

GUÍA PARA HACER UN  
**BUEN DISCURSO**  
Y  
**HABLAR EN PÚBLICO**  
CON ÉXITO



# ÍNDICE

<b>1. Introducción.....</b>	<b>1</b>
<b>2. El discurso Público.....</b>	<b>2</b>
• Definición y características.....	2
<b>3. Tipos de discurso público .....</b>	<b>3</b>
• Discurso público comunitario.....	3
• Discurso público político .....	3
• Discurso público ceremonial conmemorativo.....	3
• Discurso público religioso.....	4
• Elementos del discurso público.....	4
<b>4. Partes del discurso público .....</b>	<b>5</b>
<b>5. Elaboración del Discurso.....</b>	<b>6</b>
• Ordenación de ideas.....	6
• Orden cronológico.....	7
• Orden de contrastes.....	7
• Orden según características .....	7
• Orden paso a paso.....	8
• Orden espacial.....	8
• Elección del tema .....	8
• Fuentes.....	10
• Diferentes estructuras del discurso según la estrategia .....	10
<b>6. Preparación del discurso .....</b>	<b>12</b>
<b>7. La presentación del discurso.....</b>	<b>14</b>
• Estrategias para captar la atención del público .....	14
• El saludo .....	16
• Formas de comenzar el discurso .....	17

• Respiración y voz .....	18
<b>8. La puesta en escena .....</b>	<b>20</b>
• Comunicación no verbal. Lenguaje corporal y gestual.....	20
<b>9. Recursos del discurso .....</b>	<b>23</b>
• Medios audiovisuales .....	23
<b>10. Storytelling .....</b>	<b>26</b>
• ¿Qué es? .....	26
• ¿Cómo hacerlo?.....	26
• Ejemplos .....	27
• Improvisación .....	28
<b>11. Call to action .....</b>	<b>29</b>
• ¿Qué es? .....	29
• ¿Por qué usarlas? .....	29
• ¿Dónde usarlo?.....	29
• ¿Cómo prepararlo?.....	30
<b>12. Metáforas.....</b>	<b>31</b>
• ¿Qué son?.....	31
• ¿Para qué usarlas?.....	31
• Tipos de metáforas.....	31
• Conectores de transición.....	32
<b>13. El final .....</b>	<b>32</b>
• ¿Cómo terminar un discurso? .....	32
<b>14. Hablar en público .....</b>	<b>33</b>
• ¿Cómo vencer el miedo a hablar en público antes de salir?.....	33
• ¿Qué hacer en el momento de hablar en público? .....	37
• Cosas que debes evitar cuando hables en público.....	40
• Beneficios de usar técnicas de persuasión para hablar .....	42
• Ejercicios para mejorar tu habilidad para hablar en público .....	45

- Técnicas para hablar en público. Técnicas para mejorar la oratoria..... 48

## **15. Otros .....52**

- ¿Cómo iniciar un discurso atrapando al público? ..... 52
- ¿Cómo preparar el contenido de tu presentación y estructurar el mensaje para captar la atención del público? ..... 54
- Técnicas y recursos para exponer tu discurso delante de la audiencia. .... 56
- Técnicas para controlar los nervios y superar el miedo a hablar en público ..... 60
- Uso de las muletillas ..... 65
- El lado bueno de las muletillas ..... 66
- ¿Cómo evitar las muletillas?..... 67
- ¿Cómo responder preguntas al hablar en público? ..... 68
- Técnicas para memorizar tu discurso..... 72

# 1. INTRODUCCIÓN

Todos, en algún momento de nuestras vidas, de una manera formal o informal, tenemos que hablar en público. Puede ser ante una audiencia grande o pequeña, a la que tendremos que atraer, informar, emocionar o persuadir.

En la vida diaria estamos frente a distintas formas de discursos públicos, ya sea en la televisión o en interacciones comunicativas, a este tipo de discurso se le llama “público” porque despierta el interés de varias o un gran número de personas. Algunos tipos de ellos son los debates, foros, seminarios, congresos, reuniones, juntas, mensajes políticos o religiosos o conferencias, entre otros.

Saber dar un discurso, es fundamental si deseas expresar tus ideas, escalar posiciones en tu trabajo, conseguir financiamiento para un proyecto, aportar soluciones a problemas o liderar un grupo.

## 2. EL DISCURSO PÚBLICO

- **Definición y características**

El discurso público es un texto hecho de forma oral o escrita, en el cual se desarrolla un tema que es de interés general para un grupo de personas por un motivo específico, con un propósito establecido y en una ocasión específica, en el que se expresan diversos sentimientos, pensamientos, emociones o ideas. En la mayoría de los casos se realiza con dos intenciones: informar o persuadir. Entre los ejemplos de discurso público escritos están los ensayos, artículos, textos de opinión, editoriales, mientras que en el formato oral están como ejemplo los debates, foros, conferencias, paneles, seminarios o convenciones.

Antes de conocer cuáles son los pasos para elaborar un discurso, es necesario que pensemos en las características de la transmisión de un mensaje. En cualquier comunicación, hay un emisor y un receptor.

El papel del emisor en la comunicación está asociado con el conocimiento y la representación, pues es quien tiene las ideas, sentimientos o pensamientos para transmitir un mensaje y es el actor representativo en el evento o circunstancia. La función del receptor en la comunicación es la de asimilar el mensaje ofrecido por el emisor. Generalmente, este papel es desempeñado por un grupo de personas.

Estas serían las características de un discurso público a nivel general, sin embargo, en el ámbito científico, por ejemplo, el mensaje deberá componer otras características más específicas como precisión, objetividad y especialización.

# 3. TIPOS DE DISCURSO PÚBLICO

- **Discurso público comunitario**

Son los discursos que se realizan frente a personas que representan alguna colectividad o grupo particular y que poseen las mismas ideologías e inquietudes. Ejemplo de ellos son los que se dan en las reuniones de las juntas vecinales, en los grupos representativos de alguna empresa, agrupaciones sociales o deportivas, centros de representantes, federaciones de estudiantes, un sindicato en una empresa, que tengan una relevancia dentro de la comunidad que les rodea. En este sentido el tema debe ser de importancia para el público que escuche el discurso, que se relacione con su vida diaria y con sus necesidades informativas y sociales.

- **Discurso público político**

Este tipo de discurso es sobre temas que interesan a un país, a la sociedad en general, y son expuestos por una autoridad del gobierno o un candidato a estos cargos políticos, que cuente con el reconocimiento de toda la nación. Los temas tratados pueden ser de leyes, logros del gobierno, proyectos, o información que atañe a todos los sectores sociales.

- **Discurso público ceremonial conmemorativo**

Es el discurso que se utiliza para situaciones específicas de festejo, ceremonias o de conmemoración de algún acontecimiento, cumpleaños, inauguraciones, graduaciones, despedidas, actos cívicos; este tipo discursivo posee un valor emocional determinado para los receptores. Debe tener un lenguaje adecuado para cada circunstancia y

audiencia, dependiendo de la formalidad o informalidad que requiera la situación o conmemoración.

- **Discurso público religioso**

Este tipo de discurso está realizado por quienes pertenecen a ciertas organizaciones religiosas o congregacionales y sus temáticas suelen ser en torno al hombre, la espiritualidad, a los valores, al bien, o creencias que tenga el grupo. Quien sea el emisor utiliza recursos argumentativos en su prédica o sermón, haciendo el uso de un vocabulario formal, con el fin de conseguir nuevos seguidores.

- **Elementos del discurso público**

Los elementos del discurso público o de la circunstancia comunicativa son los siguientes:

a) **Participantes o interlocutores de la comunicación:** emisor y receptor.

El emisor es la persona que en una situación específica emite un discurso con una intención comunicativa, mientras que el receptor es la persona a quien va dirigido el mensaje y, por ello, es el agente que orienta la intención comunicativa del emisor.

b) **Circunstancias:** son aquellas condiciones en las que se realiza la comunicación y que hacen referencia al espacio y al tiempo en que el proceso comunicativo se efectúa.

c) **El espacio:** es el lugar físico y social en que se produce el proceso comunicativo, y que incidirá en las características de éste.



d) **El tiempo:** será aquel en el que se efectúa la comunicación y puede ser de dos tipos: simultáneo o diferido. El primero corresponde al momento en que el emisor y el receptor coinciden temporalmente; en cambio, el diferido aparece cuando el emisor elabora el mensaje en un momento diferente al de la recepción de éste.

e) **La Intención comunicativa:** es el objetivo que persigue el hablante con la emisión de su discurso. Esto significa que el emisor, a través de su mensaje, busca provocar un efecto en el receptor.

f) **El tema:** corresponde al contenido que se desarrolla en el discurso. La diversidad de temas que se pueden abordar en los discursos es desmesurada y su selección tiene relación con el propósito comunicativo del hablante y su público.

g) **Situación pública de enunciación:** cuando el tema desarrollado en el discurso puede ser conocido por un grupo o una colectividad y despierta el interés de todos ellos.

## 4. PARTES DEL DISCURSO PÚBLICO

En cualquier discurso bien compuesto podemos distinguir las siguientes partes o estructura: introducción, desarrollo y conclusión.

a) **Introducción o exordio:** se refiere al preámbulo del tema, busca capturar la atención de la audiencia y presentar el tema frente a lo que será la exposición, buscando motivar a la audiencia para que se involucre en el discurso.

b) **Desarrollo o exposición:** corresponde al desarrollo del tema presentado en la introducción. Para lograr la atención de la audiencia el emisor apoya su discurso en hechos, imágenes, gráficos, argumentos, esquemas, datos estadísticos u otros elementos no verbales, y los presenta de forma clara y ordenada. En esta parte es imprescindible manejar eficazmente la forma de expresar nuestras ideas y adecuarnos al tipo de receptores, para identificar qué lenguaje se utilizará y cuán profundo será el tratamiento del tema, de acuerdo con las circunstancias.

c) **Conclusión o peroratio:** se hace un resumen de lo expuesto y culmina con una posición basada en todo lo expresado con la finalidad de que el mensaje se quede en la mente de la audiencia y la impulse a adoptar una determinada posición frente al tema presentado.

## 5. ELABORACIÓN DEL DISCURSO

Dentro de los aspectos a considerar para la elaboración de un discurso se encuentran los siguientes:

- **Ordenación de ideas**

Cuando conocemos el tema en el que se basará el discurso, es pertinente organizar las ideas que servirán de soporte del mismo. No es bueno improvisar ni dispersarse en la exposición de las ideas. El modo en que se realizará el discurso permitirá tener coherencia y hacernos comprender con mayor facilidad por la audiencia, para que esta

pueda deleitarse con nuestra alocución. El orden de las ideas puede efectuarse de diversas maneras:

- **Orden cronológico**

En este tipo de discurso se explican los distintos puntos de manera cronológica o progresiva. Lo más frecuente es hacerlo de atrás hacia delante, aunque una opción original y especial, aunque un poco más difícil, es hacerlo a la inversa. Este es el orden que se usa cuando se está relatando una anécdota o una historia personal, lo cual se va haciendo de forma gradual.

- **Orden de contrastes**

Es el orden que se emplea cuando comparas algo con otra cosa, buscando resaltar algún aspecto. Se trata de organizar el discurso utilizando los contrastes. Puedes usarlo para cualquier situación en la que sea necesario comparar dos cosas. Con frecuencia la mente funciona por comparación, por ejemplo, si consideras que tu teléfono es bueno es porque lo comparas con otros que no lo son tanto.

- **Orden según características**

Ordenar tus ideas según las características es recomendable cuando existe una característica principal en aquello de lo que hablas y cuando hay más de dos cosas a comparar. Puedes ordenar de grande a pequeño, de nuevo a viejo, de alto a bajo, de rico a pobre, de mejor a peor o de económico a caro. Todo dependerá de lo que hables y quieras resaltar.

- **Orden paso a paso**

Una variante del orden cronológico es el orden paso a paso, adecuado cuando el tema del discurso es un proceso que quieres enseñar. Es el Ideal para elaborar un discurso tipo tutorial o manual.

- **Orden espacial**

Es un método práctico recomendado para aquellas presentaciones con un fuerte componente geográfico. Por ejemplo, si quieres comparar tres lugares, tres tipos de clima o cinco etnias distintas.

- **Elección del tema**

Elegir un tema para un discurso puede ser agobiante. Es posible que sientas que tienes una cantidad ilimitada de temas para escoger. Para elegir el tema perfecto para un discurso, debes tener en cuenta varios aspectos:

a) **El motivo:** esto puede ser de gran ayuda para determinar el tema. El tema variará dependiendo de si el motivo es algo profesional, solemne, una conmemoración, o un evento familiar.

b) **Tu propósito:** tu propósito está relacionado con el motivo y el objetivo que deseas alcanzar con tu discurso. Tu propósito puede ser informar, persuadir, cautivar o simplemente recrear al público.

c) **Ten en cuenta que hay temas que debes evitar:** esto hará que te sea más fácil no ofender o simplemente aburrir a tu público a medida que vas progresando con tus ideas. No elijas algo tan complicado que sea difícil de explicar a tu público, ni tan simple

que pueda vislumbrarlo en un minuto, ni tampoco algo demasiado polémico, pues podrías perder a muchas personas del público antes de comenzar.

d) **El conocimiento de tu público:** Si deseas vincularte con tu público, debes tener en cuenta su conocimiento antes de seleccionar un tema, así no será necesario perder el tiempo en aspectos muy básicos.

e) **El nivel de educación de tu público:** es diferente si vas a hablar en una conferencia para profesionales o si se trata de un discurso para adolescentes, en cada caso deben modificarse los términos y el modo de expresarse para poder conectarte con ellos.

f) **Las necesidades e intereses de tu público:** haz una lista de todas las cosas que le puedan interesar a tu público. Unos espectadores adolescentes se preocuparían por cosas muy distintas a las de un público de adultos mayores, o a la de un grupo de niños.

g) **La relación del público contigo:** si vas a dar un discurso para tus empleados, tu tono tendría que ser diferente de lo que sería si estuvieses dándolo para tus superiores. Ajusta el tono y el contenido de tu discurso según corresponda.

h) **Elige un tema que te apasione:** si eliges algo que te apasione, tu público podrá observar y sentir tu pasión. Si no puedes elegir algo que realmente te apasione, debes elegir algo que te guste o que te interese para que te sea más fácil exponer el discurso.

i) **Elige un tema que conozcas:** Si vas a dar un discurso en una conferencia profesional, debes elegir un tema en el que seas experto para que tu discurso tenga credibilidad. No es necesario conocer el más mínimo detalle, se puede elegir algo sobre lo que tengas conocimientos generales y complementar con una cuidadosa investigación.

j) **Elige algo oportuno:** lee periódicos, escucha la radio y mira noticias para ver de qué se está hablando y cómo reacciona el público a estos sucesos, para dar un discurso sobre un suceso actual y ofrecer una perspectiva equilibrada de la situación. También puedes elegir algo que consideres oportuno para tu comunidad en un momento determinado.

k) **Elige un tema sobre el que tengas la capacidad de hablar:** debes elegir un tema con el que te sientas seguro y cómodo para informar, persuadir o entretener al público.

