

La elaboración del discurso, conferencia o preparación de la intervención pública

El éxito en dirigirse a un auditorio depende, en primer lugar, de tener algo que decir, tener un mensaje. Hablamos con el propósito de transmitir ideas. A menos que tengamos ideas valiosas para presentar a los oyentes, no podemos esperar retener la atención y apoyo, porque no tenemos derecho a quitarles su tiempo. No hay excusa para hacer un discurso público a menos que se hayan preparado a conciencia ideas valiosas para presentar al auditorio.

HERBERT V PROCHNOW

A menudo sabemos qué queremos hablar (el tema) y sabemos también, con frecuencia, qué queremos conseguir (el propósito). Pero eso no significa que sepamos qué debemos decir para tratar el tema de una manera adecuada a nuestro propósito.

LORENZO GOMIS

Cuando vayas a pescar, no pongas en el anzuelo lo que te gusta a ti, sino lo que le gusta al pez-

ANÓNIMO

EL TEMA

Cuando hablamos del tema hacemos referencia al mensaje que se quiere comunicar. Lo que aquí nos proponemos es presentar algunos consejos útiles y sugerencias prácticas sobre la preparación de una charla, conferencia, discurso o una intervención pública (debate de una asamblea, simposio, etc.).

Ya hemos hablado de la preparación del orador; aquí nos vamos a ceñir a la preparación del discurso o conferencia. Ésta es una tarea fundamental. Sin preparar el tema, el contenido del discurso puede quedar en una palabrería vana y sin sentido; se puede hablar sin decir nada (y como es bien conocido, hay oradores que tienen esas "cualidades").

1. DE QUÉ HABLAR

No existe alguna persona que pueda pronunciar conferencias sobre cualquier tema. Y quien se diga en condición de hacerlo, no es otra cosa que un charlatán ignorante o un audaz irresponsable de aquellos que tienen el "método de hablar importante sin decir nada" o, lo que es lo mismo, la "capacidad de decir para no decir nada".

¿Acerca de qué hablar?... La regla fundamental es ésta: hay que hablar de lo que la vida nos ha enseñado, de asuntos o cuestiones que conocemos y nos interesan y que, además, consideramos importante transmitir a otros. Si tuviésemos que decirlo en pocas palabras diríamos: *hable de lo que sepa*. Nunca acepte desarrollar un tema perteneciente a un orden de preocupaciones que le resulta completamente extraño. Quien acepta hablar de cuestiones ajenas a su ámbito de conocimientos y preocupaciones, corre el riesgo de pronunciar una conferencia hueca e inútil, o bien puede decir una sarta de banalidades.

Tema propio o tema impuesto

Por lo general, el conferenciante no elige el tema, sino que acepta o rechaza el tema que le proponen. También es cierto que existe por parte de los conferenciantes una oferta potencial de temas. Todo conferenciante responsable sólo acepta pronunciar conferencias sobre temas incluidos en el círculo de sus conocimientos, experiencias e inquietudes. Es una irresponsabilidad aceptar hablar de cualquier tema porque esto conduce a la trivialidad y a la charlatanería... Hay que hablar de lo que se conoce y, en cada caso concreto, ponerse a trabajar para preparar la conferencia de acuerdo con el público y las circunstancias específicas. De lo contrario, se corre el riesgo de decir banalidades que no interesan a nadie o que no aportan para el enriquecimiento de quienes fueron a la conferencia.

No se trata de tener, al instante mismo de contraer el compromiso, la suma de conocimientos totales acerca del tema que será motivo de la conferencia. Lo que importa es estar potencialmente en condiciones de adquirir con relativa profundidad un conocimiento del tema que se va a desarrollar, habida cuenta del tiempo disponible hasta el momento de la disertación. Quienes habitualmente pronuncian conferencias, tienen un repertorio de temas que constituyen lo que podríamos llamar su "oferta temática", que luego adecuan para cada circunstancia concreta.

Hay que señalar, además, que mientras ciertos temas pueden ser afrontados por la generalidad de las personas, otros, por su carácter técnico o científico, están reservados a especialistas.

Por último, cabe destacar en relación con los criterios que han de regir la selección del tema, que no sólo estarán en función de la voluntad y posibilidades del emisor, sino también en función de la necesidad, demandas, deseos y características del receptor. En otras palabras: el conferenciante tiene una gama de posibilidades en cuanto a temas que puede desarrollar, y el público potencial una serie de necesidades e intereses; hay que hacer converger unas y otras.

Hay que tener algo que decir sobre algo que uno conozca y de lo que está convencido, y esto debe ser valioso o interesante para el público.

2. PARA QUÉ HABLAR

Cuando se pronuncia una conferencia o discurso, se puede tomar la palabra con propósitos muy diferentes; es de suponer que siempre se habla para algo. Desde Cicerón se viene diciendo que los fines de un discurso hablado pueden reducirse a cuatro: *"deleitar la imaginación, ilustrar el conocimiento, influir sobre la voluntad y mover las pasiones"*. Según los propósitos que queramos conseguir con nuestra intervención, la forma de expresar el mensaje será distinta. Debemos tener claro, en primer lugar, ¿para qué vamos a hablar? Y ¿cuál es el propósito de "esta conferencia" en concreto?... Y este propósito se refiere siempre a lo que queremos que el público sepa, comprenda, haga, disfrute, sienta o se movilice.

Ateniéndonos a los fines generales (no al propósito concreto de una conferencia) se suelen distinguir cuatro tipos de intenciones en una disertación, conferencia o charla:

Informar: se trata de dar a conocer lo más objetivamente posible una serie de datos, información y hechos, referentes a una cuestión, que es el tema central de la conferencia o intervención.

Entretener: esto se hace cuando se quiere distraer, divertir o llevar a un relajamiento agradable. Generalmente, en estos casos el orador utilizará anécdotas y, sobre todo, una buena dosis de humor e ironía; todo ello dicho con gracia y vivacidad. No es lo más frecuente pronunciar discursos con el solo propósito de entretener. De ordinario, el distraer/entretener es un ingrediente más de las intervenciones públicas.

Convencer: en este caso se tiene el propósito de influir, modificar y transformar opiniones. Para convencer, en primer lugar es necesario estar convencido uno mismo y ser sincero, excluyendo toda trampa, toda manipulación y toda demagogia. La adhesión a ideas (el convencimiento) se hace, principalmente, por conducto de la razón. Consecuentemente, el plan y estrategia de la presentación debe estar destinada a convencer y para ello ha de apoyarse básicamente sobre argumentos; hay que ofrecer datos, hechos, pruebas, o sea, dirigirse en especial a la inteligencia; utilizar argumentos dirigidos a la razón.

Incitar e influir: no sólo se presenta una realidad o problema, también se asume una posición, y se trata de influir sobre los sentimientos, actitudes, comportamientos y valores de la gente para que asuma determinadas posiciones. En otras palabras: se pretende influir fuertemente sobre las actitudes y conductas que llevan a la acción. A diferencia del convencimiento que es racional, la persuasión es básicamente emocional. Para persuadir hay que movilizar las emociones del auditorio, ¿cómo?... mostrando paralelamente las necesidades y las posibilidades reales de satisfacerlas, demostrando sinceramente que es por su acción por lo que pueden conseguir sus objetivos y salir de la situación actual frustrante e injusta. En una intervención donde se pretende persuadir/influir, se emplearán palabras cargadas emocionalmente, como por ejemplo: "libertad", "lucha", "justicia" y otras de parecida índole.

Si bien hemos hecho estas distinciones, ya clásicas en la oratoria con referencia a "para qué hablar", cabe señalar que en buena parte de los discursos existe una *simultaneidad de propósitos*. En una misma intervención pública se suele informar, convencer y persuadir. No se puede convencer y persuadir si no proporcionamos información. Y cuando informamos y nuestra información es aceptada, en cierto modo estamos persuadiendo y convenciendo. Y para mantener atento al auditorio, también hay que entretener/distraer; esto evita que los que escuchan se cansen. Lo que ocurre frecuentemente es que cada discurso pone su énfasis (por la índole de su contenido o de sus propósitos) en uno u otro aspecto, pero ello no implica descuidar los demás.

3. CÓMO PREPARAR EL DISCURSO, CONFERENCIA O DEBATE

Preparar un discurso significa reunir los pensamientos propios, las ideas propias, las convicciones propias, las necesidades propias... La verdadera preparación consiste en extraer algo de nosotros mismos.

