

PRESENTACIÓNS ORAIS.

TÉCNICAS PARA ELABORAR UN

DISCURSO EFICIENTE



ÍNDICE

1	A comunicación oral, unha habilidade que se desenvolve	4
1.1	Medo, quen dixo medo?	4
1.2	As barreiras da comunicación	5
1.3	As outras barreiras	6
1.3.1	As barreiras físicas	7
1.3.2	As barreiras psicolóxicas	7
1.4	O importante? Crear o hábito	7
1.5	Obxectivos e propósitos da nosa comunicación oral	8
2	Elementos para unha mensaxe eficiente	9
2.1	O contido	9
2.2	A forma	10
2.3	Algúns elementos máis	10
3	O discurso: a importancia da preparación	11
3.1	O inicio	12
3.2	O nó do discurso	13
3.2.1	A descrición	13
3.2.2	A exposición	14
3.2.3	A narración	15
3.2.4	A argumentación	15
3.3	Como pechar un discurso	16
3.4	Realizar un discurso lido. Se non hai máis remedio...	17
3.5	O discurso para convencer	19
3.6	A lingua	19
4	A voz	20
4.1	A entoación	21
1.1	O ton	22

1.2	Rexistros da voz	22
1.3	O timbre	23
1.4	Volume e velocidade	23
5	O noso corpo non só fala pola boca: linguaxe non verbal	24
5.1	As distancias	24
5.2	A mirada e o rostro	26
5.3	A postura	27
5.4	As mans	28

1 A comunicación oral, unha habilidade que se desenvolve

Falar en público acostuma a provocar efectos moi negativos en moitas das persoas, como nerviosismo, suores e mareos. Tamén medo escénico, bloqueo cando teñen que formularlle unha pregunta ao auditorio ou cando teñen que pronunciar unhas palabras.

O medo é inherente ao feito de falar en público. Todas as persoas por moita experiencia que teñan, por moi bos oradores que sexan, aínda que o disimulen ben, están preocupadas antes de iniciar a súa exposición ante a posibilidade de non lograr os obxectivos da comunicación.

Os causantes do medo son múltiples e diversos. Os máis habituais son a falta de confianza nun mesmo, a inseguridade, e sobre todo, a falta de costume a falar en público.

Con todo, que nunca perdamos totalmente o medo a falar en público tamén é positivo, xa que dese xeito non nos relaxamos, e obrigámonos a perfeccionar o noso discurso e a darlles aos nosos oíntes a atención que merecen.

Aínda así, é preciso gañar confianza en nós mesmos, e predispoñer a nosa mente para o éxito das comunicacións, controlar o noso medo, preparar adecuadamente as nosas intervencións, e falar do que sabemos transmitindo con entusiasmo o discurso que queremos transmitir.

Se se dese a circunstancia de que algo sae mal, non debemos desanimarnos, senón que debemos aprender dos nosos erros e telos en conta para posteriores ocasións.

1.1 Medo, quen dixo medo?

Ante a posibilidade de falar nun auditorio, debemos diferenciar entre o medo natural que se deriva da tensión, da responsabilidade do momento, do afán por lograr o noso propósito, e do outro medo, o irracional que nos paraliza, que nos seca a gorxa, que nos impide falar.

Todo comunicador debe facerlle fronte aos dous, sempre desde a consciencia de que ou o dominamos a el, ou el dominaranos a nós.

Que podemos facer para dominar o medo? O máis axeitado é facer o mesmo cando aprendemos calquera outra cousa: que non nos importe equivocarnos, cometer erros ata que saibamos facelo con corrección.

Algunhas das técnicas para superar o medo a falar en público son as seguintes:

1. A preparación: ter o dominio do que queremos dicir reduce a tensión nun 80 %. A preparación e o ensaio son a mellor técnica de que dispoñemos para actuar con serenidade, confianza en nós mesmos e dominio da situación.
2. Manter un contacto natural co auditorio: unha acción que serena os ánimos e relaxa en gran medida é manter un contacto natural co auditorio.
3. Facernos conscientes de que preparamos o noso discurso a conciencia e que estamos listos para compartilo, e que, posiblemente, sexamos quen máis sabe do tema na sala.
4. O coidado físico: un estado emocional equilibrado aseguran outro elemento fundamental para unha boa comunicación. Para logralo é conveniente non abusar de comidas copiosas antes de calquera intervención nin tampouco tomar alcol ou calquera outro estimulante.
5. Tratar de controlar os síntomas de maneira activa: se apreciamos síntomas de nerviosismo debemos canalizalo de forma activa a través de exercicios físicos, respiracións completas, etc. Isto permítenos acercarnos á nosa intervención dunha forma máis relaxada e tranquila.
6. Estar predispostos equivocarnos.

1.2 As barreiras da comunicación

Se pretendemos realizar unha correcta comunicación, de calquera tipo, debemos ser conscientes de que esta segue un proceso no que moitas veces aparecen barreiras que a obstaculizan.

Todo proceso de comunicación parte dun emisor que trata de transmitir unha mensaxe a un ou varios receptores a través dunha ou varias canles. Este proceso

que parece tan sinxelo, na práctica complícase, e son numerosas as ocasións nas que non se cumpre o obxectivo desexado: a comunicación satisfactoria. As razóns polas que isto ocorre son múltiples e variadas e aféctanlle ao emisor, ao receptor, á canle e tamén á mensaxe.

