes en casa*. Este *hacer los deberes* implica ponerse en el





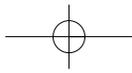
lugar de la audiencia y buscar respuesta para las preguntas que es previsible que nos formulen.

Estudiar las necesidades, deseos y características de la audiencia

Cuando vayas a pescar, no pongas en el anzuelo lo que te gusta a ti, sino lo que le gusta al pez.

ANÓNIMO

Hablar en público significa practicar la empatía, ponerse en el lugar de las personas que van a asistir al acto y hablarles acerca de las cosas que les gustan y les interesan en el lenguaje que ellos puedan comprender, proponiendo soluciones válidas para resolver sus problemas.



En las campañas políticas los candidatos repiten en cada lugar prácticamente el mismo discurso, pero lo modulan en función de la audiencia a la que se dirigen. En Galicia les hablan de la pesca y en Baleares del turismo. A los mayores, de las mejoras que van a introducir en la pensión de jubilación, y a los matrimonios jóvenes de los cambios inminentes en materia de educación de los hijos. A los desempleados les anuncian la creación de nuevas empresas, a los empresarios la reducción de los impuestos, y a los jóvenes la creación de empleo juvenil.

En todos los casos persiguen lo mismo: conseguir el voto de la audiencia, pero a cada cual le hablan de los temas que le interesan en el lenguaje más apropiado para ellos.

DISTINTAS SITUACIONES EN QUE USTED PUEDE ACTUAR COMO ORADOR

*Buen ejemplo nos da Naturaleza,
que por tal variedad tiene belleza.*

LOPE DE VEGA: *Arte nuevo de hacer comedias.*

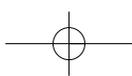
Usted puede pronunciar un discurso en multitud de ocasiones, entre las que le destaco las más frecuentes:

- Discurso de defensa de tesis o de proyecto fin de carrera.
- Conferencias.
- Mesa redonda.
- Debates.
- Ponencia o comunicación a un congreso, simposio, jornadas, semanas, encuentros...
- Exposición.
- Discursos de circunstancias:
 - de apertura y clausura de curso,
 - de entrega de premios o diplomas,
 - de inauguración de establecimientos comerciales,
 - de toma de posesión,



- de admisión de un nuevo miembro en una Academia, corporación, etc.,
- de elogio fúnebre,
- de bodas,
- de primera misa,
- de celebración de bodas de plata, de oro.
- de homenaje,
- de jubilación,
- de sobremesa (brindis).
- Presentación de oradores.
- ...

Los discursos de *defensa de tesis de doctorado o de proyectos fin de carrera* constituyen una exposición académica sumamente formal en la que el doctorando, en un espacio de tiempo limitado marcado por el tribunal, que suele ser de unos veinte minutos o media hora, resume su trabajo. Se suele pronunciar de pie, tras un *rostrum*, y las palabras primeras, dirigidas al presidente del tribunal son *Con su venia, señor (o señora) presidente*. A continuación



Discurso de apertura de curso

el doctorando, quien puede servirse de ayudas audiovisuales (proyección de transparencias, diapositivas, vídeo o presentación electrónica en pantalla), realiza una exposición que suele seguir el siguiente orden:

- Palabras de agradecimiento a la universidad, facultad o escuela, departamento, al director de tesis, al ponente en su caso y quizás a alguna persona o institución que haya facilitado de manera extraordinaria el trabajo de investigación. Esta parte debe ser necesariamente muy, muy breve.
- Razones de la elección del tema de investigación.
- Objetivos iniciales y objetivos finales, si es que en el curso de la investigación estos han cambiado.
- Hipótesis de trabajo.
- Metodología del trabajo.
- Exposición de los puntos principales del trabajo.
- Conclusiones.
- Final. Para indicar que se ha terminado ya no se usa el trasnuchado *He dicho*, sino que, en su lugar, se prefiere decir simplemente *Muchas gracias por su atención*.

Al final de la exposición los miembros del tribunal irán, uno por uno, y en orden de antigüedad creciente³; exponiendo al doctorando los méritos y las críticas a su trabajo, y también es posible que formulen algunas preguntas.

³ El presidente siempre habla en último lugar, aunque no sea el doctor más antiguo.