DALE CARNEGIE

Antes de responder o explicar la cuestión que se plantea en este párrafo, queremos poner énfasis —una vez más— en la necesidad de *preparar siempre las intervenciones en público*. No se debe improvisar jamás. La vieja chanza que nos recuerda Folliet de "una improvisación largamente preparada" expresa una gran verdad: el orador habla sin ningún texto a la vista, desarrollando un tema bien estructurado, aparentemente improvisado, pero que en realidad es fruto de una larga preparación. O aquello que cuenta André Maurois, del funcionario al que se le concedió la palabra, cuando no estaba previsto que interviniese, y él se limitó a decir: "Señores y señoras, lo siento mucho pero no soy capaz de improvisar cuando no me he preparado previamente".

Es una irresponsabilidad (personal, profesional, militante o pedagógica) hablar en público sin prepararse previamente. Y es, además, una falta de respeto para el auditorio. Aun cuando se trate de una intervención breve (3 a 5 minutos), es necesario planear lo que va a decirse. Sin tener un esquema o plan de lo que se va a decir, siempre se corre el riesgo de divagar. Novato o experimentado, siempre hay que prepararse para una intervención en público.

Las cuestiones básicas que debemos formularnos para preparar un discurso o conferencia

1. **Qué voy a comunicar.** *Tema o mensaje que se quiere transmitir:* para ello hay que tener en cuenta el interés, necesidades y problemas del público, o bien el tema que le propone la institución que organiza la conferencia, congreso, jornada, etc., donde se tiene que intervenir.
2. **A quién voy a comunicar.** *Cuál es el público destinatario:* informarse sobre la edad, sexo, procedencia, condición social, situación económica, profesión u ocupación de la mayoría, nivel cultural, aficiones, mentalidad, religión, costumbres, modos de vida, intereses, conocimientos, etc.
3. **Cómo lo voy a comunicar.** *Seleccionar los medios y los procedimientos:* obviamente que el principal medio es la palabra, pero también se debe pensar en apoyos visuales y en otros procedimientos que ayuden para una mejor comunicación.
4. **Para qué voy a comunicar.** *Determinar los objetivos:* es decir, cuáles son los propósitos (informar, anunciar, sugerir, motivar, sensibilizar, promover, enseñar, persuadir, convencer).

Cómo seleccionar el tema cuando el conferenciante puede elegirlo

Cuando no se le propone o pide un tema determinado al conferenciante y puede elegir libremente, esta tarea es semejante a la que realiza un estudiante para elegir el tema de su monografía o tesis. Quizás la mejor manera de hacerlo es preguntarse cuáles son los temas o cuestiones que le interesan y tienen que ver con su proyecto de vida, con sus intereses profesionales o con sus preocupaciones personales. Dentro de este abanico de intereses puede escoger un tema general, por ejemplo el tema de la juventud, un tema relacionado con el medio ambiente o la educación. En esta primera elección el tema es aún una "nebulosa", en el sentido de que es demasiado vago.

A partir de esa idea general, es necesario delimitar el tema. Así, por ejemplo, si el tema general elegido fue el de educación, al delimitarlo, podría circunscribirse al de "la disciplina en la escuela". A partir de esta concreción es posible elaborar un primer esbozo o esquema general que se transforme en la "chispa de encendido" del proceso de elaboración del discurso.

Aunque no se trata de un aspecto sustancial, no estaría mal que el conferenciante se formule algunas preguntas:

- ¿Por qué me interesa este tema?, ¿qué pretendo ofreciendo conferencias sobre esta problemática?
- ¿Tengo suficientes conocimientos e información acerca de dicho tema?
- ¿La información de la que puedo disponer es suficiente y accesible para mis posibilidades?

Como es obvio, hay que seleccionar un tema adecuado, en un doble sentido:

- a los propios conocimientos, centros de interés, experiencias y, en algunos casos, acordes con las propias opciones ideológicas, filosóficas, políticas y religiosas.
- también debe ser adecuado, dentro del abanico de intereses y preocupaciones, del potencial o potenciales auditorios.

Las tareas que comporta la preparación de un discurso o conferencia

Hemos de señalar que la preparación de cualquier tipo de intervención pública, una vez determinado el tema de la conferencia, comporta cinco momentos:

- Elaboración de un esquema provisional.
- Acopio de materiales (datos, información, hechos, ideas, etc.).
- Selección y ordenamiento de los materiales recogidos.
- Maduración y reflexión del tema.
- Organización del discurso o conferencia.

Habrán temas sobre los que el conferenciante ya ha realizado el trabajo de acopio de material e incluso la selección y ordenamiento del mismo. En tales casos no hace falta, claro está, repetir todo el proceso. Se puede empezar por ordenar las ideas, realizando una puesta al día o actualización del tema para proceder a elaborar un esquema, plan o guión.

En otros casos, el tema estará preparado. Sin embargo, ningún tema está "totalmente preparado": siempre hay algo para "ajustar", al menos hay que adaptarlo al auditorio al que se va a dirigir. No basta saber de lo que se va a hablar, hay que saber a quién se le va a decir. Cuando una conferencia se repite, hay que actualizarla, recrearla y adaptarla para los destinatarios concretos a quienes va dirigida.

La explicación que vamos a dar es para el caso en que la conferencia o discurso se prepara por primera vez.

A) ELABORACIÓN DE UN ESQUEMA PROVISIONAL

Antes del acopio, selección y ordenamiento de los materiales necesarios para preparar la conferencia, hay que elaborar un esquema provisional que exprese la estructuración que se pretende dar al discurso. Hay que considerarlo como un primer borrador, puesto que a medida que se va recogiendo la información, consultando con algunos informantes clave y reflexionando sobre el tema, se irán introduciendo reflexiones.

Nunca el tema general de una conferencia se elabora de un primer intento. Hay que utilizar un procedimiento de aproximaciones sucesivas. Lo que importa es que, desde un primer momento, haya una estructuración lógica en la que figuren los diferentes temas o partes de la conferencia, que serán los pivotes sobre los que descansará la línea discursiva, permitiendo la unidad, el orden, la progresión y las transiciones de las diferentes partes en que se articula el discurso.

Si bien lo que más importa es la estructuración del cuerpo del discurso, no hay que olvidar que la organización y composición del mismo (como explicamos más adelante) ha de tener una introducción, un cuerpo, un fin.

El esquema inicial se va reelaborando y reajustando; en torno a las cuestiones principales se van desarrollando las ideas secundarias, asegurándose de que tienen relación y coherencia con la idea central. Esto se hace dividiendo y subdividiendo el cuerpo del discurso, con lo que se logra que las partes queden claramente definidas y bien coordinadas, cumpliendo con las exigencias de unidad, orden, progresión y transición de las que hablaremos más adelante. Con esto se da estructura y coherencia al discurso.

Una vez escrito todo el discurso o elaborado el esquema, conviene subrayar con diferentes colores las diferentes partes del mismo, usando el procedimiento que más ayuda a captar de una sola mirada el hilo conductor del discurso o su estructura fundamental.

B) ACOPIO DE MATERIAL (DOCUMENTARSE, RECOGER INFORMACIÓN)

Una vez seleccionado el tema y elaborado el esquema provisional, hay que proceder a reflexionar sobre el contenido de la conferencia, recoger información y consultar con otras personas. Todo esto, con el propósito de preparar el discurso o conferencia.

Para ello, es bueno desplegar una especie de radar mental que nos sensibiliza y nos hace receptivos para captar un determinado tipo de información... De este modo la mente queda abierta, despierta y receptiva acerca de todo lo que tiene que ver con el problema o cuestión que será el tema de la conferencia.

Esta tarea de acopio de material consiste en reunir todo el material (datos, información, hechos, ideas, etc.) que se considere útil para desarrollar el tema que es motivo de la conferencia, discurso o debate... Por razones de responsabilidad—como ya se explicó— no se debe improvisar nunca; y para no improvisar hay que documentarse, aunque sólo sea ordenando los propios pensamientos, conocimientos y reflexiones. Si bien esto es lo básico, hay que reconocer que si se queda solo en esto sería demasiado pobre: no se puede sacar todo del propio peculio.

Para que el acopio de material de cara a la preparación de un discurso sea lo más completo posible, ha de realizarse a partir de tres fuentes:

- uno mismo: la propia experiencia.
- la documentación escrita: lo que se ha dicho.
- lo que pueden aportar otros: lo que se vive y piensa.

Uno mismo: la propia experiencia Piense *y rzone a partir de la propia experiencia*

Todos tenemos experiencia. Lo que nos falta es el modo de hacerla aflorar y, sobre todo, de sistematizarla. Para ello nada mejor que ir anotando y ordenando las ideas propias, opiniones y convicciones relativas al tema que es motivo de la conferencia. Para esta tarea de sistematización de la propia experiencia, el ideal sería ir realizando un trabajo más o menos permanente de artesanía intelectual: se trata de recoger y clasificar información, datos, hechos, reflexiones, etc., con las que registramos tanto nuestras experiencias como las ajenas que nos parecen significativas.

