

Ideas prácticas para iniciar un discurso y

captar así la atención de la audiencia

Métete al público en el bolsillo

Salvo contadas excepciones, las personas que son grandes oradores han llegado a serlo gracias a la experiencia. Y hay algo fundamental que se aprende a base de subirse a la palestra: deberás captar la atención de los presentes desde el inicio del discurso. Lo que bien empieza, bien acaba.

El presidente de una compañía en crisis debe dirigirse a sus jefes de ventas. Sale al escenario sosteniendo una sogá en su mano derecha. Mira a su auditorio y dice con voz firme: "Estamos en el fondo de un pozo. Tenemos esta cuerda. Podemos hacer dos cosas con ella: ahorcarnos o emplearla para escalar hasta la superficie. La decisión es vuestra".

Esta es una forma impactante de comenzar una intervención. Como dijo el famoso político británico Winston Churchill, "un buen discurso debe comenzar con fuerza". Por supuesto, esto es muy fácil decirlo, pero lo cierto es que en muy escasas ocasiones se lleva a la práctica con suficiente éxito.

Quizá sea así porque el principio de la intervención resulta el peor momento psicológico para un orador. "Entras en escena, estás nervioso y falto de ritmo. No te has acostumbrado al entorno y los ojos que te observan. No quieres quedarte en blanco ni equivocarte. Puede que el público siga hablando y ni siquiera te mire. Quieres llamar su atención sin hacer el ridículo. Pero no hay que asustarse. Todos llevamos dentro la capacidad de comunicarnos. Si eres

capaz de contar una historia a tus amigos y resultar ameno e interesante, eres capaz de captar la atención del público", asegura José Ballesteros, autor del libro sobre comunicación *El puzzle*.

Por favor, presten mucha atención

Muchos directivos que tienen que hablar en público ante la junta de accionistas o en una convención, consideran que los demás les van a prestar atención sólo por el hecho de ser sus subordinados o colegas. Esto es falso. Así lo demuestra al menos el estudio *El liderazgo en la comunicación interna*, elaborado por el Instituto de Empresa, Inforpress y Capital Humano entre los empleados de 500 empresas del territorio español.

Según el citado estudio, el 78% de los encuestados considera que el principal reto de sus directivos es aprender a exponer sus mensajes y el 35%, aprender a hablar mejor en público. El estudio concluye que los directivos deben cambiar su mentalidad a la hora de comunicar con eficacia sus mensajes.

"El directivo debe dejar de lado el estilo convencional y distante al hablar en público. El objetivo es conectar con ➤

Los buenos oradores saben persuadir a su público incluso antes de pronunciar la primera palabra.

Errores de principiante

Estos son algunos de los errores más frecuentes del orador novato al comenzar su disertación:

> **Palabras rutinarias.** No comiences diciendo cosas convencionales. A los dos minutos tu público estará aburrido y dejará de prestarte atención.

> **Disculpas innecesarias.** Evita las frases tipo "Realmente yo no sé nada sobre este tema", "Espero no aburrirles", "Me perdonarán", "Este tema es un poco árido". Si tú mismo te confiesas tan poco capacitado, ¿qué pensará tu público?

> **Chistes peligrosos.** No comiences con un chiste sobre creencias, religión, sexo, ideología, nacionalismos o cualquier otro tema resbaladizo. Y menos aun, si no tienes gracia para contarlo.

> **Hablar a una sola persona.** Muchos oradores fijan desde el principio su mirada sobre el oyente que le parece más simpático y no mira al resto del público, todos te odiarán: el simpático por puro agobio; el resto, por abandono.

> **Eufemismos incomprensibles.** No utilices el lenguaje político para tus discursos, evita el circunloquio ("insertarse en el marco de una polémica" quiere decir sencillamente "discutir").

> **El cuento que no viene a cuento.** Por mucho que te guste una anécdota, si no te vale, guárdala para otra ocasión.

> **Enrollarse.** La anécdota, ejemplo o relato que te sirve de introducción no puede durar más del 10% del tiempo total de tu intervención. La conclusión ocupará otro 10%, y el desarrollo del tema, el resto. Calcula previamente los tiempos en tu casa. Y procura ser breve, todos los agradecerán.

