

CÓMO HABLAR EN PÚBLICO

Por **Mar Rodríguez**

Hablar en público puede ser una experiencia aterradora, aunque también hay quien disfruta captando la atención de su auditorio. En este análisis nos dirigimos a esos profesionales a los que les cuesta librarse del miedo escénico cuando les toca comunicar o presentar algo importante.

Si es su “primera vez”, recordará una situación similar y negativa, como un examen oral del que rememora la voz frágil o aquello que quiso decir y no dijo. Para racionalizar los recuerdos que dejan un sabor amargo es muy importante “trabajar sobre esa vivencia y extraer conclusiones positivas: qué es lo que la persona ha hecho bien en esa situación de estrés”, dice el psicólogo y *coach* José Ángel Caperán. En su opinión, tendemos a quedarnos con lo negativo, por eso es muy importante realizar un análisis posterior, cuando las emociones todavía están frescas.

Ya en el estrado, apagar el teléfono o evitar mirar el reloj son gestos que transmiten interés y responsabilidad ante la situación. Es recomendable tener en cuenta elementos como la hora del día, el momento de la semana o la situación laboral en la que se engloba la charla. El directivo debe conocer además cuál es la motivación del grupo: “debe indagar en su estado de ánimo y sus objetivos”, según el experto en comunicación empresarial Antonio Di Génova.

El directivo debe evitar el llamado “síndrome del experto” y convertir al público en aliado: pedir su opinión, mostrar mucha humildad, respetar su experiencia y no tratar nunca de forma desigual, aconseja Caperán.



La importancia del orden

Un método eficaz para captar la atención es la fórmula de comunicación AIDA: atención, interés, deseo y acción. Se trata de dar una información previa que despierte el interés de los oyentes de tal modo que sientan el deseo de actuar y de poner en práctica esa información.

Es muy importante mantener un orden, tanto en el momento de atraer la atención de público como en el de comunicar un mensaje. Un error recurrente en muchos profesionales es empezar por el final a la hora de exponer.

La comunicación es un proceso compuesto por etapas que deben ser respetadas y, mucho más, cuando se debe comunicar un recorte. En ese caso hay que conseguir desactivar la mala intención, es decir, transmitir la idea de que un determinado ajuste no es algo personal. El objetivo es que el interlocutor distinga entre el impacto negativo de esa decisión y la mala intención.

Sencillez y claridad

A la hora de articular el discurso, es necesario seleccionar unos códigos lingüísticos apropiados utilizando un lenguaje llano pero no despojado de intelectualismo y, según se avanza, comprobar que el público está entendiendo el mensaje. Para lograrlo se debe tener claro lo que se va a decir y verbalizarlo de la mejor manera posible: sin interferencias, con buena entonación, haciendo pausas, evitando latiguillos o elementos de distracción. Es vital jugar con la atención: ofrecer estímulos más intensos de los que *a priori* provoca el perfil del hablante.

Recurrir a anécdotas, imitaciones y ejemplos cercanos ayuda a mantener el interés de los oyentes.

La comunicación no verbal debe ser coherente con lo que se está diciendo, es decir, acompañando pero nunca reemplazando. Para ello hay que evitar ser estáticos y aprender a jugar con la teatralidad y los gestos, explica Caperán, "y teniendo a la vez sumo cuidado con los *tics* o el balanceo del cuerpo". Es importante aprender a respirar desde el abdomen para evitar pausas innecesarias. Se debe mantener contacto visual con el auditorio y evitar que las manos cubran la cara y la boca, "porque a nivel inconsciente sugiere que se está escondiendo algo".

Aquellas personas que tiendan a gesticular demasiado pueden pegar los codos al cuerpo: es una posición sencilla y el ponente puede darse cuenta fácilmente si la abandona.

La
comunicación
no verbal debe
acompañar
pero nunca
reemplazar

QUÉ HACER



- Establecer metas y tener claro dónde se quiere llegar
- Articular la presentación: introducción, desarrollo, conclusiones finales y cierre
- Conocer bien el discurso, practicar delante del espejo y grabarse en video para limar errores
- Fomentar el *feedback*
- Utilizar el *powerpoint* como apoyo
- Analizar errores y aciertos

QUÉ NO HACER



- Caer en el "síndrome de experto": no dar lecciones
- Recitar el *powerpoint*. Incluir un máximo de 20 palabras por diapositiva
- Entrar en polémicas, criticar a nadie o poner en cuestión lo que los demás dicen
- Responder a algo que no se sabe. Es preferible tomar nota para aclararlo después
- Formular preguntas difíciles a una persona en concreto o criticar una respuesta
- Superar los 45 minutos en caso de que se trate de una presentación

Grabación previa

Para limar errores es conveniente grabarse en vídeo, familiarizarse con el discurso y tener presente que la habilidad para comunicar no es algo innato ni inmediato. Di Génova considera que muchos altos cargos son reacios a escuchar comentarios sobre sus defectos, cuando la primera clave del éxito es admitir que se puede mejorar.