Entre as que se refiren ao emisor podemos destacar:

1. a utilización dun ton inapropiado
2. a falta de coñecemento do tema do que se está a falar
3. a actitude negativa de cara ao receptor
4. a pouca claridade na exposición de ideas
5. non poñerse no lugar do receptor.

Polo que se refire ao receptor as razóns céntranse en:

1. a incapacidade para escoitar
2. a actitude negativa de cara ao emisor
3. a interpretación indebida

En canto á mensaxe podemos citar:

1. que non lle interese o que lle queremos contar
2. que lle sexa difícil entendela
3. que a mensaxe sexa demasiado ampla
4. que o contido non sexa adecuado ao nivel cultural, idade ou linguaxe dos receptores, etc.

Por último, e no que respecta á canle, debemos citar:

1. a falta de adecuación ao obxectivo que se pretende alcanzar
2. o excesivo número de persoas que interveñen na transmisión da mensaxe

1.3 As outras barreiras

Aínda que estas anteriores afectan ao noso discurso, tamén debemos ter en conta estouttras que determinan a calidade da nosa comunicación:

1.3.1 As barreiras físicas

1. A distancia que establecemos co interlocutor: estamos de pé e eles sentados, ou ao revés? Hai algún elemento de interposición entre nós e a outra persoa (un mostrador, un vidro, etc.)?
2. O ruído ambiental: podemos ser quen de comunicarnos distanciándonos do ambiente que nos rodea?
3. Os medios de comunicación: a nosa comunicación é presencial ou a través dalgún dispositivo electrónico? Hai boa cobertura? Os medios cos que contamos axúdannos ou pexan a comunicación?

1.3.2 As barreiras psicolóxicas

Hai aquí un elemento fundamental que tamén é relevante: somos Administración, nun contexto administrativo no que representamos a unha entidade, e isto pode condicionar en múltiples ocasión a forma en que nos ven os nosos interlocutores.

1.4 O importante? Crear o hábito

Unha vez que temos en conta todo o que citamos ata o momento, podemos facer fincapé en que ademais de ter en conta as cuestións anteriores, falar en público é unha habilidade, con diferentes aspectos técnicos que coñecer e dominar, pero sobre todo para exercitarmos sempre que teñamos ocasión.

E isto é así porque todos falamos habitualmente, non temos ningún problema para facelo con normalidade, o elemento engadido aquí é que aparece un ingrediente novo na ecuación: é a comunicación formal e en público.

O máis importante é detectar cales son os elementos que xogan ao noso favor, cales son as partes da comunicación que se nos dan ben, e tamén cales debemos mellorar. E ademais, practicar ata que facelo se converta nun hábito, e polo tanto non supoña ningún esforzo.

1.5 Obxectivos e propósitos da nosa comunicación oral

A razón de ser de toda comunicación é facerlle chegar unha mensaxe nas debidas condicións a alguén para que o asimile e o acepte.

Para facelo debemos gañar a súa confianza, demostrando que somos capaces de falarlles, que o que lles comunicamos é interesante e útil para eles.

A oratoria é a arte de convencer a outra persoa por medio da palabra. Por iso, saber elaborar unha mensaxe e facela chegar adecuadamente para conseguir que alguén o acepte o que transmitimos, é unha difícil arte e unha disciplina ao alcance das persoas que se esforzan en coñecer as técnicas e perfeccionarse na práctica.

Toda comunicación debe ter un propósito, unha intencionalidade que debe ser definida e mantida durante todo o seu desenvolvemento. Son catro os propósitos: entreter, informar, convencer e persuadir, é dicir, xerar unha acción ou provocar unha reacción:

- Entreter, é o propósito máis simple. Ocorre todos os días cando nos comunicamos con outras persoas e transmitimos mensaxes de simple espaxamento.
- Informar, prodúcese cando emitimos mensaxes con datos que consideramos de interese para o coñecemento dos nosos oíntes. Polo xeral a información transmítese de forma descritiva e imparcial, sen pretender que a outra parte acepte na súa totalidade as mensaxes que emitimos (reunións de empresa, difusión de noticias, etc.)
- Convencer, é algo máis complexo, xa que implica que esperamos que as mensaxes sexan aceptadas e asumidas polo auditorio. A comunicación de convencemento vai directamente ao cerebro dos oíntes e pretende consolidar ou cambiar unha idea existente. Para convencer é preciso dar razóns e argumentos sólidos que xustifiquen determinadas posicións.
- Persuadir, ou incitar á acción, é o máis complexo de todos, xa que non só pretende que as ideas sexan asumidas, senón que ademais sexan levadas á práctica. Para iso é preciso provocar reaccións no auditorio.

2 Elementos para unha mensaxe eficiente

Facer unha intervención oral ante o auditorio require saber como construír unha mensaxe, a forma de expoñela, preparar inicios e peches, a utilización de apoios visuais, e por suposto ser experto no dominio nas técnicas de entreter, informar, convencer e persuadir. Temos que empregar con corrección a comunicación non verbal, saber xogar coa voz e tamén dominar a respiración.

Ademais é fundamental que a nosa comunicación se desenvolva no tempo que tiñamos comprometido co auditorio. Dise que gañaches ou perdiches o auditorio nos primeiros 30 segundos da túa intervención, polo que é moi importante pensar na *captatio benevolentiae*, é dicir no recurso estilístico que se emprega para captar a atención e boa predisposición do público. Eses primeiros momentos son fundamentais, e están cementados nunha boa preparación do que imos dicir, o contido e a forma.

