

Comunicación Eficaz Y Oratoria - Ie

Este título forma parte del Itinerario a extinguir en 2º CV del 2022-23

- [Módulo 7: Asesores. Comunicación eficaz y oratoria.](#)
- [1 INTRODUCCIÓN](#)
- [2 REPASAMOS Y REPENSAMOS LOS CONCEPTOS BÁSICOS SOBRE LENGUAJE Y COMUNICACIÓN](#)
- [3 EL RECEPTOR](#)
- [4. INVENTIO, DISPOSITIO y ELOCUTIO. EL MENSAJE VERBAL](#)
- [5. MEMORIA](#)
- [6. ACTIO](#)
- [BIBLIOGRAFÍA](#)
- [Créditos](#)

Módulo 7: Asesores. Comunicación eficaz y oratoria.

MÓDULO 7: COMUNICACIÓN EFICAZ Y ORATORIA.

Este curso corresponde al módulo 7 del itinerario formativo de Asesores de formación de Aragón.

1 INTRODUCCIÓN

¿Empiezo el discurso con una pregunta? ¿Con una anécdota personal? ¿Debo evitar dar la espalda al público? ¿Puedo llevar unas notas por si me quedo en blanco? ¿En folio o en tarjeta? ¿Es imprescindible sonreír? ¿Y mostrar las palmas de las manos para generar confianza? ...

Las respuestas a estas preguntas no las vas a encontrar en este módulo. Tampoco las vas a encontrar en ningún manual de oratoria.

La [oratoria es definida por la RAE](#) como el **“arte de hablar con elocuencia”**. Se trata de una **destreza cultural que podemos perfeccionar**. Michel Suñer (2008) en su libro *Cómo enamorar hablando en público* cita algunos aspectos que nos ayudarán a transformar las aptitudes (poder potencial) en capacidades para la oratoria. Destacamos aquí: entusiasmo, confianza (aún sin sentirla), naturalidad, afán de superación, ejercitación y aprendizaje de técnicas.

Como todo arte, el éxito no depende de una aplicación estricta del conocimiento teórico. Guillermo Ballenato Prieto (2006) dice “seremos mejor comunicadores en tanto seamos capaces de movernos con flexibilidad en los diferentes intercambios comunicacionales y sepamos conjugar la aplicación de las estrategias y el cumplimiento de determinados aspectos formales con la autenticidad, la naturalidad y el propio estilo personal”. **En la comunicación humana no hay normas ni estrategias rigurosas que aseguren la eficacia y el éxito, solo consejos y un plan para mejorar a través de la práctica.**

Está claro que a comunicarnos eficazmente no aprenderemos leyendo los contenidos de este curso (al igual que a nadar no se aprende leyendo un manual). Tampoco aprenderemos practicando sin más: imagina que tu charla no ha conseguido el efecto que tenías previsto. Puedes pensar que a la siguiente saldrá mejor, pero eso sería dejarlo al azar. Para que a la próxima salga mejor necesitas: criterios, referentes, datos para la reflexión, sentido crítico y, muy importante, feedback sincero.

El objetivo principal del tiempo que vas a dedicar a este módulo es **obtener claves para la reflexión y el autoconocimiento** que guiarán, si eres una persona dispuesta, tu mejora en el arte de la oratoria y la comunicación eficaz.

Acompañaremos los contenidos con charlas disponibles en la red que te servirán para que vayas configurando una idea de cómo sería el “comunicador perfecto”... ese que ya te adelantamos, no existe. Nadie es perfecto.

Empezamos con Fidel Delgado. En su conferencia “Cómo instalarse la app del humor” (del minuto 11 al minuto 13) desarrolla su idea de “buffet libre de aprendizaje” que se asemeja bastante a nuestra propuesta: sírvete lo que creas que te viene bien y ejércitalo. ¡Buen provecho!

[Cómo instalarse la app del sentido del humor](#) from [Ibercaja Aula en Red](#) on [Vimeo](#).



@art_trazos

Nadies es perfecto. @art_trazos

2 REPASAMOS Y REPENSAMOS LOS CONCEPTOS BÁSICOS SOBRE LENGUAJE Y COMUNICACIÓN

En El arte de hablar (2008) J.A. Hernández y M.C. García afirman que el ser humano y la vida social son lenguaje y por tanto, éste es el principal oficio de la mayoría de las profesiones: científicos, juristas, docentes, médicos, publicistas... todos estos profesionales son especialistas en la palabra con diferentes fines.