- **Fuentes**

Según el nivel de los datos que proporcionan, las fuentes de información pueden ser primarias o secundarias. Las fuentes primarias contienen información nueva y original, resultado de un trabajo intelectual. Son ejemplo de ellas: los libros, revistas científicas y de entretenimiento, periódicos, normas técnicas, documentos oficiales de instituciones públicas o informes técnicos.

Las fuentes secundarias contienen información organizada, elaborada, producto de análisis, extracción o reorganización que alude a documentos primarios originales. Como ejemplo de ellas tenemos: enciclopedias, compilaciones, folletos, directorios, libros o artículos que interpretan otras investigaciones.

- **Diferentes estructuras del discurso según la estrategia**

El discurso se estructura en tres partes: apertura o inicio, cuerpo o desarrollo y conclusión o cierre. En resumen, se podría decir que en la apertura dirás lo que vas a contar, en el cuerpo lo contarás, y en la conclusión resumirás lo que has contado. En

otras palabras, que la narración respete una secuencia que se divide en tres partes: introducción, nudo y desenlace.

a) **Introducción:** cuya función principal es presentar al lector todos los datos necesarios para que se sitúe en el tiempo y el lugar donde se va a desarrollar toda la narrativa. Es una de las partes primordiales del discurso porque, a través de ella, podemos conseguir llamar la atención de público.

b) **Nudo:** es la parte más extensa, pues en ella se desarrollan los asuntos más resaltantes del discurso.

c) **El desenlace:** es la última parte del discurso, es donde se concluye la narración. Se resuelven todas las dificultades, se aportan todas las soluciones y se descubren todas las incógnitas planteadas previamente en el nudo.

La estructura de un discurso puede ser muy variada, desde el clásico introducción, nudo y desenlace que ya hemos tratado, hasta una estructura con estrategias de persuasión. Si tu objetivo es ser persuasivo una de las opciones que tienes es cambiar la organización clásica de tu discurso por otra que use un ejemplo, una llamada a la acción y el beneficio.

a) **El ejemplo:** es un acontecimiento, una anécdota real de tu vida. Los requisitos son que esté relacionado contigo y que sea real. Para ayudar a la audiencia a viajar contigo en esa anécdota añade tantos detalles como puedas, mientras más concreto mejor, que responda a estas cinco interrogantes: qué, quién, cuándo, cómo y por qué.

b) **La llamada a la acción:** es la instrucción que le das al público para que haga algo.

Son instrucciones, es lo que quieres que el público haga. Es lo que persigues con ellos. Para lo que quieres ser persuasivo. Debe ser breve y específica. Lo pides clara y amablemente, y el que quiera hacerlo lo hará.

c) **El beneficio:** es aquello positivo que sucederá si la audiencia realiza la llamada a la acción del paso anterior. Debe estar relacionado con el ejemplo que has usado en el primer paso y, a poder ser, centrarse en un único elemento en vez de elaborar una larga lista. No creas que la sobredosis de argumentos funciona, eso podría confundirlos y paralizarlos.

## 6. PREPARACIÓN DEL DISCURSO

Para esto no existe una fórmula a seguir, además cada discurso y cada orador son muy distintos, y el discurso dependerá de lo que se quiera alcanzar. Sin embargo, existen algunas pautas que te pueden servir para elaborar un buen discurso:

a) **Planifica tu introducción como orador:** si alguien te va a presentar, prepara esa introducción con dedicación. No dejes al azar las primeras palabras que el público oirá sobre ti.

b) **Escoge un buen título:** el título de tu discurso será lo que mucha gente use para decidir si le parece interesante o no. Tu título debe generar interés. Algunas palabras que puedes usar son: “cómo”, “por qué”, o “así fue”. Si tienes dudas repasa las ediciones digitales de los periódicos. Uno de sus objetivos es conseguir que te intereses en su noticia. Por ejemplo, si hubiesen dos conferencias con estos títulos:



“Implementando un estilo de vida saludable” y “Por qué llevar a cabo un estilo de vida saludable”. ¿A cuál acudirías?

c) **Escribe como hablas:** cuando escribes utilizas frases más largas que cuando hablas. Para elaborar tu discurso intenta usar frases cortas y disminuye las subordinadas. Es buena técnica leerlo en voz alta mientras se escribe, así nos damos cuenta de si suena bien o demasiado pedante.

d) **Prepara un inicio diferente:** evita el clásico: “Buenos días, gracias por estar aquí, soy María Pérez y hoy voy a hablarles sobre...”. No está mal, es lo que hace la mayoría, pero además de típica, es fastidiosa, predecible y poco llamativa, y tu misión es captar la atención de tu público en esos primeros segundos, así que ten preparado con antelación el inicio de tu discurso.

e) **Organiza el hilo central:** centra tus ideas, escoge unos puntos principales y desarróllalos. No intentes hablar de más de cinco cosas a la vez, es mejor poco, pero de calidad y más fácil de recordar.

f) **Añade anécdotas personales en tu discurso:** te conectan con el público debido a que son fáciles de digerir y repetir, además de mantener más fácilmente la atención de la audiencia.

g) **Usa metáforas:** estas consiguen llegar a un rango muy amplio de personas y son una manera sencilla de hacer comprender algunos conceptos.

h) **Cuida el final:** No acabes con un “y esto era todo, gracias por su atención”. El final es la parte más importante de tu presentación. Un buen final puede cuadrar con múltiples

inicios, pero es mucho más difícil diseñar un buen final cuando el inicio ya está preparado.

i) **Practica únicamente con el borrador definitivo:** practicar los discursos con el primer borrador dificulta memorizar aquellas partes que habías cambiado mientras mejorabas el discurso, por lo que necesitarás más trabajo y repeticiones.

j) **Utiliza bien las ayudas visuales:** si usas Power Point, Prezi, Keynote o algo parecido, asegúrate de que tu presentación cumple los mínimos requisitos de diseño.

Para una presentación de impacto, hay que prepararlo todo, no hay mucho espacio para la improvisación.

## 7. LA PRESENTACIÓN DEL DISCURSO

En diversas ocasiones, buscamos cumplir con ciertas reglas simplemente “porque siempre se ha hecho así”, y no nos cuestionamos el porqué de esas normas y costumbres, dejando de lado la creatividad y siendo incapaces de sorprender a nadie. Para evitar esto, es conveniente aplicar algunas de las siguientes tácticas:

- **Estrategias para captar la atención del público**

Captar la atención del público es cada vez más complicado, debido a que las tecnologías y las redes sociales acortan las distancias de muchos virtualmente, pero también nos alejan de otros tantos reales, mientras nos obligan a distraernos y no

aburrirnos. Estamos en la era de la falta de atención. En vista de ello, ¿cómo hacemos que nuestros oyentes nos pongan atención?: Sorprendiéndolos.

Los primeros segundos del discurso son cruciales, pues es allí donde el público decide si te va a escuchar o no. Afortunadamente, podemos tener ventaja si elegimos apropiadamente cómo comenzar nuestra presentación y estructuramos bien esos primeros 60 segundos. En esta guía te damos una serie de pautas a seguir:

a) **Comienza con una historia interesante:** podemos hacer un relato más atractivo si le adicionamos algo de humor, porque las bromas son un buen recurso, siempre conectan, sacan a la luz nuestro niño interior y nos hacen prestar atención.

b) Haz una pregunta retórica y provocativa: las preguntas involucran inmediatamente al auditorio, los animan a pensar y a concentrarse en la presentación. No se trata de que la audiencia te responda, tan solo debes persuadirla y capturar su atención. No te limites a una simple pregunta cuya respuesta solo demande un sí o un no, ve un poco más allá.

c) **Apuesta por una estadística alarmante:** las estadísticas resumen de manera rápida una tendencia y permiten concentrarnos en el tema que se tratará. Por supuesto, no elijas las cifras que todo el mundo conoce, investiga un poco y comienza la presentación con una cifra que resulte impresionante o incluso alarmante.

d) **Elige una foto:** La información que nos llega desde el sistema visual tiene un impacto muy marcado y es memorable. Para elegir la foto, toma en cuenta que esta despierte emociones o curiosidad. No elijas una imagen simple u obvia.

- **El saludo**

Al empezar un discurso necesitas transmitir seguridad, convicción y confianza. Es normal que te preguntes: “¿Cómo se empieza un discurso?”, y que tu cerebro lógico repase la información almacenada y te responda: “Empieza por el principio. Saluda.”

Y tú empieces a preparar:

“Hola, buenos días. Soy María Pérez, y hoy vengo a hablarles de algo muy interesante...”

Y todas las personas que acudirán a tu futuro discurso se aburrirán o distraerán, ¿por qué?, ¿tal vez porque es un saludo predecible? Cuando preparas un discurso lo primero que debes hacer es llamar la atención del público.

El inicio de tu discurso es uno de los momentos clave para llamar la atención, y usar la manera clásica o común no es la mejor manera de destacar. La relación entre saludar y educación no es de causa efecto, podrías no empezar saludando, pero si no te sientes cómodo empezando sin saludar, prueba hacerlo **justo después de tu apertura**. Por ejemplo, imagina que vas a hablar sobre estilo de vida saludable en la prevención de enfermedades. Podrías empezar así:

“¿Quiénes de los presentes se hace una evaluación médica anual y mantienen un estilo de vida saludable? Solo esas personas podrían evitar un sinfín de enfermedades... Hola, soy María Pérez y hoy vengo a hablarles sobre estilo de vida saludable en la prevención de enfermedades”

¿Qué te parece?: Distinto y de mayor impacto, ¿cierto? Debes tomar en cuenta que las presentaciones de hoy deben adaptarse a los nuevos tiempos, donde tenemos más

estímulos externos y por ende menos atención. Así que busca llamar la atención, rompe esquemas.

- **Formas de comenzar el discurso**

Siguiendo la estructura clásica, las partes de un discurso son la introducción, el nudo y el desenlace. En la introducción se encuentra la apertura, que son esas primeras palabras que tu audiencia escuchará y lo harán decidir si siguen escuchándote o te retiran su atención. A continuación, se presentan diversas formas de comenzar tu discurso.

a) **Historia personal:** posiblemente la mejor opción, porque es algo único, sincero y que te acerca al público. Las historias personales reducen esa distancia que hay entre orador y audiencia al convertirte en una persona común, como cualquiera de tu público. No es necesario el hola, ni gracias, puedes ir directo a la historia.

b) **Pregunta:** puedes usar una pregunta insinuante o que despierte la curiosidad de la audiencia. Las preguntas involucran a la audiencia porque al oírlas se inicia un proceso automático e involuntario que pretende responder a lo que se ha preguntado. Puedes usar una o dos preguntas, tres es algo arriesgado y pasar de tres, poco recomendable.

c) **Cita:** las citas o frases célebres añaden impacto a lo que dices y esa opinión experta puede ayudar a reforzar el mensaje que quieres transmitir.

d) **Estadística impactante:** empezar revelando una estadística impactante hace que la audiencia se sorprenda y preste atención por lo que vendrá a continuación.

e) Humor: si dominas el empezar con humor, te hará conectar con la audiencia rápidamente, si no, corres el riesgo de abrir una brecha que será luego algo difícil cerrar.

Ten en cuenta que al usar cualquiera de estas maneras, debe estar relacionado con la idea central de tu discurso. Si vas a elaborar un discurso sobre estilo de vida saludable no vas a empezar contando un chiste sobre abogados, que no tiene ninguna relación.

- **Respiración y voz**

Sentir que nos falta aire cuando se habla en público es algo muy común. Esa falta de aire hará que se te vea nervioso ante los demás. Tomar aire solo al terminar tu idea posiblemente provoque que no puedas proseguir y que tu exposición solo sea escuchada por los que estén más cerca de ti. El sentir falta de aire tiende a producir una mayor velocidad al hablar, lo cual dificulta la comprensión por parte de la audiencia en general. Las técnicas para mantener nuestra respiración al hablar en público son:

a) **Regular la velocidad al hablar:** una buena manera de poseer un mayor control sobre el aire es hablar de forma moderada. Si hablas más despacio podrás darte cuenta de cómo administrar el aire y también la comprensión y captación de tu mensaje será mejor.

b) **Hacer pausas al hablar:** hacer pausas voluntariamente es una excelente técnica para captar la atención del público, para dejar a éste expectante ante lo que vamos a decir a continuación y también permitirá tomar aire con tranquilidad. La intencionalidad de la pausa es lo importante. El buen orador utiliza pausas para crear interés y no tiene miedo en dejar detenida la presentación por un momento de forma intencional para revisar sus notas o hacer algún otro ajuste. La pausa es en realidad un instrumento efectivo de

comunicación, que puedes utilizar para enfatizar puntos, agregar drama o simplemente para despertar a un público que pudiera haber comenzado a dormitar por seguir el ritmo natural y continuo de tu voz.

c) **Respirar con el diafragma:** respirar con el diafragma es un poco diferente a respirar únicamente utilizando los pulmones, y es la mejor forma de respirar para hablar en público. Respirar con el diafragma posee algunas ventajas: te será más fácil potenciar tu voz y el aire a utilizar para hablar será menos en relación a cuando almacenas el aire en los pulmones.