2.1 O contido

Poderíamos pensar que non hai comunicación sen mensaxe, sen contido comunicacional, pero non é de todo certo, e a proba témola en que, cando con frecuencia oímos que moitas persoas falan non din nada. No entanto, ter algo que dicir, ter un *que* importante e interesante, ter un fondo comunicacional, é o que xustifica que nos poñamos ante un auditorio (máis ou menos grande) e esperar que nos escoiten.

Debemos ter en conta tres aspectos básicos:

- O coñecemento: transmitir que sabemos do que falamos, ter dominio da materia.
- A preparación: este é un dos elementos fundamentais, por non dicir o principal. Unha boa comunicación é aquela que se prepara, e na que dominamos todos os elementos adxacentes: buscar exemplos do que queremos contar, adaptalos ao auditorio, elaborar apoios visuais cando sexa posible, etc.

- A concreción: é conveniente trasladar unha idea depurada e simplificada. Deste xeito será máis facilmente comprensible.

2.2 A forma

Na comunicación tamén hai algúns aspectos formais que debemos atender:

- Adecuación da mensaxe: o tema que tratamos, quen son as persoas que van recibir a comunicación, o grao de relación que temos con eles, o contexto no que se vai producir, etc. Estas escollas inciden na variedade lingüística (estándar, dialectal...), no nivel de lingua (culto, coloquial, popular...), no nivel de abstracción (xeral, especializado...), no enfoque (expositivo, persuasivo...), no ton (neutro, irónico, festivo...), etc. que vai ter o noso discurso.
- Coherencia: debemos seleccionar a información que imos incluír en función da súa pertinencia e da súa relevancia, e organizala a través dunha estrutura determinada, tendo en conta as escollas realizadas por medio da adecuación.
- Cohesión: vai permitir que a nosa intervención sexa máis ca unha suma de frases, a través da creación dunha estrutura clara da mensaxe (repeticións ou anáforas, os enlaces ou conectores, etc.)

2.3 Algúns elementos máis

Aínda que non son propiamente cuestións que teñan que ver coa emisión do discurso en si mesmo, si co resultado que imos obter desa comunicación. Así pois, a empatía e a escoita activa vannos axudar á hora de obter bos resultados nas nosas comunicacións.

Emitir desde a empatía fainos conscientes da importancia de nos comunicar cos demais con corrección, de traballar a forma das mensaxes, e deste xeito conseguir unha maior efectividade no noso discurso.

Por outra banda, escoitar activamente se a nosa intervención é dialogada, é darlle á outra persoa a posibilidade de que faga achegas ao que nos incorporamos ao

discurso. Para que isto sexa posible, debemos tratar de evitar as distraccións e centrarnos na mensaxe que nos está transmitindo o emisor, non interromper ata que remate, xa que en caso contrario o proceso correcto non se completa. Se o noso interlocutor sente que o escoitamos con atención sentirase máis cómodo. Se lle subministraranos feed-back, é dicir, se manifestamos mediante monosílabos, interxeccións ou síes activos que estamos presentes no diálogo o intercambio de comunicación fluiría con máis facilidade.

3 O discurso: a importancia da preparación

Sempre que vemos o efecto final dun relatorio, dunha charla, dunha intervención en público, se o resultado é satisfactorio falamos de capacidade de palabra, de dotes de comunicación, de dominio da escena, pero poucas veces se oe nada relativo ao intenso traballo de preparación previa que requiriu a intervención.

Toda participación precisa dunha intervención que seguirá as seguintes fases:

1. Analizar o auditorio
2. Establecer uns obxectivos
3. Reunir os materiais bibliográficos precisos
4. Elaborar o esquema
5. Preparar un inicio e un peche atractivo
6. Desenvolver o discurso
7. Traballar nos apoios audiovisuais
8. Seleccionar un título atractivo
9. Deixar repousar
- 10. Practicar, practicar e practicar**

E por suposto, unha vez que establecemos os pasos para seguir, debemos pensar que facemos en cada unha das partes.

3.1 O inicio

Xa sinalamos con anterioridade que unha comunicación oral comeza cando o orador se pon diante do seu auditorio. O primeiro cruce de miradas, o primeiro sorriso, a forma de moverse etc. axudan a determinar o éxito ou non da comunicación.

Un bo inicio é o camiño para o final axeitado. Axúdanos a adquirir confianza en nós mesmos, a facer un desenvolvemento de acordo cos nosos obxectivos e a preparar o camiño que nos leve ao éxito.

No inicio da exposición o auditorio aínda está frío, as súas mentes non están completamente metidas no contexto e son estes primeiros minutos os que van conseguir que se introduzan no tema.

O público debe ser consciente do noso entusiasmo e tamén da nosa seguridade, de tal xeito que debemos miralos directamente para transmitirlles a forza e o convencemento do que dicimos.

