

LUIS PUCHOL
LUIS PUCHOL PLAZA

HABLAR EN PÚBLICO

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

Sexta Edición

Dibujos de Carlos Ongallo



Índice

Introducción	XIII
Estructura de la obra	XVI
Agradecimientos	XVII
Capítulo I. ¿Quién? Usted, el orador	1
• Usted, el orador	3
– Autoconfianza	5
– Hablar solo de lo que se sabe	6
– Tener claro el objetivo que se persigue	7
– 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	9
• Otras posibilidades de hablar en público	18
– El presentador	18
– El moderador	25
– El presidente	28
Capítulo II. ¿Qué? El discurso	29
• La estructura	31
• El inicio	36
• La conclusión o cierre	38
• El estilo	42
• El silencio	51
• Las transiciones	54
• Hablar en otros idiomas o en otros países	56
<i>Un cuento árabe español</i>	60
• Las anécdotas	63

• Los chistes	66
<i>Un chiste sobre chistes</i>	69
• Cómo contar historias	69
• Las interrupciones	72
Capítulo III. ¿A quién? Los asistentes	79
• Los asistentes	81
• Atentos y benevolentes	86
– Atentos	86
– Benevolentes	87
• El aplauso	90
• La claque	92
• La pérdida de la atención	93
• La personalización	96
• Las preguntas	100
Capítulo IV. ¿Para qué? Los objetivos.....	107
• Los objetivos	109
• Persuasión lógica y emocional	114
Capítulo V. ¿Cómo? Preparación y pronunciación del discurso	125
• La voz.....	127
– Voz débil, inaudible.....	128
– Voz ronca o chillona.....	129
– Voz nasal	129
– Excesiva velocidad.....	130
– Pronunciación y acentos locales.....	131
<i>La próxima vez que tenga usted que hablar en público, recuerde estas sencillas normas</i>	132
• Leer	134
– El escrito que tiene que ser leído.....	136
– La preparación previa.....	137
– La lectura.....	137
• La comunicación no verbal	138
• La preparación.....	152
– Elegir y delimitar el tema	153
– Madurar la idea	153
– Seleccionar los objetos	154
– Haga acopio de información	155

– Seleccionar la información.....	156
– Buscar refuerzos para cada uno de sus argumentos	157
– Ensayar, ensayar, ensayar.....	157
– Prepararse para lo imprevisible.....	159
• Las fichas o notas del conferenciante.....	160
• Los nervios.....	163
Capítulo VI. ¿Cuándo y dónde? El tiempo y el espacio ..	169
• Uso del tiempo	171
– Brevedad	171
– Ajuste del discurso al tiempo disponible	172
– Puntualidad para empezar y puntualidad para terminar	174
• Uso del espacio	175
– Algunas disposiciones clásicas	176
• Fallos de organización.....	181
<i>Mi propia lista de comprobación</i>	<i>183</i>
Capítulo VII. ¿Con qué? Medios para apoyar el discurso..	187
• Documentación	189
• Medios audiovisuales.....	192
• ¿Porqué utilizar medios o ayudas audiovisuales?	195
– Cuando se utilizan bien, los medios audiovisuales en las presentaciones... ..	195
– Cuando los medios audiovisuales no se seleccionan acertadamente, o no se utilizan convenientemente.....	196
• Los medios tradicionales.....	197
– Pizarra blanca	197
– Flip chart o rotafolios	198
– Retroproyector.....	199
– Proyector de diapositivas	199
• Los medios actuales	200
– Videoproyectores multimedia	200
• El material de paso	200
– Diapositivas fotográficas.....	200
– Vídeo	201
– Proceso de creación de diapositivas	203