Además de controlar la respiración, también debemos controlar la voz para hablar en público. Muchas personas no saben cómo aprovechar al máximo el poder de su voz al hablar en público. A veces suelen hablar de forma aburrida, monótona y sin expresar realmente lo que están diciendo; otras veces, tienen problemas para darse a entender. Lo primero que debes de saber es que la voz tiene cuatro características principales: el ritmo, el volumen, el tono y la articulación. Es necesario que domines estas características para que puedas aprovechar todo su potencial comunicativo.

a) **El ritmo:** puede ser moderado, acelerado, lento, entusiasta, dependiendo de tu propósito. Si quieres persuadirlos para que hagan algo, tendrás que hablar cada vez con más excitación y velocidad para llenarlos de entusiasmo.

b) **El volumen:** es el nivel de sonido con el que hablas, y es controlado a través de la cantidad de aire que utilizas. Es relevante tener la capacidad de controlar el volumen de tu voz al hablar en público.

c) **El tono:** puede variar entre grave y agudo (de abajo hacia arriba y de arriba hacia abajo), y algunas personas suelen tener una voz más grave o más aguda. Es

conveniente que tengas la capacidad de poder variar el tono de tu voz mientras hablas, dependiendo de tu intención y del estado de ánimo que quieras producir. Para controlar mejor tu tono, practica ejercicios de escalas musicales como lo hacen los cantantes. Comienza emitiendo un tono grave hasta que paulatinamente llegues a emitir tonos más agudos. Puedes colocar una mano en el pecho y la otra en la frente para que notes cómo las vibraciones graves ocurren en el pecho mientras que las agudas se generan en la cabeza.

d) **La articulación:** es importante tener una buena pronunciación mediante la articulación. Así lograrás que te entiendan en todo momento, aún si solo estás susurrando. Para mejorar la articulación de tu voz te recomiendo que practiques diciendo trabalenguas en voz alta lo más rápido posible, o que pronuncies diferentes sílabas difíciles como: gra, sbra, sma, sdra, spla, chra, etc.

## 8. LA PUESTA EN ESCENA

- **Comunicación no verbal. Lenguaje corporal y gestual**

Los movimientos y gestos transmiten efusividad a los mensajes, aportando información que complementa el significado de las palabras. Es, por tanto, una labor importante y a su vez compleja dominar toda la información que se transmite a través de la comunicación no verbal.

Existen una serie de factores clave en la comunicación no verbal, que además emiten información:



- a) **Naturalidad:** aunque los gestos que acompañan a un discurso deben ensayarse, su ejecución debe ser natural y sin exageraciones.
- b) **Coherencia:** con lo que dice el discurso en ese momento, y en relación con la personalidad del orador.
- c) **La postura:** erguida, y a su vez relajada. Si se está de pie es conveniente repartir el peso de forma uniforme entre ambas piernas, debido a que es menos agotador y se evita el balanceo entre una pierna y otra que puede distraer a la audiencia. Si existe el espacio suficiente, el orador puede desplazarse por la sala mientras realiza la exposición, lo cual dará sensación de seguridad y naturalidad. Si debe darlo sentado, se recomienda inclinar ligeramente el cuerpo hacia delante, para indicar interés.
- d) **Los gestos:** son demostraciones de los sentimientos de una persona en un momento determinado. A través de las expresiones de la cara, las manos, los brazos, etc., un orador puede comunicar toda la escala de matices que van desde la inseguridad hasta el aplomo, desde la sorpresa hasta la certidumbre, desde la indiferencia hasta la emoción. Deben tratar de controlarse todos los gestos que se hagan.
- e) **Las manos:** un problema bastante frecuente, sobre todo en las primeras apariciones en público, es no saber qué hacer con las manos, en ese sentido es elemental la naturalidad. No se deben mantener los brazos rígidos pegados al cuerpo, ni gesticular continuamente. Para controlar los movimientos de las manos, se pueden mantener ocupadas sujetando el micrófono (si se dispone de él) las notas, o un bolígrafo, aunque hay que tener cuidado, debe ser algo natural, porque jugar con el bolígrafo o golpear sobre el atril o la mesa con él denota nerviosismo.

f) **La mirada:** esta permite al orador conocer la impresión que sus palabras están causando en la audiencia y además proporcionar información acerca del propio orador, demostrando determinación, seguridad y familiaridad o por el contrario, incomodidad, duda, timidez u otro. Es importante establecer un contacto visual directo con los receptores, mirando a aquel grupo de la audiencia al que va dirigido el discurso en un momento determinado, lo que demuestra confianza y sinceridad. La mirada debe ser utilizada para atraer y mantener la atención del público, pero también para ganar su confianza.

g) **Vestuario:** en cualquier tipo de comunicación, la primera impresión causa mucha influencia en el público. No se trata tanto de las características físicas del orador, sino de su porte y lo adecuado de su vestimenta para la ocasión, lo que en primer término ganará el favor de la audiencia. Cada ocasión requiere un tipo de indumentaria, y es incorrecto equivocarse tanto por defecto como por exceso. Es por tanto importante que el vestuario no llame demasiado la atención, tampoco es conveniente una seriedad exagerada. También se debe considerar la higiene personal y la limpieza tanto de la ropa como de los zapatos.

h) **El espacio:** generalmente el orador se ubicará detrás del atril, y la distancia que exista entre éste y la mesa del jurado o el público condicionará, entre otras cosas, su tono de voz. Una adecuada utilización del espacio es una buena herramienta para los expositores, que podrán utilizar la libertad de movimientos (acercamientos o desplazamientos por la sala) para llamar la atención o enfatizar algo.

i) **Controlar los nervios:** Es inevitable tener cierto grado de nerviosismo, esto es algo natural, y por tanto no es negativo, siempre y cuando los nervios no te hagan perder el control de la situación. Algunas personas sufren de lo que se conoce como “miedo

escénico”. Es el temor al fracaso o a hacer el ridículo, principalmente, lo que ocasiona que en los momentos previos a una intervención el orador llegue a creerse incapaz de realizarla y dude sobre su presentación. Otro de los problemas asociados con los nervios es la posibilidad de quedarse con la mente en blanco. Hasta el orador más preparado puede sufrir un bloqueo y olvidar por discurso por completo.

## 9. RECURSOS DEL DISCURSO

- **Medios audiovisuales**

Los medios audiovisuales son materiales de apoyo que deben ajustarse al entorno, reafirmar el mensaje y provocar la atención del auditorio sin quitarle el papel protagónico al expositor.

Para la presentación de una exposición oral, siempre se utilizan algunos recursos que ayudan al desarrollo de la misma, entre estos se encuentran los de percepción directa: pizarra, carteles, rotafolios; los de proyección de imágenes fijas: diapositivas y transparencias; los sonoros: voces y grabaciones, así como los de proyección de imágenes en movimientos: videos y similares. Para usar cualquiera de ellos hay que seguir ciertos lineamientos que se mencionarán en un sentido general a continuación:

a) **El pizarrón:** Este se utiliza para presentar un contenido relevante, ilustrar ideas mediante dibujos, o diagramas y combinar con otros métodos audiovisuales. Proporciona un medio eficaz de demostración y práctica. Para usarlo, la superficie debe estar completamente limpia, se debe escribir con claridad, usando un tamaño de fuente de cinco centímetros aproximadamente, y no se debe recargar el pizarrón con demasiada información, hay que escribir lo más necesario.

b) **El rotafolio:** Es un recurso de ayuda a la presentación de un tema a través de una secuencia de leyendas, dibujos, esquemas, gráficos, diagramas, etc., contenidos en un conjunto de pliegues de papel. Puede usarse en audiencias no mayores de 40 personas. Las condiciones que debe reunir es que los dibujos sean grandes, sencillos y claros, sin mostrar más de un gráfico en cada hoja. Los textos tienen que ser breves y sencillos, el tamaño de las letras debe ser de cinco centímetros aproximadamente. Lo que se presenta debe corresponderse al nivel de la audiencia. Es conveniente usar marcadores de varios colores con armonía para resaltar. Para usarse, el expositor debe colocarse a un lado del rotafolio en el momento de presentar las láminas y frente a la audiencia para mantener el contacto visual con todo el equipo. Es recomendable usar puntero para señalar los detalles y no interferir en la presentación.

c) **El retroproyector y las transparencias:** El retroproyector es un equipo eléctrico de proyección diascópica, de gran utilidad en exposiciones de grupos grandes. Se utiliza para proyectar transparencias realizadas en láminas de acetato, con información a color o blanco y negro.

Para usarlo debemos asegurarnos previamente de que está todo en buen estado, además de verificar enchufes, cables anexos de extensión, adaptadores de corriente, y luminosidad de la sala de proyección. El tamaño de las letras en las transparencias debe ser aproximadamente de 6 milímetros, como mínimo. No ofrezca demasiada información en cada lámina. Al terminar con cada lámina, apague la lámpara mientras explica, para mantener la atención del público sobre usted y preservar la vida de la lámpara del equipo. No mueva el retroproyector cuando la lámpara esté encendida o aún caliente.

**d) Filmes y videos:** La proyección fílmica viene en varias presentaciones, Super 8, VH o DVD, requiere de una pantalla, equipo de proyección o televisor. Actualmente se ha popularizado el video beam, un proyector accesorio a una PC, es muy práctico y económico en la elaboración y modificación de la presentación, pero costoso y delicado como equipo. Al igual que los otros recursos hay que evitar su excesivo uso. Una presentación en láminas debe tomar un tiempo, al menos 2 a 3 minutos para cada una, de manera que el público pueda aprovechar su contenido. Es común ver expositores que abusan del video beam y presentan 30 láminas en 20 minutos, atiborrando al receptor.

**e) Las animaciones:** La animación de las transparencias, en caso de hacer una presentación que use medios computacionales (PowerPoint, Prezi, YouTube), debe considerarse cuando hace algún aporte a la transmisión o explicación de una idea. A manera de ejemplo, introducir textos animados en forma de espiral en una presentación PowerPoint no aporta ni da soporte a la información, más bien distraen al público y lo hacen pensar más en la forma y el movimiento de la presentación que en su contenido. Por el contrario, introducir las partes de la transparencia en la medida que se vayan explicando, ayuda a la concentración del público. No es recomendable diseñar una presentación en la que el expositor tenga que saltarse algunas transparencias o que tenga que retroceder a transparencias anteriores. Estos saltos desordenan la exposición y distraen bastante al público.

Para concluir, se debe tomar en cuenta el hecho de que, al proyectar determinada información, han de considerarse algunos aspectos puntuales; por ejemplo, la regla del 6 x 6 (ninguna transparencia o diapositiva debe incluir más de 6 líneas y ninguna línea más de 6 palabras), la regla del 1 x 2 (ninguna transparencia debe permanecer por más de 2 minutos en la pantalla) y el striptease (ninguna transparencia debe ser descubierta

por partes, es decir, mostrando solo la porción de la cual se habla y cubriendo la restante hasta cuando le corresponda, y así sucesivamente).

## 10. STORYTELLING

- **¿Qué es?**

Storytelling es el arte de contar una historia usando un lenguaje sensorial presentado de tal forma que trasmita a los oyentes la capacidad de interiorizar, comprender y crear un significado personal de ello. La creación y aprovechamiento de un ambiente mágico a través de una narración. Esta capacidad de contar historias, así como el arte que se va asociando a ésta, es bastante antigua: conectar emocionalmente a través de un relato, dejar que te toquen el corazón, el alma, la cabeza y el cuerpo.

- **¿Cómo hacerlo?**

Para hacerlo, debes conocer a las personas y lograr la conexión emocional con ellos, a través de una historia. Es efectivo para comenzar un discurso donde se requiera preparar un poco el terreno, para hacer que las personas se sientan de una determinada manera y que reciban el mensaje de forma óptima. Los clientes no compran tu idea o producto, compran la emoción que les haces sentir y el significado que tiene para ellos tener ese producto. Para utilizar Storytelling al hablar en público, debes seguir las siguientes pautas:

a) **Fija un objetivo para tu ponencia:** Es importante que te fijes una meta, un objetivo, para que puedas orientar tu presentación hacia él de forma ligera.

b) **Haz una promesa (y cúmplela):** La principal promesa que debes realizar es que va a valer la pena. Sí, que no vas a hacer que nadie pierda el tiempo. Va a ser una ponencia agradable e interesante, una charla atractiva, una clase magistral a la que merece la pena prestar atención y las promesas deben cumplirse.

c) **Conecta con tu audiencia:** Cuando utilizamos el Storytelling para hablar en público, nos estamos convirtiendo en los protagonistas de la historia. Por lo tanto, deberemos lograr que nuestro público tenga afinidad con nosotros. Para conectar con nuestra audiencia, nada mejor que utilizar la primera persona. Debemos implicarnos en lo que estamos contando, a fin de empatizar con ellos.

d) **El viaje del héroe:** debe existir una transformación. Si estamos de acuerdo en que, dentro del Storytelling para hablar en público, nosotros somos los protagonistas, eso nos convierte en “el héroe” de la historia. En toda historia tiene lugar lo que hemos denominado como “el viaje del héroe”. Todo protagonista debe superar una serie de desafíos y dificultades hasta alcanzar sus metas. Cuando lo hace, algo ha cambiado en su interior. Ha crecido emocionalmente, ha experimentado una renovación.

e) **Un comienzo único, llamativo:** Puedes desarrollar tu discurso empezando por el final, mostrar la solución y luego describir ¿cómo has llegado hasta ahí? Mira como ejemplo “Crónica de una muerte anunciada”, de Gabriel García Márquez.