Á hora de iniciar un discurso podemos optar por diferentes posibilidades:

- a. Empezar cun silencio. Mirar o público durante uns segundos, e iniciar a alocución. Isto facilita que o público poña atención, xera moita expectativa e transmite control. Tamén serve para aproveitar para tranquilizármonos.
- b. Comezar cunha cita acaída sobre o tema que estamos tratando: “Dicía Séneca que non é que teñamos pouco tempo, senón que perdemos moito. Por isto hoxe imos...”
- c. Empregar unha frase feita que sirva de enganche: “Despois de que vos conte a miña historia, nunca máis ides poder mirar igual os cadros que tedes nas vosas casas. Non perdades detalle.”
- d. Contar unha historia coa que facer imaxinar á audiencia: “Poñédevos en situación, ano 1492, Carabela Pinta. Ducias de persoas ateigan a embarcación que se dirixe ás Indias para crear unha nova ruta de mercado para os Reis Católicos.”

- e. Lanzar unha pregunta retórica: “Cantos dos que estades aquí tedes dificultades para xestionar o tempo?”
- f. Empregar medios audiovisuais (un vídeo ou unha foto): “*Mirade este vídeo sobre a alimentación saudable*”.

Tamén podemos comezar indicando que imos tratar en cada unha das partes que imos desenvolver:

- Primeiro vou falar de...
- En segundo lugar...
- O punto central da miña comunicación...
- A continuación...
- Para pechar...

3.2 O nó do discurso

A parte inicial do discurso debe ocupar un 10 % do tempo total do discurso, pero é nesta, no desenvolvemento, na que, en termos xenéricos, desenvolvemos as cuestións importantes do que lle imos contar ao noso público, e ocupa o 80 % da presentación.

Segundo o tipo de información que vaíamos dar, optaremos por diferentes estilos que non son estancos entre eles, senón que se mesturan de forma habitual. Con todo, hai un que destaca sempre sobre os demais:

3.2.1 A descrición

Neste estilo definimos unha acción, unha persoa, un obxecto, o que se reflicte na redacción:

1. Abundan as oracións enunciativas: “Este é o mellor programa teatral dos últimos 5 anos”.
2. Empréganse os verbos en forma impersoal para transmitir obxectividade: “Elaboráronse as directrices para favorecer a incorporación do maior número de persoas posible”.

3. O tempo que máis se emprega é o presente atemporal ou pretérito:
“Ampliáronse as liñas de traballo das seccións máis solicitadas”.
4. Tamén abundan os adxectivos especificativos: *“Estas son as obras de teatro infantís deste ano”.*
5. Ademais empréganse diversos elementos espaciais estruturadores: *aquí podemos ver..., na parte dereita...*
6. Apóiasse habitualmente en imaxes, cadros, exemplos para asentar os datos que se comparten.

3.2.2 A exposición

Outro estilo que se pode axear ao tipo de discurso que queremos facer é aquel no que desenvolvemos uns feitos ou unha teoría.

Comparte co estilo anterior algunhas cuestións:

1. Abundan as oracións enunciativas: “Este é o mellor programa teatral dos últimos 5 anos”.
2. Empréganse os verbos en forma impersoal para transmitir obxectividade: “Elaboráronse as directrices para favorecer a incorporación do maior número de persoas posible”.
3. O tempo que máis se emprega é o presente atemporal ou pretérito:
“Ampliáronse as liñas de traballo das seccións máis solicitadas”.
4. Tamén abundan os adxectivos especificativos: *“Estas son as obras de teatro infantís deste ano”.*

O que máis destaca nesta tipoloxía é que se apoia nunha estrutura moi xerarquizada:

a) Presentación do tema e desenvolvemento: dedución

ou

b) Desenvolvemento das ideas para rematar definindo o tema: indución

3.2.3 A narración

Neste estilo o que se facemos é contar un suceso, unha historia. As características difiren dos anteriores e atopamos:

1. Un narrador omnisciente que coñece todos os datos: *“María deuse conta desde que era moi pequena que tiña que os seus pensamentos non eran os máis habituais en rapazas da súa idade, pero a súa nai nunca foi consciente de nada diso”.*
2. Unha narración cronolóxica dos feitos que adoita ser lineal: *“No ano 1980 a economía galega comezaba a espertar, aínda que foi no ano 89 cando se empezou a notar a modernización da sociedade. A comezos do ano 2000 todo empezou a estabilizarse.”*

3.2.4 A argumentación

Neste estilo deféndese ou atácase unha postura con razoamentos a favor e en contra.

Xustificamos as nosas posturas para persuadir aos demais sobre os seus puntos de vista.

Neste sentido podemos empregar varios tipos de argumentos:

- De autoridade: cando se alude á opinión de expertos no tema ou persoeiros consagrados para sustentar a tese que defendemos, ou en caso contrario, cando os empregamos como exemplo para non seguir esa postura: *“Segundo Julio Basulto, recoñecido especialista de nutrición, unha dieta equilibrada, baseada no consumo de froitas, verduras, peixe e o aceite de oliva, é a mellor para levar una vida sa e equilibrada”.*
- De experiencia: cando falamos de elementos que nós vivimos persoalmente, ou que viviu alguén de quen tomamos a historia: *“Eu mesma probei esta posibilidade e funcionoume perfectamente.”*

- Feitos: naqueles casos en que un feito histórico que nós non vivimos de primeira man, pero que é de coñecemento público, nos serve como base para xustificar algo: *“Foi coa caída do muro de Berlín no ano 89 cando o mundo cambiou para sempre en Europa”*.
- Exemplos para comparar feitos: cando contrapoñemos dous acontecementos para establecer un paralelismo ou unha contraposición: *“Podemos poñer como exemplo a novidade que no campo da medicina supuxo o descubrimento da penicilina e tamén a doutros fármacos posteriores que axudaron na prevención de virus”*.
- Datos: naquelas ocasións en que botamos man de cifras, cadros, etc. para xustificar unha postura determinada: *“Se vemos os datos de crecemento poboacional dos últimos decenios, observamos que Galicia perde habitantes a cada ano que pasa”*.
- Elemento causa-efecto: cando se establece unha conexión causal entre dous feitos que fundamentan a tese: *“O 11-S supuxo un cambio de paradigma á hora de entender o mundo”*.