Podríamos decir que la labor de la asesoría de formación para el profesorado aúna todas estas profesiones que utilizan el lenguaje para narrar, describir, preguntar, persuadir, divulgar, acompañar emocionalmente, argumentar, etc.

Sin perder de vista la función asesora, recordemos las funciones del lenguaje y algunas de sus dimensiones psicológicas:

- **Función informativa (referencial):** aporta conocimientos, conceptos e información objetiva. Se emplea cuando pretendemos transmitir una información con objetividad.

Añadimos en primer lugar el presupuesto de que esta información ha de ser del interés para el receptor (debemos conocer las necesidades de los oyentes o ayudarles a detectarlas como trabajo previo) y, en segundo lugar, nuestro deseo de valoración y comprensión del mensaje. Para ello, deberemos relacionar “lo desconocido con lo conocido, lo extraño con lo familiar, lo ajeno con lo propio. Demostrar es mostrar; es desvelar, es descubrir, iluminar: es acercar una realidad al área de visión, al campo de la comprensión” J.A Hernández y M.C. García (2008).

C. Anderson (2016) en su libro Charlas Ted utiliza la charla de F. Gilbert “La sorprendente ciencia de la felicidad” para ejemplificar los elementos clave para que un mensaje informativo sea eficaz:

- Comenzar desde el lugar en el que está el receptor.
- Activar la curiosidad.

- Presentar los conceptos ordenadamente.
- Usar metáforas.
- Usar ejemplos.

<https://www.youtube.com/embed/PgjFz5dRIs8>

- **Función expresiva (o emotiva):** manifiesta emociones, sentimientos, sensaciones. Como ya sabemos, siempre va acompañada del lenguaje no verbal y éste será el encargado de dar las claves sobre su veracidad al receptor. Vive las emociones que quieras hacer vivir a tu audiencia. Pon las neuronas espejo de tu audiencia a trabajar.

<https://www.youtube.com/embed/XOiP2KJQXgo>

<https://www.youtube.com/embed/Ld5ERZKk-MQ>

- **Función apelativa:** consiste en llamar la atención del otro e influir en su opinión o generar un cambio. En nuestro caso, solicitar participación durante el acto comunicativo, llamar la atención, obtener una actitud de respeto e interés hacia nuestro mensaje y una disposición del público a “llevarse” nuestro mensaje en forma de idea, de información aplicable en el aula, de perspectiva...

La estrategia fundamental, en nuestro caso, es la honestidad, el reconocimiento de fortalezas y debilidades tanto del propio orador como de la audiencia además de subrayar los valores de la propuesta que se trae.

Chris Anderson (2016) , director de TED, apela a la “conexión” como herramienta necesaria para contar con el permiso de la otra persona para construir una idea en su mente. Para ello, sugiere:

- Contacto visual desde el principio, sonrisa serena.
- Muestra vulnerabilidad, dentro de unos límites, no finjas. Tu interlocutor valora tu autenticidad no que seas la perfección hecha persona. Deja a un lado tu ego.
- Utiliza el humor si es uno de tus puntos fuertes, pero si no es tu estilo, no lo fuerces: hay otras formas de conectar.
- Cuenta una historia, instantáneamente suscitan interés, emoción, intriga.

La conexión entra en relación también con la siguiente función:

- **Función fática:** mensajes que cuyo fin es establecer la comunicación, mantenerla y cerrarla adecuadamente. No es un simple ¿me sigues? se trata de conectar, de responder a las expectativas, de asegurar que el público te acompaña en tu viaje. Escucha activa y empática son claves en este caso.
- **Función poética:** implica que en la forma del mensaje haya una intención estética. Ésta influye en el ánimo del oyente.

Como asesores podemos valernos de la poética para crear slogans que se conviertan en el leitmotiv de nuestra ponencia o en un título atractivo. Los juegos de palabras “lo que no se evalúa

se devalúa”, “si te atreves a enseñar nunca dejes de aprender”, las rimas “la emoción siempre gana a la razón”... no fallan, no se olvidan y además son fácilmente twitteables.

- **Función metalingüística:** se reflexiona sobre el propio lenguaje. Necesaria para generar reflexión, matizar... Por ejemplo: ¿en que se diferencia el “Aprendizaje basado en Proyectos” del “Aprendizaje por proyectos”?, ¿por qué no “Enseñanza basada en Proyectos”?

