

# Public speaking

Nombre: Jordan Jair Baldeon Alcedo

ID : UB67648BF176775

Especialidad: Bachelor in Finance

Asesor: Lic. María del Socorro Ortega Gómez

# ÍNDICE

Introducción-----	-----
• Objetivos generales.....	4
Lección 1: Requerimientos previos-----	-----
• 1.1. Ambientes y escenarios .....	5
• 1.2. La audiencia .....	5
• 1.3 Contexto.....	5
• 1.4 Control del tiempo.....	6
• 1.5 Uso del pódium.....	6
Lección 2: Análisis y preparación del discurso-----	-----
• 2.1 Discurso.....	7
• 2.2 Planeación del discurso .....	8
• 2.2 Comprensión y palabras claves.....	9
• 2.3 Memorización con asociación de imágenes.....	9.
Lección 3: Fonación y forma del discurso -----	-----
• 3.1 Respiración diafragmática .....	10
• 3.2 Fonadores y resonadores .....	10
• 3.3 Fonación y articulación de vocales .....	10
• 3.4 Fonación y articulación de consonantes .....	11
• 3.5 Gesticulación .....	11
• 3.6 Forma del discurso .....	11
• 3.7 Intensidad de la voz: volumen y proyección .....	11
• 3.8 Uso del micrófono .....	12
Lección 4: Orador y audiencia-----	-----
• 4.1 Atrapando la audiencia .....	13
• 4.2 El uso del espacio .....	13
Lección 5: Muletillas -----	-----
• 5.1 Muletillas verbales.....	14
• 5.2 Muletillas corporales.....	14
Lección 6: Venciendo el miedo-----	-----
• 6.1 Confianza y seguridad para vencer los nervios.....	15
• 6.2 Elevando la seguridad y liderazgo .....	15

Lección 7: Presencia y proyección -----	
● 7.1 Contacto visual.....	16
● 7.2 Lenguaje corporal.....	16
● 7.3 Buena presentación.....	17
Lección 8: Apoyos -----	
● 8.1 Apoyos visuales y adicionales.....	18
● 8.2 Humor en el discurso .....	18
Lección 9: Cortesía y modales -----	
● 9.1 Cortesía presencial y virtual.....	19
Lección 10: Cierre -----	
● 10.1 Retroalimentación.....	19
Conclusión.....	20
Referencias.....	22

# INTRODUCCIÓN

## Objetivos generales

- Analizar los fundamentos, estrategias y técnicas para hablar en público
- Reconocer los requerimientos previos, necesarios para hablar en público, tales como la identificación y recreación de ambientes, análisis de la audiencia

**Orador inteligente:** cuando el mensaje que quería transmitir llegó de forma placentera a la audiencia, ósea fue bien recibido. También nos referimos a un buen orador cuando provocó una gran reflexión a su audiencia.

**La oratoria:** tiene como **función primaria la preparación personal para la comunicación presencial** y refiere a adquirir **conocimientos sobre el proceso para la construcción de un mensaje y saber las técnicas para su transmisión oral.**

## Cualidades de la Oratoria

- ★ Anhelos de expresión: tener la necesidad de transmitir un mensaje al público
- ★ Inteligencia lúcida: **contar con mucha información sobre nuestro tema y oyentes**
- ★ Sensibilidad: ser sensibles con nuestro público, así como a sus preferencias. (no podríamos hablar sobre deportes a una comunidad religiosa por ejemplo)
- ★ Imaginación: idear un contexto de las acciones que estamos narrando. (si hablamos de una playa, un punto en la historia, etc.) pensar como si estuviera pasando y tratar de llevar a nuestra audiencia a ese escenario imaginativo.
- ★ Memoria: recordar todo nuestro discurso, o un esqueleto de él.
- ★ Buena voz: hacer variaciones en el tono de voz, dependiendo del mensaje que queremos transmitir. Si es una advertencia o unas disculpas por ejemplo.