– Charla por Skype, Face Time o similar	204
– Perder el miedo a la cámara	207
– Cuidar nuestro aspecto	207
Capítulo VIII. Presentaciones para altos directivos.....	215
• Introducción	217
• Los ponentes son varios: el equipo presentador.....	218
– Los roles de los miembros del equipo y la puesta en escena	219
– El presentador y maestro de ceremonias	220
– Los ponentes expertos	222
– El resto del equipo.....	223
• Los medios tradicionales: el libro encanutillado.....	223
• Presentación en otro idioma que el del ponente y/o de la audiencia.....	228
• Presentaciones en condiciones adversas	232
– El tiempo destinado a la presentación es más corto que el originalmente previsto	233
– La persona clave de su audiencia no está presente durante parte (o toda) la ponencia	234
– La presentación se realiza por vídeo o teleconferencia	235
– No hay materiales de apoyo para la presentación	236
– La ponencia es por escrito	236
• Tocar la tecla correcta: <i>know your audience</i> (KYA)	237
Anexo. Introducciones, rompehielos, conclusiones, anécdotas y citas para sus charlas.....	241
• Introducción	243
• Aperturas	245
• Aperturas para ocasiones especiales	254
• Situaciones diversas	258
• Chistes	260
• Ríase de sí mismo	271
• Conclusiones	274
Acerca de los autores	279

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 vocecilla 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.

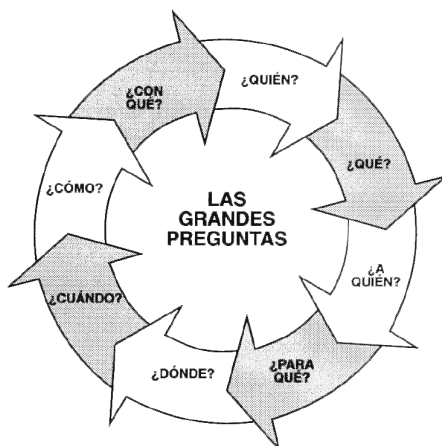
Estas enseñanzas le servirán fundamentalmente para dirigirse oralmente e influir sobre una audiencia cautiva, pero también le serán útiles para otro tipo de situaciones, como pueden ser:

- 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 ocho capítulos y un anexo.

Los ocho 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 octavo y último capítulo, redactado por Luis Puchol Plaza, quien aporta su experiencia práctica sobre el tema, lleva por título *Presentaciones para altos directivos*. Ciertamente, los altos directivos de las grandes empresas son una audiencia muy especial, como también lo tiene que ser el discurso, el material que se entrega y la presentación audiovisual. Ello requiere de la persona o equipo de personas que materializan la presentación, una preparación específica, una compenetración perfecta, y una agilidad para responder a cualquier pregunta o interpelación que se les formule.

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

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 e historietista, que me ha autorizado a reproducir las tiras cómicas que figuran en las páginas 11, 20 y 21.

Capítulo I

¿Quién?

Usted, el orador

SUMARIO:

- Usted, el orador.
 - Autoconfianza.
 - 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.
- 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.

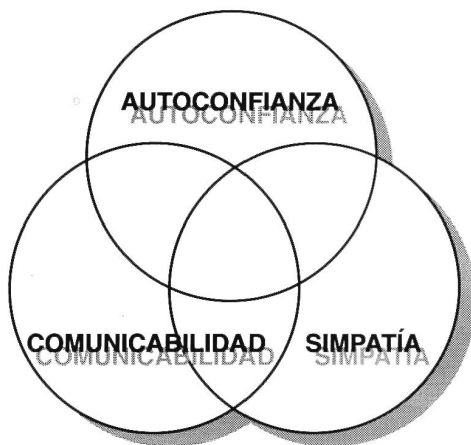
Si usted quiere o tiene que dirigirse a una audiencia, no espere a que le baje de lo alto una gracia especial para hablar correcta, elegante y efectivamente. Se puede aprender a hablar en público, como se puede aprender a hacer casi cualquier otra cosa, y además es uno de los aprendizajes más *agradecidos* 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 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; ingeniera 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.

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

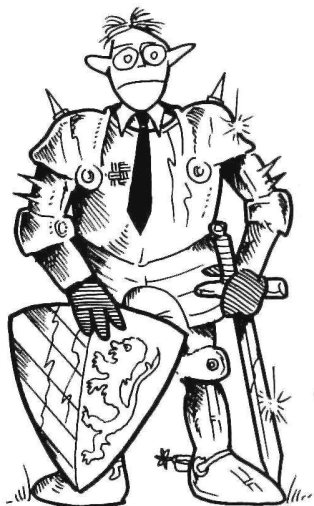


Autoconfianza

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

FEUCHTERSILEBEN: *Aphorismen.*

Es posible que usted 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 circuns-

tancias 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

Ignoranti, quem portum petat, nullus suus ventus est.
(No hay buen viento para el que no sabe a qué puerto va).