## • Ejemplos

Son muchos los ejemplos que podrías ver, o hacer para tu discurso si buscas conectar con las personas, no vamos a escribirlos porque llenaríamos este ebook con ellos, pero si fueras un emprendedor y decides compartir tu vivencia, por ejemplo, cuenta dónde estás ahora y luego retrocede, para centrarte en los inicios, en los obstáculos, en cómo

los superaste y, de nuevo, recuerda el lugar en el que te encuentras. Lo importante es que el inicio sea llamativo, atraiga a los presentes y los haga cambiar su modo de pensar frente a una idea. Si prefieres no empezar por el desenlace, comienza contando una anécdota o un chiste.

## • Improvisación

Con el discurso público lo preparado es mejor que lo improvisado, lo ensayado que lo inventado al momento. Sí, la creatividad es algo muy bonito y mágico, pero no siempre acude a ti cuando la necesitas. Aun así, la improvisación es una forma de discurso, que tarde o temprano tendrás que asumir y demostrar con ella que eres un buen orador.

Existen técnicas para aprender a improvisar, que te permitirán salir victorioso en esos casos en los que debas dar un discurso de repente:

a) **Segmentación:** es una técnica de expresión oral que consiste en dividir cualquier tema en dos partes, generalmente opuestas. Las opciones de segmentación son extensas, y a medida que las practiques cada vez se te ocurrirán más. Puedes jugar con muchas segmentaciones: invierno-verano, hombres-mujeres, nacionales-extranjeros, rápido-lento, altos-bajos, duros-blandos, sanos-enfermos, ricos-pobres, entre otros, es cuestión de crear escenarios y practicar.

b) **Positivo vs negativo:** una variante de la segmentación es la valoración de los puntos positivos o negativos del contenido a tratar. Es útil para ayudar a tomar decisiones, pues lo que haces es un viaje rápido sobre las consecuencias, las ventajas o desventajas, eso permitirá ir formándose una idea mientras preparas la conclusión en la que mencionarás tu opinión.



c) **Historia + razones + conclusión:** esta estrategia es la más complicada de llevar a cabo, pues requiere de una historia, dar las razones y concluir, y para ello hay que tener ciertas habilidades y destrezas. Si eres capaz de utilizar esta técnica, la gente pensará que eres un experto y que no estás improvisando.

## 11. CALL TO ACTION

- **¿Qué es?**

El significado de call to action –o llamada a la acción- lo sugiere la misma expresión: incitar a tu audiencia a realizar una acción.

- **¿Por qué usarlas?**

Dependerá de lo que quieras conseguir. ¿Cómo quieres que acabe? ¿Que lloren, que rían, que compren tu producto? En función de tu propósito escogerás si usar un call to action o no. No hace falta ser un lince para darse cuenta de que esta estrategia es la ideal cuando lo que quieres es que tu público haga algo.

- **¿Dónde usarlo?**

Algunos estudios aseguran que en **el final** es el mejor lugar para situar la llamada a la acción. De esa manera es más fácil que se mantenga en la memoria de los receptores del mensaje. Primero explícales lo que quieres que oigan, desarrolla tu justificación, apela a la lógica que haga falta, toca sus emociones, convénceles. Y finalmente ya estarán listos para oír tu llamada a la acción y actuar.

- **¿Cómo prepararlo?**

No existe el call to action perfecto, pero sí existen algunas características que harán que tu llamada a la acción **funcione mejor**. Las más importantes se nombran a continuación:

a) **Hazlo concreto**: las personas somos difusas por naturaleza. Si tenemos dos opciones estamos indecisos. Si nos dan tres alternativas buscamos una cuarta. Si nos dan un mar de posibilidades nos ahogamos. Cuando nos dejan elegir nos paramos y pensamos. No dejes que tu audiencia dude y se disperse. No crees varias alternativas en su mente. Dale una instrucción clara, concreta y específica.

b) **Piensa en ellos no en ti**: es muy probable que salgas beneficiado si logras que tu audiencia cumpla con tu call to action, después de todo, para eso la estás preparando. Si invierten en tu empresa, bueno para ti. Si donan dinero a esa ONG, bueno para todos. Pero a las personas eso le da igual. La gente no quiere saber cómo te vas a beneficiar tú, sino como se van a beneficiar ellos. La inmensa mayoría no hará una cosa porque a ti te vaya bien sino porque ellos sacarán algo positivo. Y tú harás lo mismo el día que estés sentado entre la audiencia. Prepara tu call to action resaltando qué sacan ellos de positivo de hacer lo que propones.

c) **Añade el sentimiento de urgencia**: no te conformes con incitarles a que hagan algo. Si quieres aumentar tus posibilidades debes lograr que hagan algo pronto. Mañana. Hoy. Ahora. Mientras hablabas les has estado poniendo en un grado de activación alta. Están convencidos. Y más importante aún, están motivados, pero la motivación desciende muy rápido.

d) **Ten todo a punto:** cuando lances tu call to action deja todo preparado para que la audiencia pueda hacer lo que dices al momento. Si ellos no ven todo a punto, verán muchas barreras y muchas cosas por hacer.

e) **Cuánto más al final mejor:** Lo último que digas es lo primero que recordarán. Cuanto más al final sitúes tu call to action, más probabilidades tienes de que se queden con ello.

## 12. METÁFORAS

- **¿Qué son?**

Las metáforas son una traslación del sentido recto de una voz a otro figurado, en virtud de una comparación tácita. Es expresar una idea o elemento usando otro distinto con el que tiene algo en común.

- **¿Para qué usarlas?**

Porque son la manera más efectiva y rápida de ponerlo todo a punto. Realizan dos funciones: la primera, es que contienen mucha verdad en un menor espacio, y la segunda es que fomentan a que la audiencia acepte una nueva idea relacionándola con otra ya conocida.

- **Tipos de metáforas**

En función de sus características gramaticales y de construcción, se puede diferenciar entre metáforas simples y metáforas complejas. Las **metáforas simples son cortas, a**

menudo son esas figuras retóricas que usas casi sin darte cuenta. Se emplean cuando el objetivo principal es hacernos entender más fácilmente, por lo que abusar de esta clase de lenguaje podría entorpecer dicho objetivo. Las **metáforas complejas se usan** para expresar ideas más completas. Un buen ejemplo de metáfora serían las que ayudan a entender una enseñanza determinada, y a cuya enseñanza se le suele llamar moraleja.

- **Conectores de transición**

Los conectores gramaticales o transiciones son el cemento que une las partes de tu presentación. Si al hablar en público no las usas, tu audiencia notará algo raro. Se perderá más fácilmente entre punto y punto, se hará preguntas sobre la causalidad de tus ideas y, como consecuencia, tendrá dificultades para recordar tu mensaje. Los conectores precisos harán que tu mensaje fluya, que sea fácil de seguir y de entender

## 13. EL FINAL

- **¿Cómo terminar un discurso?**

La primera propuesta que te hago es que huyas de las típicas frases como: “Ha sido un placer”, “gracias por su atención”, etc. No hay nada de incorrecto en ellas, lo malo es que sean las últimas palabras que uses. Hay que terminar con fuerza, hay que dejarlos con ganas de escuchar otra alocución tuya, y para ello existen diversas maneras de lograrlo:

a) **Cierre circular:** Consiste en recoger algo que hayas dicho al principio del discurso y usarlo para cerrar.

b) **Llamada a la acción:** Esta estrategia es útil cuando quieres que la gente haga algo específico al acabar un discurso. Es especial para los discursos persuasivos.

d) **Anáfora:** La anáfora es una figura retórica que consiste en comenzar distintas frases con las mismas palabras. Puede ser otra forma llamativa de finalizar.

## 14. HABLAR EN PÚBLICO

- **¿Cómo vencer el miedo a hablar en público antes de salir?**

A muchos nos ha pasado que cuando combinamos las palabras oratorias, escenario y público hemos sufrido esa angustia que llaman miedo escénico. Hace tiempo, los discursos públicos eran exclusivos de los grandes oradores. Pocas personas estudiaban o practicaban el arte de hablar en público. En la actualidad no es así, estamos en un mundo donde todo está conectado y el intercambio de información es una de las claves del éxito, y en el que a muchos de nosotros se nos presentan con regularidad situaciones que ameritan nuestra destreza de oratoria, como por ejemplo: presentar las conclusiones de un estudio, divulgar una información ante un auditorio, convencer a un grupo de inversionistas para que apoyen tu producto, hablar en una junta de vecinos, presentar un proyecto en clase, entre muchas otras.

Una de las teorías más aceptadas para explicar el miedo defiende que ese temor se ha ido creando desde la infancia con experiencias (puede ser una o varias), que han provocado que veamos el hablar en público como algo amenazante. Estas experiencias generan sensaciones y creencias que son las que te transportan a ese estado de pánico cuando se presenta una experiencia similar. Ese miedo proviene de una parte no lógica de nuestra mente, nuestra audiencia no nos va a lanzar piedras si nos

equivocamos pronunciando mal una palabra o por quedarnos en blanco unos segundos, pero, aun así, sin haber un peligro real, parte de nuestra mente lo percibe como tal.

Para vencer el miedo escénico empieza haciéndote esta pregunta: “¿Cuál es tu mayor miedo cuando sales a hablar en público?”

Hacer el ridículo.

Existen subcategorías dentro de esta categoría (no dar la talla, quedarte en blanco, no saber lo suficiente, no poder responder a las preguntas, entre otros).

¿Cómo percibes que podrías hacer el ridículo? Si te da miedo olvidar parte del discurso, o cometer algún error de dicción, o a no saber contestar posibles preguntas. Todo esto es normal. Estás en un entorno de evaluación, posiblemente fuera de tu zona de confort y tu cuerpo y tu mente están juntos, sentados en una sala buscando excusas para retornar a terreno conocido. No hacerlo te evitará pasar un mal rato, pero probablemente afectará tu futuro profesional y personal. Existen varias cosas que podemos hacer para vencer el miedo, te las mostramos a continuación:

a) **Prepararse:** la mejora técnica para hablar en público sin nervios es “estar y sentirse preparado”. Cuánto más preparado estés para algo, menos oportunidades tendrás de “fracasar”. Cuando tu cerebro percibe que las posibilidades de fallar son pocas, se emociona y crece esperando la aprobación de tu audiencia. El miedo escénico se disipa y lo único que queda es excitación y el deseo de salir a darlo todo.

La clave es la preparación. Ensaya tu discurso antes de darlo. Ensaya delante del espejo, delante de amigos, delante de tu pareja o con tus padres,

con tu jefe, con tus compañeros o solo. Ensaya, ensaya, ensaya. Podrías preguntarte ¿qué crees que le gustaría saber a la gente?, ¿qué podría preguntar alguien que quiera demostrar que sabe igual o más que tú? Piensa en todas esas cosas y prepárate para responderlas. Cuanto más conozcas del tema, menos temor tendrás a hacer el ridículo, pues tu impresión será que habrá poca gente que sepa tanto o más que tú.

Por cierto, si te encuentras alguien en el público que te hace preguntas malintencionadas, no entres en debate directo. Desvía esas intervenciones con un educado: “Parece que tenemos distintos puntos de vista sobre este tema. Creo que no es el momento adecuado para prolongar nuestro debate, pero estaré encantado de hacerlo en privado si usted quiere”. Estilo + educación = Poder.

b) **Respira:** es otra técnica valiosa para vencer el miedo a hablar en público, luego de estar preparado. Cuando uno está nervioso tiende a hacer respiraciones cortas y superficiales, lo que no oxigena lo suficiente la sangre. Lo más normal es que esto te suceda y no te des cuenta. Así que respira hondo, aguanta la respiración hasta que no puedas más y luego expulsa el aire lentamente. Intenta que esa expiración dure más de diez segundos y repítela un mínimo de tres veces para conseguir que tu respiración vuelva a un ritmo normal, y con la respiración se debe mover tu abdomen (como ya vimos, respiración diafragmática) y no tu tórax. Prácticalo.

c) **Beber agua:** Antes de salir a la audiencia y durante tu discurso, esto funciona porque nuestro cerebro detecta que estamos bebiendo agua, y automáticamente desinhibe la sensación de peligro. ¿Cómo vamos a pararnos a beber agua teniendo delante a 100 personas dispuestas a agredirnos?

d) **Adopta poses de poder:** en todo momento tenemos una postura determinada: Por ejemplo, ahora mismo yo tengo una postura determinada y tú tienes otra y aunque creamos que son nuestras emociones las que nos hacen estar de una manera u otra, varios estudios demuestran que el estar de una manera u otra también influye en nuestra conducta. Si no crees que no puedes provocarte intencionadamente estados de ánimo, haz este ejercicio:

Mira al suelo, encoge el cuerpo, piensa en algo no grato, triste. Mantenlo unos segundos. ¿Cómo te sientes?

Ahora haz lo contrario, riéte, si puedes hazlo fuerte, mira hacia arriba, abre los brazos, recuéstate sobre tu silla como si fueras tu jefe. Ahora evalúa: ¿Te sientes igual que antes? En verdad, nuestro cuerpo tiene la habilidad de guiar nuestro estado de ánimo y nosotros tenemos la capacidad de guiar a nuestro cuerpo. Entonces, ¿cuáles son esas posiciones de poder?: las manos entrelazadas detrás de la cabeza, brazos extendidos hacia los lados, piernas cruzadas encima de la mesa... Aplicar estas simples posturas ha demostrado elevar los niveles de testosterona y disminuir los de cortisol, lo que tiene un gran impacto en nuestra confianza.

e) **Haz ejercicio:** otra de las recomendaciones para hablar en público es el ejercicio físico. Puedes hacerlo todos los días por la mañana y será positivo, pero al que me refiero ahora es de hacer algo de ejercicio (10 flexiones o 10 abdominales) minutos antes de tu ponencia. Esto debido a que el ejercicio físico libera endorfinas y te permite enfrentar de mejor forma el estrés. Además, cuando estás sufriendo en la sexta flexión, tu mente se ha olvidado por completo de esos nervios de hablar en público. Ahora toca aguantar todo tu peso, ya tendrá tiempo de preocuparse después.