Como son pocas las personas que realizan una tarea de este tipo de manera más o menos permanente, lo conveniente en este punto es dejar aflorar las propias ideas de acuerdo con la índole de las cuestiones que a uno le interesan y preocupan y que pueden ser temas de conferencias.

No todo se puede sacar de la propia experiencia, hay que recurrir a otras fuentes.

La documentación escrita: *Lea*

El acopio de información y de material conlleva también la consulta bibliográfica; hay que hacerse de algunos libros, folletos, revistas, recortes de prensa, etc., que traten sobre el tema. Ellos conducirán a otros libros o fuentes cuando así fuere necesario. Sin duda, la lectura es una de las principales fuentes de información, pero ello no significa que la calidad de una conferencia mejore, necesariamente, con el aumento de lectura sobre el tema. Casi siempre, cuando se lee demasiado con vista a la preparación de una conferencia, se corren dos riesgos:

- Quedar ahogados en la jungla de la propia información y documentación; una información o fuente de consulta conduce a otras, y cada una de ellas, a otras muchas. Este efecto de "bola de nieve" puede ampliarse casi hasta el infinito. Hay que saber seleccionar y limitarse a lo que es más significativo y fundamental.
- Que las propias ideas queden desplazadas por ideas ajenas; si esto ocurre, se pronunciará un discurso sin vida.

Cuando estamos ante la tarea de preparar un discurso o conferencia, todo lo que se estudie o lea debe hacerse con un modo de "leer intencionado", o sea, hay que leer, como ya se dijo, teniendo desplegado un radar que ayude a detectar todo lo que concierne directa o indirectamente con el tema de la conferencia o intervención.

Al realizar la consulta bibliográfica, se debe procurar sacar el mejor partido de ella. En este sentido, presentamos algunas sugerencias prácticas:

- No hay necesidad de imponerse necesariamente la lectura de un libro en su totalidad, salvo que ello resulte indispensable para comprender lo que interesa o para documentarse sobre el tema. Hay que consultar primero el Índice y las tablas analíticas, y luego, durante la lectura, marcar los pasajes que tengan relación con el tema de la conferencia. Y, como es obvio, habrá que leerlo, comprenderlo y asimilarlo.
- No leer simplemente con los ojos, sino también con bolígrafo o lápiz en mano; hay que hacer anotaciones, apuntes, subrayar lo que parece interesante, hacer fichas, indicar al margen pasajes más característicos, destacar las definiciones y las cuestiones esenciales. También es útil resumir por escrito, preferentemente en forma de cuadro sinóptico, los capítulos más importantes o los temas que hacen más directamente al tema de la conferencia. Este trabajo, que exige "meterse en el tema" ayuda a captar la esencia de lo que se está leyendo y la forma de cómo el autor ha estructurado su pensamiento.
- Después de esto, anotar en fichas o en un cuaderno los textos más útiles para la preparación de la conferencia, discurso o debate. No pecar ni por exceso ni por defecto; no juntar demasiadas fichas, pues sólo sirven para confundir. En el sentido opuesto, no hay que confiar demasiado en la memoria. Las

fichas y anotaciones bien hechas contienen extractos breves de un libro o de un documento o informe, resúmenes y síntesis de algún trabajo que se haya manejado, datos, estadísticas, gráficos, etc. Cabe advertir que el modo de confeccionar fichas o hacer anotaciones tiene mucho de personal.

- No sólo hay que anotar acerca de lo que se lee, hay que ir anotando las propias ideas, sea que éstas surjan de la reflexión, de la lectura o de la consulta a otras personas.

Pero, además de la consulta de libros, un material muy útil lo constituye también los *recortes de periódicos o revistas*, pues suelen traer información de actualidad, lo que ayuda a organizar el discurso con datos y hechos que están sobre el tapete y, por tanto, resultan más interesantes.

También es recomendable recurrir a fuentes estadísticas, pero que sean confiables. Los datos estadísticos suelen dar un toque de objetividad y seriedad al discurso. Sin embargo, cuando se utilicen cuadros estadísticos, conviene usar una presentación ágil y dinámica de los mismos. Si se trata de un cuadro o tabla estadística con mucha información, no hay que leer todos los datos en detalle (esto lo haría demasiado pesado y aburrido). Los cuadros estadísticos ayudan a la comparación y el contraste. Y los números —con frecuencia ingratos y pesados— se hacen más llevaderos y aun agradables, cuando tienen una presentación gráfica y comparativa, que los hacen comprensibles a los ojos del profano, que suele ser el receptor medio de la mayoría de los públicos.

Es imposible consultar todo lo que se ha escrito sobre un tema; nadie puede leer exhaustivamente lo que se ha escrito sobre cualquier cuestión. La información disponible siempre es abrumadora. Lo importante es asegurarse de que se dispone de la información básica y fundamental sobre el tema que se va a desarrollar.

Lo que pueden aportar los otros: *consulte*

Además de lo que nosotros podemos sacar de la propia experiencia, y de lo que uno puede documentarse, es muy útil recurrir a otros que tienen información o experiencia sobre el tema que será motivo de nuestra conferencia. Agregaríamos: resulta imprescindible "hojear libros vivientes"... Averigüe, tanto cuanto pueda, qué piensan otros sobre el tema. "Casi cualquiera puede aprender de los libros. Muchos aprenden bastante por la observación. Pocos aprenden todo lo que podrían de otras gentes. Sin embargo, casi cualquier persona puede enseñarle, puede decirle o mostrarle algo valioso, si usted sabe cómo hacer preguntas inteligentes y si está realmente interesado en aprender. La persona que desee crecer, debe ser un punto de interrogación humano".

No hay que hablar, por ejemplo, de temas sociales, políticos, económicos o culturales, consultando sólo libros que hablen de esas cuestiones. Hay que acercarse a esas realidades en lo que tienen de vivo y actual. Mejor todavía, cuando uno es protagonista de "aquello" sobre lo que va a hablar; aunque nadie puede ser protagonista de todo lo que acontece. Hay problemas que otros viven más intensamente que uno mismo; y si ese problema es motivo de la conferencia que debemos pronunciar, nada mejor que consultarlos. Muy mal puede hablar de un problema quien vive encerrado en la torre de marfil de su interioridad, sin saber qué piensan, viven y sienten otras personas sobre los mismos temas o problemas. Ellos pueden ofrecer ideas y opiniones pero, sobre todo, pueden ofrecer vivencias. En algunos casos, también pueden proporcionar referencias bibliográficas u otras fuentes de información.

c) Selección y ordenamiento de los materiales recogidos

Reunidos, agrupados, incluso amontonados, todos los materiales que se han ido recogiendo deben ser seleccionados y ordenados. No todo el material reunido puede y debe ser utilizado. De ahí la necesidad de seleccionar toda la información y datos recogidos. ¡Menudo problema!..., ¿cómo hacerlo?, ¿con qué criterio?

Esto es muy personal, pero alguna recomendación puede ser útil. Primero hay que podar (excluir todo el material que no será utilizado), luego hay que clasificar: de acuerdo con grandes temas y cuestiones centrales, mejor todavía si esas cuestiones tienen que ver con los puntos centrales que se desarrollarán en la conferencia.

Otra cosa que es importante es distinguir, en todo momento, los hechos de las opiniones, los juicios de existencia de los juicios de valor.

Digamos, por último, que toda esta tarea de selección debe hacerse en función del tema, el tiempo disponible, la clase de auditorio, los objetivos del discurso y el enfoque personal con que uno piensa desarrollarlo.

d) La maduración y reflexión del tema

No es suficiente para el completo dominio de un asunto la ordenación de los datos y la información que se puede obtener por la lectura, la consulta con otras personas, el diálogo y la propia experiencia: hay que "madurar" y "digerir" esos datos, hechos, informaciones e ideas recogidas. Una conferencia, un discurso, una clase o cualquier exposición oral hecha ante un auditorio, para comunicar con fuerza, tiene que haber sido "rumiada", "digerida" para que llegue a ser "algo" que sale del adentro mismo del orador.

Esta tarea de la propia reflexión y el empleo de la capacidad creativa es necesaria para relacionar nuestros conocimientos y nuestra experiencia con el fin de organizar los datos de manera que formen un conjunto de ideas sistemático y coherente, maduro en nosotros mismos. De lo que se trata es de que en torno al tema que se va a desarrollar se adquiera un saber asimilado; que las ideas y opiniones que van a ser expuestas sean las propias.