Funciones del lenguaje



INFORMATIVA



Aporta conocimientos, conceptos e información objetiva

*elementos
externos a la
comunicación*

EXPRESIVA



Exteriorizar los sentimientos y estados de ánimo del emisor

emisor

INTERÉS

PASIÓN



APELATIVA



El emisor intenta influir en la conducta del receptor

receptor

FÁCTICA

Su objetivo es iniciar, prolongar, interrumpir o finalizar una conversación o bien comprobar si existe contacto.

CONEXIÓN



canal



POÉTICA



Se utiliza el lenguaje con propósito estético

mensaje

METALINGÜÍSTICA



Se utiliza para hablar del propio lenguaje, aclara el mensaje

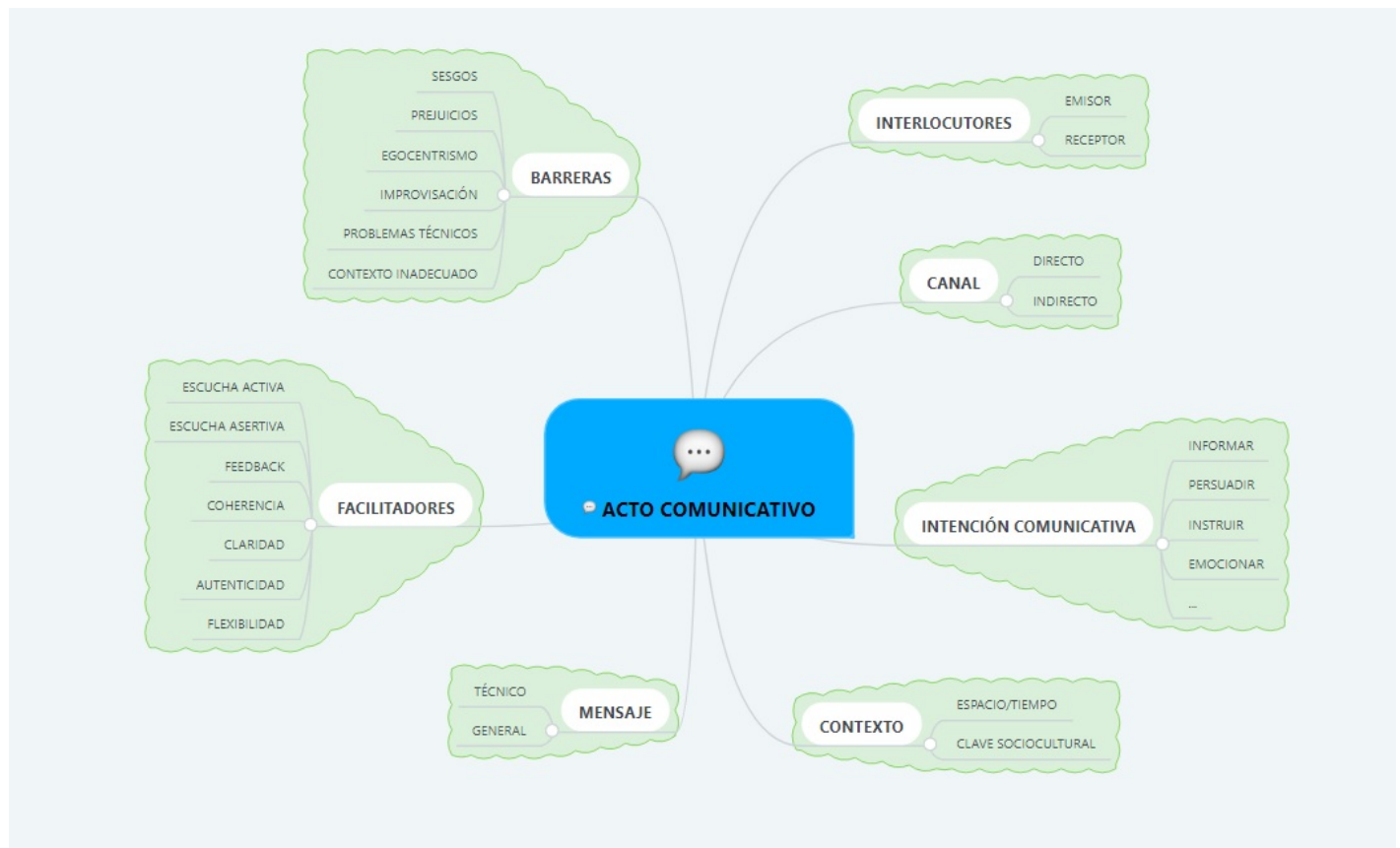
PODER DE LAS
PALABRAS

código



J.A. Hernández y MC García (2008) dicen “para ampliar nuestro inventario de recursos expresivos y persuasivos -para despertar el interés de los oyentes, mantener su atención, moverlos y conmovernos, persuadirlos y disuadirlos, acusarlos y defenderlos- hemos de pedir ayuda a la diferentes Ciencias Humanas y, en especial a la Antropología, Filosofía, Lingüística, Semiótica, Poética y Didáctica” esta variedad de fuentes de la oratoria, a las que añadimos las Psicología y la Sociología, refuerzan la idea de que en el arte de hablar con elocuencia, de comunicar eficazmente, confluyen de manera coherente lo que se sabe, lo que se siente y lo que se hace.

Recordemos, antes de continuar, una adaptación del consabido mapa conceptual de una situación comunicativa (basado en el modelo de R. Jakobson)



Si pensamos en la función de la asesoría de formación para el profesorado, debemos tener en cuenta que a lo largo de este módulo podemos utilizar los siguientes términos para referirnos a los elementos del acto comunicativo:

Emisor = persona que ejerce la labor asesora o formativa.