## **Lección 1.- REQUERIMIENTOS PREVIOS QUE DEBEMOS CONOCER**

### **1.1 Tipos de Ambientes**

Emocionales: creados a partir de la presencia del orador o por el contexto escenográfico, pueden generar: tristeza, duda, alegría, etc.

Espaciales: depende de lo físico, social y demográfico. pueden ser escolares, laborales, virtuales o televisivos.

### **1.2 La Audiencia o Receptor**

Requiere un acercamiento para compartir ideas, dialogar y reflexionar. También es necesario tener ambiente gentil, espacios bien determinados y con condiciones óptimas de sonido e iluminación

El interlocutor no es un enemigo: no está para regañar sino para enseñar, ya que su **objetivo es convencer de forma empática a la audiencia**. Tanto los receptores como el orador merecen respeto y tolerancia a sus opiniones.

**APRENDAMOS A ESCUCHAR!!**, “Creerse perfecto y actuar como tal es la mejor manera de no serlo.” Denis Diderot, siglo XVIII

¿Qué hacer si se trata con una audiencia difícil?

Una persona maleducada, impaciente y agresiva es una persona difícil que intenta desviar nuestro discurso y nuestra paciencia. **Debemos mantener la calma identificando a este tipo de individuos y poniéndolos al descubierto.**

### **1.3 Contexto y Escenarios**

Hay que reconocer los elementos externos que influyen en la comunicación con la audiencia. **El contexto es el ambiente ya sea físico o emocional, que envuelve el contenido del mensaje**; el emisor cumple con una función explicativa a través de ideas o emociones, mientras que el receptor cumple con la función apelativa en escuchar el mensaje y sacar una conclusión.

Otra parte importante del mensaje es el código, que **requiere de un lenguaje unificado entre emisor y receptor**; ambas partes deben estar en un contexto o ambiente similar. Y el canal es la vía por la que viaja el mensaje, sea escrito u oral.

Tipos de contexto: Situacional, del tiempo o coyuntura; Físico, de espacio o lugar y Cultural, conjunto de conocimientos, experiencias y actuaciones de una comunidad

## 1.4 Control del Tiempo

10 reglas para el manejo de los tiempos en las ventas:

1. Planificar con precisión el uso de tiempo en cada venta.
2. Ser ecuánime, evitar reaccionar de inmediato.
3. En la actividad de ventas, establecer diariamente prioridades.
4. Evaluar constantemente la eficacia de lo que uno hace.
5. **Identificar las cosas que hacen perder tiempo y eliminarlas.**
6. Agrupación de actividades similares.
7. Utilización de estrategias apropiadas al potencial de cada cliente.

Todo esto aplicado en la Oratoria, nos ayuda a planear nuestro discurso y a que este sea percibido de mejor manera, es decir, más ordenado y claro. Además evitamos momentos improvisados durante la charla o diálogo.

## 1.5 Uso del Pódium

Objetivo: Reconocer el contexto espacial del emisor y valorar su importancia en hablar en Público

Considerando que hablar en público sugiere un análisis del entorno tanto del emisor como del receptor, la recreación de un espacio o lugar para dirigirse al destinatario, es de suma importancia. (en este caso hablamos del pódium).

**La postura adecuada es con las manos dentro o detrás del pódium**, sin embargo sujetar por los bordes connota aburrimiento y nerviosismo. La Oratoria es un medio para expresar de la mejor manera cualquier idea.

Pero no sólo se trata de pararse y decir algunas palabras; ya que no podemos pasar por alto puntos relevantes como el lenguaje del cuerpo, la energía de la voz y la secuencia de oraciones. El Podium no es imprescindible, es tan solo una herramienta que complementa al orador y puede beneficiarlo o no.

## Lección 2.- ANÁLISIS Y PREPARACIÓN DEL DISCURSO

### 2.1 El Discurso

Objetivo: Analizar y estructurar un discurso

Es lo que dice el orador, quien lleva de una u otra manera el control del público.

**Lo primero es identificar bien lo que se quiere decir**, el tema se debería concretar con una sola palabra, pero si es demasiado genérico, se debe concretar más.

El asunto se precisa según:

1. La capacidad y los conocimientos del orador.
2. El nivel cultural del auditorio.
3. Los intereses actuales del público concreto.