Aunque el discurso no se pronuncie de memoria —lo cual no es nada recomendable—, hay que estudiar el texto. No está mal memorizar algunas partes, especialmente el esquema que constituye la estructura o esqueleto del discurso. Estudiarlo es asimilarlo y madurarlo. Es muy recomendable ir haciéndolo poco a poco; no de un día para otro. Una intervención pública preparada para ser dicha 24 o 48 horas después, difícilmente tendrá fuerza comunicativa, salvo que esa preparación consista en estructurar una charla sobre un tema que ya se conoce. A algunas personas les ayuda madurar una conferencia de cierta importancia, sea por el tema o el público que asistirá (o por ambas cosas), y pensar en su estructuración antes de dormirse. El inconsciente puede ayudar.

e) La organización o composición del discurso

Una vez terminado el trabajo de documentación, acopio y ordenación del material y maduración del tema, o bien mientras se realiza esa tarea, hay que proceder a elaborar el discurso o conferencia. Para ello, lo mejor es hacer un plan, esquema, guión o boceto conforme al cual se presentarán las ideas al público destinatario del discurso.

Por respeto a uno mismo y hacia los oyentes, no hay que consentir jamás —salvo en caso de un brindis o de una alusión corta e imprevista— hablar sin haber hecho un plan o esquema sobre lo que se va a decir. Ninguna persona cuerda edificaría una casa sin tener un plan de cómo hacerla; en el caso de la oratoria ocurre lo mismo.

¿Cómo se puede hablar sin un plan o un guión sobre lo que se va a decir? Sólo un irresponsable se levantaría para hablar, sin haber reflexionado antes acerca de lo que va a decir. Esto conduce siempre a las frases hechas y a los lugares comunes; lo que, indefectiblemente, engendra una insípida palabrería que constituye una forma de hablar sin decir nada.

Ahora bien, todo el material y la documentación que va a ser elaborada y organizada, debe estructurarse teniendo en cuenta que en todo discurso o conferencia hay un patrón básico que consta de tres pasos o fases distintas:

Introducción (el aperitivo): *anunciar lo que se va a decir*

Cuerpo (el plato fuerte): *decir lo que se dice*

Final (el postre): *decir lo que se ha dicho*

Este patrón básico de organización, cualquiera que sea su contenido, ayuda a estructurar una conferencia y a lograr una mejor comunicación. Las razones de estructurar la conferencia de esta manera, se irán descubriendo a medida que expliquemos cada una de estas partes.

Aun a riesgo de ser reiterativos, respecto del proceso de organización y composición de una conferencia, hemos de recordar lo que ya indicamos: nunca el plan o esquema para organizar el material de un discurso se hace de una vez, es un proceso de aproximaciones sucesivas: primero se comienza con un esquema provisional y luego se van haciendo ajustes a medida que se dispone de más información, se avanza en el estudio y en la reflexión sobre el tema. Mientras el trabajo de preparación del discurso avanza, el plan se revisa. Hay que corregirlo hasta que quede perfectamente claro y con riguroso encadenamiento lógico. Luego se puede copiar bajo la forma de un cuadro sinóptico o esquema, empleando palabras, números, flechas o llaves, que nos permiten captar la estructuración fundamental de nuestro discurso.

Este ejercicio- de composición —siempre que no sea una copia o repetición— desarrolla la capacidad de organizar nuestro pensamiento, acrecentar la imaginación y, sobre todo, nos ayuda a que expongamos en claro nuestras ideas, sentimientos y actitudes.

Es recomendable que cuando elaboremos el esquema tengamos en claro qué es lo que hay que decir necesariamente, lo que se puede decir como idea o ilustración ampliatoria y lo que se podría decir si las reacciones de la gente que escucha así lo recomiendan.

No hay que quedarse satisfecho hasta que un plan claro se imponga a nuestra atención, conteniendo lo sustancial de lo que queremos decir. Estas líneas fundamentales de nuestro discurso es lo que debemos grabar en nuestra memoria.

Hay que preparar con cuidado la introducción y el final del discurso (dicho en forma más retórica, el exordio y la peroración). Excelentes oradores y conferenciantes pierden mucho de su influencia por descuidar este detalle, que ellos estiman sin importancia, y porque hacen discursos literalmente sin pies ni cabeza. Buen principio y buen final, son sólo dos aspectos esenciales; claro está, con un cuerpo del discurso igualmente aceptable.

INTRODUCCIÓN (o EXORDIO)

El exordio debe ser muy cuidado, ingenioso, pleno de contenido, de expresiones ajustadas y, sobre todo, bien adaptado a la causa que defendemos; el exordio es el que da una idea del resto del discurso y el que le sirve de recomendación: es, pues, preciso que cautive a los oyentes.

CICERÓN

Comenzar bien es de primerísima importancia; a través de la introducción se entra en comunicación con el auditorio y es en ese momento cuando hay que despertar el interés por el tema que se va a desarrollar. Decir palabras iniciales como simple protocolo, no sirve para nada. A menudo se pierde o se gana al auditorio en las primeras frases.

Se puede comenzar de muy diversas maneras: con una frase interesante, una cita famosa, un relato que llame la atención... Un comienzo aparentemente casual, pero que hace al tema, tiene gran valor. Lo importante es que el conferenciante se gane la confianza y la atención del auditorio. Y esto, como ya se dijo, depende en

gran parte del modo como empiece y como enfoque el tema y de la actitud que adopte ante el público. Todo esto se pone en juego desde el primer momento en que se entra en comunicación con el auditorio.

Cuando se acude a escuchar un discurso o una conferencia, cuando se conoce el título de la conferencia el público se pregunta: ¿cómo va a presentar el tema?, ¿qué cuestiones se van a considerar? Y, cuando no tiene ninguna información sobre el tema, la pregunta inevitable será: ¿de qué va a hablar?... En la introducción hay que responder a estos interrogantes anunciando, además, las grandes líneas de la disertación.

En este delicado y estratégico momento del inicio de la conferencia, la introducción cumple un triple objetivo:

- Captar y despertar el interés o curiosidad del auditorio o conseguir, al menos, su atención. Para el logro de ese propósito, las primeras palabras tienen una influencia decisiva, ya que la introducción es el primer puente que se tiende entre el orador y el público. Empezar bien, dice un proverbio, significa estar a mitad de camino.
- Situar intelectualmente al auditorio en el tema. Esto se logra enunciando el tema que se quiere exponer de modo que el público, desde el primer momento, sepa de qué se trata y cuáles son los temas o cuestiones generales de la conferencia.
- Situar psicológica y emocionalmente al auditorio en el tema, si fuese posible —esto supone una mayor experiencia en el orador. Lo corriente es que el público, cuando comienza la conferencia, esté desambientado. De lo que se trata, es de que la gente entre en el clima del tema que se va a desarrollar.

¿Qué hacer para lograr una buena introducción?... A la luz de algunos trabajos que tratan esta cuestión y de nuestra experiencia, hacemos algunas sugerencias concretas:

- Adoptar una actitud sinceramente cordial, abierta y amistosa. Esto ayuda mucho más a captar la benevolencia del público, que asumiendo aires de experto. La sonrisa ayuda mucho para un buen comienzo, siempre que ésta sea auténtica. Por el contrario, las posturas arrogantes y despectivas producen una ruptura con el auditorio, desde el inicio mismo de la intervención.
- Enunciar claramente el objetivo de la conferencia, o sea, decir resumida y explícitamente el tema que se va a desarrollar y las grandes cuestiones en que se va a dividir el discurso. Se trata de situar al auditorio en el tema, de modo que sepa a qué atenerse en cuanto a los puntos y cuestiones que serán tratados.
- Adecuar la introducción al auditorio y al tema que será desarrollado.
- Evitar excusas diciendo, por ejemplo, que no se ha tenido tiempo para preparar la conferencia, o expresar humildades ficticias, invocando su incompetencia o sus débiles recursos oratorios. Si no ha tenido tiempo para preparar su charla, discurso o conferencia, es un irresponsable. Y si no sabe hablar no necesita anunciarlo, el público lo notará enseguida.
- Decir las palabras iniciales, que deben ser expresivas, con tono pausado, con seguridad pero sin pedantería; el titubeo inicial puede ser un elemento que desmerece de entrada la calidad del conferenciante.
- Evitar crear un alto nivel emocional, y que luego es imposible sustentar. Si se comete este error, el climax de la introducción conduce inevitablemente al anti-clímax del cuerpo del discurso, al menos del comienzo del mismo.
- Eliminar las expresiones convencionales, los cumplidos y el palabrerío altisonante; esta recomendación que es válida para todo el contenido del discurso, lo es mucho más para el comienzo. Los *slogans* o frases hechas y las palabras infladas y ampulosas, pronunciadas al comienzo de la disertación, constituyen el mejor sistema para no sintonizar con el auditorio.
- Relacionar el tema que se va a desarrollar con cuestiones o intereses que son vitales para el auditorio.
- Crear una atmósfera de cierto "suspense" que facilite la atención inicial. Para ello no es necesario recurrir al sensacionalismo, ni tratar de prometer más de lo que luego se va a dar.
- Contar una historia vivida o despertar la curiosidad, planteando una pregunta y guardando un breve tiempo de silencio. Otra forma de hacerlo es demostrar cómo el tema que se va a tratar afecta a los intereses del auditorio. Hay que excluir todo lo que no se refiere al tema; en el cuerpo del discurso se permiten digresiones; en la introducción nunca.