LUCIO ANNEO 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 monologuista es una muestra casi pura de este propósito.

Cuando usted empiece 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

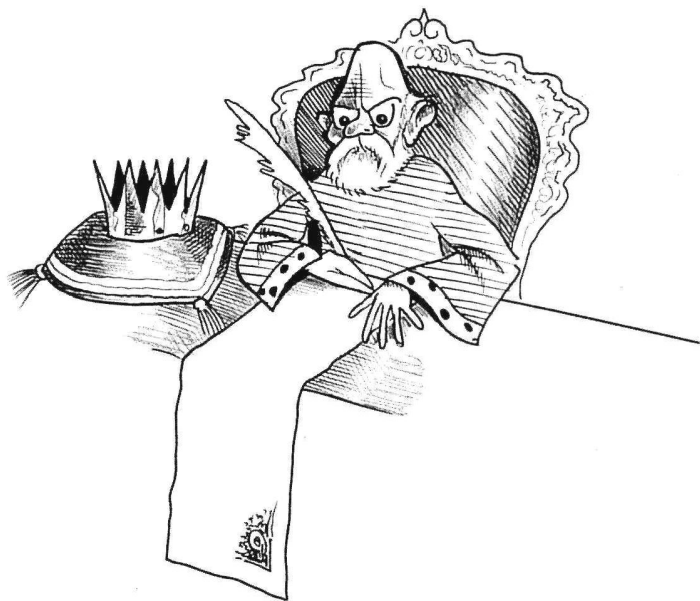
On s'attend tout, et on est jamais préparé à rien.

(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 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.
- ...





Discurso de apertura de curso

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*³. A continuación el doctorando, que puede servirse de ayudas audiovisuales (proyección de 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.

³ Y no presidenta, aunque sea una mujer a que se sienta en medio del tribunal. En español, la Real Academia Española, en una discutible y contradictoria opción por aceptar el uso vulgar de la lengua, acepta la forma presidenta (f) algunas veces para la persona que preside un *Gobierno, consejo, tribunal, junta sociedad*, etc. Pero advierte que en la acepción 1 (Persona que preside) solo se usa la forma presidente. ¿En qué quedamos?

- Exposición de los puntos principales del trabajo.
- Conclusiones.
- Final. Para indicar que se ha terminado ya no se usa el trastrocado *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 creciente⁴; exponiendo al doctorando los méritos y las críticas a su trabajo, y también es posible que formulen algunas preguntas.

Lo común es que el doctorando tome nota de las observaciones y que, cuando hayan hablado todos los miembros del tribunal, responda a todas o a algunas de las objeciones, dando las gracias por las sugerencias que sin duda recibirá cara a la publicación de la tesis.

Como las distintas facultades y escuelas pueden tener diferentes tradiciones a este respecto, se recomienda a los futuros doctorandos que procuren asistir a la defensa de otras tesis o proyectos fin de carrera, para hacerse una idea de cómo va a transcurrir el acto⁵.

Una *conferencia* es un discurso pronunciado por un solo orador, anunciado previamente, y generalmente de entrada libre, en el que la persona que habla va a dedicar un tiempo, en torno a una hora, a disertar acerca de un punto concreto. La conferencia va seguida generalmente de un turno en el que los circunstantes pueden dirigir preguntas al orador. Una conferencia es, generalmente, un típico

⁴ El presidente siempre habla en último lugar, aunque no sea el doctor más antiguo.