¿Has hecho natación alguna vez? ¿Has salido a correr? ¿Te has dado cuenta en qué estás pensando mientras realizas esos ejercicios? En nada. No le das vueltas a las cosas, no piensas en tus problemas ni en lo que hay de comer ese día. Simplemente juegas.

Ese es el poder del ejercicio físico. Utilízalo y conviértelo en tu aliado para combatir el miedo escénico.

Espero te sirva alguno de estos consejos para vencer el miedo a hablar en público y que cuando vuelvas a ver esa combinación entre oratoria, escenario y público seguido de tu nombre, seas capaz de cambiar esos nervios traicioneros por una sonrisa de seguridad.

## • ¿Qué hacer en el momento de hablar en público?

Hablar en público es un camino sin fin. Más que eso, es una carrera sin límites. Uno jamás podrá decir: “Ya sé hablar en público, se acabó mi aprendizaje”. En realidad, nunca dejarás de aprender. Si te interesa la oratoria y te preguntas cómo puedes mejorar, aquí tienes unos consejos de lo que puedes hacer o tomar en consideración al momento de hablar en público:

a) **No hablas en público, hablas con él.** Dominar esta habilidad es como subir una escalera. Se logra paso a paso, no existe un ascensor que te lleve directo al éxito. No serás un gran orador en dos semanas. Ten paciencia, prepárate y practica.

b) **Averigua quién será tu audiencia.** Cuando lo sepas, prepara tu material teniendo en cuenta ese perfil. Ten claro tu objetivo y de acuerdo a eso elige un **mensaje central** a transmitir y haz que tu presentación se apoye continuamente en ese mensaje.

c) **Si quieres recalcar algo, reduce el ritmo del habla, no lo aceleres.** Y no pretendas explicar en media hora lo que te ha costado años aprender. Sintetiza. Hablar de pocos puntos es un éxito seguro.

d) **Establece contacto visual.** Mira a los ojos de las personas a las que te diriges. Es lo que harías si les hablastes directamente a ellas. La naturalidad suele ser buena guía.

e) **El humor te ayudará a conectar.** Hacer que los que te escuchan se rían es bueno. Que se rían demasiado, no tanto. Pero si no te sientes cómodo con el humor o no lo manejas muy bien, no lo uses, habrá otras maneras de enganchar a tu audiencia.

f) **Sé vulnerable.** Muestra tus limitaciones, debilidades o frustraciones y generarás empatía. Y sonríe, tras la vulnerabilidad, la sonrisa es el mejor conector.

g) **Avisa al principio de tu charla, si podrán hacer preguntas en cualquier momento o si vas a habilitar un bloque para que lo hagan al final.** Cada opción tiene ventajas y desventajas. Evalúa y decide. Y cuando pretendas dar respuesta a alguna duda, pregunta: “¿Quién hace la primera pregunta?”, así funciona más que “¿Alguna pregunta?”, y si no tuvieras la respuesta, reconócelo y di algo como esto: “Ahora mismo no tengo la respuesta a esa pregunta, pero en cuanto llegue a la oficina te la buscaré y te la mando”. Esa será una respuesta natural y muy humana, que en rara ocasión te dejará mal. Y cuando ya hayas dado respuesta a las preguntas, retoma tu **mensaje** y repítelo.

h) **Prepara tu apertura, no improvises.** De igual manera se sugiere para tus últimas palabras del cierre. Has trabajado mucho para dejar un: “Bueno, esto era todo lo que les traía para hoy. Gracias por su atención”.

i) **Controla el tiempo.** Esto lo conseguirás ensayando. Un ponente que cumple con su espacio de tiempo acordado es más serio, profesional, y muestra respeto hacia el resto de los ponentes y la organización. Además, llega un poco antes, para tomar previsiones y que todo salga lo mejor posible.

j) **Toma en cuenta que llama más la atención los dramas que las historias felices.** ¿No estás convencido? Pon las noticias. No muestres tus éxitos, muestra los problemas que tuviste y cómo los enfrentaste y superaste.

k) **De ser posible no leas.** Debes hablar en público **no leer en público.** Consultar tus notas un momento, no es leer. No es indebido hacerlo.

l) **No vayas tan rápido.** El exceso de velocidad es igual de peligroso al hablar en público que en la carretera. Añade variedad vocal. Cambios de tono, imitaciones de voz, personajes... Todo aporta dinamismo. La monotonía en este ámbito es tu enemiga.

m) **No manifiestes que has cometido un error o que te has olvidado de alguna cosa.** Si sucede y te das cuenta, sigue adelante. Si no te das cuenta, sigue adelante.

n) Pocos minutos antes de salir aguanta la respiración. Un poco más. Más. Más. Ahora suelta el aire lentamente. Tu espiración debe durar al menos 20 segundos. Repítelo 3 veces. Eso te ayudará a relajarte y reducir o controlar los nervios.

ñ) **Si lo puedes explicar de manera más sencilla, hazlo.** Cuando des la charla, no todo saldrá como lo tenías planeado. No te castigues por eso, es normal.

o) **Usa transiciones** para pasar de idea a idea.

p) **Tenerlo todo preparado está bien.** Dejar espacio para improvisar también. Escribe tu discurso antes de darlo. Y si es de improvisar, no lo hagas con el inicio ni con el final.

q) **Añade variedad a tu presentación.** Las ayudas visuales no son solo las diapositivas. Pizarras, rotafolios, elementos visuales, aparatos... todo puede ser útil para apoyar tu presentación.

r) **Si no es obligatorio, no uses atril.** El atril es una barrera que limita la cercanía con el público. Te ven menos, te mueves menos, te comunicas menos. Si te obligan a usarlo, no te apoyes en él. Mantén una distancia cómoda entre tú y el atril que te permita mover brazos y manos al hablar. Si no es obligatorio no hables sentado. Es algo parecido a hacerlo detrás de un atril. Muestra tus manos, y más las palmas que su reverso, pues genera confianza. No cruces ni piernas ni manos, son movimientos defensivos que te apartan del público y demuestran nerviosismo.

- **Cosas que debes evitar cuando hables en público**

Esto tiene relación con el aspecto anterior, pues al saber lo que tienes que hacer al momento de hablar en público, implícitamente sabrás lo que se debe evitar, sin embargo, en esta guía repasamos en resumen las claves más resaltantes:

a) **Evitar no prepararte lo suficiente.**

b) **Evadir el contacto con el público.** Esfuérzate por hacer contacto visual; es una herramienta poderosa para persuadir, darte cuenta de quiénes están prestándote atención, o incluso hasta apoyarte en ellos en tus momentos de decaimiento en escena.

c) **Dar todo por sentado.** Trabaja la estructura con un comienzo, un buen desarrollo y un excelente final que no sea fácil de olvidar.

d) **Ser muy acartonado.** Debes lograr la empatía y cercanía emocional.

e) **Evitar estimular sus cinco sentidos.** El 55% de la comunicación humana es gestual; el 38%, el tono de tu voz; y apenas el 7% lo que dices con palabras. Si no estimulas lo visual, lo auditivo, lo táctil, las emociones, lo olfativo con un aroma agradable en la sala, o bien aireándola convenientemente y manteniendo un buen clima, perderás el interés del público.

f) **Contacto visual muy intenso,** o siempre con las mismas personas. Estarás poniendo incómodo al público, y hará posible que el resto perciba que no los tomas en cuenta.

g) **No tener congruencia entre lo que se dice, lo que se hace y lo que se transmite** con los gestos. Las personas no te creerán.

h) **No sonreír.** Debes usar la sonrisa y el ablandamiento como gestos de familiaridad y calidez.

i) **Hacer chistes de mal gusto.** Eso no cae bien al público. Aprende a utilizar el humor con gracia y elegancia.

j) **Usar poses que bloqueen tu vínculo con el público.** Sentarte detrás de una mesa, cruzarte de brazos, estar con las manos en los bolsillos mientras das tu charla.

k) **No expreses nunca que estás nervioso, ni te disculpes por ello.** Estarás programando a tu cerebro para una equivocación, y la audiencia empezará a fijarse únicamente en tu nerviosismo.

l) **No uses frases impositivas.** Cambia la frase por algo que invite a tomar acción de forma natural.

m) **No camines de un lado a otro sin un propósito.** Cuando caminas hacia delante creas intimidad, así que solo avanza al frente cuando tengas algo importante que decir. Tampoco camines hacia atrás del escenario, crea una sensación negativa en la audiencia y se percibe como si se quisieras encubrir algo.

n) **No te balancees hacia delante y hacia atrás,** distraerás a los asistentes.

ñ) **No inventes datos, cifras o sucesos.** Es mejor asegurarse antes de dar cualquier información errónea.

o) **No te hagas demasiada publicidad a ti mismo,** es de mal gusto.

p) **No te agobies si algunas personas se marchan de la sala.** Recuerda que no se trata de ti, sino de ellas.

## • **Beneficios de usar técnicas de persuasión para hablar**

El arte de la persuasión se ocupa del cómo debo decir o hacer las cosas para que el otro acceda a lo que quieres. De hecho, ese es el significado de persuasión: inducir a otra persona a hacer o creer algo. Y en eso radica su beneficio de acuerdo al mensaje

que desees transmitir. Desarrollar esta técnica te va a permitir estimular la creatividad, favorece el posicionamiento como autoridad en un campo específico, entre otros.

Si buscamos persuadir existen varios principios para hacerlo. Estos principios son: el de reciprocidad, escasez, consistencia, simpatía, consenso social y autoridad. Cada uno enfoca el cambio de conductas desde una perspectiva distinta. Es importante conocerlos y dominarlos todos para tener distintas formas de hablar y de persuadir a las personas.

a) **El principio de reciprocidad:** Si alguien te da algo, sientes la necesidad casi biológica de corresponderle.

El principio de reciprocidad es sencillo de entender y fácil de utilizar. Solo tienes que regalar algo a tu interlocutor y ser el primero en hacerlo. Para sacarle el máximo provecho ten en consideración dos matices: el primero es lograr que lo que tú das sea inesperado. Y lo segundo es dar algo que sea personalizado, pues eso les hace sentir especiales.

b) **El principio de escasez:** El principio de escasez se basa en una de estas admisiones que probablemente hagas tú también: “Como de esto hay poco debe de valer mucho”. La razón principal del precio de los diamantes es su escasez. Como hay pocos, se les da mayor valor. Así procedemos las personas.

c) **El principio de consistencia:** Si realizamos un acto que no está en consonancia con nuestras ideas o creencias este equilibrio se rompe y necesitamos restablecer la armonía, reestructurando nuestras creencias o realizando otro acto compensatorio. Según el principio de consistencia se debe tomar decisiones y actuar manteniendo una

consistencia con ellas y manteniendo un equilibrio interno. Parece probado que a las personas nos gusta ser coherentes con nosotros mismos.

d) **El principio de simpatía:** Según el principio de simpatía, las personas somos más propensas a cambiar la actitud ante personas que nos caen simpáticas. Nadie duda de que apetece más hacer algo cuando te lo piden con simpatía que con indiferencia. Si eres una de esas personas simpáticas y sueles caer bien por naturaleza tienes mucho terreno ganado.

Para ser simpático debes buscar la semejanza. Cuando alguien se siente identificado con otra persona, o cuando nota que esa persona y él son muy parecidos, se genera una especie de conexión y nace la simpatía por el otro. La segunda técnica consiste en elogiar al otro. Vivimos en una sociedad muy poco habituada al elogio, así que hazlo si de verdad lo sientes. Si los elogios son sinceros, generarán simpatía. Otra técnica semejante a la simpatía es la de cooperación. Las personas parecemos generar un vínculo de simpatía e incluso amistad con aquellas personas con las que colaboramos en algo.

e) **El principio de consenso social:** El principio del consenso social defiende que las personas tenemos más facilidad para hacer, decir o pensar algo si antes lo ha hecho un gran número de personas, es decir, que el consenso social “ayuda” a ubicarnos en un mismo plano.

f) **El principio de autoridad:** El principio de autoridad sostiene que somos más propensos a cambiar nuestras actitudes ante una figura de autoridad que ante una que no lo es. Y esa autoridad la conseguimos de dos formas: La primera es a base de experiencia demostrable, con estudios cursados o mediante premios conseguidos. Y la segunda es



conseguirla vía estatus social, puesto de trabajo, o dada una situación jerárquica superior en alguna escala de relación.

- **Ejercicios para mejorar tu habilidad para hablar en público**

Para mejorar tu habilidad de hablar en público existen una serie de ejercicios que te ayudarán. Es un hecho que, para destacar en un deporte, es necesario hacer ejercicios todos los días para lograr poco a poco una mejor condición física. Pues esto mismo aplica para la oratoria.

Si te ejercitas continuamente te será cada vez más fácil hablar en público con elocuencia. Pero debes de saber exactamente cuáles ejercicios te ayudarán a hablar mejor en público. Así como para el buen deportista, no se trata solo de hacer un poco de bicicleta, el ejercicio debe de estar diseñado para que logres tus objetivos. Los ejercicios para hablar en público y que te ayudarán a lograrlo son:

a) **Respiración:** Ejercita tu respiración para fortalecer tu diafragma y lograr así un mejor volumen en tu voz y para que No te falte el aire mientras hablas por horas:

- Siéntate de manera que tu espalda quede derecha, tu pecho un poco arriba y tus hombros relajados hacia atrás.

- Saca todo el aire que tengas y después llena tus pulmones asegurándote de que tu abdomen se infle por arriba del ombligo, y tus costillas inferiores se expandan.

- Cuenta hasta tres lentamente mientras respiras, tres mientras retienes el aire y tres mientras lo expulsas.

b) **Vocalización:** Practicar la vocalización te ayudará a darle un timbre más agradable a tu voz, y te dará la capacidad de subir y bajar de tono fácilmente mientras hablas:

- Trata de relajar todo tu cuerpo, especialmente la garganta.