- Recordar que, cuando las circunstancias lo exijan, las palabras de protocolo y saludo son una alusión a los organizadores y, en algunos casos, a los oradores que nos han precedido o a quien nos ha presentado.
- Hacer concordar la extensión de la introducción con la extensión del discurso. No se puede encabezar un discurso corto con una larga introducción (el aperitivo pasaría a ser más que el plato fuerte), ni un discurso largo con un exordio insignificante. En relación con la duración de todo el discurso, la introducción nunca puede ser más del 5 por ciento del tiempo total de la exposición. De ordinario basta uno o dos minutos para una charla de cincuenta minutos a una hora.

Estas primeras palabras pueden ser —y de hecho suelen ser— decisivas. Es necesario medirlas y escogerlas con especial atención y con criterio exigente. Un ritmo más lento del normal, unas frases muy medidas y muy intencionadas ayudan a crear el clima. Incluso hay que recurrir a la memoria. Al acierto o desacierto de esta elección puede deberse el acierto o desacierto del discurso o conferencia. Hace dos mil años lo recomendaba uno de los más famosos oradores romanos; el texto con que comenzamos el párrafo es bien significativo... Una buena introducción es de gran importancia, pero sirve de muy poco si no hay un discurso con sustancia y contenido.

De ordinario, lo último que se prepara es la introducción. Cuando ya se ha elaborado el discurso y se sabe cómo estará estructurado, será mucho más fácil elaborar la introducción.

CUERPO DEL DISCURSO

Un discurso no debe ser un amontonamiento de ideas, ni pensamientos fragmentados que se yuxtaponen unos a otros. Para lograr una buena comunicación, la presentación oral debe estar bien estructurada. En todo discurso debe haber una estructuración que contenga las cuestiones que se van a desarrollar, con divisiones y subdivisiones y una sucesión regular y ordenada de ideas. Estos puntos principales del cuerpo del discurso o conferencia son los pivotes en los que descansa la línea discursiva que sigue el emisor (conferenciante u orador); y son además las secciones o partes en las que se divide el discurso.

Como es obvio, el cuerpo del discurso es el núcleo central del mismo. En él se desarrolla el asunto o tema, se dan argumentos, se demuestra, se refutan ideas, se adopta posición, se persuade o convence, etc. Para lograr la coherencia y estructuración antes aludida, el cuerpo del discurso debe cumplir ciertas exigencias, a saber:

- **Unidad:** todo lo que se diga debe estar relacionado con el tema del discurso. No hay que salirse del tema, haciendo mezclas sin sentido de diferentes cuestiones o parloteando de todo lo que viene a la cabeza. Atentan con la unidad las digresiones y las repeticiones innecesarias; los detalles superfluos y los alargamientos en los análisis. Cuando el orador acumula digresiones y se extiende en consideraciones marginales, la atención de los oyentes se dispersa inevitablemente.
- **Orden lógico:** en todo discurso hay que asegurar una secuencia lógica del pensamiento; las ideas deben ser desarrolladas con un orden lógico y los razonamientos han de derivarse unos de otros. Tiene que existir un "hilo conductor" del discurso que no debe perderse en ningún momento (ni siquiera cuando se hacen digresiones), de modo que se exprese ordenadamente lo que el conferenciante tiene en la mente y ha elaborado para presentarlo a otros. Un conferenciante que exprese sus ideas en forma desconectada o desordenada nunca podrá hacer una presentación comprensible y convincente.
- **Progresión:** el conjunto del tema debe desarrollarse poco a poco; marchar en forma creciente, avanzando por aproximaciones sucesivas y yendo de lo simple a lo complejo. Se trata de una estrategia de gradación oratoria, que es común a la que utiliza todo buen pedagogo: cada afirmación está articulada con la que le precede.
- **Transición clara y diferenciada de un tema a otro, o de un asunto a otro.** El discurso no puede ser un simple amontonamiento de ideas, argumentos, datos, hechos, anécdotas, etc. Aun cuando el orador sigue un buen orden lógico tiene que separar nítidamente las diferentes cuestiones en las que se divide el tema

central, de modo que cuando pasa de un tema o punto a otro, los que escuchan sepan que están tratando un nuevo tema o asunto. En cuanto al contenido, éste será, obviamente, acorde con el tema y el público al que se dirige. Sobre este punto, la recomendación más importante, es la de tener presente que las ideas se manejan y se presentan en forma diferente, según se trate de un auditorio constituido por gente que realiza habitualmente un trabajo intelectual, o gente que no tiene ese hábito y realiza más bien tareas de tipo manual: los primeros tienen el hábito de la abstracción, pero la mayoría de la gente avanza por inducción, a partir de los hechos.

Otra cuestión a tener en cuenta, es que dentro del discurso hay que estudiar las formas de vencer las barreras, obstáculos y resistencias en el auditorio, tanto en el orden psicológico (rechazo a comprender mediante un bloqueo frente a lo que se dice, actitudes refractarias al cambio, posturas defensivas, etc.) como las de orden lógico, en todo lo que concierne y exige razonamiento.

No hay que olvidar que todos los grandes oradores de masas usan una estrategia: primero alcanzar el corazón, luego la inteligencia o la mente.

FINAL

Denominado también conclusión o peroración, éste es el punto más estratégico del discurso. Lo que uno dice al terminar, las últimas palabras quedan sonando en los oídos del auditorio y probablemente sean las más recordadas; son las que dejan el sabor más fuerte del discurso (para bien o para mal). Por eso se dice que el final es el momento decisivo para poder influir sobre el público. El discurso hay que terminarlo, pero con una terminación preparada. No finalice diciendo: "Esto es todo, gracias", o como algunos suelen decir: "He terminado; ¿hay alguna pregunta sobre el tema?"... Las formas abruptas de terminar deben quedar totalmente desechadas.

Cuando lo sustancial ha sido anunciado en la introducción y desarrollado en el cuerpo del discurso, ¿qué queda para el final? Las sugerencias sobre este punto pueden resumirse en lo siguiente:

- Hay que resumir las grandes líneas del discurso o las cuestiones centrales del mismo, poniendo de relieve qué se cree más importante.
- Utilizar un estilo breve, enérgico, conciso, que si bien tiene una argumentación, sobre todo apela a los sentimientos (se dirige al corazón de los oyentes).
- Si la índole del discurso lo exige, la peroración final puede ser una llamada a favor de una causa o una exhortación a actuar; esto se hace bajo la forma de una petición directa que se formula al público al que, presumiblemente, se ha motivado, convencido y persuadido a lo largo de la disertación.
- Se puede terminar con una cita, o unos versos que resuman lo expresado o que sean una invitación a la reflexión y a la acción: la frase final debe ser efectista, dirigida más al corazón que a la inteligencia.
- Cuando en el final se alcanza un climax, hay que terminar indefectiblemente. Cualquier frase pronunciada después de que se haya alcanzado este punto, sólo sirve para debilitar lo ya dicho. Hay que saber "aterrizar". Cuando se alargue el discurso repitiendo varias veces "finalmente", "para concluir", "por último", el auditorio termina hartándose del conferenciante.

Digamos que la forma de terminar depende de la índole del discurso: si es informativo no necesitamos poner mucha emoción; y todo lo contrario si buscamos persuadir y convencer.

Decíamos que el final es un punto estratégico del discurso. Y así es, en efecto: un discurso muy bueno que termina mal puede causar una pésima impresión, por el contrario, un buen final incluso puede corregir algunos desaciertos en que se incurrió en el cuerpo del discurso.

Es por ello que recomendamos un "final planificado" que es la mejor manera de dejar un buen sabor de espíritu.

El secreto de todo arte de expresarse consiste en decir la misma cosa tres veces:
se dice lo que se va a decir,
se dice, se dice lo que se ha dicho

JEAN GUITTON

4. EL LENGUAJE Y ESTILO DE LOS DISCURSOS PARA QUE LA COMUNICACIÓN SEA EFECTIVA

El lenguaje utilizado por un orador o conferenciante, debe servir de real instrumento para la comunicación; es decir, debe ser apropiado para la gente que lo escucha. Ésta es una verdad elemental y básica; y sin embargo, con alguna frecuencia se utiliza un lenguaje que constituye un obstáculo para una buena comunicación, ya que resulta poco comprensible para la gente. Olvidan una verdad de sentido común: cuando se habla es para darse a entender.