3.3 Como pechar un discurso

Á hora de pechar unha intervención hai oradores que o fan de maneira brusca e inesperada. O auditorio non sabe se rematou, ou está facendo unha pausa. Un mal peche pode producir unha sensación de baleiro e de que o traballo quedou mal explotado:

“E ata aquí a miña intervención”.

“E xa non teño máis que vos contar”.

“Isto é todo”.

“Non sei que máis dicirvos”.

O remate é o punto estratéxico do discurso. O que un di ao rematar queda soando no auditorio, e precisamente son as palabras máis recordadas. Para iso, o final do discurso debe ser formulado con anterioridade e traballado con interese. Hai que

evitar ante todo divagar no momento do peche, relaxarse pensando que xa estamos nas últimas palabras. Se non somos capaces de manter a tensión ata o final, pode que non consigamos o obxectivo que perseguimos.

Ao igual que existen diversas alternativas para iniciar un discurso, tamén existen para o peche. Entre as principais podemos citar as seguintes:

- Facer un resumo dos puntos tratados. Desta forma consolidaremos a mensaxe na mente do auditorio: *“Como resumo, falamos aquí de tres puntos importantes: o contexto, a idade das persoas participantes e tamén o seu nivel de estudos”*.
- Ofrecer conclusións: *“Así pois, quedamos coa conclusión de que o camiño a seguir é o que xa iniciamos con estas xornadas hai 5 anos”*.
- Citar unha frase dunha autoridade en relación co tema que estamos tratando: *“Recordamos para rematar o dito de Castelao, que nos recordaba que o verdadeiro heroísmo está en transformar os desexos en realidades e as ideas en feitos”*.
- Facer de novo referencia á pregunta coa que iniciamos o discurso para poñer énfase na parte central da nosa argumentación: *“Remato volvendo á pregunta inicial: É sostible o actual modelo de ‘fast fashion’ que se asentou na actualidade?”*
- Solicitar unha petición directa. Esta debe ser clara e concreta para centralos sobre a temática en cuestión: *“Pídvos para rematar que lle saquedes o máximo partido posible a esta oportunidade que vos ofrecemos. Graciñas”*.
- Agradecer a atención prestada: *“Moitas grazas a todos pola atención e por compartir connosco este tempo”*.

3.4 Realizar un discurso lido. Se non hai máis remedio...

Só naquelas ocasións en que sexa imprescindible debemos ler un discurso. De ser así é conveniente que cando menos tentemos ler só parte del e non a totalidade, para favorecer a interacción co público que nos escoita.

Podemos optar pola lectura naqueles casos en que leamos sentenzas ou disposicións xurídicas ou incluso cifras nas que queremos ser exactos. No resto dos casos debemos evitalo.

Aparentemente unha comunicación lida ten a gran vantaxe de que non hai que memorizar nada, de que non imos esquecer nada e de que non hai outra tarefa máis ca facer unha lectura correcta.

No entanto, presenta grandes limitacións. En primeiro lugar son moitas as persoas que non son quen de ler para establecer unha boa comunicación en voz alta. Ademais o emisor perde naturalidade e espontaneidade e redúcese á sintonía visual co auditorio, ademais de que se transmítese un menor convencemento.

Nestes casos é moi obvio que se produce unha interposición entre emisor e auditorio e que a comunicación é directa e efectiva.

No entanto, naqueles casos en que debemos recorrer a esta estratexia é importante ter en conta estas premisas:

- Debemos preparar o discurso por unha soa cara, a dobre espazo e cun tamaño de letra grande para non facer esforzo ao lelo.
- Hai que adaptar o texto á forma natural da fala. Canto maior sexa a impresión de oralidade máis nos achegaremos ao auditorio.
- É conveniente numerar as páxinas, pero nunca grampalas.
- Destacar o inicio de cada idea básica graficamente para nós sermos conscientes e non perdernos na lectura.
- Non partir unha frase en dúas páxinas para non perder o ritmo da lectura.
- Establecer claramente onde teñen que ir as páxinas, os cambios de ton, etc.
- Ler a unha velocidade moderada, pronunciar de forma clara e vocalizar adecuadamente.
- Mirar alternativamente o papel e a cara dos oíntes.
- Modular a voz.
- Efectuar ensaios previos en voz alta.

3.5 O discurso para convencer

Dise que convencer é lograr que alguén consolide os seus criterios ou cambie de opinión por medio de argumentos e razóns suficientes para aceptar unha formulación.

O proceso de convencemento diríxese de forma discreta á mente do auditorio, ataca a parte racional das persoas. Por iso, a base deste discurso está na calidade e no valor das razóns da persoa que comunica.

Os mecanismos de que debemos botar man para convencer a alguén son:

- Transmitir convencemento.
- Non dicir que temos que convencer, senón facelo.
- Poñerse no lugar do auditorio.
- Repetir as ideas forza ao longo do discurso
- Empezar cun argumento forte
- Rematar cun argumento forte
- Controlar a intensidade do discurso
- Introducir algún momento de distensión
- Falar con entusiasmo.

