

RESUMEN DEL CAPÍTULO **CÓMO HABLAR EN PÚBLICO**

El que sabe no habla; el que habla no sabe [Tao Te King]

Di lo que vas a decir, dilo, di lo que has dicho [Dicho del mundo de las relaciones públicas]

El miedo a hablar en público

Hablar en público es una de las actividades que mayor rechazo y pánico suele generar en las personas.

Cuando en una organización hay que efectuar una presentación, es frecuente observar como prácticamente todo el mundo trata de evitar tener que desempeñar esa incómoda tarea.

Quizá el hecho de que desde pequeños hayamos vivido en una cultura que en cierto modo ha castigado a cualquiera que sobresaliera y que ha criticado a quien se diferenciara del resto ha generado un miedo en muchas personas a ser criticado cuando se exponen públicamente.

Por otro lado existe una especie de presión cultural a tener que hacer las cosas de manera perfecta. Nos exigimos mucho a nosotros mismos de modo que en cuanto estamos en un contexto en el que no podemos dar lo mejor de nosotros mismos, nos ponemos nerviosos. Y esto sucede a menudo con las exposiciones públicas.

Esta exigencia puede conducir a la pasividad; como no podemos hacer algo perfecto pues entonces no lo hacemos.

Pero ya sabemos que lo mejor es enemigo de lo bueno así que vamos a ver cómo podemos preparar una buena presentación oral en público.

La mejor manera de hacer cualquier cosa es haciéndola y esto sirve también para hablar en público. Si tenemos que hacer una presentación en público, lo mejor es hacerla y si el resultado no es perfecto pero los asistentes se enteran del mensaje que queríamos transmitir pues no sólo habremos cumplido el objetivo de hacer la presentación sino el de acabar con el miedo a hablar en público.

Idea!

Conozco un cantante que se repite a si mismo antes de salir a escena "Amo a mi público" y eso le tranquiliza. A muchas personas les resulta útil decir esta especie de mantra.

Idea!

Recabe información sobre su público y sobre el lugar donde va a efectuar la presentación. Parte de los miedos provienen del miedo a la incertidumbre. El hecho de conocer el sitio hará disminuir el miedo y además le ayudará a prevenir eventuales necesidades o fallos que pudieran aparecer. Este miedo a lo desconocido es el que se llama miedo escénico.

Diez cosas que hay que saber antes de hablar en público

[1] Empezaré recomendándole algo que en estos tiempos llenos de recetas para todo y en especial sobre cómo hay que ser y sobre lo que hay que decir, parece olvidarse a menudo: sea usted mismo. [...]

[2] **Diga lo que va a decir, dígallo y diga lo que ha dicho.** Siempre sugiero este esquema porque lo principal es que las personas tengan una idea clara todo el rato de lo que están escuchando. Además, la repetición refuerza el aprendizaje.

[3] Es mejor que lo asuma desde el principio: si consigue **transmitir una idea** y todo el auditorio la ha entendido y además muestra una actitud favorable hacia ella, se puede decir que la exposición ha sido todo un éxito. Olvídense de intentar transmitir muchas ideas. [...]

[4] Algunos de los grandes oradores que ha habido a lo largo de la historia han empleado **la mirada** como herramienta para captar totalmente la atención del público.

Idea!

Pruebe a no empezar a hablar hasta que todas y cada una de las personas de su público se encuentren en silencio. [...].

[5] **¿Equivocarse deliberadamente?** En el caso de que se confundas, no pasa nada. Pruebe a pedir disculpas y continúe. El error humaniza al conferenciante y si se gestiona bien puede hasta servir como medio de acercamiento al público. La excesiva perfección vence pero no convence. [...]

Idea!

El tiempo es diferente cuando uno escucha a cuando uno habla. Recuérdelo y trate de hablar despacio. Hablar deprisa da sensación de que lo que dice es poco importante.

[6] Emplee la **inteligencia emocional** y esté atento continuamente a su público. Observe si lo que dice suscita interés o aburrimiento y modifique su discurso sobre la marcha en función de esto. **Empatizar** significa comprender el estado en el que se encuentra la otra persona y lo que quiere y necesita. Empatizar quiere decir sintonizar con el otro, comprenderlo, entender qué le pasa, ser capaz de ponernos en su lugar y de vibrar en su misma longitud de onda. [...]

Idea!

Un pequeño truco para saber si lo que estamos diciendo está siendo del interés del público o si por el contrario éste está deseando que acabe, es prestar atención a la parte inferior del cuerpo. Se pueden diferenciar dos partes en el cuerpo: de cintura para arriba y de cintura hacia abajo. Mientras que la primera se suele asociar a la parte consciente del pensamiento, la segunda se suele asociar a la parte inconsciente [y nos ofrece una información más fiel de lo que realmente siente o piensa esa persona]. [...]

Idea!

