



CONSEJOS PRÁCTICOS PARA CONSEGUIR UNA BUENA EXPOSICIÓN ORAL

Lenguaje no verbal:

Un 65 % de la información que se transmite en una exposición oral proviene del lenguaje no verbal.

1. Gestualidad

La gestualidad puede acentuar, complementar, sustituir o contradecir aquello que se expresa con palabras.

- Utilizar gestos abiertos, como mostrar las manos, estirar brazos y piernas, desplegar los hombros, no interponer objetos entre el propio cuerpo y el público, como mesas, carpetas o libros, y, sobre todo, asegurarse de que la cara es visible para todos.
- Utilizar gestos que acompañen el discurso y faciliten la comprensión. Por ejemplo, indicar gestualmente una medida o distancia, señalar una dirección, describir un ritmo o estirar dos dedos de la mano en el momento en que se dice que se presentarán dos ideas clave.
- Evitar los tics gestuales en los que se cae a veces por nerviosismo: jugar con el bolígrafo o con el anillo, apartarse el pelo, colocarse bien las gafas, etc.
- Hacer movimientos pausados, evitar los movimientos bruscos. Evitar dar la espalda al auditorio.

2. Mirada

Una mirada efectiva tiende puentes de comunicación con el auditorio: tiene más posibilidades de captar y mantener la atención, hacer llegar el mensaje y obtener un feedback para adaptar el discurso al auditorio.

- Repartir miradas entre el público para conseguir que todos se sientan mirados, evitar concentrar la mirada en una zona de la sala u observar siempre a los mismos interlocutores.
- Combinar los diferentes tipos de mirada durante la exposición: radar o panorámica, láser o focalizada y espejo o receptora de la respuesta visual del público. Adaptar el discurso a los movimientos o reacciones que se observen en la audiencia.
- Optar por una mirada franca, es decir, con los ojos abiertos, mirando a los asistentes a la cara. Una mirada apagada, con los ojos caídos, genera apatía y una mirada que se desvía cuando coincide con la de una persona del público muestra inseguridad.
- No mirar al vacío, al suelo o al techo, si no es con un propósito determinado. Evitar perder el contacto visual porque se esté leyendo el guion o se esté pendiente de las diapositivas del programa de presentaciones.



3. Volumen y entonación

El papel de la voz es clave para conectar con el auditorio, hacerle llegar un mensaje con claridad, mantener su atención e incluso transmitirle emociones.

— Tomar mentalmente las medidas de la sala para conseguir que la voz llegue con un volumen adecuado tanto a las personas situadas en las primeras filas como a las que están más alejadas. En caso de duda, conviene preguntar a los asistentes si oyen bien al orador cuando habla.

— Evitar una entonación monótona y poco variada; por ejemplo, alternar frases enunciativas con frases exclamativas e interrogativas, o subrayar con la voz las palabras clave del discurso.

4. Ritmo y pronunciación

El buen orador debe tener en cuenta el poder expresivo de su voz y procurar transmitir entusiasmo por la temática que expone.

— Emplear el ritmo idóneo para facilitar el seguimiento del discurso. Un ritmo demasiado lento provoca sensación de monotonía y un ritmo demasiado rápido denota nerviosismo.

— Ralentizar en los momentos clave y utilizar pausas que remarquen palabras o separen las ideas: refleja seguridad y permite mantener o recuperar la atención del auditorio.

— Pronunciar las sílabas de las palabras con claridad; evitar la pronunciación descuidada de los sonidos.

5. Vestuario

El vestuario debe corresponderse con la personalidad del orador, y también con el propósito, el registro y el contexto de la exposición.

— Llevar un vestuario que tenga en cuenta el contexto en que se produce la exposición, sin renunciar a la personalidad propia. Por ejemplo, los zapatos de tacón alto y las corbatas o, en el otro extremo, los pantalones rasgados pueden sorprender en un contexto en el que no sean habituales.

— Llevar un vestuario que ayude a proyectar la presencia del orador, teniendo en cuenta el efecto que pueda producir en el auditorio.



Lenguaje verbal: Sólo un 35 % de la información que se transmite en una exposición oral proviene del lenguaje verbal.

6. Orden y estructura

Una exposición que tiene un orden y una estructura que el público puede percibir es más fácil de seguir, de entender y de recordar.

— Organizar el discurso en partes. La organización más clásica es: introducción, desarrollo y conclusión, pero existen otras que pueden ser igualmente efectivas.