- Toma aire y pronuncia en un tono constante por varios segundos cada vocal en el siguiente orden: u, o, a, e, i. Comienza con tonos bajos y luego repite el ejercicio subiendo hasta los tonos más agudos que logres pronunciar.

c) **Trabalenguas:** Los trabalenguas te ayudarán a mejorar tu dicción, porque te permiten desarrollar una mayor agilidad en tu lengua y labios. Gracias a esto la gente te entenderá mejor.

Apréndete de memoria al menos 5 trabalenguas. Por ejemplo: “Tres tristes tigres tragaban trigo en un trigal en tres tristes trastos. En tres tristes trastos, tragaban trigo en un trigal, tres tristes tigres.”

Repite seis veces cada trabalenguas todos los días. Hazlo tres veces con un lápiz debajo de la lengua y las otras tres veces exagerando el movimiento de tu boca y lengua.

d) **Visualizar en positivo:** Visualizar el resultado esperado es muy importante para poder lograr lo que quieres. Si te visualizas hablando con confianza, lo lograrás más fácilmente:

- Tómate unos minutos y recuéstate en un lugar cómodo.

- Cierra tus ojos e imagínate a ti mismo haciendo una presentación en público.

- Imagina cada detalle, cómo el público te sonríe, y escucha tus palabras, y siente la emoción y el deleite de hacerlo bien.

e) **Grabar tus palabras:** Ya sea en audio o video, el hecho de grabarte y escucharte a ti mismo te ayudará a mejorar y corregir de manera consciente cada detalle y posible error:

- Consigue una cámara de video o una grabadora de sonidos y grábate mientras practicas tus discursos.

- Escucha tus grabaciones y no te preocupes de tus errores, que justamente para corregirlos es que estás practicando. Ten confianza en que poco a poco corregirás y perfeccionaras.

f) **Improvisar:** Improvisar es una de las mejores maneras de desarrollar la agilidad mental que necesitas para hablar con elocuencia. Elige un tema específico relacionado con algo que te gusta o algo que sabes muy bien. Diseña un pequeño esquema con tres o cuatro ideas clave. Empieza a improvisar un pequeño discurso frente al espejo, micrófono o un grupo de personas con ayuda de tu esquema.

g) **Leer y escribir:** Si quieres tener mucho de qué hablar, necesitas nutrir tu mente con libros. Pero no basta con llenar tu mente de ideas y conocimiento, necesitas organizarlos a través de la escritura. Si no acostumbras a leer, empieza con el hábito de leer de 15 a 30 minutos diarios. Tómate unos minutos al menos un día de la semana para poner orden en tus pensamientos e ideas, y escríbelos en forma de ensayos o artículos.

No lograrás ningún avance si pones en práctica estos ejercicios una o dos veces. La clave está en ejercitarte constantemente y con disciplina, de forma constante.

## • **Técnicas para hablar en público. Técnicas para mejorar la oratoria**

Para cualquier cosa que funcione hay un trabajo previo. Una preparación que hace que las cosas salgan bien.

## ¿Cómo conseguirlo?

No es que haya unas reglas para hablar en público que aseguren el éxito, pero si lo que quieres es dar un buen discurso, hablar mejor, debes prepararte y el primer paso es tener claro a quién te diriges. Conocer a fondo a tu audiencia. Conoce el terreno y tendrás el éxito garantizado.

En el pasado la oratoria tenía que ver con hablar con un volumen muy alto, y extender tus brazos para enfatizar encarecidamente ciertas palabras o frases clave.

Se tenía muy bien establecida la idea de que el orador le daría un tono melodramático a su discurso, que no debía sonreír y que su vestimenta fuera formal, incluyendo zapatos, corbata y traje. Afortunadamente la oratoria moderna es menos rígida y está más enfocada a lograr una conexión emocional y empatía significativa con el público.

Pero la oratoria, por muy antigua y lejana que te pueda parecer, sigue siendo una indiscutible realidad en estos tiempos. La industria moderna requiere de líderes que sepan comunicar e implementar la visión y la misión de la compañía en todos y cada uno de los empleados que la conforman. Los profesores de universidad demandan que sus alumnos no solo conozcan el material que tienen que dominar en la carrera que eligieron, sino que además deben ser capaces de hacer presentaciones, dar conferencias o participar en debates que, por lo avanzado de sus contenidos, tienen el poder de transformar un pensamiento, una industria, o crear nuevas ramas del conocimiento.

A continuación, vamos a presentar algunas técnicas para hablar en público y mejorar la oratoria para inspirar, conmover o persuadir a un público específico a tomar acción:

a) **Define el objetivo final de tu presentación:** Describe en una sola oración cuál es la acción, visión o sentimiento que quieres que tu público experimente con claridad al finalizar tu presentación. Este objetivo debe ser similar, pero no necesariamente igual al título de tu presentación. Y debes buscar que todos los puntos que tocas a lo largo de la misma están sólidamente conectados con el llamado a tomar acción que harás al final.

b) **Colecta material valioso para tu público específico:** Identifica claramente al tipo de público que te va a escuchar, para que puedas seleccionar, recolectar y transmitir la información que les servirá para resolver un problema. Con material valioso, me refiero a fuentes de información como libros, sitios de internet. También puedes incluir estudios científicos relevantes para tu público, así como estadísticas, cifras o eventos recientes o históricos que pueden ser de interés para ellos o para la industria en la cual se especializan. En una palabra: preparación. Investigar, organizar y analizar eficazmente la información.

c) **Diseña una estructura fácil de recordar:** Una hoja de notas bien diseñada puede ayudarte a recordar un mundo de información. Y no es casualidad que uno de los canales de internet que ofrece discursos y presentaciones por excelencia, limite a sus presentadores a explicar su tema en solo 20 minutos, sin importar lo extenso o complejo que sea. Una estructura bien definida te ayuda a ti como presentador para que recuerdes claramente los puntos que vas a tocar, en qué orden y con cuánta intensidad. Al mismo tiempo que hace que tu público te preste atención, disfrute y recuerde mejor la preciada información que tanto te esforzaste en recolectar y presentar para ellos.

d) **Memoriza los momentos clave de tu presentación:** Sí, yo todavía creo en la memorización, pero para que no suene automático, vas a memorizar solamente la

introducción, los puntos que vas a desarrollar y el cierre. De este modo lograrás mostrar confianza, seguridad y control durante los puntos más resaltantes de tu presentación que son la introducción y el cierre, al mismo tiempo que te permites naturalidad y espontaneidad para explicar los puntos que componen el desarrollo de tu presentación.

e) **Practica la entrega completa de tu mensaje:** Después de haber practicado tu presentación de principio a fin, sin detenerte, un par de veces, de preferencia frente a un espejo, para que observes tus movimientos corporales, y gesticulaciones. Luego, puedes llamar a uno o más de tus amigos para que te sirvan como público. Pídeles que se sienten, que pongan atención y sobre todo que pase lo que pase, no te interrumpan. Después inicia tu presentación, visualizando de forma positiva que ya estás en el lugar donde esta se llevará a cabo, proyéctales entusiasmo y no te detengas hasta concluirla de principio a fin. Al final puedes tomar en cuenta la crítica constructiva de tus amigos, pero lo realmente importante, es que puedas entregar tu discurso basado en tu estructura, consultando lo menos posible tus notas, sin detenerte.

f) **Realiza ajustes refinados:** Después de haber practicado entre 5 y 7 veces podrás visualizar qué partes de tu presentación necesitan ser mejoradas, puede ser el nombre de algún estudio científico, alguna estadística importante o eventos históricos o recientes relevantes. Aquí puedes hacer una práctica específica en el minuto exacto de tu presentación que necesita ser pulido. Practica solamente esa parte un par de veces, de modo que cuando vuelvas a practicar la entrega completa de tu discurso recuerdes de manera natural el material que vas a incluir en esa parte específica.

g) **Entrega tu presentación con pasión:** Tu público debe percibir por tus palabras y tu lenguaje no verbal, que tú tienes una afinidad enorme por el tema que estás presentando. Muchas personas piensan que la pasión se muestra solo cuando repites

continuamente que algo te gusta mucho. Sin embargo, la grandeza de tu afición por el tema de tu discurso puede volverse evidente ante tu público cuando elevas el volumen o el tono de tu voz en una palabra o frase específica. Así que utiliza también la herramienta de tu voz para generar entusiasmo y evitar el fastidio.

h) **Practica la respiración:** Realiza una respiración diafragmática y pausada, esto te hará entender mejor y te permitirá controlar los nervios.

## 15. OTROS

- **¿Cómo iniciar un discurso atrapando al público?**

Tal como se hace en las películas de acción: no muestran los créditos desde el principio sino, más bien, comienzan con una escena que despierta la atención de los espectadores y marca el ritmo hacia el desenlace. Los créditos vienen justo después. La emoción dependerá de varios factores:

a) **La naturaleza del público:** no es lo mismo un grupo de científicos que una clase de primer año en la universidad.

b) **La personalidad del presentador:** no es igual un entusiasta apasionado y extrovertido que un tímido introvertido; aunque ambos deban de hacer presentaciones.

c) **El contexto:** mezcla entre la naturaleza del público y el lugar. No es lo mismo la presentación de los resultados trimestrales ante la junta de accionistas que un discurso motivacional dirigido a vendedores, o uno persuasivo dirigido a unos potenciales compradores.



Las variables anteriores determinarán si dicho impacto en el mensaje debe estar dirigido más hacia lo emocional o más hacia lo analítico. Probablemente no convenga empalagar a un grupo de empresarios con la historia de cuando perdí a mi oso de peluche, o agobiar a los estudiantes con un montón de estadística. Teniendo en cuenta dichas variables, hay que ponerle creatividad al asunto (enlazando aspectos emocionales y analíticos, en la medida justa) para poder dejarlos con los ojos bien abiertos y atentos.

Para iniciar un discurso de forma impactante podemos seguir los siguientes consejos:

a) **Pregunta retórica (o no retórica):** Pone a la gente a pensar desde el principio (o incluso a interactuar). ¿Por qué nos llama tanto la atención las cosas prohibidas?

b) **Cita:** Marca una línea de pensamiento y da un toque de credibilidad a nuestra charla (adicional al que ya hemos de haber creado con anterioridad). Es preferible evitar las citas muy usadas porque con ellas sorprenderemos a muy pocos. También es recomendable citar a alguien con quien el público pueda identificarse. Marilyn Monroe dijo una vez: “Siempre resulta más sencillo cambiar de hombre, que cambiar a un hombre.”

c) **Dato curioso o llamativo:** Despierta la curiosidad y, en consecuencia, hace que la gente quiera escuchar más.

“Estudios recientes confirman que el 80% de las enfermedades que se padecen en el país, pueden evitarse cambiando nuestros hábitos de vida”.

d) **Frase controversial:** Agita a las personas. Puede producir cierto antagonismo, pero la sola osadía hace que quien la usa se gane, al menos, un minuto más de atención.

*“Algunos matrimonios terminan bien, otros duran toda la vida”*

e) **Historia o anécdota:** Es el medio más efectivo para mantener la atención de las personas, porque estamos diseñados para aprender escuchándolas. “Hace unos años, cuando era estudiante en la universidad, conocí a una persona que, sin sospechar, cambiaría el rumbo de mi vida para siempre...”. Es importante que todos estos recursos sean relevantes y en consonancia al tema central. Todo lo que no apoye y sume al mensaje principal debe ser desechado.

Luego de leer estos consejos, posiblemente te estés preguntando cuándo saludas y das las gracias por la invitación. Hazlo después de la introducción, allí es donde corresponde presentarse, agradecer la invitación y enumerar los puntos a tratar, de acuerdo a las pautas de la oratoria moderna. No es la idea disgustar a nadie y esto es parte del protocolo habitual. Pero toca hacerlo solo cuando estén en la misma frecuencia presentador y público, una vez tengamos la situación bajo control.

Lamentablemente, sorprender a la audiencia desde el primer momento no es receta mágica para que se nos escuche. No obstante, sí nos asegura despertar en ella el deseo de querer escuchar lo que hemos venido a decir. Después de sorprender y captar la atención, hay que esforzarse por mantenerla. Es hora de tomar el control y ganarle la batalla al teléfono móvil.

- **¿Cómo preparar el contenido de tu presentación y estructurar el mensaje para captar la atención del público?**

Las diferencias entre una presentación oral adecuada y una presentación oral profesional son muy sutiles. Sin embargo, es relativamente fácil llegar a desarrollar una

presentación altamente profesional si se le planifica de antemano y se practica. Para eso debemos tener en cuenta lo siguiente:

a) **Ten claros tus objetivos:** Al principio, es importante formular los objetivos generales y específicos que pretendemos desarrollar en nuestra presentación oral. Estos objetivos debieran servir como principios organizativos para el progreso de la introducción, del cuerpo y la conclusión del mensaje.

b) **Analiza a la audiencia:** Al preparar la presentación, es importante considerar la composición de la audiencia. Esto significa preguntarse: ¿qué es lo que sabemos con respecto al público receptor del mensaje?, ¿cuál es su nivel de conocimiento sobre el tema específico a desarrollar?, ¿cuál es la actitud inicial que ellos debieran tener con respecto al tema, y qué recomendaciones debieran discutir? Usa esta información para adaptar su presentación a las personas. Debes estar especialmente consciente de que las audiencias están generalmente compuestas de personas que poseen distintos niveles de conocimiento, valores, pensamientos y actitudes.

c) **Selecciona tus materiales y fuentes de información:** Considerando que lo que presentarás oralmente puede variar de alguna manera con el contenido escrito, debes tener claro qué información incluirás o excluirás en tu presentación. Una vez que está decidido, es útil tomar en consideración el tiempo que requerirás para exponer cada uno de los puntos importantes.

d) **Organiza tus materiales:** Con respecto a la organización del material seleccionado, es necesario determinar, en primer lugar, el orden lógico en que irá el mismo. Posteriormente debes decidir qué es lo que viene a continuación. Es también importante preparar una sección introductoria con los puntos claves que se incluirán en

la presentación, y una sección de conclusión que enfatice los puntos más resaltantes discutidos.

e) **Planifica y practica los medios audiovisuales:** Practica y estudia el tiempo que durará tu exposición. Se requiere de una práctica considerable para desarrollar una presentación efectiva y fluida. Y conforme a esto, consulta y/o planifique qué medio audiovisual vas a utilizar y toma en cuenta los criterios para usarlo.

f) **Las personas escuchan mejor cuando sienten la necesidad de hacerlo:** Las personas sienten una necesidad de escuchar cuando se enfrentan a problemas que necesitan resolver. Sin embargo, la sola existencia de un problema no necesariamente hace que la audiencia te preste atención.

g) **Las personas escuchan mejor cuando es fácil comprender el mensaje:** Tú, como ponente, debes comprender que a los oyentes que se les sobrecarga con información compleja, deben ser conducidos en la elaboración de la compleja información que se les otorga.