Receptor = oyentes, público, auditorio, interlocutor, docentes, familias...

Acto comunicativo = charla, entrevista, ponencia, mesa redonda, discurso, clase, presentación...

En el Centro Virtual Cervantes, en su diccionario de términos clave de ELE, encontramos definido el [Principio de Cooperación](#) que rige el intercambio comunicativo. Este principio establece tres máximas:

1. Cantidad: haz tu contribución sea tan informativa como se requiera y no más
2. Calidad: tu contribución debe ser verdadera. No digas lo que crees que es falso ni aquello sobre lo que no tienes pruebas.
3. Relación: sé pertinente y relevante
4. Manera: claridad, brevedad y orden. Evitar la ambigüedad y la oscuridad en la expresión.

Volviendo al lema de este módulo “en comunicación no hay normas de oro”, si queremos ser buenos comunicadores no podemos tomarnos este principio como una norma inquebrantable. Sin quebrantar la máxima de calidad, no habría ironía, por ejemplo.

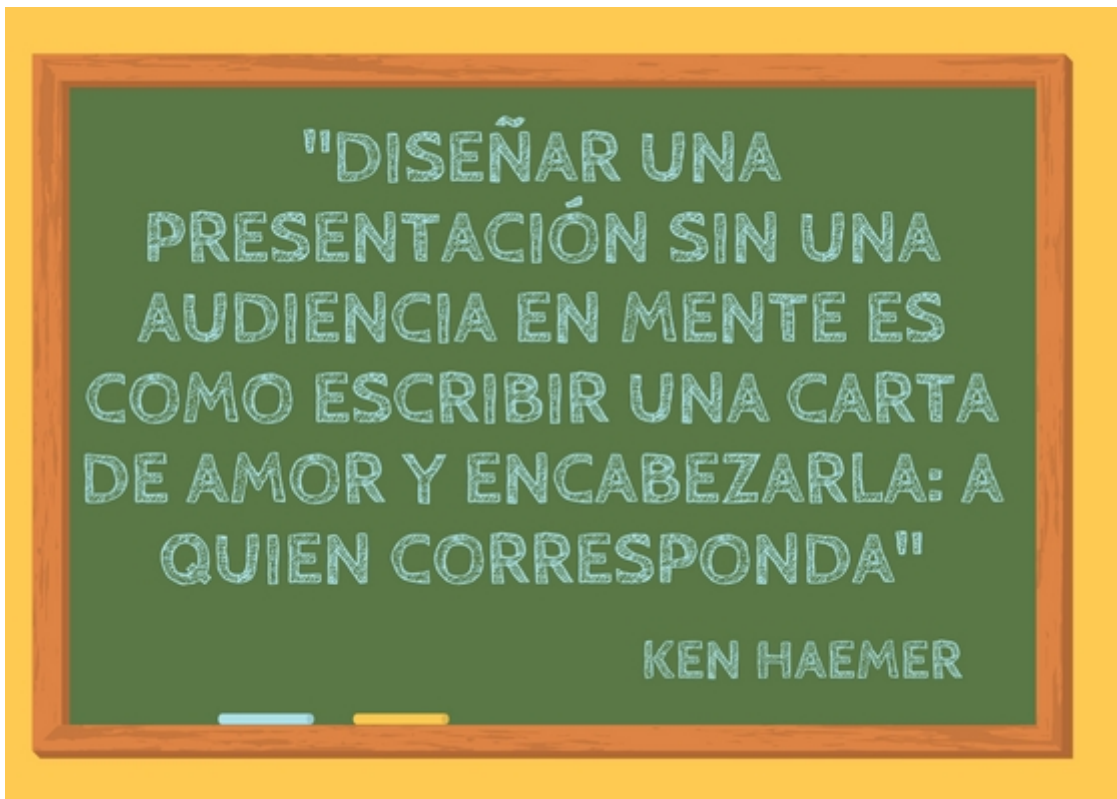
“La transgresión de alguna máxima del Principio de Cooperación supone la transmisión, generalmente consciente, de una información concreta, de un significado añadido al literal o explícito del enunciado”, “ el proceso comunicativo del uso de la lengua es un proceso de interpretación de intenciones que se lleva a cabo poniendo en relación, siempre mediante el Principio de Cooperación, la información explícita de los enunciados que se emiten -el significado léxico-semántico o literal- con la información implícita o contextual que se deriva de los enunciados que se producen. Cuando en un intercambio lingüístico falla la comunicación (...) es porque no comparten la misma información contextual” Susana Luque (2000) en La expresión oral.