— Seguir un itinerario expositivo para evitar un discurso denso o desordenado. El orden puede seguir diferentes criterios:

- Importancia (¿cuál es la información más importante?, ¿cuáles son las ideas secundarias?)
- Lógica (¿qué datos o conceptos debe conocer en primer lugar el auditorio?)
- Cronología (¿qué es lo que pasó en primer lugar?)
- Interés (¿qué tema interesa más a la audiencia?)
- Zoom: *zoom in* (de la visión general a los detalles), *zoom out* (a la inversa)

— Emplear conectores discursivos, es decir, palabras que organicen, relacionen y cohesionen las ideas y partes del discurso. Por ejemplo:

Para empezar intervenciones: *El objetivo de esta exposición es... / Hablaré en primer lugar de... / De entrada...*

Para introducir incisos o ejemplos: *Por ejemplo... / Como en el caso de... / Recordemos, en este sentido, que...*

Para estructurar el discurso: *En primer lugar... / En segundo lugar... / Por un lado... Por otro lado... / Finalmente...*

Para retomar un tema: *“Volviendo a lo que hemos visto al principio... / Decía que... / Señalaba que...*

Para establecer relaciones lógicas: *Por consiguiente... / Esto demuestra que... / Deducimos por tanto que...*

Para concluir: *“Tratemos, finalmente, el último aspecto... / En resumen... / Resumiendo... / Para terminar... / En conclusión...*

— Utilizar expresiones de lugar y de tiempo que ayuden a situarse en la estructura del discurso. Por ejemplo: Ya hemos visto... / Hablemos ahora de... / Veamos primero, [...] y comentemos a continuación [...]

— Repetir información que ya se ha dado y ligarla a información nueva para dar fluidez al discurso. Por ejemplo: Si hasta ahora hemos visto..., ahora veremos... / Esto tiene relación con lo que comentábamos antes...



7. Vocabulario

El léxico empleado en una exposición varía en función del tema, la audiencia, el grado de formalidad y el propósito comunicativo.

- Elegir un léxico que se adecúe al tema del discurso, a los conocimientos de la audiencia, al grado de formalidad y al propósito de la comunicación.
- Utilizar los términos técnicos con propiedad. Por ejemplo, *reglamento* es más preciso que *normativa* y, al mismo tiempo, es un término comprensible para una amplia gama de audiencias.
- Utilizar los extranjerismos de forma consciente. Por ejemplo, el uso de un término en inglés en un discurso en castellano puede servir para reforzar una idea, pero también puede parecer presuntuoso o descuidado. Hay que valorar la conveniencia de su uso en cada caso.
- Evitar las palabras multiuso que se utilizan cuando el orador no encuentra la palabra adecuada. Por ejemplo, *cosa*, *tema*, *eso*, *la cuestión de*, *problemática*, etc.

8. Sintaxis

Construir frases breves y sencillas hace el mensaje más claro y comprensible.

- Evitar las frases muy largas, que en un discurso escuchado pueden ser más difíciles de seguir que en un texto leído.
- No abusar de las muletillas, ya que pueden terminar convirtiéndose en tics lingüísticos. Algunas muletillas comunes son: *o sea...*, *entonces...*, *por tanto...*, *quiero decir...*, etc.
- Controlar el uso de los comodines fonéticos: *aaa...*, *emmmm...*, etc.

9. Claridad y concisión

Un discurso es claro y conciso cuando los destinatarios pueden entender sin dificultades las palabras y las construcciones que se utilizan, y además, no sobran elementos.

- Adecuar el registro lingüístico al contexto de la comunicación. No es lo mismo decir que “Se encontró un arreglo al jaleo causado...” (registro informal), que “Se encontró una salida pactada al desacuerdo causado...” (registro formal).
- Adecuar la terminología a la audiencia y al conocimiento que tiene del tema, con objeto de construir una exposición comprensible, amena y eficaz. Por ejemplo, en un contexto académico el uso de terminología especializada suele ser un elemento imprescindible para presentar y transferir conocimientos con rigor.
- Evitar contenidos superfluos y obvios, así como explicaciones innecesarias.



10. Densidad informativa

Un discurso sobrecargado de información puede ser pesado y difícil de asimilar.

— Aligerar el discurso para hacerlo fácilmente asimilable, ya que en una exposición oral en directo, el receptor tiene menos recursos para seguir el discurso que en un texto escrito: no puede volver atrás, ni elegir la velocidad con la que recibe el texto, etc.

— Repetir palabras o frases para enfatizar una idea. Por ejemplo: *Los importadores garantizan al productor un precio justo, independientemente de las fluctuaciones del mercado. Y, además de garantizar un precio justo, los importadores también facilitan créditos a bajo interés y a largo plazo.*

— Utilizar marcadores de importancia que destaquen términos o ideas del discurso para que los receptores se den cuenta de su relevancia. Por ejemplo: *Es muy importante que quede clara la diferencia entre el comercio justo y el comercio convencional.*

— Utilizar preguntas retóricas para que aligeren la información, comporten un cambio de tono en el discurso y otorguen una dinámica de conversación. Por ejemplo: *¿Cuáles son las funciones de las tiendas de comercio justo? ¿Se limitan a vender, como las tiendas tradicionales, o tienen alguna otra función? Bien... las tiendas de comercio justo son puntos de venta, claro, pero también de sensibilización y difusión del comercio justo.*

— Jugar con la expresividad de la voz para evitar explicaciones densas y de tono monótono. Por ejemplo, enfatizar con la voz las palabras clave del discurso.