El buen conferencista debe esmerarse en provocar en la audiencia el deseo por escucharlo. Los conferencistas son más efectivos cuando sus mensajes sorprenden, establecen una necesidad, la satisfacen y otorgan un resultado palpable.

- **Técnicas y recursos para exponer tu discurso delante de la audiencia.**

Hablar en público para una presentación involucra mucho más que pararse frente a una audiencia a leer láminas y señalar con un puntero láser. A todos nos gusta escuchar a un ponente con habilidades sorprendente para comunicar un mensaje. Incluso somos

capaces de recordar por años aquellos que nos han impactado. Lo que hace extraordinario a un conferencista es su persistencia en potenciar sus cualidades. Existen técnicas para exponer tu discurso delante de la audiencia y dejar una impresión duradera y que la gente lo recuerde. Existen técnicas y recursos para exponer de la mejor manera tu discurso ante un público, entre ellas se encuentran:

a) **Memoriza los conceptos:** No se trata de aprenderse el discurso palabra por palabra porque podría provocarte el efecto de la mente en blanco, lo que te produciría pánico y perderías todo el trabajo. Focalízate en los conceptos creando puntos de contenido, historias, datos y conclusiones clave que se quieran transmitir en la presentación, de esta manera será más natural y sencillo exponer un tema.

b) **Controla la mente:** Ten en cuenta que el miedo a hablar en público y el nerviosismo son sensaciones naturales antes de salir ante tu audiencia. Por ello es importante cambiar la forma de pensar, no centrando la atención en uno mismo, sino en las personas que te escucharán.

c) **Prepárate al máximo:** Se ha de estar bien preparado en el tema y tener claros los objetivos que se quieren conseguir, generando la percepción de confianza y control en el público. Investiga el perfil de los asistentes, prepara el tema a fondo, considera su impacto e identifica las áreas clave. La información te otorgará mucha seguridad y poder.

d) **Practica lo más que puedas:** No hacen falta más explicaciones: hablar en público como un experto requiere bastante práctica. Practica frente a un espejo múltiples veces antes de tu conferencia. Mientras más practiques, mejores resultados se obtendrán.

e) **Utiliza los efectos multimedia:** Al hablar en público un orador sabe que las diapositivas no están ahí para leerse, sino que las utiliza como un elemento de apoyo visual y auditivo. Incluye sorpresivamente un vídeo, una imagen graciosa o una melodía. Estas tácticas pueden llevar tu presentación a otro nivel.

f) **Usa un vocabulario sencillo:** Evita preparar tu charla usando un lenguaje rebuscado o demasiado formal. A la gente le gusta escuchar mensajes claros, simples y directos. Habla como te sientas cómodo para explicar de modo sencillo una idea. Eso sí, evita las palabras vulgares.

g) **Sé consciente del lenguaje no verbal:** Vincula los mensajes estratégicos con tu lenguaje no verbal. Según investigaciones, los elementos de la comunicación personal están conformados en un 7% por las palabras que decimos; el 38% por el tono y el volumen; y el 55% por el lenguaje corporal. Hemos de estar atentos a todos los gestos y movimientos que hacemos, así como a las inflexiones de la voz, el parpadeo, las muletillas, la velocidad, etc., para disminuir el nerviosismo y dar un mensaje correcto de manera conjunta.

h) **Muévete a lo largo del escenario:** Caminar lentamente de un extremo a otro del escenario es favorable para atender a las personas de esas áreas, siempre y cuando no se haga de manera excesiva. Divide de forma imaginaria al auditorio en 3 zonas, por ejemplo, centro y laterales. Desplázate y da la charla alternadamente en cada una.

k) **Conversa con la audiencia antes de la presentación:** Mantener una pequeña comunicación con algunas personas del evento, luego te permitirá crear una cierta cercanía con tu audiencia y ayudará a evaluar el ánimo general de la sala para saber el tono más idóneo para transmitir el discurso.

l) **Comienza con una frase o una pregunta:** El mejor truco al hablar en público es empezar con una frase o **pregunta de impacto** que se relacione con la presentación. Se ha comprobado que es la manera más efectiva de captar la atención de la gente, y generar así una expectativa de valor sobre el conferencista. Escoge cuidadosamente la frase que quieras emplear al abrir tu ponencia, pues será el hilo conductor de toda tu presentación.

m) **Interactúa:** La interacción es la manera más eficaz para mantener a la gente interesada. Esto puede lograrse fácilmente pidiendo a los presentes que levanten la mano, que respondan con un sí o un no a una pregunta, o mejor aún, invitándolos a participar a través de las redes sociales, que están muy de moda actualmente.

n) **Dirígete a toda la audiencia:** Al hablar en público el contacto visual es un poderoso elemento para captar la atención de los asistentes. Si se está en un gran escenario, será difícil ver a todas las personas, pero la idea es transmitirles el mensaje de que se les está viendo a los ojos a todos.

ñ) **Crea oportunidades:** Usa tu propia experiencia profesional o de vida para mover emociones profundas en las personas, y así concientizarlas de las oportunidades que podrían tener si actúan de la misma manera que tú. Da soluciones a temas que sepas son sensibles al público a fin de motivarlos; haz que se sientan atraídos hacia tus logros, y por consiguiente a tus servicios o productos a ofrecer.

o) **Para hablar en público usa las manos:** Imagina a una persona que se queda con los brazos rígidos cuando habla, ¿es algo raro no? Las manos son elementos que refuerzan el mensaje que se quiere dar, por eso es muy importante usarlas de manera oportuna y controlada.

p) **Utiliza el silencio:** Recuerda que el 93% de la comunicación es no verbal. Así que, si quieres mantener el interés de la audiencia al hablarles, has de usar el silencio como arma de comunicación secreta para transmitir un mensaje mucho más claro y fuerte. Haz una pausa de 3 o 4 segundos después de decir una frase importante. Luego retoma la ponencia explicando minuciosamente lo que mencionaste antes de hacer la pausa.

q) **Bromea:** El sentido del humor es una habilidad social que denota liderazgo, mejora la comunicación y permite hacer vínculos al hablar en público de forma inmediata.

r) **Termina con una frase o pregunta:** Cualquier orador puede finalizar de forma adecuada una conferencia, pero solo un ponente avanzado la finaliza de manera extraordinaria. Tal como abriste la conferencia con una frase o pregunta, lo ideal es finalizarla con otra (o inclusive con la misma) para dar fuerza al mensaje que has dejado en la audiencia.

s) **Da las gracias:** En la presentación Power Point, puedes terminarla incluyendo una diapositiva que diga textualmente “gracias”, seguido de tu correo electrónico, usuario de Twitter y tu página web o blog (de tenerlos), para que los más tímidos o que prefieran conversar más del tema en privado, puedan contactarte posteriormente.

## • Técnicas para controlar los nervios y superar el miedo a hablar en público

Millones de personas experimentan el miedo a hablar en público de diferentes maneras, que van desde sentir nervios, a tener un ataque de pánico total. El miedo a hablar en público puede manifestarse de muchas maneras. Y la reacción de tu cuerpo a esta situación puede ser devastadora. Debido a esto, la mayoría de las personas consideran



que la ansiedad antes de un discurso es un problema muy incómodo y aparentemente imposible de resolver.

Existen tres respuestas físicas predominantes:

1. Un ritmo cardíaco acelerado.
2. Respiración rápida y superficial.
3. La liberación de hormonas de estrés, mejor conocidas como adrenalina y cortisona, que pueden causar un miedo excesivo, y ganas de salir corriendo y escapar.

Además, se suelen presentar una amplia gama de otros síntomas entre los que se incluyen: sudoración en cuerpo y manos, voz quebradiza, manos temblorosas, náuseas, mareos entre otras.

Este miedo a hablar en público y los síntomas asociados con él pueden afectar tu vida tanto personal como profesional. Afortunadamente, hay algunas técnicas simples y eficaces para controlar los síntomas físicos provocados por el miedo a hablar en público. Veamos cuales son:

a) **Alimenta pensamientos positivos:** Si hablar en público es una situación que por sí misma no pone en peligro tu vida, entonces ¿por qué tu mente reacciona como si te encontraras frente a un grupo de tigres hambrientos? En la mayoría de los casos, este miedo a hablar en público es irracional y carece de fundamentos. Por lo tanto, en este punto quiero que identifiques y neutralices en tu mente las causas más comunes del pánico escénico:

-El miedo a hablar frente a grupos numerosos:

Si te llenas de pánico cuando te ves obligado a hablar ante cientos de asistentes, recuerda que presentarte frente a un público numeroso en realidad es exactamente lo mismo que hacerlo ante una sola persona. Solo concéntrate en mantener una conversación natural con tu público como si estuvieras conversando con un amigo.

-El miedo a que se note tu nerviosismo:

Ten en mente que, si tú estuvieras en el lado del público y al frente vieras a alguien un poco nervioso o inseguro, probablemente pensarías algo como “Pobre, yo estaría igual de nervioso en esa situación.” Y entonces sentirías empatía por esa persona. De igual manera tu público sentirá empatía contigo en el caso de que lleguen a percibir en ti un poco nerviosismo.

-El temor a ser juzgado:

Piensa que en realidad a las personas no les interesa juzgarte. Lo que más desean es no sentirse aburridos o que pierden el tiempo escuchando a alguien que no les aporta información de valor. Ellos quieren aprender algo valioso y de forma amena, desean asimilar el mensaje que tú has preparado específicamente para ellos, así que lo que más anhelan es que tu presentación sea triunfante, y se cumpla con el principio ganar-ganar.

-El miedo a equivocarte de nuevo:

Si en el pasado has tenido experiencias fallidas hablando en público, es probable que tu mente sea invadida por el temor de que puedas volver a equivocarte. Esto es entendible

y normal, pero recuerda que cada fracaso nos deja una enseñanza, así que reconoce esto y todos tus demás miedos por lo que son, déjalos fluir, limpia tu mente y sigue adelante.

b) **Practica la relajación gradual y la respiración profunda:** Respirar profundamente te ayuda a relajarte y a oxigenar tu cerebro. Esto te permitirá sentirte tranquilo y levantará tu ánimo. La manera de hacerlo es esta:

- Asume una postura erguida pero natural.
- Exhala completamente el aire que hay en tus pulmones a través de tu boca y tu nariz hasta que sientas tu estómago comprimido.
- Inhala de manera natural permitiendo que el aire llegue y entre hasta tu estómago, atendiendo de no levantar tus hombros.
- Una vez que sientas tus pulmones llenos y tengas tu abdomen levantado, exhala iniciando nuevamente el proceso.

Por lo general tres respiraciones profundas son suficientes. Lo importante es que si conviertes esta respiración profunda en un hábito, tu mente y tu cuerpo se acostumbrarán a hacerlo de manera casi imperceptible en situaciones que pudieran causarte algún tipo de ansiedad o estrés.

Ahora veamos cómo es la relajación progresiva:

Imagina una sensación de calor en tu cuero cabelludo que está liberando toda la tensión que pudieras sentir en esa parte de tu cuerpo. Mantén esa sensación en la

parte superior de tu cabeza, y poco a poco permite que la sensación fluya hacia abajo, relajando cada parte de tu cuerpo a su paso mientras respiras profundamente. Algunas veces te será necesario tensar partes específicas de tu cuerpo y relajarlas de inmediato un par de veces para confirmar que tus músculos se relajen. Cuando llegues al punto de sentir una relajación plena, respira profundamente una vez más y almacena esta sensación de relajación total en tu memoria muscular. De este modo, puedes asistir a ella cuando sientas que te estás poniendo nervioso y que tus músculos se están endureciendo antes de dar un discurso.

c) **Usa tu lenguaje corporal para verte y sentirte lleno de confianza:** Los seres humanos producimos adrenalina como parte de un sistema de respuesta que nos ayuda a luchar o escapar. Acciones que nos resultan completamente inservibles al hablar en público, ya que no puedes luchar con tu público y no debes salir corriendo del lugar. Pero un poco de movimiento ayuda a disipar esta activación nerviosa. Por eso mientras esperas tu turno para hablar, por ejemplo, aprieta y suelta tus músculos. Y mientras estás hablando, haz gestos, utiliza tus manos y da algunos pasos en pausas estratégicas utilizando el espacio. Estos movimientos enfáticos te ayudarán a que tu mensaje sea más claro y a que tu cuerpo libere algo de nerviosismo y tensión.

Antes de iniciar tu presentación, quiero que asumas una pose de poder de tal forma que prepares tu cuerpo y tu mente para utilizar de forma eficaz tu lenguaje corporal, eliminando por completo los nervios al expresarte en público.

d) **Desarrolla el gusto por hablar en público:** Debido a que ya dominas los tres pasos anteriores, hablar en público para ti se ha convertido en algo similar a tener una charla amena entre amigos. Ya no sientes tanta ansiedad, cultivas pensamientos positivos,

sabes que ellos tienen interés por escuchar tus palabras, y tú te ratificas de que ellos no se sientan aburridos ni que pierden el tiempo al acudir a tu presentación.

e) **Visualiza:** Ahora que ya tienes estas valiosas herramientas para enfrentar el miedo de hablar en público, visualiza la situación más positiva que te puedas imaginar sobre el efecto de tu próxima presentación, agregando todos los detalles sensoriales que te sean posible. Una vez que hayas aplicado estos pasos y cambiado tus miedos por pensamientos positivos, te sentirás más relajado y lleno de entusiasmo, y entonces podrás enfocarte al máximo en el mensaje valioso que has preparado, disfrutarás la experiencia, y serás capaz de dialogar en público sin nervios.