**Lo segundo es establecer las ideas secundarias y auxiliares**, que acompañan y complementan nuestro tema principal, por si llegamos a necesitarlas. Estas pueden ser usadas para responder dudas de la audiencia o complementar una tema específico que no haya sido entendido con total claridad.

*“Nadie es dueño de la verdad total. La verdad total se compone de pequeñas verdades que pertenecen a todos ”*

Denis Diderot

*“El secreto de hablar no consiste en vomitar palabras. **Consiste en decir cosas interesantes y con sustancia, usando la menor cantidad de palabras.**”*

George Bernard Shaw

*“Un empresario tiene dos clases de enemigos entre sus propios colaboradores. Una, la de los que se equivocan y hacen perder dinero. **Otra, la de los que hablan demasiado y hacen perder tiempo.** Estos últimos son los peores, porque el dinero perdido se recupera, pero el tiempo perdido no.”*

Henry Ford

Para concluir este capítulo, aquí unas recomendaciones:

- A. Ir directamente al grano, evitar introducciones extensas
- B. Ser concisos y tratar de sintetizar las ideas**
- C. Tratar de dejar a un lado detalles muy irrelevantes

## 2.2 Planeación del Discurso

Objetivo: Planear un discurso por escrito

### Tipos de discursos :

- ❖ Los subjetivos: Literarios, narrativos, periodísticos y cotidianos.
- ❖ Los objetivos: Jurídicos, Administrativos y Científicos.

No obstante, sea cual sea el tipo, hay una estructura que va a prevalecer:

**Principio, Cuerpo y Final**. También es común utilizar la técnica circular; que se refiere a abrir el tema central, luego ir por los temas secundarios y complementarios, **para finalmente regresar al tema central en forma de conclusión**.

El principio del discurso debe lograr estos objetivos:

1. Conquistar la atención del público y motivar su interés por el tema
2. Anunciar el tema

En el cuerpo se debe evitar:

1. Encerrarse en un solo método expositivo: **hay que buscar nuevos recursos de acuerdo a nuestro gusto personal y a las preferencias de la audiencia**
2. Abusar de los recursos audiovisuales actuales
3. Alargar sin necesidad las instrucciones o explicaciones secundarias
4. Buscar alabanzas y aplausos

El fin es de suma importancia:

Porque **provee tranquilidad absoluta el saber adónde y cómo llegar**. El final puede incluir un efecto deseado; si es de carácter académico, se puede concluir con una breve síntesis o al menos con una frase que resuma el objetivo del discurso.

Considérense las siguientes posibilidades si:

1. Queremos provocar una actitud, se puede concluir con un argumento emotivo
2. El propósito es una acción, podemos decirlo explícitamente
3. Si planteamos un problema, **deberíamos invitar a los oyentes a elaborar sus propias conclusiones o soluciones**

## 2.3 Comprensión y Palabras Claves

### Comprensión

El ser humano muchas veces vincula sus ideas con el sentido de la vista, en tal caso podemos señalar a los signos, gráficos, caracteres o ilustraciones como recursos para memorizar partes del discurso. En muchos casos, un buen esquema a base de líneas, palabras, letras claves, flechas, etc. Puede ser más provechoso para el orador, que toda una página de explicaciones redactadas íntegramente.

Es mucho más fácil asociar signos o palabras a temas concretos que memorizar todo un párrafo explícitamente.

La escritura es un auxiliar al que los oradores recurren de varias formas según sus preferencias. Unos escriben íntegro el discurso, otros preferirán solo un esquema de signos o palabras clave que le sirva de guía en la sucesión de las ideas.

### Palabras claves

Dependiendo del tipo de público, **conocer las palabras claves que ellos asocian con ciertas ideas es muy beneficioso para el orador, pues podemos apoyarnos en estas para mejorar la comprensión de nuestro mensaje.** Estas son palabras asociadas al tema central y a los subtemas del mensaje. Es decir, que dentro de un mismo discurso se pueden extraer cientos de palabras claves.