Todo es empezar Recursos para captar la atención de tu público

Las primeras palabras que pronuncies determinarán el éxito de tu discurso. Si empiezas mal, no captarás la atención ni la simpatía de los asistentes. Las tácticas de los expertos para iniciar una intervención oral se podrían resumir en las palabras de Guy de Maupassant: "Hazme soñar. Hazme reír. Hazme emocionarme. Hazme llorar. Hazme pensar".

> Pregunta <

La pregunta interpela al público, lo vincula inmediatamente con el discurso y estimula su atención. Si hay poca gente, puedes preguntar individualmente o hacer votaciones a mano alzada. Con esto das a entender que te importan las ideas y experiencias de la audiencia, el discurso cambia de ritmo y consigues información adicional que puede ayudarte a centrar el resto de la disertación.

Consejos útiles. La pregunta debe afectar directamente los intereses de la audiencia ("¿Cuántos de ustedes tienen una hipoteca?") o despertar su curiosidad ("¿Sabían cuántos asesinos a sueldo ofrecen sus servicios en España?"). También es muy eficaz la pregunta retórica ("¿Cuántos pequeños empresarios más tendremos que echar el cierre para que el Gobierno cambie su política fiscal?").

> Cita <

Una cita ingeniosa sobre el tema a tratar es un recurso seguro y muy utilizado. Para

elegir la cita adecuada debemos tener en cuenta al público y elegir un autor que conecte con él, que despierte su simpatía o admiración. Por eso, la cita no tiene por qué ser extraída de un clásico. Ante ciertos auditorios es más efectiva la cita de un personaje contemporáneo, o alguien simplemente famoso. También puede ser eficaz un refrán o dicho popular.

Consejos útiles. No recurrir a citas manidas, debe existir cierto elemento de sorpresa. Los expertos recomiendan comprar un diccionario de citas ordenado por temas o recurrir a los sitios de citas y anécdotas de Internet.

> Estadísticas y datos <

"La estadística suele ofrecer datos sorprendentes capaces de sacar de su letargo al más conformista de los oyentes. Además, la estadística es siempre contundente, incuestionable. Habla la estadística y es como si el mismo Dios sentenciara solemnemente", explica Arturo Merayo en *Curso práctico de técnicas de comunicación oral*.

Consejos útiles. Es más eficaz el dato

que sorprende, inquieta o excita la curiosidad del público ("El 45% de los niños ven diariamente escenas violentas en televisión"). También hay que *ayudar* a interpretar el dato ("El año pasado facturamos 50 millones de euros". ¿Es mucho o poco? ¿Es adecuado el crecimiento?, etc.). Para encontrar estadísticas recopila recortes de prensa y documentos oficiales.

> Objeto <

Cuando se toma en la mano una cosa y se levanta para que todos puedan observarla, todos, absolutamente todos, miran. Es muy recomendable cuando nuestro auditorio nos conoce (hablamos ante empleados o colegas con los que comemos todos los días) y, por tanto, se muestra menos proclive a la sorpresa.

Consejos útiles. Cuanto más impactante sea el objeto, más éxito tendrás entre el público. Si hablas de la deforestación, puedes enseñar una foto del Amazonas, pero será más eficaz si sostienes una motosierra en las manos.

> Anécdota <

Podemos comenzar el discurso con un relato en primera

persona que cuente algo que nosotros hemos vivido o presenciado. Esto fortalece la conexión con la audiencia, que recordará experiencias similares. Además, personaliza la disertación, ya que añades algo que nadie más que tú puede añadir. El objetivo es utilizar tu propia experiencia como ejemplo de una experiencia general. Según explica Merayo las mejores anécdotas son "breves y estrechamente relacionadas con el orador, la audiencia y el tema. Y, si es posible, con un toque de emoción".

Consejos útiles. Pregúntate en qué medida te afecta el tema del que vas a hablar y cómo puedes relacionar ese tema con tu vida cotidiana. Si hablas de productos bancarios, quizá puedas contar lo que te ocurrió aquella vez en el cajero automático. Pero recuerda que el discurso no trata sobre ti. Sé breve, sé modesto y rechaza historias que no te ayuden a conseguir tus objetivos.