Frente a esta situación de incompetencia para utilizar un lenguaje comprensible por los sectores populares, en este párrafo queremos desarrollar algunas ideas en torno a las *características de un lenguaje y de un estilo capaz de comunicar con la gente*. Se pueden resumir en lo siguiente:

a) *Brevedad*

Cuando el pensamiento queda envuelto en la profusión de palabras y en rodeos innecesarios, el derroche verbal oscurece las ideas y dificulta la comunicación. Hay que eliminar todo lo innecesario o superfluo.

La brevedad es uno de los rasgos distintivos de un estilo eficaz para comunicar con la gente. Y esto por una razón fundamental: las oraciones y párrafos cortos facilitan la comprensión de lo que se escucha. Esta brevedad y concisión a la que aludimos se ha de lograr:

- usando un mínimo de palabras para expresar una idea
- escribiendo frases cortas y
- párrafos breves

USAR UN MÍNIMO DE PALABRAS PARA EXPRESAR UNA IDEA

Hay que ser concisos y eliminar todo lo superfluo; ir siempre "al grano", sin rodeos, ni adornos, eliminando las palabras innecesarias. *No hable así:*

Tenga bien presente que es imprescindible ser muy cuidadoso con el "Gramosán", ya que se trata de un producto venenoso.* *Hable así:*

Tenga mucho cuidado con el "Gramosán". Es venenoso.¹

HABLAR CON FRASES CORTAS

Cuantas más palabras tenga una frase, más difícil será entenderla. Por el contrario, la brevedad de las frases es una cualidad que facilita la comprensión, claro está, sin llegar a frases tan cortas que den la sensación de un "estilo asmático". Se ha demostrado que la frase corta de unas diez a doce palabras hace más comprensible un texto. Sin embargo, cuando es necesario decir frases más extensas, hay que descomponer la frase en unidades secundarias de unas ocho palabras cada una, sin acumular ideas en cada oración y, en lo posible, sin sobrepasar las 24 palabras.

Quien adquiere la cualidad de ser conciso en sus intervenciones, con facilidad sabrá distinguir lo esencial de lo accesorio, y corre mucho menor riesgo de caer en el "blablismo". *No hable así:*

*Más o menos cuarenta días de anticipación a la siembra, debe efectuarse una arada más bien profunda, rastreando el suelo después hasta dejarlo mullido y repitiendo las rastreadas, ya sea para impedir la evaporación del agua o para enterrar mala hierba.**

¹ Ejemplos tomados del libro de Frías, Ramsey y Beltrán, *Extensión agrícola*, ILCA, Lima, 1968

Hable así:

Más o menos cuarenta días antes de la siembra, are profundo una vez. Después rastree el suelo hasta que quede mullido. Rastree de nuevo para que el agua no se evapore y para enterrar la mala hierba.²

Si comparamos los dos textos precedentes nos encontramos con que la primera frase tiene 41 palabras. En el otro se dice lo mismo, pero en tres oraciones. Ninguna llega ni siquiera a 20 palabras.

Cuando se pueda cortar la frase, hay que apresurarse a hacerlo. La más bella frase es la más breve. Las frases amplias y melodiosas comienzan por mecernos y acaban por dormirnos.

RENÁN

QUE LOS PÁRRAFOS SEAN BREVES

No basta con que las frases sean breves; también es recomendable que los párrafos lo sean. Cuando un párrafo —cada uno de los trozos de un escrito que empiezan con mayúscula y terminan con punto y aparte—, tiene más de 120 palabras, comienza a resultar difícil de comprender en su conjunto.

Por otra parte, hay que evitar el "blablismo", al que son tan afectos tanto los especialistas en ciencias sociales, como también los políticos. Las fórmulas huecas, las frases tópicas, los clichés y los lugares comunes, son los ingredientes del blablismo. Para practicarlo basta hacer una simple tarea de corte y confección de frases, con lo cual se puede hablar mucho para no decir nada.

No hable así:

*La proporcionalidad efectiva es un método democrático que favorece la unidad sindical en la base, pues le da la oportunidad a todas las tendencias de tener miembros en la dirección del Sindicato y evita que los miembros de las planchas perdedoras, al no tener a nadie en la dirección, se desentiendan de los problemas del Sindicato. Además de que es injusto que en un Sindicato, por ejemplo, de 200 miembros, en las elecciones participen dos planchas y una saque 103 votos y la otra 97 votos, lo que significa que ambas cuentan prácticamente con la misma fuerza, pero al no aplicarse el método de las proporcionalidades, un solo sector se queda con el control absoluto de la dirección del Sindicato. Es lógico que esto es antidemocrático y que no contribuye a la unidad, y para nosotros, los obreros, el principal principio sindical debe ser la unidad.**

Hable así:

En los sindicatos generalmente hay varias tendencias. Todas las tendencias deben tener oportunidades de llevar miembros a la dirección del sindicato.

Se ha creado un método de elección que les da esa oportunidad a las tendencias. Ese método es el de la proporcionalidad electiva. Dicho método garantiza a las planchas ganadoras y perdedoras llevar miembros a la dirección en proporción a los votos que saquen.

A veces una sola tendencia se queda con el control absoluto de la dirección por haber sacado dos o tres votos más que la plancha perdedora. Es, por ejemplo, el caso de un sindicato de 200 miembros en que participen dos planchas y una saca 103 votos y la otra 97; a la primera plancha le corresponde el control absoluto de la dirección si no se aplica el método de la proporcionalidad. Y esto es antidemocrático. Así no se contribuye con la unidad.

Para nosotros los obreros, el principal principio sindical debe ser la unidad.³

² Ejemplos tomados del libro de Frías, Ramsey y Beltrán, *Extensión agrícola*, ILCA, Lima, 1968.

³ Ejemplos tomados del libro de A. Jiménez y A. Navarro, *Una guía de redacción para la comunicación popular*, CEDEE, Santo Domingo, 1984.

b) Claridad y sencillez

Este requisito —que el lenguaje sea claro y sencillo— se apoya en el más elemental sentido común: hablamos para comunicarnos con los otros y esta comunicación se dificulta si no nos expresamos con claridad, de modo de ser entendido por el auditorio.

Un discurso claro tiene más posibilidades de comunicar un mensaje y de enseñar, persuadir o convencer, que uno poco comprendido. Hay que esmerarse en beneficio de la claridad. Esto es absolutamente necesario para que el mensaje llegue al receptor y pueda ser entendido e interpretado sin gran esfuerzo.

Para lograr claridad y sencillez en el lenguaje, hay que tener en cuenta algunas cuestiones que ayudan a ello:

- evitar el uso de una terminología especializada o técnica, que los pedantes gustan emplear; si es necesario hacerlo, explicar el alcance que tienen esos términos
- exponer una o dos ideas por frase
- no usar palabras rebuscadas: un lenguaje farragoso
- utilizar lo menos posible adjetivos y adverbios
- preferir las palabras que tienen sentido concreto
- no hacer digresiones o divagaciones que hacen perder el hilo conductor del discurso

EVITAR EL USO DE UNA TERMINOLOGÍA ESPECIALIZADA O TÉCNICA

En las conferencias destinadas al público en general, hay que utilizar un lenguaje comprensible para todos. Sin embargo, en la explicación de ciertos temas, resulta inevitable emplear términos que son propios de determinadas ciencias, artes o disciplinas. Sólo se han de utilizar si ello es absolutamente necesario. En estos casos se debe aclarar su significado, en cuanto que pertenecen a la jerga o lenguaje especializado de una determinada disciplina.

No sólo hay que evitar el uso de términos científicos y técnicos, cuando uno se dirige a los sectores populares, también hay que ser cuidadoso con el uso de expresiones extrañas. Así, por ejemplo, en el campo del trabajo con grupos se habla con mucha frecuencia del líder *laissez faire*... ¿Qué puede significar esta expresión para la mayoría de la gente que no sabe francés? Recuerdo en un curso sobre técnicas de conducción, destinado a organizaciones de base que, después de escuchar esa expresión por parte del profesor, los participantes hablaban del "líder Lucifer"... era lo que sonaba más parecido.

La utilización de tecnicismos lleva siempre a oscurecer la comprensión del mensaje, salvo que uno hable o se dirija a un público que conoce el vocabulario peculiar de esa ciencia. Por otra parte, suele ser una pedantería y un modo de ostentación —del cual los médicos son los más enfermos— que no es otra cosa que una ridícula vanidad. Casi todos los conceptos de buena parte de las cuestiones científicas y filosóficas pueden expresarse en un lenguaje sencillo y asequible y resultar interesantes para el común de la gente.