## • Uso de las muletillas

Seguro que en muchas de las conferencias a las que has acudido el orador titubea y usa muletillas para esos momentos de duda. No es un pecado, pero el discurso mejora mucho cuando no existen. Las muletillas son las voces o frases que se repiten mucho por hábito. Hay quienes la definen como un vicio del lenguaje. Son aquellas palabras, expresiones o frases que repetimos durante nuestro discurso más por hábito que por necesidad. Y los vicios, deben evitarse.

¿Por qué debemos evitar las muletillas?, porque usarlas nos resta autoridad como orador pues indica falta de preparación, de recursos o de conocimiento. Y ninguna de estas faltas es recomendable. Algunos ejemplos de muletillas son “mmm”, “bueno”, “ehh”, “¿no?”, “vale” o “realmente”. Las muletillas pueden ser tanto palabras como sonidos o incluso expresiones, dependiendo del contexto y del idioma.

- **El lado bueno de las muletillas**

No todo es malo, si se nos escapan por nervios o por hábitos unas pocas muletillas, algunas cosas positivas son las siguientes:

a) **Ofrecen naturalidad:** Para preparar una exposición, hay que entrenarse. Preparar a fondo las presentaciones. Incluso algunos ejemplos o interacciones con el público que parecen naturales e improvisadas, las he estudiado antes. ¿Cómo logro que no lo notes? Usando la muletilla “ehhh”. Imagina que ofrezco una explicación y, a continuación, pongo un ejemplo que la ilustre. Si antes de dar el ejemplo uso un “ehhh” hará que creas que lo he pensado en ese instante y le aporta naturalidad y chispa a mi discurso.

b) **Llaman la atención:** Aunque la creencia generalizada es que las muletillas distraen, la realidad es que este vicio lingüístico llama la atención. Cuando un orador usa un ehhhh o un mmmmm la audiencia sabe que va a decir algo y sus mentes están a la espera de qué será eso siguiente. Haz la prueba, usa una muletilla alargada antes de decir algo y verás las expresiones de atención en tu público.

c) **Pueden sacarte de un apuro:** En psicología, el fenómeno descrito como “la punta de la lengua” define la situación en la que nuestro cerebro parece saber la palabra que debe decir, pero nuestra boca no la articula. Es como si se quedase a un paso de salir. En una exposición oral, una muletilla del tipo “ehhh” indica a tus interlocutores que estás buscando una palabra y que no la encuentras y ellos te pueden ayudar. ¿Cuántas veces te ha pasado en una conversación común con otra persona?

Dicho esto, no es que uses continuamente las muletillas, mientras menos se usen mejor, pero si involuntaria o conscientemente las usas, no hay nada de malo en ello si se sabe aprovechar y no se abusa de las mismas.

- **¿Cómo evitar las muletillas?**

La experiencia me ha demostrado que no somos del todo conscientes de si las utilizamos o no, así que lo mejor que puedes hacer para salir de dudas es grabar tu discurso. Si has detectado alguna, existen sugerencias para evitarlas, te las menciono a continuación:

a) **Prepara bien tu discurso:** Es mucho más probable que uses muletillas cuando estás improvisando que cuando has preparado bien tu discurso. ¿Por qué? Porque la mayoría aparecen cuando tu cerebro está buscando esa palabra que no quiere salir. Tiene sentido, entonces, que cuánto más preparado esté tu cerebro menos muletillas necesitará. Y preparar a tu cerebro significa ensayar tu presentación. Ensayar mucho. La falta de preparación afecta también a los nervios. Si te preguntas cómo no ponerte nervioso, la respuesta es preparándote. Cuanto más preparado estás menos nervios tienes, menos muletillas usas.

b) **Baja tu ritmo de habla:** Se considera un ritmo óptimo aquel entre 120-160 palabras por minuto. Aunque hay algunos que lo superan y sus presentaciones son magistrales. Aunque abuse del ¿no? y del ¿vale? Al final, el contenido y la ejecución acaban siendo los reyes. Cuando hablamos más despacio nuestro cerebro no necesita llenar esos espacios vacíos con muletillas porque le da tiempo a escoger la siguiente palabra. A más lentitud, más facilidad para evitar muletillas al hablar. ¿Cómo bajas el ritmo del habla? De la misma manera que caminarías más despacio. Poniendo atención. Un dato adicional es que no satures tu presentación de contenido.

Si quieres explicar mucho en poco tiempo tenderás a hablar más rápido y eso hará que no puedas escucharte y uses más muletillas.

c) **Enamórate de las pausas:** La pausa es uno de los elementos más fuertes al hablar en público. Entre sus beneficios están: la capacidad de dramatizar o dar importancia a una idea, llamar la atención de tu audiencia o fomentar la comprensión de una idea. Cuantas más pausas hagas, más tiempo le das a tu cerebro a pensar en la siguiente palabra. De hecho, debes tener presente que por cada pausa que haces te evitas una muletilla.

- **¿Cómo responder preguntas al hablar en público?**

No todos los que hablan en público o dan alguna conferencia dominan el arte de responder preguntas. De hecho, es algo en lo que los políticos suelen fallar a menudo (¡y eso que lo entrenan a conciencia!). Las preguntas son un tema complejo porque no lo llevamos del todo preparado ni ensayado, ya que no sabemos qué nos va a preguntar nuestro público. Responder preguntas no siempre es fácil, quizás sea de lo más complicado al hablar en público, ya que corremos el riesgo de quedarnos en blanco, por ello, existen algunas técnicas para responder preguntas al hablar en público:

a) **Pedir que nos repitan la pregunta:** Esto nos da tiempo a pensar con claridad y a encontrar una respuesta a lo que se nos pregunta. Asimismo, a la persona que pregunta le ayudará a aclararse, ya que no todas las preguntas se hacen con la suficiente concreción como para entenderlas la primera vez.

- “Disculpe, ¿podría repetir de nuevo la pregunta?”



b) **Reformular la pregunta:** Esto nos dará de nuevo la opción a pensar sobre lo que vamos a decir y a clarificar lo que el que pregunta quiere que respondamos.

- “Si le he entendido bien, usted pregunta...”

c) **Cuando nos preguntan varias cosas a la vez:** Cuando una pregunta contiene varias, lo más importante es anotar algo sobre cada una de ellas. Imagina la siguiente pregunta que hace alguien del público. Pongámonos en la tesitura de que se trata de un tema político:

- *“Sr. Otero, ¿qué opina usted de la nueva tasa de basuras que acaba de aprobar el gobierno de su comunidad, y si está usted a favor o en contra de que se suban los impuestos de los ciudadanos en momentos tan delicados como este? Sobre todo, porque hay personas de su grupo parlamentario que han dicho que el ministro debería de dimitir, aunque no sé si usted opina lo mismo...”*

Si te fijas bien, hay tres preguntas en una. Para no olvidar, el Sr Otero debería de apuntar en algún lugar para poder responder luego:

*Tasa de basuras.*

*Más impuestos, a favor o en contra.*

*Dimisión del ministro.*

Una vez apuntadas las tres preguntas llegará el turno de responder. Todas las preguntas deben tratar de ser respondidas con claridad.

d) **Cuando en lugar de preguntar afirman:** Es importante subrayar que muchas personas hacen preguntas por un tema de ego. Ese tipo de preguntas no es necesario responderlas con demasiado énfasis, ya que la misma persona demuestra a los demás que no ha hecho una pregunta sino una afirmación.

Como por ejemplo:

-Asistente del público: *“Yo quería hacerte una pregunta... Y es que después de más de quince años en ventas, me he dado cuenta de que la mejor forma de vender es ayudando a tus clientes a ganar dinero. Yo siempre les he ayudado a ganar dinero y ellos me han comprado mis productos. Por este motivo creo que la confianza en la venta es lo más importante”*

-Respuesta del orador: *“No podría estar más de acuerdo contigo”.*

e) **Cuando no sabemos la respuesta de alguna pregunta:** Existen varias técnicas para contestar a preguntas que no sabemos. La más sencilla sería ser sinceros:

*“La verdad es que no tengo la respuesta a su pregunta”*

Pero si se supone que sí debemos tener una respuesta. Podemos posponer dicha respuesta de forma sincera:

*“Ahora no tengo una respuesta concreta para lo que comenta, pero si me facilita su dirección de email contactaré con usted esta semana y le enviaré una respuesta más completa y precisa.”*

Otra forma es que, si la sala o el grupo lo permiten y la conferencia es suficientemente participativa, se puede invitar a que otra persona conteste dicha pregunta. “¿Qué opinan los demás?, ¿Alguna respuesta a esta pregunta?”. O también si tenemos otros ponentes en la mesa, lanzar la pregunta a ellos.

“La verdad es que es una pregunta muy interesante. Me pregunto qué opinan mis compañeros ponentes...”

En estos casos suele salir un salvador que nos saca del peligro. Aunque sí se supone que la respuesta la tendríamos que dar nosotros, no debemos eludir nuestra responsabilidad.

f) **Cuando la pregunta es una crítica directa:** En estos casos, en los que se nota cierta hostilidad, debemos de saber mantener la calma y no reaccionar. Reaccionar a las críticas es la mejor forma de dar la razón al que critica. Una opción es:

-Asistente del público: *“Creo que esta charla no me ha servido de nada”*

-Posible respuesta de orador: *“¿Hay alguien que piense diferente?”*

En unos segundos tendremos un salvador echándonos un capote. ¡Si no aparece nadie es que lo hemos hecho muy mal!, en cuyo caso (dedícate a otra cosa).

g) **Cuando es muy hostil:** En ocasiones nos podemos encontrar con personajes muy hostiles. Lo mejor es no dar ninguna respuesta a sus críticas ni tenerlas en cuenta. Si reaccionamos (que no es recomendable) la forma más elegante que se me ocurre es:

- Asistente del público: *“Usted es un idiota, y siempre lo ha sido”*

- Respuesta del orador: “Vaya, yo creía que usted era una persona estupenda, pero quizás ambos estemos equivocados”

La tranquilidad es lo que más facilita que el orador pueda responder preguntas al hablar en público. Si has sido capaz de hablar sobre un tema concreto con seguridad y confianza, también serás capaz de responder a las preguntas relacionadas sobre ese tema, solo es necesario algo de técnica y práctica para lograrlo de forma satisfactoria.

- **Técnicas para memorizar tu discurso**

Para memorizar tu discurso público, la verdadera clave no está tanto en estudiar y repasar muchas veces tu discurso para que puedas memorizarlo, sino más bien en hacerlo de la forma correcta. La mayoría de las personas cometen el error de intentar memorizar páginas completas palabra por palabra, y lo peor es que tratan de hacerlo simplemente repitiendo la información en voz alta, sin analizar lo que leen. Lo primero que debes de tomar en cuenta, es que la información es más fácil aprenderla, memorizarla y asimilarla si está bien organizada en el escrito y en tu mente. Cuando comprendas bien el tema que vas a tratar, no tendrás problemas con tu memoria, porque sabrás explicar con tus propias palabras, sin ningún problema, ese tema que tienes dominado y ensayado.

A continuación, voy a compartir contigo estas 5 técnicas para memorizar tu discurso:

a) **Estructura tu tema:** Separa tu presentación en puntos principales. Si ya tienes tu discurso escrito, divídelo y clasifícalo en subtemas. Te recomiendo hacer un mapa mental que contenga todas las ideas resaltantes que vas a explicar. Es mucho más fácil memorizar las ideas importantes, que toda la presentación.

b) **Haz un esquema:** Ya que tengas tu tema bien estructurado y organizado, puedes utilizar ese mapa mental que has desarrollado para crear un esquema en papel de toda tu presentación. Ese esquema será tu guía para estudiar, practicar y presentar tu tema.

c) **Memoriza con relaciones:** Si hay datos importantes, fechas, o números que no quieres que se te olviden, simplemente relaciónalos con algo que ya conozcas. Es mejor memorizar tus puntos principales asociándolos uno con otro, en base al orden y relación que lleven entre sí, o en base a la relación que puedan tener con los conceptos que ya dominas y que ya existían anticipadamente en tu mente.

d) **Estudia por etapas:** No estudies todo de una sola vez. No es conveniente tratar de memorizar todo el discurso en una sola sesión, no importa si le dedicas media hora o cinco horas consecutivas. Es mejor dividir la tarea de aprender tu tema en diez etapas apartadas. Te recomiendo que estudies tu tema 10 minutos por la mañana y 10 minutos por la tarde durante un lapso de 5 días. Si sumas, verás que son menos de 2 horas de estudio en total, pero esas 2 horas divididas en pequeñas sesiones, serán mucho más efectivas que dedicar 5 horas de estudio de forma consecutiva.

e) **Confía en tu memoria:** Para que tu memoria no te falle en los momentos importantes, necesitas confiar en ella. Si estás constantemente preocupándote de que la información se te puede olvidar, es muy probable que así sea. Debes saber que te has preparado de la mejor manera, has estructurado y repasado correctamente tu tema, y por lo tanto, todo va a salir de forma exitosa.

Luego de haber leído todo esto, y tener todas las herramientas a la mano, con la consciencia de que siempre se estarán renovando porque el ser humano siempre está en constante evolución, y de que no hay fórmulas mágicas para ser un excelente



orador, sino que a cada persona le funcionará mejor unas técnicas que otras, se puede aplicar las sabias palabras de Henry Ford: "Tanto si piensas que puedes, como si piensas que no puedes, estás en lo cierto". Así que toma lo positivo, piensa que puedes, prepárate, ¡y sal a triunfar!