A este cuadro teórico también vamos a añadir los **axiomas de la comunicación** enunciados por [Paul Watzlawick](#).

1. No es posible no comunicarse.
2. Toda comunicación tiene un nivel de contenido (referencial) y otro relacional (conativo)
3. La relación comunicativa depende de cómo los participantes “puntúan” la secuencia de la comunicación. Una respuesta no es consecuencia de una información inmediatamente anterior sino de las comunicaciones previas, de la puntuación interpretación de la secuencia de interacciones.
4. Existen dos niveles de comunicación: verbal (digital) y no verbal (analógica).
5. La comunicación entre personas puede tener carácter simétrico (de igualdad) o complementario (desigualdad entre las partes).

La oratoria es un arte “en vivo y en directo”, se da en un momento único e irrepetible. La eficacia y la eficiencia de la comunicación dependerá de nuestra destreza para conseguir que los elementos y las normas vistas hasta ahora trabajen a nuestro favor y también de nuestra capacidad de adaptación y flexibilidad. “El saber hablar bien es un saber estratégico, tanto desde el punto de vista lingüístico como social. Por tanto no se adquiere, no se hereda, sino que se aprende.” Antonio Briz et al. (2008).

3 EL RECEPTOR



Con esta cita comienza el capítulo 3 del libro El Arte de Presentar de G. Álvarez Marañón (2012) y no hay metáfora mejor para esta idea ya que la eficacia comunicativa depende de cómo el emisor sea capaz de:

- preparar su intervención en función de las características de su audiencia y
- escuchar a su audiencia, en el sentido más amplio o profundo de la palabra.