EXPONER UNA O DOS IDEAS POR FRASE

Tanto en el lenguaje escrito como en el lenguaje hablado, una de las mayores dificultades para comprender lo que se quiere decir, es la de exponer varias ideas en una sola frase. Lo ideal es que en cada frase no haya más que una idea. Si hay un enlace directo e inmediato entre dos ideas, en este caso hay que incluirlas en la misma frase.

NO USAR PALABRAS REBUSCADAS

Algunos profesionales, además de emplear términos científicos y técnicos, tienen tendencia a utilizar palabras pretendidamente cultas(?) que, aparentemente, dan categoría a su discurso. Este "culteranismo" que fue un rebuscamiento en el hablar y el escribir durante el siglo XVII, sigue siendo una enfermedad de algunos. En el

fondo, las solemnes grandilocuencias y las pedanterías académicas, no son más que pura vanidad de pavo real.

<i>En vez de usar</i>	<i>utilice</i>
ulteriormente	después
incremento	aumento
postrero	último
aposento	habitación
lecho	cama
can	perro
beodo	borracho
inmueble	casa
inopinado	imprevisto
fortuitamente	por casualidad

PROCURAR UTILIZAR EXPRESIONES Y PALABRAS QUE EMPLEA LA GENTE

Hay que emplear palabras que resulten familiares al grupo con el que se trabaja, o que utiliza la gente con frecuencia. También ayuda a la buena y mejor comunicación el uso de refranes y dichos populares.

Cuando un trabajador o promotor social (individualmente o en equipo) va a realizar actividades con sectores con los que no ha trabajado habitualmente, conviene hacer una recopilación de palabras, giros, expresiones, refranes y dichos que se utilizan con más frecuencia. No necesariamente tiene que ser una tarea sistemática (como, por ejemplo, el llegar a elaborar un índice de frecuencia del uso de cada palabra o expresión), pero en alguna medida esta labor debe realizarse. Lo menos que se ha de hacer es escuchar a personas pertenecientes al grupo con el que se va a trabajar, y hacer un recuento de palabras y expresiones utilizadas y que, entre ellas, tienen especial significado y se usan frecuentemente.

UTILIZAR LO MENOS POSIBLE ADJETIVOS Y ADVERBIOS

No se trata de no utilizarlos, sino de emplearlos sólo en casos verdaderamente necesarios. Si algo es útil o bueno, en vez de decir: "sin lugar a dudas es el mejor de los procedimientos..." es más conveniente señalar las razones por las cuales el procedimiento es bueno.

PREFERIR LAS PALABRAS QUE TIENEN SENTIDO CONCRETO

Cada palabra es símbolo de un concepto y representa "algo" de una realidad. Y en cuanto representa algo tiene el matiz de la persona que la interpreta. De ahí que la lectura de cada palabra despierta en el lector la imagen que corresponde a su experiencia.

Ahora bien, existen palabras que tienen significados concretos, otras, en cambio, son palabras abstractas. Ésta es una cuestión muy elemental de gramática. Si hablo de río, lluvia, naranja, automóvil... estas palabras me evocan algo muy concreto. Pero si hablo de dignidad humana, autodeterminación, institucionalización, actitud, grandeza, estructura, coyuntura, instancia... estoy utilizando términos que designan cualidades o fenómenos separados o abstraídos de los objetos a que se refieren y a los cuales se les puede utilizar con alcances diferentes. Por otra parte, ellos pueden evocar también realidades diferentes, aun siendo una misma palabra.

Es preciso evitar el uso de sustantivos abstractos y de adjetivos derivados. Sólo se han de usar en casos imprescindibles; en esas situaciones, hay que procurar poner ejemplos concretos que ayuden a aclarar el

concepto.

c) Sentido de lo práctico

Además de ser breve, simple y claro, el lenguaje utilizado para comunicar mensajes, enseñar, promover, etc., debe tener sentido de lo práctico. Para que el lenguaje sea práctico es recomendable:

- transformar los sustantivos abstractos en verbos
- preferir el verbo transitivo al intransitivo,
la frase directa a la circunlocución, lo corto a lo largo

Los párrafos cortos, con frases breves y concretas dividen el tema y promueven la concentración de los pensamientos; permiten que se entienda punto por punto lo que se quiere decir.

d) Reflexión personal

La reflexión personal se ha de entender en un doble sentido: personal en cuanto a quien emite el mensaje y personal en cuanto a los receptores. No es conveniente hablar de modo impersonal, o dirigirse a un público despersonalizado. Cuando nadie se siente aludido, la comunicación resulta fría y las frases pueden parecer vacías o secas. "La lengua —como decía Gabelents— no sirve solamente para transmitir ideas, sino también para que el hombre se exprese a sí mismo".

Hay que hablar como si uno se estuviera dirigiendo a una persona amiga o conocida, y no a una masa amorfa. Por ello es aconsejable usar pronombres y referencias personales: "ustedes los...", "su vivienda", "nuestros problemas".

Cuando en un discurso existen reflexiones personales, los que asisten a la conferencia, sentirán que es una persona que habla para otras personas, y esto permite una comunicación más profunda y eficaz.

5. LOS APOYOS VISUALES*

Un ver es mejor que cien decires.
PROVERBIO JAPONÉS

*Una imagen vale más que mil palabras,
Pero a condición que sea una buena imagen.*
DOROTHY LEEDS

En una sociedad donde todos estamos inmersos en la civilización de la imagen, donde lo icónico nos rodea por todas partes, la imagen se ha transformado en uno de los medios de expresión y comunicación más relevantes. La nueva generación es "iconófila" y "videófila"... Teniendo en cuenta esa realidad, resulta extraño que haya conferenciantes que renuncian a la utilización de apoyos o ayudas visuales. Y lo que es más extraño es que no lo hagan cuando todos sabemos que buena parte de lo aprendido lo hemos adquirido por el sentido de la vista, y sabemos también que el auditorio recuerda de 10 a 15 por ciento de lo que escucha, y de 30 a 35 por ciento de lo que ve.

El hecho de que estemos inmersos en una atmósfera de mensajes icónicos, tiene sus consecuencias e implicaciones en la comunicación oral entre un individuo y grandes, medianos y pequeños grupos. La gente está cada vez más sensibilizada, o más dispuesta, a la recepción de mensajes audiovisuales, frente a los cuales las conferencias no aparecen como algo muy atractivo. Menos aún cuando el conferenciante lee y está sentado; en estos casos, para buena parte de los contemporáneos, el conferenciante es apenas una "inanimidad sonora", más o menos soporífera y aburrida. En estos casos se transforma en un "busto que habla", no una persona que se comunica con otros.

En la actualidad, como consecuencia de la importancia tan relevante que han adquirido los medios de comunicación de masas en la vida social, la utilización de las ayudas visuales en las conferencias se ha hecho mucho más necesario que antes. La comunicación verbal necesita de complementos no verbales. Sin embargo, hemos de advertir, que los apoyos o ayudas visuales no sustituyen el mensaje oral, ni reemplazan la acción personal, sino que la refuerzan y complementan. Y, en algunos casos, actúan como incitador/disparador que mejora las posibilidades de comunicación interactiva. Según un estudio realizado por la Universidad de Minnesota, una presentación realizada por una persona de pie y utilizando ayudas visuales aumenta hasta 43 por ciento la capacidad de persuasión.

Se ha de tener en cuenta, asimismo, que la validez pedagógica y la utilidad de las ayudas visuales en una conferencia o discurso depende de su capacidad para fijar la atención, estimular, motivar, ilustrar, en fin, para mejorar la comunicación. Los avances de la informática permiten contar con apoyos visuales mucho más impactantes.

Reiteramos e insistimos en la idea de que hoy es absolutamente necesario utilizar ayudas visuales, pero al mismo tiempo advertimos que estos medios no son válidos en sí, ni pueden reemplazar lo que transmite la persona (orador/conferenciante). Así, estimulados sobre su importancia, y prevenidos de hacer un uso fetichista de los mismos, podemos ahora intentar elaborar un listado de sus funciones como ayuda y apoyo para la comunicación oral.

Funciones de los apoyos visuales

En general podemos señalar las siguientes:

- Permite y facilita centrar la atención de los oyentes.
- Ayuda a seguir el "hilo discursivo" y estimula el interés por el tema.
- Facilita la memorización o retención de los datos e ideas más importantes; ayuda para tomar notas o para un coloquio posterior (si lo hubiere), ya que todos podrán disponer, de manera visual, de las ideas y conceptos principales que fueron tratados en la conferencia.
- Ayuda al público a tener una visión de conjunto de los problemas que se están tratando y a comprender las relaciones entre los diferentes temas, conceptos, hechos o fenómenos.
- Permite simplificar la información compleja, expresando aspectos que van al meollo de la cuestión.
- Ilustra ideas o relaciones que son difíciles de captar con sólo escuchar su explicación, pero que se entienden mejor si son visualizadas.
- Facilita la comparación de los datos estadísticos que se proporcionan.