Además, el público usualmente busca información relacionada sobre el tema que se va a exponer. Siempre debemos suponer que hay expertos y no expertos dentro de la audiencia, o en ciertos casos se pueden hacer preguntas previas para analizar el conocimiento de la misma sobre el tema que vamos a exponer.

## 2.4 Memorización con asociación de imágenes

La memoria es una capacidad innata que sirve para el entendimiento . **El orador necesita la memoria para tener presente los temas y el orden de los mismos**, o cualquier elemento que no pueda colocar en papel, sin detrimento del buen efecto de la comunicación. En otras palabras, leer no es una opción, a menos que queramos citar un párrafo.

La RAE define mnemotecnia como “procedimiento de asociación mental para facilitar el recuerdo de algo”. Gracias a esto **podemos utilizar imágenes para asociarlas a ideos o temas concretos**, sin embargo no hay que confundir estudiar con memorizar, ya que no son necesariamente lo mismo.

## Lección 3.- FONACIÓN Y FORMA DEL DISCURSO

### 3.1 Respiración Diafragmática

Todos tenemos en nuestro modo de hablar buenas cualidades que hacen agradable nuestra voz . Pero también tenemos cosas negativas o por mejorar, que molestan a quien nos oye y es muy común que no seamos conscientes de ellas.

**Para hablar en público hay que aprovechar las buenas cualidades y corregir los defectos de nuestra habla**, porque estos pueden arruinar nuestro discurso. Hoy en día con ayuda de la grabadora de voz, podemos escucharnos miles de veces y corregir los aspectos negativos de la misma.

Los defectos pueden provenir de la emisión de los sonidos o de la pronunciación de las palabras. Hay que aprender a ser conscientes del ritmo de la respiración, un buen ejercicio para lograrlo es dejar salir el aire en una espiración larga y controlada; y luego hacerlo de nuevo pronunciando frases de diversa longitud. El orador observará que cuando respira correctamente, su voz suena más agradable.

La explicación es que **la emisión de los sonidos debe empezar en el fondo de los pulmones y debe hacerse sin esfuerzo** para conseguir aguantar charlas muy extensas sin fatigarse demasiado.

### 3.2 Fonadores y Resonadores

El sonido humano articulado resulta de la vibración de las cuerdas vocales producida por la presión del aire que se exhala, es por eso que **si controlamos la salida de aire de nuestros pulmones, podremos alargar la duración de nuestro discurso sin fatigarnos**. Los resonadores son cavidades de la cabeza que funcionan como amplificadores de la voz y que le dan un timbre particular.

### 3.3 Fonación y Articulación de Vocales

**Fonación:** Es la emisión de la voz. Ocurre con el aire que viene de los pulmones

**Articulación:** Posiciones de los articuladores para producir un sonido determinado

El Aparato Fonador produce fonemas, es decir, los sonidos mínimos que distinguen una palabra de otra en una lengua específica como **p**ala y **s**ala en el español.

Cuando articulamos los sonidos vocálicos, el aire no encuentra obstáculos en su salida desde los pulmones al exterior. Así que no deberíamos preocuparnos.

### 3.4 Fonación y Articulación de Consonantes

A diferencia de las vocales, en las consonantes si hay obstáculos más o menos grandes que impiden salir correctamente el aire desde los pulmones al exterior. Existen ciertos factores que debemos tener en cuenta para clasificarlos:

Zona o punto de articulación: depende del lugar donde se produce el sonido

Actividad de las cuerdas vocales: depende si las cuerdas vocales vibran o no.

Actividad de la cavidad nasal: . Si al producir sonidos, parte del aire pasa por la cavidad nasal, los sonidos se llaman nasales y si no, se llaman orales.

### 3.5 Gesticulación

Los **gestos** son formas de comunicación no verbal que se producen por el movimiento de las articulaciones, músculos de los brazos, manos o partes de la cabeza, tales como **labios, ojos, lengua o fosas nasales**.