> Relato <

Puedes empezar con un cuento, una leyenda, un relato de suspense o de humor. Desde pequeños, prestamos atención al relato que comienza con un "Érase una vez..." y a todos, sin duda, nos gustan las buenas historias de ficción. Para servir

como introducción, el relato debe tener una moraleja o interpretación que resulte útil para tu discurso.

Consejos útiles. Es aconsejable la brevedad. Cuanto más largo sea el cuento, mayor tiene que ser el golpe emocional o la gracia. Utiliza el humor con precaución y no ironices sobre creencias, razas, ideologías o cualquier asunto que intuyas pueda molestar a tu audiencia.

> Imágenes <

Utiliza recursos expresivos como metáforas, hipérbolos o comparaciones. Con una imagen que simbolice el objeto de tu charla conseguirás tres objetivos: estimular la imaginación de la audiencia y ayudarles a recordar lo que quieres decir. Es más eficaz decir que "hay altos directivos que se comportan como la avispa africana. Se introducen en el cuerpo de su víctima y lo devoran desde dentro", que "la corrupción de las empresas es un problema muy grave".

Consejos útiles. El oyente se hará una imagen mental de lo que pretendes transmitir. Debes procurar que esta imagen sea certera, sorprendente, ingeniosa y se vincule con el objeto de tu exposición. No dudes en exagerar pero no seas pedante.

Un comienzo impactante consigue captar la atención, persuadir y presentar el tema

► la audiencia. Para conseguirlo, es preciso comenzar con algún recurso impactante que haga participar a los oyentes, que capte su atención y despierte su interés", explica Asun Soriano, directora de Infopress.

El escritor, y también político, Lockwood Thorpe decía que la audiencia se gana o se pierde en las cinco primeras frases. Por esta razón, un comienzo impactante consigue tres objetivos fundamentales para el orador:

Captar la atención. "Al público le cuesta abandonar su mundo interior. Están pensando en lo mal que dejaron aparcado el coche, en las compras que tendrán que hacer a la salida, el trabajo pendiente... Por eso hay que llamar su atención. Si no captas su interés desde el principio cada vez será más difícil hacerlo", explica José Ballesteros.

Persuadir. Las intervenciones públicas, ya sea en una asamblea de accionistas, una reunión de trabajo o un encuentro de vendedores, tienen como objetivo convencer a los demás de nuestro punto de vista, persuadirles y motivarles para que actúen en una dirección determinada. Los primeros 30 segundos son cruciales: el público decidirá si siente simpatía por el orador y si es conveniente hacerle caso.

Presentar el tema del discurso. Las primeras frases deben introducir el eje central del discurso. De nada sirve captar

la atención o que el público se divierta, si no tiene claro el objeto de la charla. "Lo importante debe decirse al principio. Las primeras frases deben estar estrechamente relacionadas con el tema principal del discurso y esto debe quedar claro para el oyente. No podemos empezar con un chiste, por muy bueno que sea, que no tenga relación con la charla", hace hincapié Soriano.

Discursos para ocasiones diferentes

Existen muchas formas de comenzar una disertación que consiguen atraer la atención del público y ponerlo de nuestro lado. Anécdotas personales, citas, preguntas dirigidas al auditorio, datos sorprendentes... Para saber cuál es la más adecuada para un discurso en concreto, ten en cuenta dos factores:

Escenario. No es lo mismo hablar en un congreso, en el que hay múltiples ponentes y objetivos, que dar una conferencia, en la que habla un solo experto sobre un tema muy específico. Por eso, debemos adaptar el comienzo del discurso a los distintos escenarios.

"En una asamblea donde se exponen resultados puedes comenzar con cifras y en una convención para motivar a los jefes de ventas será necesario un toque emocional. Si vas a ser el único en hablar tendrás más libertad. Si hay varios ponentes tendrás que coordinar el ►

La primera impresión es la que queda

La primera impresión visual debe ser tan contundente y duradera como las primeras palabras. Sólo disponemos de una oportunidad para causar una buena primera impresión. La regla de oro para lograrlo es la naturalidad. Además, se precisa una coherencia entre las palabras y los gestos.

Mirada. Al hablar, mira a los ojos de los asistentes. Si no lo haces, no te escucharán e interpretarán que no tienes confianza en ti mismo. Esconde los ojos y es peor.