Se temos en conta todas estas consideracións e argumentamos adecuadamente, seleccionando os argumentos máis sólidos e consistentes, expoñéndoos ordenadamente e buscando, naqueles casos en que sexa posible, o reforzo visual, as nosas teses chegaranlle ao auditorio con maior facilidade.

3.6 A lingua

Ademais de todos os elementos que tratamos ata o de agora o fundamental na elaboración do discurso é o dominio da lingua. Cando nos comunicamos con alguén o entendemento é a premisa principal, polo que debemos asegurarnos de que os

nosos coñecementos son suficientes e que a mensaxe que transmitimos é intelixible para a outra persoa.

Estas son algunhas normas para o dominio da linguaxe na comunicación:

- Utiliza os conectores para estrutura o discurso: *en primeiro lugar, como dicía antes, así pois...*
- Se che é posible no discurso emprega a primeira persoa de plural: *“Entre todos creamos unha comunidade atractiva para quen chega de fóra”*.
- Utiliza termos concretos antes ca outros que sexa intanxibles: *“o motor fai avanzar a economía”* mellor ca *“o factor que fai avanzar a economía”*.
- Emprega preferentemente verbos en modo indicativo e en voz activa: *“a mocidade recibe moi ben as actividades de dinamización”* mellor ca *“as actividades son ben recibidas pola mocidade”*.
- Emprega expresións que denoten seguridade: *“vouvos aproximar”* mellor ca *“vou tentar aproximarvos”*
- Xestiona os retrousos: *eh, vale?, si?, um*
- Evita os circulonquios: mellor *“inauguramos estas xornadas”* ca *“procedemos a inaugurar estas xornadas”*.

4 A voz

Como usamos a voz, a entoación, o ton, o timbre, o volume e a velocidade van axudar a definir o noso discurso. Din os expertos que a paralinguaxe supón o 38 % da comunicación, polo que é un elemento ao que debemos prestarlle atención.

Ser conscientes de cada un dos elementos dela contribuirá ao éxito do noso discurso.

4.1 A entoación

A entoación é a variación de ton -agudo, grave- con que se pronuncian os diferentes sons dunha secuencia, así como tamén a variación da intensidade e da duración entre uns sons e outros.

Aínda que unha palabra pode constituír unha unidade entoacional, por regra xeral a entoación designa a variación significativa de ton en unidades superiores á palabra.

Graficamente, a entoación débuxase mediante curvas melódicas que constitúen *grupos fónicos*: conxuntos de tons que se suceden entre dúas pausas orais, ou sexa, unidades que se organizan arredor dun acento predominante.

O tramo final dun grupo fónico denomínase *tonema*: comprende todo o que queda a partir da última vogal tónica do grupo. A dirección que tome a curva tonal deste tramo -ascendente, descendente ou horizontal- serve para caracterizar as distintas linguas: o galego, por exemplo, rexistra unha distancia en torno a dúas oitavas entre o tonema máis alto e o máis baixo. É unha medida alta, por iso ás xentes de fóra pódelles parecer que galegos e galegas cantamos ao falarmos, especialmente na zona suroccidental.

Conforme o movemento fonolóxico ascendente, descendente ou horizontal do tonema, podemos establecer varios modelos xerais de entoación en galego: entoación *enunciativa*, entoación *interrogativa*, entoación *volitiva* ou imperativa e entoación *exclamativa* ou emocional.

Con todo, dependendo do contexto lingüístico, da intención, dos dialectos, etc., poden aparecer entoacións concretas que modifiquen en parte os modelos xerais.

Mediante a combinación dos tons graves e agudos, o traballo sobre o ritmo do texto e as subidas ou baixadas de intensidade podemos darlle máis expresividade aos discursos que o requiren.

Así mesmo, procuramos modular a entoación do texto para adaptalo á forma que a nós nos parece máis axeitada segundo a nosa intención. Isto é: precisamos captar a

atención, informar e convencer a quen nos escoita coa mensaxe oral que lle enviamos.

1.1 O ton

O *ton* dun son lingüístico pode ser *grave* ou *agudo*, calidade que vén determinada polo número de vibracións executadas na unidade de tempo (frecuencia do son).

As cordas vocais vibran: polo número de vibracións que alcancen nun segundo podemos determinar o ton da nosa voz, como se se tratase dunha guitarra. Se están frouxas darán un ton rouco e profundo, se tensas, un son alto e vibrante. Se non están nin tensas nin frouxas un son equilibrado, nin moi grave nin moi agudo.

Os homes acostuman a ter voces máis graves. A diferenza coas mulleres está no diámetro e na lonxitude das cordas vocais: ao ser maior, producen menos vibracións por unidade de tempo.

As linguas tonais usan as diferenzas de ton para distinguiren palabras: é o caso do chinés e doutras linguas africanas e asiáticas. O galego e as linguas do seu contorno non utilizan fonoloxicamente o ton para distinguiren palabras.

1.2 Rexistros da voz

Cada persoa ten un rexistro natural, unha predisposición fisiolóxica para realizar un determinado número de vibracións. Este rexistro vaise adaptando á nosa formación psicolóxica, isto é, emitimos un rexistro que podemos modificar segundo o desenvolvemento da nosa personalidade.