Mediante los gestos se pueden **expresar gran variedad de sensaciones**, pensamientos y estados de ánimo, que **refuerzan y enfatizan el contenido del mensaje** que estamos transmitiendo, mostrando, de esta manera, aprobación, afecto, disgusto, hostilidad o cualquier símbolo afectivo.

### 3.6 Forma del Discurso

Todo lo expuesto viene a evidenciar una circunstancia que se estudia en algunos cursos de comunicación pero que parece desconocerse por el gran público: **la mayor parte de nuestra comunicación es corporal y no verbal**

### 3.7 Intensidad de la Voz: volumen y proyección

El orador es como el corredor atlético: necesita aprender a respirar, porque hablar en público implica un esfuerzo que requiere entrenamiento, sino se quiere que resulte agotador.

### 3.8 Uso del Micrófono

El micrófono, que transforma las vibraciones sonoras en oscilaciones eléctricas, proyecta la voz humana a grandes distancias y **permite que miles de personas oigan claramente la voz de un orador, no importa qué lejos él esté y cuán débil sea su voz.**

Además gracias a los modernos adelantos tecnológicos, este consigue corregir o disimular casi a la perfección los defectos de tono y de volumen corrientes en muchos oradores y expositores. Sin embargo, para las personas inexpertas puede convertirse en un gran problema si no saben usar adecuadamente la sensibilidad del mismo.

Las recomendaciones son las siguientes:

- Hablar de forma natural
- Pronunciar claramente
- **Mantener una distancia media con el micro** (no acercarse ni alejarse mucho)
- No tocar el micro, si queremos probarlo lo mejor es simplemente hablar
- Alejarse del micrófono o aproximarse a él puede ser un buen procedimiento para subrayar la intención o la fuerza de una frase específica.

## Lección 4.- ORADOR Y AUDIENCIA

### 4.1 Atrapando la Audiencia

Si bien es importante el uso correcto del micrófono, no debemos dejarnos absorber por el aparato y olvidarnos que nuestro mensaje va dirigido a una audiencia. Esto trae como consecuencia la despersonalización del orador, **en el sentido que omitimos las reacciones que el auditorio pueda tener de nuestras palabras** y pronunciamos un relato frío o mecánico. Que no empatiza con las personas oyentes, pues el discurso no cuenta con el suficiente “calor humano”

La despersonalización también nos aísla del público psicológicamente, impidiéndonos establecer un contacto profundo con los oyentes, a través de la mecanización por objetos como el micro, mensajes grabados, televisoras, etc

Concluimos:

- Un **objetivo clave de la oratoria es mantener a la audiencia intrigada y ansiosa**
- Es importante tomar en cuenta las actitudes de confianza, optimismo y empatía.
- Para retener la atención del oyente es recomendable tratar de conversar de forma natural con un respectivo contacto visual directo.

### 4.2 El Uso del Espacio

El espacio es aquel lugar destinado para que el orador se comunique con una audiencia; está directamente relacionado con los ambientes **físicos y emocionales**.

La función del espacio dependerá del tipo de discurso o el rigor de la circunstancia. **El correcto uso del ambiente contribuye en “atrapar el interés del público”.**

➤ A continuación, ejemplos de espacios y uso de los mismo para una oratoria:

**Espacio cerrado y pequeño** = orador se mueve cerca de la audiencia sin olvidar que él lleva la dirección o administración de la información.

**Espacio cerrado y amplio** = podemos desplazarnos hacia el público solo si tenemos bien memorizado el desarrollo del discurso. (el podium no es necesario)

**En un espacio abierto** = permite el desplazamiento del orador, sin embargo, requiere de un podium y el control de mucha información.

Se concluye que el contexto influye en el uso del espacio. Esto debe ser analizado con anterioridad, teniendo en cuenta también los gustos personales del orador.