Hacer preguntas al público despierta la atención de éste y lo mantiene despierto. Si son muy difíciles, puede que el efecto no sea muy positivo.

[7] En una época colonizada por lo audiovisual, hay que tener mucha energía y recursos para mantener la atención del público delante de una persona que está hablando así que tendrá que intentar emplear algunos **recursos para hacer atractiva** su intervención.

- Existe una gran diferencia entre ofrecer una conferencia de pie o hacerlo sentado. [...]
- El hecho de moverte por el escenario, hará que la gente tenga que seguirle para verle y esto mantendrá al público más activo.
- Emplee los silencios y los cambios en el tono de voz. Piérdale el miedo al silencio y descubrirá que puede ser incluso más comunicativo que la voz.
- También, y dependiendo del contexto donde se encuentre, puede no sólo salir de detrás de la mesa donde suelen parapetarse la mayoría de los conferenciantes sino pasearse entre el público. [...].

[8] **¿Cómo empezar?** Si lo que le da miedo es el comienzo, puede emplear un truco que consiste en memorizar las primeras frases de la intervención. De este modo, mientras las dice sin tenerlas que pensar mucho, va cogiendo confianza y se familiariza con la nueva situación.

[9] **¿Qué tipo de argumentación empleo?**

Básicamente existen dos tipos de argumentación. Unilateral y bilateral. La primera no tiene en cuenta los argumentos del contrario. Argumenta directamente. La bilateral, sin embargo, resulta más convincente porque reconoce y desmonta los argumentos del contrario. [...]

[10] Duración. Los primeros minutos van a ser fundamentales para determinar cuánto tiempo y confianza va a otorgarle su público. Diferentes investigaciones apuntan a que la curva de atención decae a partir de aproximadamente unos veinte minutos. Si el contenido resulta lo suficientemente interesante, la atención puede durar el doble o el triple pero esto va a depender mucho del público y del contexto donde se inscriba la charla.

Idea!

¿Ha pensado en grabarse para comprobar cómo habla? Preste especial atención a los siguientes elementos: el volumen de la voz, la entonación, la postura, la mirada y las coletillas que emplea. Suprimalas sin piedad. Si decir "ehhhhh" es humano, callar es divino.

Existen básicamente tres maneras de afrontar una exposición oral en público:

- Con el texto preparado. Exhaustiva, pero densa y aburrida.
- Con el esquema. Es más fácil suscitar el interés. Requiere seguridad y conocimiento de la temática del orador.
- Sin ninguna nota. Requiere conocimiento absoluto. Cuidado porque puede acabar en una exposición desorganizada o que no transmita alguna de las ideas fundamentales.

[...]

Idea!

Los estudios de programación neurolingüística apuntan a que hay tres tipos de personas en función del canal por el que perciben mejor la información que les llega del exterior: personas visuales, auditivas o sensoriales. Si empleamos en nuestro discurso palabras que pertenezcan a los tres campos semánticos, aquello que decimos llegará a más personas y de una manera más directa. Estaremos hablando en el lenguaje de cada persona.

Idea!

¿Sabía qué...

mostrar las palmas de la mano transmite serenidad?

mostrar todo el cuerpo genera confianza?

tocarse la cara transmite la señal de que lo que dice es mentira?

los pies de los que le escuchan se dirigen hacia donde están interesados?

es tan poderoso el silencio como la palabra?

Hemos aprendido...

>> que es importante reflexionar sobre qué tipo de comunicación interna es la que emplea nuestra entidad.

>> algunas ideas que podemos implementar en nuestra organización para mejorar la comunicación interna.

>> que existe comunicación ascendente, descendente, formal e informal.

>> que nuestros públicos internos son nuestros mejores comunicadores y que tienen un montón de ideas que pueden ayudar a mejorar la organización.

>> lo que es rumor, cuándo surge y cómo puedes ponerlo a trabajar a favor de la organización.

>> que la capacidad de comunicarnos de la mejor manera posible con nuestros compañeros, superiores y colaboradores no es innata y que es preciso aprender a hacerlo.

>> un buen puñado de pequeños trucos para comunicarnos mejor con otras personas.

>> que es importante dar feedback y a saber cómo hacerlo.

>> a escribir mensajes con mayor eficacia.

>> a optimizar el teléfono como medio de comunicación.

>> lo necesario para emplear con eficacia cada una de las siguientes herramientas de la comunicación interna: la revista interna, la memoria de la organización, las circulares, el manual del empleado, el manual de funciones de cada puesto, las cartas personales, los anexos a la nómina, el tablón de anuncios, el buzón de sugerencias, las presentaciones, el resumen de prensa diario, las reuniones, el informe de reunión, los eventos internos, las reuniones de ciclo, la Intranet, el manual de acogida y la jornada de puertas abiertas.

>> lo necesario para poder hablar en público con éxito.