Interés y eficacia: Para captar y mantener la atención del auditorio, hay que usar con eficacia el lenguaje verbal y el no verbal.

11. Medios de apoyo

El uso de presentaciones de diapositivas, vídeos, documentos impresos u otros medios de apoyo sirve para atraer la atención, ejemplificar, explicitar la estructura del discurso y hacer comprensibles conceptos complejos.

— Utilizar medios de apoyo adecuados a las condiciones de la sala.

— En caso de utilizar medios audiovisuales, seleccionarlos teniendo en cuenta su finalidad. Por ejemplo, una presentación de diapositivas puede ayudar a seguir el hilo del discurso o un vídeo puede servir para ejemplificar una idea.

— Utilizar un tamaño adecuado para que las imágenes y las letras puedan verse bien desde toda la sala, y un volumen de audio que haga posible escucharlo con claridad.

— También es importante seleccionar una tipografía adecuada. Por ejemplo, la tipografía Sans Serif o de palo seco (Arial, Lucida, Verdana...) se lee mejor en pantalla que la Serif (Times New Roman, Garamond...).



- Titular imágenes, gráficos y tablas y acompañarlas de una fuente que certifique su validez.
- Procurar la unidad de estilo en los medios de apoyo: tipo de letra, colores etc.
- No abusar de las transiciones y animaciones que distraigan al público.
- Saber cómo se indicarán los diferentes puntos de la exposición: con el puntero del ratón o con un puntero láser.
- Comprobar *in situ* que todo funciona correctamente y que se sabe utilizar. Por ejemplo, asegurarse de que están instalados los programas que se necesitan, que el sonido está activado, que el cañón está conectado, que hay puntero si se necesita o hay que pedirlo, etc.

12. Conclusión

La conclusión es importante porque es la que da respuesta de una manera precisa a las preguntas, hipótesis u objetivos que han originado la exposición.

- Relacionar directamente cada conclusión con las preguntas, las hipótesis o los objetivos iniciales y emplear conectores para introducirlos. Por ejemplo: *En resumen... / Para terminar... / Finalmente...*
- Formular cada conclusión de manera clara, breve y directa. Por ejemplo, utilizar preferentemente verbos antes que sustantivos, y la voz activa antes que la pasiva, evitar generalizaciones y relaciones causa-efecto poco claras.
- Causar una impresión duradera. Un recurso recomendado para lograr este objetivo es acabar el discurso con una fórmula de cierre: preguntas abiertas sobre el tema, proyecciones de futuro, etc.

13. Dominio del tema

Estudiar con profundidad el tema que centra la exposición ayuda a construir un discurso propio y a adquirir seguridad.

- Consultar fuentes documentales de referencia y construir un discurso propio mediante el análisis de discursos ajenos para ver hasta qué punto se está de acuerdo o se discrepa.
- Ser riguroso en la elección y explicación de las ideas principales y de los conceptos clave.
- Construir argumentos sólidos para justificar un punto de vista determinado y citar las fuentes de las ideas, los datos o los fragmentos de textos de otros para evitar el plagio.
- Mostrar seguridad en las respuestas a las posibles preguntas; hay que escucharlas con atención, y pensar las respuestas con calma. En caso de no saber contestar alguna pregunta conviene explicar por qué razón se deja sin respuesta y pedir al interlocutor la posibilidad de responderle en otro momento.



14. Atención e interés

Para conectar con el público, hay que hacerle participe de la comunicación y, en la medida de lo posible, adaptar el discurso a sus reacciones.

- Preparar el guion del discurso concretando el objetivo, recopilando el máximo de información sobre los conocimientos y expectativas de los receptores, sabiendo exactamente qué se quiere decir y decidiendo una estructura clara y ordenada para la exposición.
- Elegir bien las primeras palabras para captar desde el principio el interés del público.
- Memorizar las ideas principales y el orden de su exposición, que deben servir como hoja de ruta.
- Crear un clima favorable, que se puede conseguir utilizando el humor de forma dosificada, creando expectativas sobre el tema de la exposición (por ejemplo, formulando preguntas que se responderán más adelante), explicando anécdotas, etc.
- Desarrollar un discurso claro, preciso, ordenado y explicitar su estructura con palabras que ordenen y conecten partes del discurso. Por ejemplo: *En primer lugar... / Como acabamos de demostrar... / Más adelante veremos...*
- Observar los movimientos de la audiencia para comprobar si el público está atento o aburrido y, si fuera necesario, adaptar el discurso para captar su atención.

15. Tiempo

El tiempo de atención activa del receptor es limitado. Para distribuir el tiempo con lógica y eficacia es recomendable ensayar el discurso días antes de la presentación.

- No sobrepasar ni reducir el tiempo establecido.
- Distribuir el tiempo con lógica y eficacia. Por ejemplo, se puede planificar una distribución como la siguiente: dedicar a la introducción el 10 % del tiempo, invertir en el cuerpo del discurso un 70 % y prever un 20 % del tiempo para presentar las conclusiones.

Tarea:

Expone contenidos de textos vinculados a su programa estudios (grupala)