## Lección 5.- TIPOS DE MULETILLAS

### 5.1 Muletillas Verbales

Ciertos conferencistas o oradores repiten una frase o palabra, hasta el cansancio. Eso es una muletilla verbal y **se utilizan para llenar el discurso cuando faltan ideas**, es más frecuente en personas nerviosas, que suelen leer poco y con un vocabulario limitado. Estos son los dos pilares del arte de hablar en público son :

- ideas claras y precisas del tema
- **conocimiento experto del idioma**

El desconocimiento al usar conjunciones, preposiciones, adjetivos, etc. Puede conducir a caer en falacias o confusiones para la audiencia. Daniel Colombo, *Master Coach especializado en alta gerencia* ; recomienda: **hacer un pausa cuando estés a punto de decir una muletilla, enfocar nuevamente la idea y continuar.** También aconseja leer para enriquecer nuestro vocabulario, así como escuchar el feedback.

### 5.2 Muletillas Corporales

En la vida cotidiana, usamos el rostro y las manos para “hablar”. Con gestos y ademanes complementamos nuestro discurso, hasta podemos sustituir algunas palabras. Hablamos también con el rostro, las manos, los ojos y el cuerpo. Estas son algunas de la muletillas corporales más repetidas:

- desviar la vista ante el interlocutor
- asentir la cabeza ante cada frase escuchada
- sonreír indiscriminadamente
- rascarse la sien o el cabello

**La manera más práctica de descubrir cuáles son nuestras muletillas corporales para eliminarlas; es grabarnos hablando en público y luego analizar esa grabación.**

#### Otros vicios:

1. Hablar demasiado rápido o despacio
2. Mascullar las palabras.
3. Dejar frases a medias, omitiendo palabras enteras.
4. Uso de barbarismos

## Lección 6.- VENCIENDO EL MIEDO

### 6.1 Confianza y Seguridad para vencer los nervios

La timidez es un sentimiento bastante profundo que parece inseparable de la oratoria. Un número muy elevado de los hablan en público experimentan esta sensación cada vez que tienen que hacerlo, con rarísimas excepciones.

#### ¿Qué es lo que provoca la intimidación?

- Temor por el auditorio, al ver a tanta gente al frente y lo que puedan pensar.
- Que fallen el micrófono, proyector, u otros mecanismo.
- Las cámaras, pues cualquier error será grabado.
- El mismo hecho de tener que expresar nuestras ideas mediante el habla.

**Así concluimos que la mejor forma de combatir los nervios es conocer muy bien nuestro discurso y practicarlo a menudo.** Ya que nuestro temor por hablar en público proviene de la responsabilidad que tendremos acerca de nuestro discurso y de las implicaciones que este traiga. Cuando decimos algo a solas o en nuestra mente, podemos expresar literalmente lo que queramos. Sin embargo, cuando tenemos a gente delante, somos responsables de esas palabras.

### 6.2 Elevando la Seguridad y Liderazgo

La timidez controlada tiene efectos favorables muy positivos:

1. Supone y **mantiene el respeto al público.**
2. Obliga a prepararse lo mejor posible.
3. **Modera la seguridad presuntuosa** que molesta mucho al auditorio.

Recursos para tratar la timidez al dar un discurso: No hay porqué justificar nuestra timidez y ya; sino recordar que **todos sienten nervios a vísperas de un discurso.**

También es importante **estar convencidos de la relevancia de nuestro mensaje** y que el público que está allí también lo aprecia.

Estas recomendaciones combinadas con información clave acerca del público, nos ayudarán a disminuir el temor en expresarse, debido a que generamos un vínculo con nuestros oyentes.

***“El miedo es la más grande discapacidad de todas”***

**Nick Vujicic**

## Lección 7.- PRESENCIA Y PROYECCIÓN

### 7.1 Contacto Visual

Independientemente del tema, **el objetivo mayor para todo orador es que el público se identifique con él.** Entrar en contacto con el público por medio de la mirada es un punto de gran importancia que ayuda muchísimo al orador para retener su atención.

Si su público es suficientemente reducido para poder mirarlo en su totalidad, es una buena oportunidad para hacerlo. Pero como muchas veces eso no es posible debido a la extensión del auditorio, **hay que dar la impresión de estar atentos a todos nuestros oyentes por igual.** No obstante, eso no implica estar girando nuestra cabeza sobre su eje como un trompo.