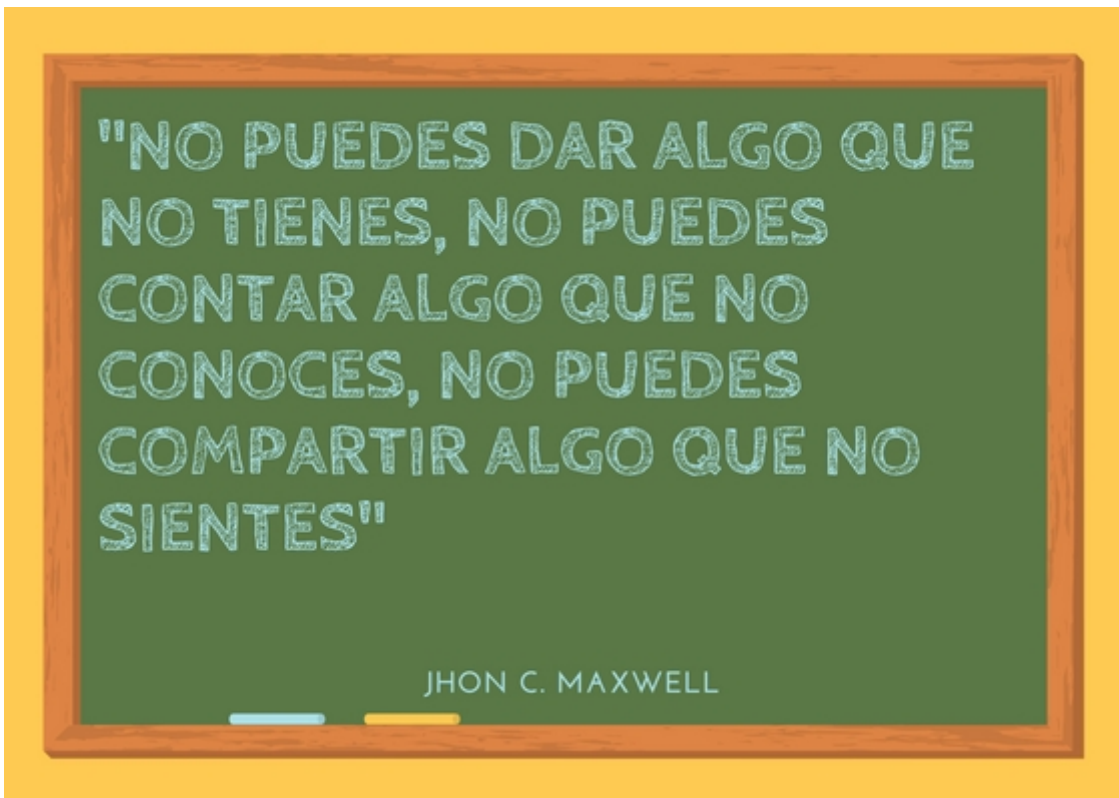
Cabría pensar que la responsabilidad del proceso comunicativo es compartida entre emisor y receptor. Sin embargo, los expertos nos aconsejan que evitemos esa idea y que asumamos una responsabilidad total como emisores si queremos mejorar nuestras habilidades. Ya sabes, se trata de cambiar el “¿me has entendido?” por el “¿me he explicado?”.

G. Ballenato Prieto (2006) refiriéndose al emisor dice “él es quien debe procurarse, esforzarse por conocer a su interlocutor, conectar con sus motivaciones, captar su atención, interesarle, saber adaptar su mensaje, buscar el momento adecuado, y asegurarse y garantizar que su mensaje ha llegado y ha sido interpretado correctamente” .

Veamos cómo nos transmite esta misma idea G. Álvarez en su conferencia TEDx Gran Vía “Del miedo escénico al pánico escénico” (del minuto 11:40 al 12:30) a la vez que nos introduce en una metáfora recurrente: la ponencia como viaje.

<https://www.youtube.com/embed/OOUVOhHw7Ew?t=752s>

4. INVENTIO, DISPOSITIO y ELOCUTIO. EL MENSAJE VERBAL



Sam Leith (2011) dice “desde Cicerón la oratoria se suele dividir en cinco partes básicas(...) No se me ocurre ninguna razón de peso para hacerlo de otra forma: la división puede sonar un tanto extraña al principio, pero es totalmente congruente”.

Efectivamente, si hacemos un barrido por los manuales de oratoria actual cuya representación más contemporánea serían las charlas TED, comprobamos que se basan en esta división:

- 1: Inventio:** Pensamos lo que queremos decir.
- 2: Dispositio:** Seleccionamos y ordenamos las ideas.
- 3: Elocutio:** Elegimos un estilo, la forma de expresarlo.