Un error muy recurrente es utilizar los "eh" mientras se piensa lo que se va a decir. Para resolverlo, hay que estar concentrado y, de ese modo, comprobar que no se cae en el error: sustituirlos por silencios crea expectación.

Un profesional debe transmitir seguridad a la hora de comunicar. Para eso debe demostrar autoestima y saber gestionar momentos de crisis. Nunca imponer, sino proponer. No dar lecciones, sino crear reciprocidad.

Recursos visuales y lapsus

No solo se comunica a través de la palabra y el lenguaje corporal. Se pueden usar recursos visuales, aunque con cuidado. Por ejemplo, un *powerpoint* debe acompañar pero nunca sustituir el contenido de un discurso. Los oyentes deben poder escuchar sin necesidad de coger apuntes. Por eso, lo mejor es utilizarlo como herramienta para evitar olvidos: seguir sus puntos y utilizar esquemas o fotos como reglas nemotécnicas.

Sin embargo, la sombra del lapsus es alargada: ¿cómo salir del paso? “Intentando que la charla funcione sola”, aconseja Caperán. Si quien está hablando se queda en blanco, un buen recurso sería lanzar una pregunta al aire y ganar tiempo para recuperar el hilo. Otra opción es pedirle al público que recuerde en qué punto estaba la presentación en el momento de surgir una pregunta que le haya hecho perder el hilo. Sugiere naturalidad y capacidad de interacción. En caso de que no se conozca la respuesta a una cuestión, lo más recomendable es reconocerlo. No obstante, la mejor manera de evitar un lapsus o generar impresión de desconocimiento es que haya mucha preparación previa.

La duración nunca debe exceder los 45 minutos. Se estima que para transmitir una información es suficiente hablar durante 15. Si lo que se comunica es negativo y se busca lograr la comprensión de los oyentes, debe tratarse como una reunión de trabajo de la que sacar conclusiones y soluciones.

En ese caso, es importante dar la impresión de que todo el mundo tiene tiempo para intervenir. Se recomienda evitar las preguntas difíciles a una persona en concreto o las críticas ante reacciones incómodas. Es importante evitar la polémica y utilizar el dominio de la palabra de manera constructiva.

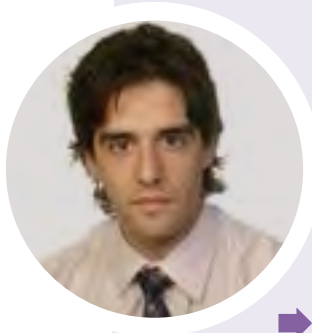
¿Hay una clave del éxito para comunicar? No. Lo importante es aprender a identificar los propios defectos, entrenar y adaptarse. Es recomendable fijarse en aquellos que a nuestro juicio son buenos comunicando: identificando competencias en otras personas se pueden descubrir habilidades en uno mismo. Es imprescindible no olvidar nunca el objetivo: que el público comprenda y, a ser posible, interactúe, aunque sea después de la charla.

En definitiva, que recuerde al ponente. Pero, sobre todo, el mensaje.



Los trucos de Antonio Di Génova

- ➔ Empezar siempre por el principio
- ➔ Aplicar la fórmula AIDA: atención, interés, deseo y acción
- ➔ Pegar los codos al cuerpo si uno gesticula demasiado
- ➔ Pedir a los oyentes que recuerden en qué punto está la presentación cuando hacen una pregunta que desvía el discurso
- ➔ Observar a otros comunicadores con éxito



Los trucos de Jose Ángel Caperán

- ➔ Jugar con la atención recurriendo a anécdotas o ejemplos cercanos
- ➔ Mantener el contacto visual con el auditorio
- ➔ Aprender a respirar desde el abdomen para evitar pausas innecesarias
- ➔ Evitar los “eh” o sustituirlos por silencios
- ➔ Conseguir que los oyentes distingan entre el impacto negativo que tiene una determinada decisión y la mala intención