Mais tamén hai estados de ánimo que nos obrigan a modificar o rexistro: nunha declaración de amor realizamos vibracións lentas e se berramos realizamos vibracións rápidas.

O *rexistro agudo* expresa alegría, inocencia, inxenuidade, asombro, entusiasmo, curiosidade.

O *rexistro grave* é triste, pesimista, melancólico, ameazante.

1.3 O timbre

A expresividade dos recursos orais ten moito que ver cos chamados rexistros da voz.

Un ton grave ou un ton agudo relaciónanse a grandes trazos coa expresión de determinadas emocións ou estados.

O *timbre* é a cor, a personalidade da nosa voz. É a combinación de factores diversos: estrutura ósea, forma do aparello resoador, educación recibida, medio social... Un timbre claro pode ser inxenuo, hipócrita, impertinente, insolente, insultante. O timbre escuro é doloroso, introvertido, fatalista.

1.4 Volume e velocidade

A intensidade da voz depende da cantidade de aire que aspiramos, que temos nos pulmóns. A velocidade de fala dunha persoa presenta unha cadencia constante, mais pódese alterar.

O *volume* ou intensidade pode dar voz de murmurio, voz media ou voz plena. A voz plena expresa decisión, superioridade, orgullo, entusiasmo. O murmurio, timidez, tristeza, intimidade, introversión.

O ritmo ou *velocidade* poder ser normal, lento ou rápido. A voz rápida é activa, angustiada, impaciente, decidida. A lenta é pasiva, preguiceira, indecisa e apática.

Hai unha medida de distancias conforme o volume de voz que usamos. Da máis próxima á mais afastada, serían: íntima, familiar, social e pública. As impresións que nos fan chegar as persoas serven para calibrar, por exemplo, o nivel do noso volume. Se nos din que berramos cando falamos é que o noso volume é demasiado alto respecto da media para as distancias máis curtas.

Xunto con estas cuestións que acabamos de ver debemos tratar tamén a respiración. Facelo correctamente vainos axudar a que a voz saia menos forzada e que nos cansemos menos naqueles casos en que teñamos que falar durante moito tempo.

5 O noso corpo non só fala pola boca: linguaxe non verbal

Nas relacións cos demais, calquera que sexa o seu propósito, a nosa maneira de movernos e de estar decidirá, en boa medida a valoración que farán de nós. A primeira información que presentamos cando alguén nos ve e a comunicación non verbal, e en moitos casos esta é a única interacción que se produce.

A comunicación non verbal está formada por dúas compoñentes:

- A linguaxe xestual: movementos do corpo, símbolos sociais, xestos...
- A paralinguaxe: uso de tons de voz, silencios, pausas, volume, ritmo...

Na análise da comunicación non verbal debemos ter en conta:

- A globalidade e a unidade da mensaxe. A comunicación é un sistema integrado, polo que os elementos que a compoñen deben analizarse en conxunto.
- A cultura e a aprendizaxe. Os movementos corporais que identifican os seres humanos están programados pola cultura. Hai que ter isto en conta cando observamos os movementos de alguén.
- A complementariedade da linguaxe verbal e a non verbal. A linguaxe corporal reforza as palabras e contribúe a mellorar a mensaxe.
- A expresión de sentimentos. A linguaxe corporal axuda a transmitir a carga emocional das mensaxes.

É importante tomar conciencia da importancia da comunicación non verbal na interacción social. Con todo, debemos ser cautos á hora de interpretar signos, xa que non sempre acertamos, dado que non existen regras exactas, débemola ver no conxunto da comunicación.

5.1 As distancias

Os espazos ou a distancia social fan referencia á distancia física entre os seres humanos e o que significa esa distancia segundo a situación e segundo sexa esta maior ou menor.

Hai varios tipos de distancias:

- Zona íntima (0-45 cm): neste caso as persoas comunicámonos non só polas palabras, senón tamén polo tacto, o olor e a temperatura corporal. Nas relacións profesionais non é habitual invadir esta zona, excepto na medicina, odontoloxía, etc.
- Zona persoal próxima (45-90 cm): esta é a medida para establecer barreiras que garantan a nosa burbulla espacial, ben sexa con bolsos, maletas, ou cruzando os brazos. Está limitada pola extensión do brazo, é dicir, no límite do contacto do dominio físico. É a distancia apropiada para discutir asuntos persoais.
- Zona persoal lonxana (75-120 cm): é a axeitada nos encontros coas amizades, a veciñanza, compañeiros/as de traballo e persoas coñecidas en xeral coas que non temos unha relación non moi íntima. É a propia do traballo.
- Zona persoal próxima (120-210 cm): a distancia dos encontros interpersoais, para os primeiros minutos dunha interacción, entrevista de traballo, unha reunión ou relación profesional.
- Zona social lonxana (210-360 cm): é a empregada nunha reunión ou na formación. En xeral corresponde a reunións formais. Os escritorios de persoas importantes acostuman a ser o suficientemente anchos como para manter esta distancia cos seus visitantes.
- Zona pública (a partir de 360 cm): son os encontros con persoas descoñecidas da rúa. Esta gran distancia permítenos, se é preciso, a retirada. Tamén a distancia dos docentes ou conferenciantes. Confírelle gran prestixio e autoridade ao que a mantén, aínda que en situacións nas que convén empatizar co receptor, tamén pode parecer fría e excesivamente distante.