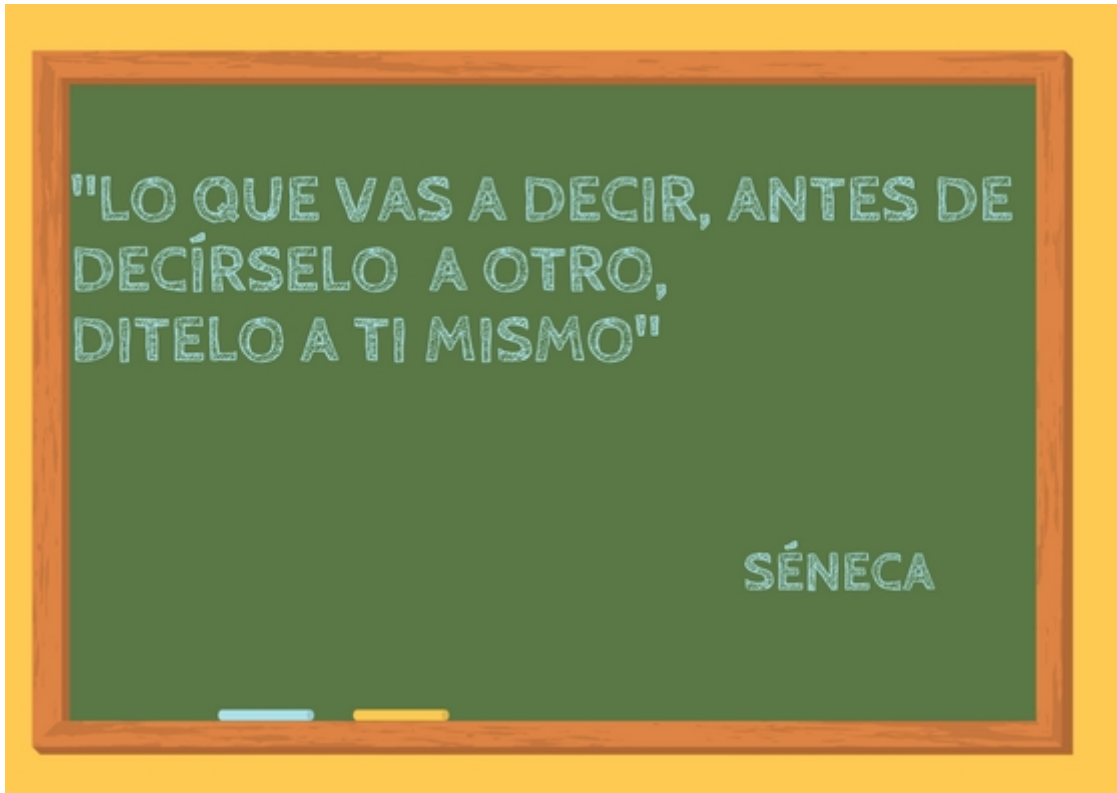
4: Memoria: Memorizamos (entendiendo que no es lo mismo que prepararnos para decir “de carrerilla” el mensaje).

5: Actio: El momento en el que el mensaje llega a sus destinatarios. Articulación, voz y gestualidad se ponen en juego.

En este apartado del módulo nos vamos a centrar en las tres primeras partes, las que afectan al “qué decir”.

5. MEMORIA

¡ENSAYA!



Esta fase la vamos a identificar con el necesario ensayo.

Ensayar, ensayar y ensayar esta sí que es una norma en la que todos los autores se ponen de acuerdo. El ensayo permite detectar errores que se hayan producido en las fases anteriores y asegurar el éxito en la siguiente.

Tanto si has optado por escribir el texto palabra por palabra como si tienes un guion debes trabajarlo de tal manera que llegues a conseguir con tus ensayos dos objetivos:

- Controlar y ajustar el tiempo hasta que dure menos del tiempo asignado.
- Apropiarte del mensaje de tal manera que las palabras del texto estén automatizadas para así prestar atención al momento comunicativo, al significado de las palabras, a la transmisión de emociones y no al texto.

Mnemósine, en la mitología griega, es la personificación de la memoria y madre de las musas. Algo tan místico no lo puedes delegar en un powerpoint o unas tarjetas de cartón. La memorización es el trabajo que debes realizar por adelantado antes del momento vivo de la comunicación. Ganarás

desenvoltura, seguridad y flexibilidad.



Mnemosyne (Gabriel Dante Rosetti)

No se trata de aprender una cadena de palabras (si olvidas una, el tren se para) sino de poder recrear el texto en tu mente. Lo que se buscamos en esta etapa es el trabajo de:

- Las palabras clave
- La estructura y
- Las transiciones

Estos elementos actuarán como trampolines para que el resto del texto (también ensayado) fluya.

Si lo haces así, tu powerpoint podrá ser fresco y dinámico (no incluyendo en él toda la información que vas a transmitir) y tus tarjetas cumplirán una función de apoyo en momentos muy concretos sin comprometer la conexión con el auditorio. La memoria sin apoyo es un trapealista sin red: no tiene sentido correr el riesgo, aunque da espectacularidad.

Chris Anderson (2016) dice “las mejores charlas memorizadas llegan a saberse tan bien que los conferenciantes pueden concentrarse en su pasión por las ideas que contienen. Las mejores charlas improvisadas se han practicado un número suficiente de veces, hasta el punto de que quienes la pronuncian (...) encuentran que muchas de las frases más potentes ya están en su mente”. Efectivamente, tanto si partes de un guion como de un texto, el proceso de ensayo y memorización llevará al mismo lugar: un texto perfectamente interiorizado.

Muchas personas tienen miedo a que su charla suene a “ensayada”. **Si tu charla suena a “ensayada”, es que has ensayado poco.** Hay que practicar hasta que el mensaje fluye de manera natural y libera la mente para poder dedicarla a los aspectos no verbales (conexión, escucha activa, lenguaje no verbal...).