Gestos. Utiliza gestos...

moverse libremente por el escenario y hacia el público con un micrófono inalámbrico. Si, a pesar de esto, quieres atril, no te atrincheres detrás. Sal de vez en cuando y acércate al público. Los expertos recomiendan que el atril se instale a la derecha del escenario: el público aliado se sienta a la derecha y el terrorista, a la izquierda.

Vestuario. Las intervenciones más formales necesitan

un vestuario clásico. Para ocasiones más relajadas puedes optar por un aspecto más informal aunque siempre debes respetar unos mínimos externos conectados con la forma clásica de vestir. Da un toque de color con los complementos: corbatas, pañuelos. Por ejemplo, los ejecutivos de un importante banco español suelen jugar con el color rojo en sus complementos, porque se identifica con la imagen de

la entidad financiera para la que trabajan.

Voz. Las primeras palabras deben ser pronunciadas en un tono claro y fuerte. No te aceleres. Comienza el discurso despacio y enfatizando lo que te parezca importante.

Sonrisa. Si presentas un aspecto distendido y relajado, el público reaccionará de la misma manera. La sonrisa provoca un efecto simpatía, utilízala a menudo.

Oradores a escena

Es la hora de la verdad, estés o no preparado. Los últimos momentos antes de empezar a hablar son los peores: aparecen los nervios y el miedo escénico. Para combatir el pánico y asegurarte de que todo está preparado, sigue los siguientes pasos:

> Últimos preparativos
Llega al lugar de la conferencia, convención o asamblea con tiempo para revisar la sala. Comprueba el equipamiento visual, el sistema de sonido, la disposición de las sillas, el atril, la temperatura, las luces...

> Espiar al público
Observa entre bastidores la llegada del público. No empieces hasta que no estén presentes al menos los dos tercios de los asistentes. De lo contrario, no lograrás captar la atención del público en los primeros momentos, más ocupado en acomodarse y observar a la gente que entra. Asegúrate de que se sientan tal y como lo habías previsto.

> Relajación
Antes de entrar, aleja el miedo con un pensamiento interno constructivo. Usa la respiración abdominal para controlar los nervios y practica un ejercicio de relajación de los músculos.

> Revisar el aspecto
Un minuto antes de salir, revisa tu ropa y peinado, mirate al espejo y aclárate la garganta. No hagas estos gestos camino de la tribuna.

> Presentación
Antes de comenzar el discurso, debes presentarte ante la audiencia. Ballesteros propone una vía para no olvidar nunca cómo presentarnos: "Es la vía NACI, de nacer a la audiencia. "N" de nombre, "A" de antecedentes, "C" de charla, "I" de importancia. Es decir, diremos nuestro nombre, los antecedentes profesionales y personales que nos facultan para hablar de este tema en concreto, el tema de la charla y por qué es importante que la audiencia nos escuche".

Un buen final da más brillo

Seis

consejos para acabar

Un comienzo brillante y un buen desarrollo de un discurso puede reducirse a la nada si el cierre del mismo es poco acertado. Es la impresión final que se llevará el público y lo que recordará con mayor facilidad.

A continuación se presentan algunas ideas

para poner el broche final a tu discurso:

Resumir

Comienza la cuenta hacia atrás. El final es un buen momento para reiterar –de la manera más resumida posible– las ideas fundamentales de tu discurso. Sin embargo, ten en cuenta que, en ningún caso,

esas ideas deben ser más de tres.

Proponer

Es muy eficaz finalizar con una propuesta o solución sobre el tema que se ha planteado, apoyándote siempre en argumentos objetivos y no en opiniones. Ahora bien, sobre todo, deja claro que beneficios

tiene tu propuesta para el público asistente.

Cerrar el círculo

Puedes finalizar como has empezado, con una cita, pregunta o anécdota que vincule el principio y el final.

Incitar

Invita al público a realizar una acción determi-

nada o apoyar una causa. Para ello, mueve los resortes emocionales y racionales de la audiencia, apela a sus sentimientos o sus intereses.

Agradecer

En todos los casos debes agradecer la atención que te han prestado. Bastará con

que realices una pausa al final de la charla y digas: "Muchas gracias".

Evitar tópicos

Nunca finalices tu discurso con frases típicas del tipo "Mi tiempo ya se está acabando", "Veo que están cansados" o "Enseguida termino".