A distancia social garda relación con sentimentos e sensacións. Os seres humanos prefiren poñerse cerca das persoas que lles agradan e máis lonxe das que non son do seu gusto. O espazo durante a conversa convértese en propiedade dos falantes.

Ás veces tamén sucede que a xente afirma a súa posición nun territorio segundo a localización que elixe: se alguén senta no extremo dunha mesa a seguinte persoa sentará na outra esquina, pero se alguén se senta no centro garante para si que non vai estar só durante moito tempo. Outro caso é o do líder que automaticamente se dirixirá á cabeceira dunha mesa rectangular.

5.2 A mirada e o rostro

As expresións faciais poden catalogarse por zonas: a fronte e as cellas, os ollos, e o resto da cara.

Segundo isto podemos establecer que no rostro hai dous tipo de expresións: as permanentes e as pasaxeiras. As primeiras testemuñan unhas experiencias vividas ou actitudes marcadas no rostro (cicatrices, tics, expresión triste...). As pasaxeiras indican sentimentos experimentados nun momento puntual.

Un elemento moi empregado é o sorriso, comprendido en calquera cultura, é o xesto universal por excelencia que pode transmitir moitos sentimentos diferentes:

- Hai sorrisos apropiados para saúdos de cortesía en encontros con descoñecidos. Son aqueles de intensidade baixa.
- Aqueles outros en que o labio superior se retrae mostrando os dentes superiores emprégase para transmitir maior carga expresiva de cordialidade e amabilidade.
- Tamén podemos transmitir sensación de confianza, amabilidade e calor. Empregámolo en encontros con persoas coas que o pasamos ben pero coas que non temos confianza.
- Naqueles casos en que se pechan un pouco os ollos e se abre máis a boca exprésase alegría, dúbida ou sorpresa. Resérvase aos amigos íntimos ou aos vellos coñecidos.

Ademais do sorriso, outro elemento fundamental é a mirada. Só cando as persoas nun determinado momento se miran aos ollos directamente créase unha comunicación real. Este elemento é o que nos fai ser conscientes como seres humanos das intencións propias.

Durante a conversa o movemento dos ollos facilítalle á outra persoa un sistema de sinais que indican por exemplo a vez para falar. Saber manter un contacto ocular axeitado é un arte. Se miramos máis do habitual pode significar varias cousas:

- Mirada fixa nos ollos do outro: agresividade ou desexo sexual.
- Mirada cara a outro lado cando escoitamos: non se coincide coa outra persoa ou non nos interesa o que di.
- Mirada cara outro lado cando falamos: inseguridade no que se di.
- Mirada cara a abaixo cando se dá unha mala noticia: covardía, non querer enfrontarse ao outro.

5.3 A postura

Todo o noso corpo fala sen necesidade de emitir ningún son. A nosa forma de camiñar, a postura ao falar e escoitar, o movemento das mans e das pernas, etc. dan indicacións para saber como somos e o grao de receptividade.

No que se refire á forma de camiñar dálle información ao noso interlocutor das nosas actitudes. En xeral, debemos camiñar nunha boa postura, avanzando con pasos longos e co peso do corpo inclinado lixeiramente cara a adiante, rectos pero sen esaxerar, e mantendo os ombreiros relaxados.

A postura estando parados tamén achega moita información. Xeralmente dúas persoas que comparten o mesmo punto de vista comparten a postura: son posturas espello, é dicir repiten patróns, pernas cruzadas, mans nos petos, etc.

A postura habitual dunha persoa ben sendo como o seu selo persoal ou firma non verbal. Cada un de nós temos unha forma de controlar o noso corpo e de andar, de tal forma que podemos recoñecer a un amigo de lonxe tan só pola súa forma de camiñar ou de estar de pé.

Hai posturas que non son aconsellables para o ámbito laboral, como sentar coas pernas abertas na cadeira ao revés ou pasando a perna por enriba do repousabrazos, xa que isto denotan unha informalidade impropia do momento.

5.4 As mans

Un capítulo especial merecen as mans, que nos axudan a reforzar a mensaxe e axudan a manter a atención do oínte.

Cada cultura posúe un repertorio de emblemas, isto é, de movementos corporais que teñen un significado preestablecido, como o xesto do éxito (OK). Podemos distinguir diferentes tipos de xestos coas mans:

- Fretar as palmas: éxito e agrado.
- Entrelazar os dedos: frustración.
- Unir os dedos coas xemas da outra man: confianza, para dar instrucións aos subordinados, cara a arriba ao falar e cara a abaixo ao escoitar.
- Coller as mans polas costas: seguridade e autoridade.
- Xestos co polgar: aceptación cara a arriba e decepción cara a abaixo.
- Mover as palmas das mans: cara a arriba sinceridade e apertura. Cara a abaixo distancia de status.
- Apuntar co dedo índice: ameaza a orde (non é recomendable).

Neste sentido debemos incidir tamén na importancia que ten dar a man e no que pode expresar:

- Dominio: cando entregamos a man cara a abaixo. Queremos dirixir ese encontro.
- Submisión: é a palma vai cara a arriba. Queremos delegar funcións ou queremos facer sentir que a outra persoa ten a situación controlada.
- Cooperación: as mans van en vertical, non nos deixamos intimidar.

Outros elementos determinantes á hora de dar a man son a presión que exercemos, o tempo de contacto, a distancia desde a que se dá a man ou o contacto co corpo do interlocutor.