Tipos de ayudas visuales

No existe una sola forma de apoyo visual; existen muchas y variadas. Para cada circunstancia hay que saber elegir la más adecuada, según la índole del tema que se va a desarrollar, así como el auditorio y la disponibilidad del material de apoyo con el conferenciante cuenta.

Se pueden distinguir dos tipos principales de apoyos visuales: los de uso individual que complementan la palabra y los medios audiovisuales, propiamente dichos.

Apoyos visuales de uso individual que complementan la palabra

Éstos son los más empleados y más fáciles de utilizar. Sirven de complemento o apoyatura de la palabra. He aquí los principales medios que permiten que no sólo se utilice el oído, sino también la vista:

- la pizarra o pizarrón
- el franelógrafo
- el tablero magnético
- el block de papel, rotafolio o papelógrafo

- el proyector de diapositivas (cuerpos opacos)
- el retroproyector (transparencias)
- grabaciones (cintas de audio)
- transparencias dinámicas (*cutaways*)
- símbolos visuales:
 - mapas
 - gráficos, carteles
 - diagramas (por ejemplo, organigramas)
 - cuadros o tablas estadísticas
 - fotografías
- demostración con objetos reales
- modelos de escala
- modelos sintéticos
- objetos reales

Los medios audiovisuales, propiamente dichos

Estos medios implican el uso de aparatos o instrumentos técnicos que suponen no sólo disponer de ellos, sino contar con una serie de condiciones adicionales que permitan utilizarlos (pantallas, posibilidad de oscurecer la sala, etc.). Dentro de esta categoría existen tres medios principales:

- el montaje audiovisual
- la televisión, vídeo
- el cine

Tanto el uso del vídeo como del cine pueden desplazar completamente al conferenciante, reduciendo su actuación a la de simple animador. Si así fuese, ya no podremos considerar su uso como apoyo a la comunicación oral. Sería otra cosa, útil y necesaria, pero fuera del ámbito de lo que aquí tratamos.

Criterios para el uso de apoyos visuales en una conferencia

No basta con estar convencidos de que las ayudas visuales son necesarias y de que se haya decidido utilizarlas; es menester saber usarlas correctamente. Aquí proporcionamos algunos criterios básicos de cómo hacerlo.

Partiendo del supuesto de que se conocen las características del apoyo visual que piensa utilizarse, del lugar en que se va a desarrollar la conferencia y de que se ha planeado y practicado el modo de utilizarlo, los criterios por tener en cuenta pueden resumirse en lo siguiente:

- Deben ser apropiados para el público, la ocasión, el tema y el conferenciante u orador, de modo que constituyan un apoyo y refuerzo efectivo de las ideas del tema de la conferencia o discurso.
- El apoyo o ayuda visual debe tener un tamaño adecuado, para que el público lo pueda ver, y para que el conferenciante lo pueda manejar con facilidad.
- Ha de ser empleado en el momento adecuado para que sirva a los efectos que se pretenden.
- Tiene que estar localizado delante o al lado del conferenciante/orador.
- Han de ser sencillos en lo que presentan y representan, de modo que se puedan comprender de una "ojeada" sin tener que decodificar su significado mientras se desarrolla el discurso.
- Cuando se está utilizando una ayuda visual, hay que seguir hablando al público y no al apoyo visual (pizarra, gráfico, mapa, etc.).
- Y, lo que es más importante, debe recordarse que las ayudas visuales no reemplazan el mensaje verbal.

6. LA DURACIÓN DEL DISCURSO Y EL CONTROL DEL TIEMPO

Rara vez nos arrepentimos de haber hablado poco; muchas veces de haber dicho demasiado. Máxima trivial que todo el mundo sabe y todo el mundo olvida.

LA BRUYÉRE

¿Cuánto debe durar una conferencia, charla, discurso o presentación en público?. .. No hay una respuesta válida para todas las circunstancias; depende de cada caso concreto, según sea el auditorio y el objetivo propuesto. A veces, por cuestiones coyunturales, conviene recortar la charla a un tiempo menor del previsto; por ejemplo, si hace mucho calor en la sala y la gente tiene dificultad para seguir en esas condiciones durante mucho tiempo o una huelga no prevista de los medios de transporte que exige adelantar la hora de terminación.

Las pautas que se pueden dar en general, respecto del tiempo, pueden resumirse en lo siguiente:

- Hablar el tiempo necesario para alcanzar el objetivo de la intervención en público.
- No abusar del tiempo. El que dice cosas interesantes, pero en un discurso o conferencia muy larga, se quedará sin auditorio o con un auditorio que está presente deseando que termine, o lo que es lo mismo, está como si no estuviese en cuanto a la recepción del mensaje.
- Pronunciar un discurso de una brevedad extrema que deja sin desarrollar adecuadamente el tema y al auditorio insatisfecho, es un error contrario al anterior.
- Tomar en cuenta que en torno a los cincuenta minutos es un tiempo óptimo y una hora y media, un tiempo límite.
- No hay que olvidar "tomarse el tiempo", cuando se prepara una conferencia o cualquier tipo de intervención en público.
- Estar preparado porque en algunas ocasiones se cuenta con un tiempo determinado para desarrollar el tema. Pero luego, cuando ya se va a realizar el acto público, se informa al conferenciante que tiene un tiempo menor, sea porque otros oradores que hablaron antes se alargaron en su intervención, o por las razones que fuere. En esos casos hay que ajustar el discurso al tiempo disponible. No es fácil hacerlo y, casi siempre, el discurso sufre algún deterioro en la presentación.
- Terminar siempre cuando el auditorio todavía tiene ánimo de seguir escuchando; saber finalizar a tiempo —se ha dicho— es una cualidad de todo buen orador.

El orador que no abrevia su discurso a fin de ponerse a tono con este siglo, apresurado y febril, será mal venido y aun repulsado por lo bajo.

DALE CARNEGIE

Una vez frente al auditorio, es recomendable que el conferenciante coloque el reloj en la mesa y controle el tiempo. Conviene que lo haga también en los relojes de la gente que escucha... ¿Le parece extraño? Hay un tiempo psicológico según la recepción que el auditorio hace del discurso, y ello sólo se puede controlar frente a la gente que está escuchando y... en la forma que mira el reloj. Cuando la gente comienza a mirar con alguna frecuencia la hora de su reloj, y más todavía cuando hace algún gesto como preocupada porque el reloj se hubiese detenido, se tiene la prueba inequívoca de que la conferencia se está haciendo insoportable. Otros mensajes no verbales —toses, cuchicheos, movimientos en los asientos— pueden indicarnos que la conferencia se ha hecho demasiado larga y que ya no interesa. En esos casos, lo mejor es "redondear" lo que se está diciendo y terminar de la mejor manera posible y cuanto antes.

En un texto publicado por la Biblioteca Deusto de Desarrollo Personal se cuenta una anécdota que viene muy bien al caso del tema que estamos tratando. "Mort Mendels, secretario del Banco Mundial durante mucho tiempo y víctima de una enorme cantidad de pésimos discursos ajenos, contaba que había clavado un dibujo humorístico en la pared de su oficina. En él se veía un hombre al que sacaban del edificio del Senado en una camilla y en la parte de debajo se podía leer: 'Muerto a discursos'. El cadáver podría haber salido de cualquiera de las miles de conferencias y reuniones que tienen lugar diariamente en el mundo".

Existe una cuestión que no tiene que ver con la duración del discurso, pero está relacionada con el control del tiempo: es la puntualidad del conferenciante a la hora de comenzar y a la hora de terminar:

- El conferenciante debe llegar puntualmente, aunque existe la lamentable costumbre de comenzar con 15 a 30 minutos de retraso. Es conveniente que la persona que tiene que pronunciar llegue antes de la hora de comenzar, aun cuando sea la única persona presente. Habrá que comenzar a la hora anunciada para no "castigar" a las personas puntuales, pero esto tiene dos problemas: en los primeros minutos de una intervención pública el conferenciante suele hacer un planteamiento general del tema que va a desarrollar, quienes no lo escuchan pueden estar más o menos perdidos a lo largo de la conferencia.
- Aun cuando se haya comenzado con retraso, conviene no sobrepasar más de cinco o diez minutos la hora de terminación. Es probable que muchos de los asistentes sólo dispongan del tiempo que se había previsto como tiempo de duración de la conferencia. Superar ese tiempo, puede crear cierta tensión en un sector del público que tiene otros compromisos en horas posteriores a la conferencia. También puede ocurrir —y esto acontece con frecuencia— que parte del público se vaya retirando poco a poco.