### 7.2 Lenguaje Corporal



*“El cuerpo humano habla más que la voz.”*

**Marcel Marceau**, artista prestigioso, predica con su propio ejemplo a través de sus espectáculos. Que sin necesidad de decir ni una sola palabra, es capaz de transmitir mucha información a su numeroso público.

Al arquear las cejas demostramos sorpresa; **al bajar la voz al final de una frase significa que ahí termina un punto y que comenzará otra frase;** abrir desmesuradamente los ojos y levantar la barbilla es una forma de preguntar.

### 7.3 Buena Presentación

La forma de presentarse del orador tiene gran importancia. De ello depende que se produzca un acercamiento o un distanciamiento entre el orador y el auditorio. Esta presentación personal incluye básicamente dos cosas:

- a) **Su modo de vestir**
- b) **Su postura física**

En la elección de su indumentaria, es muy importante que usted respete su propia personalidad y sus preferencias.

[¡Hay que asegurarnos que nuestra ropa es cómoda!](#)

Para complementar la indumentaria, podemos lucir más o menos arreglados; sin embargo una correcta postura física, es más que importante para realzar o echar a perder nuestra apariencia.



*Creditos: Hugo Boss Group*

## Lección 8.- APOYOS

### 8.1 Apoyos visuales y adicionales

Usualmente existen una gama de apoyos visuales externos que **pueden contribuir al orador en hacer una presentación impecable** y muy completa.

- Recursos visuales de apoyo:

Proyector, Diapositivas, Laptop, Televisor y reproductor de video.  
Smart Board, Cámaras de video, Micrófono, etc.

- Programas computacionales:

Power Point, VLC Media Player, Genially, Quicktime, OBS Studio, Google Maps, **Cmap tools (muy útil)**, Excel, Word, Navegadores como Google o Safari, etc.

- Ya en casos específicos:

Pizarrón blanco, tripié, Rotafolios, Posters, Imágenes, Mapas, Portafolios, Gráficas, esquemas, mapas conceptuales, etc.

### 8.2 Humor en el discurso

Antiguamente los oradores no empleaban mucho el humor, ya que era considerado algo poco serio o informal. Sin embargo, el mundo ha cambiado y ahora esa percepción es más bien escasa; aun así debemos entender que el humor ha de surgir espontáneamente durante el discurso, en otras palabras **el chiste tiene que encajar en la oratoria y no la oratoria en el chiste.**

Dicho eso, nunca es recomendable hacer bromas mencionando la raza, religión, orientación sexual o algún tema que deteriore la integridad humana.

*“ El humor, el chiste o lo cómico es una vía que los seres humanos tienen para relajar sus tensiones, hacer catarsis y además, entretenerse. Pero **también puede servir para transmitir ideas de una manera diferente**, de modo que estas sean aceptadas y entendidas por el colectivo. Visto de este modo, el humor **se convierte en una herramienta comunicativa y pedagógica** “*

Raquel Flores Buils (Universitat Jaume I )  
José Manuel Gil Beltrán (Universidad de Zaragoza)

## Lección 9.- CORTESÍA Y MODALES

### 9.1 Cortesía presencial y virtual

Como ya lo dijimos en el apartado de seguridad y liderazgo, es esencial impedir el exceso de confianza, a esto debemos sumar reglas básicas como la cortesía.

Este valor **basado en las buenas costumbres y el respeto, es vital para ser inclusivo con audiencias poco amigables o complejas.** Como una multitud joven.

Algunos ejemplos de cortesía:

- Es recomendable **saludar a la audiencia** y dar una breve referencia personal.
- Si se va a hacer contacto visual, evítese señalar a la gente con el dedo
- No ser indiscreto o poner en evidencia a nadie, con lo que dice el discurso.
- Lo mismo aplica para una conferencia a través del internet o la televisión

## Lección 10.- CIERRE

### 10.1 Retroalimentación

Existen tres tipos de feedbacks:

1. **Uno previo al discurso**, emanado de la observación al público.
2. **Al final del discurso**, aquí el auditorio externa sus opiniones y preguntas sobre el tema. Este feedback es muy importante, pues da **oportunidad a recalcar puntos concretos, a través de un resumen y/o conclusiones.** Con esto ayudamos también al interlocutor a retener o aclarar información pendiente sobre la temática.
3. **Después de la presentación y sin audiencia**, con ayuda de un asesor o de una grabación, el orador **analiza el impacto que tuvo sobre la comunidad, así como los aspectos FODA: fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.**

## CONCLUSIÓN

Dejando de lado los conocimientos académicos sobre finanzas o economía, este tema me parece muy importante por una sencilla razón, **la oratoria prepara a las personas para poder comunicar efectivamente sus ideas a los demás.**

El orador tiene como objetivo lograr:

- Que su mensaje llegue de manera placentera a la audiencia.
- Causar una reflexión al público, si lo requiere.

### **Pasos para lograr una buena ponencia:**

1. Primero debemos concretar el tema central y los temas secundarios o auxiliares. Luego debemos **planificar cada parte del discurso según el tiempo total**, también es importante pedir información sobre el público y el ambiente donde se llevará a cabo la presentación.
2. Una vez tengamos listo nuestra planificación, **es recomendable armar un esqueleto por cada punto** que se tocara, lo usaremos como guía durante el evento. A mi parecer las palabras claves, imágenes y citas deben estar en dicha estructura. De igual forma, creo que solo se puede leer una cita o un dato.
3. Por último algunos tips muy concretos:
  - ★ Una **correcta respiración** puede corregir muchos de los errores en el habla
  - ★ Los sonidos se emiten desde los pulmones y sin esfuerzo
  - ★ Los **gestos pueden ser más expresivos** que las palabras
  - ★ El podium, el micro o alguna herramienta solo son complementos
  - ★ No se debe olvidar que nuestros mensajes van dirigidos a seres humanos
  - ★ Si cometimos algún error, procuramos identificarlo y corregirlo con la práctica.
  - ★ Los principales errores son: muletillas, falta de vocabulario, mala dicción
  - ★ Hay que **estar convencido de la importancia de nuestro mensaje**
  - ★ La apariencia también es importante, procuremos buena vestimenta y postura

Para finalizar esta asignatura diré, que **todo proceso de comunicación trae en su interior la posibilidad del conflicto**, pues cada persona interpreta un mismo mensaje de distinta forma. Por lo cual, fomentar la **comunicación efectiva** entre los miembros de la organización, contribuirá a mejorar los procesos productivos y disminuir los posibles conflictos.

También me gustaría agregar, espero que toda esta información me ayude a mejorar mi forma de comunicación, para que los demás comprendan exactamente lo que quiero decir y no se generen conflictos. Sinceramente estoy convencido que muchos de los conflictos que tienen lugar en las organizaciones sociales tienen su origen en una mala comunicación ya que, el mensaje que se quiso transmitir no se comunicó de forma efectiva, haciendo que la otra parte lo interprete erróneamente.

## REFERENCIAS

### 3.5 Gesticulación

*La importancia de los gestos.* (2014, April 3). María Valls Arnau; María Valls Arnau. <https://mvallsa.wordpress.com/2014/04/03/la-importancia-de-los-gestos/>

### 5.1 Muletillas Verbales

Colombo, D. (2018, November 6). *8 trucos para dar un buen discurso (quitando las muletillas).* Entrepreneur. <https://www.entrepreneur.com/article/322900>

### 8.2 Humor en el Discurso

Buils, R. F., & Beltrán, J. M. G. (2014). Reír en serio. El humor en el proceso de enseñanza/aprendizaje de la asignatura de orientación y asesoramiento vocacional. *Revista de Orientación Educativa*, 28(54), 50-70. <https://cutt.ly/FnZYGJV>

### Conclusión

Barros Ospino, Luz (2019). La comunicación efectiva como fundamento en la resolución de conflictos organizacionales. *Consensus (Santiago)- Revista Interdisciplinaria De Investigación*, 3(3), 79-102. Recuperado a partir de <http://www.pragmatika.cl/review/index.php/consensus/article/view/47>