Conviene ensayar solo (grábate en vídeo si es posible y si no lo es mírate en el espejo), pero también ante una audiencia de confianza (mejor si comparte rasgos con los futuros asistentes) a la que poder interrogar sobre la estructura, los contenidos, los ejemplos, los aspectos no verbales y la emoción transmitida.

Dejamos aquí un vídeo en el que te invitamos a que admires el poder que da la memorización del discurso. Se trata de Mar Romera, durante la conferencia que dura 1 hora desarrolla los contenidos perfectamente memorizados estableciendo constantemente conexiones con el auditorio y transmitiendo ríos de emoción.

(No es necesario que lo veas entero para apreciar el trabajo de la memoria)

<https://www.youtube.com/embed/3mp0bf1RRV4>

6. ACTIO

Dar vida a las palabras

El **consejo** hasta ahora era “sé tu mismo”, pero llegados a este punto el consejo evoluciona a **“interpreta la mejor versión de ti mismo”**. Es necesario construir puentes entre la oratoria y la actuación. No debemos olvidar que la oratoria es una actividad audiovisual: no solo cuentan las palabras sino también la persona que las emite (con su cuerpo y con su voz) y el escenario donde tiene lugar la comunicación.

Para vivir la experiencia de una conferencia sin conferenciante te recomendamos la siguiente charla (del minuto 7 al minuto 10)

[El poder de la mirada y de la imitación en el aprendizaje integral](#) from [Ibercaja Aula en Red](#) on [Vimeo](#).

Inquietante ¿no te parece?.

Antes de continuar conviene matizar un mito muy extendido consistente en relegar la importancia de lo verbal a un 7% del total de la información percibida por el oyente frente a un 55% del lenguaje corporal y un 38% a aspectos paraverbales. Si esto fuera así, parece que todo el esfuerzo realizado en las etapas anteriores carece de sentido. Afortunadamente, estos datos varían cuando el acto comunicativo tienen una función diferente a la transmisión de emociones y sentimientos. El error tiene origen en la generalización de los estudios realizados por [Albert Mehrabian](#) que exclusivamente estudian la relación entre la información verbal y no verbal en comunicaciones de tipo emocional y sentimental.

En cualquier caso, aunque no le asignemos unos porcentajes tan elevados, es un hecho que los factores no lingüísticos regulan nuestro mensaje verbal pudiendo ampliarlo, reducirlo o modificarlo. En ellos reside la credibilidad, el ánimo, la seguridad, la convicción... y, aunque están muy ligados a la personalidad, conviene que sepamos aprovechar sus posibilidades al máximo: corrigiendo los defectos y mejorando los hábitos.

BIBLIOGRAFÍA

- Alcoba, S. et al. (2000). La expresión oral. Barcelona: Ariel.
- Anderson, C. (2016). Charlas TED. La guía oficial TED para hablar en público. Barcelona: Grupo Planeta.
- Álvarez Marañón, G. (2012). El arte de presentar. Cómo planificar, estructurar, diseñar y exponer presentaciones. Barcelona: Gestión 2000.
- Ballenato Prieto, G. (2013). Comunicación Eficaz. Teoría y práctica de la comunicación humana (2a ed.). Madrid: Pirámide
- Briz, A. et al (2008). Saber hablar. Madrid: Santillana Ediciones Generales
- Donovan, J. (2013). Método Ted para hablar en público, Barcelona: Ariel.
- Hernández Guerrero, J.A. y García Tejera, M.C. (2008). El Arte de hablar. Manual de retórica práctica y de oratoria moderna. Barcelona: Ariel
- Leith, S. (2011). ¿Me hablas a mí? La retórica de Aristóteles a Obama. Madrid: Santillana Ediciones Generales.
- Salas, C. (2016). Cómo hablar y presentar en público. Consejos que funcionan desde el primer minuto. La mirada Mágica SRL.
- Rosa, A. (2013). Hablar bien en público es posible, si sabes cómo. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Suñén, M. (2008). Cómo enamorar hablando en público. Zaragoza: Mira
- Vallejo Nájera, J.A. (1995). Aprender a hablar en público hoy (31a ed). Barcelona: Planeta

Créditos

Autora: Ana Victoria Salvo Palacín Ilustraciones: Alberto Lacasa Más

{% include "git+https://github.com/catedu/faq-aularagon.git/imagenes_creditos.md" %}