⁵ Cuando participo como miembro de un tribunal de tesis, suelo comenzar mi intervención diciendo que la defensa de tesis es un acto crítico, en el que los miembros del tribunal, en quienes la sociedad delega el poder de abrir la puerta del Cuerpo de Doctores de la Universidad a un nuevo miembro, tienen que expresar sus comentarios, tanto favorables como adversos. Estos comentarios, que son casi un ritual iniciático, pueden resultar hirientes para los amigos y familiares que eventualmente acompañan al doctorando. Por consiguiente, siempre recomiendo, con poco éxito, a quienes dirijo una tesis que por nada del mundo se les ocurra llevar al acto al cónyuge, padres, hijos, o amigos, y que reserven la invitación para el día de investidura de nuevos doctores, que ese sí que es un acto solemne y *resultón*, que permite obtener fotos irrepetibles para la colección familiar de cada cual, con el aliciente de que los circunstantes van convenientemente disfrazados para el acto con los multicolores capisayos académicos.

discurso para informar⁶, aunque generalmente, tras una charla, digamos, sobre las especies autóctonas en extinción, no es raro que:

- Se haga una colecta⁷.
- Se entreguen fichas para hacerse socios de un grupo protectionista.
- Se instale una mesa donde se vendan libros, opúsculos, *gadgets*, etc., destinados a recaudar fondos para la protección de las especies animales en peligro...

Una *mesa redonda* es una serie de conferencias en torno a un punto determinado, pronunciadas por una sucesión de conferenciantes, cada uno de los cuales dará una visión particular en función de su área concreta de experiencias o estudio. Una mesa redonda suele durar una mañana o una tarde, y en conjunto no suele exceder de tres o cuatro horas de trabajo interrumpidas por un *coffee-break*⁸ o similar. Toda mesa redonda tiene una presidencia, que se encarga de hacer la presentación del evento y el resumen final, controlar los tiempos de los distintos ponentes y, en general, mantener el orden del acto.

En unos casos, al final de cada intervención se produce un turno de preguntas, aunque lo más frecuente es que todas las cuestiones se reserven para el final del acto. El problema que plantea este último proceder es que si alguno de los ponentes tiene la necesidad ineludible de ausentarse por cualquier motivo, no le será posible responder a las cuestiones que se le pudieran plantear, por lo que algunos presidentes de mesa prefieren que cada intervención conlleve su propio turno de preguntas de, digamos, quince minutos, reservando un espacio mayor para el final.

⁶ Como veremos más adelante, los discursos pueden dividirse bajo multitud de criterios. Uno de los más utilizados es el que los clasifica en discursos para distraer, discursos para informar y discursos para convencer o persuadir. Naturalmente estos tipos no son mutuamente excluyentes. Una conferencia es un discurso para informar, pero qué duda cabe que intenta influir sobre la audiencia en algún sentido, y posiblemente el orador intentará que su mensaje sea lo más ameno o divertido posible.

⁷ Ambrose Bierce, el original autor del divertido *Diccionario del diablo*, define al conferenciante como *alguien que le pone a usted la mano en su bolsillo, la lengua en su oído y la fe en su paciencia*.

⁸ Los puristas prefieren decir pausa-café.



Un *debate o panel* se parece a una mesa redonda en la que son varios los conferenciantes que se sientan en la mesa de la presidencia, pero su finalidad y su procedimiento es distinto. El objetivo de un panel es mostrar puntos de vista en parte coincidentes y en parte divergentes acerca de un tema o cuestión, sustentados por una serie de participantes, quienes no seguirán un orden riguroso de intervenciones, sino que entrarán en una discusión ante un público. Es indispensable, para que el acto no finalice como el clásico *rosario de la Aurora*, la figura del moderador, que realiza parte de las funciones del presidente, que antes contemplamos cuando comentábamos la mesa redonda, pero que en el caso particular del panel, se incrementan con la concesión del turno de palabra a los participantes, la suscitación de los distintos temas que haya que debatir, el mantenimiento del orden interno dentro del grupo y la exposición de los acuerdos o divergencias que se hayan alcanzado.

Los *congresos, simposios y jornadas* se caracterizan, en primer lugar, por una mayor duración que las mesas redondas u otros actos similares. Pueden durar hasta tres o más días, aunque cuando alcanzan el número de cinco días (de lunes a viernes) se les suele denominar *semanas*. Se constituyen con mucha antici-