Evita los tecnicismos, las siglas y traduce los términos que no resulten familiares

► comienzo y final de tu discurso con los demás y planear momentos de transición", explican Isabelle Laurent y Pascale Bang-Rouhet, de ExpresArte.

Adáptate a la tipología de tu público. La edad, el nivel cultural, el sexo, la ideología y el número de asistentes también condicionan el principio de la comunicación. Es muy recomendable preguntar a los organizadores del acto sobre las características de la audiencia antes de comenzar a redactar el discurso.

"Si el público es poco numeroso, se puede elegir un comienzo más participativo, preguntando directamente a cada oyente; si son muy jóvenes puedes citar a un famoso con el que se sientan identificados; si todas son mujeres será efectivo iniciar la intervención con un dato

que les afecte", explica el experto Javier Mañero, de la consultora Edhuttraining.

Nadie me entiende

Una vez que has decidido qué contar al principio de tu discurso, hay que saber cómo contarlo. La anécdota más emocionante y el chiste más gracioso pierden su eficacia si no se utiliza el lenguaje adecuado. Mañero da algunos consejos:

Lenguaje claro y sencillo. Emplea palabras adecuadas a tu público y que todos entiendan. Evita los tecnicismos, las siglas y traduce los términos que no resulten familiares. Si comienzas con un dato, redondea la cantidad siempre que sea posible. Es mejor decir "unos mil millones" que "992 millones y medio".

Frases cortas. Si una frase te queda muy larga, conviértela en dos. No utilices frases subordinadas que puedan hacer que tu auditorio se pierda.

Orden gramatical. Respeta el orden lógico de la frase y evita las pasivas (es mejor "la compañía presentó los beneficios" que "los beneficios fueron presentados por la compañía").

Mejor un verbo que un sustantivo. Es un buen recurso para mover a la acción y hace la charla más expresiva.

Repite, repite y repite. El público no tiene por qué captar la idea a la primera. Repite lo importante. Para que tu auditorio no se aburra, usa palabras diferen-

tes para decir lo mismo. Unamuno decía que lo que se oye muchas veces acaba por aceptarse, por absurdo que sea.

Ojo con las muletillas. No repitas palabras sin contenido tan sólo porque persigues dar mayor énfasis a una frase o enlazar frases con otras ("me explico", "pues bien", "como les iba diciendo..."). El principio puede ser emocionante,

divertido, sorprendente, pero sobre todo debe estar muy preparado.

Los pecados de la improvisación

Respecto al comienzo de un discurso, Laurent y Bang-Rouhet explican que "para tener éxito al hablar en público no se puede dejar nada a la improvisación. Hay que ensayar mucho para ser natural y espontáneo". Para conseguir el mejor resultado, Laurent da unos consejos útiles especialmente orientados a aquellos oradores que todavía carezcan de la suficiente experiencia:

Memorizar el principio del discurso. En caso contrario, se corre el riesgo de ser como esas personas que destrozan los chistes adelantando su final.

En voz alta. El orador tiene que oír cómo suena su charla. Por eso, es conveniente recurrir a un amigo o a alguien de confianza para que escuche, al menos el principio del discurso, antes de que lo ofrezcas. De esta manera, podrás obser-

var si reúne las características suficientes para lograr el impacto deseado.

Coordinar las palabras y los gestos. Si es necesario, hay que ensayar ante el espejo o incluso grabarse en vídeo.

Crear en lo que estás diciendo. El entusiasmo y la confianza se contagian. El discurso, sobre todo en su principio y al final, debe tener pasión, sentimiento, convencimiento, deseo de seducir y persuadir. Con esto, el orador se meterá al público en el bolsillo.

Si, a pesar de todo, delante del micrófono te quedas en blanco, recuerda cómo salió del paso otro orador novato: "Cuando llegué aquí sólo Dios y yo sabíamos lo que iba a decir. Ahora sólo lo sabe Dios".

Raquel Marcos



Más a fondo

El puzzle. José Ballesteros. Ediciones Temas de Hoy, 2002.
Técnicas para hablar en público. Deb Gotesman y Buzz Mauro. Ed Urano, 2001.
Discursos para todas las ocasiones. Dianna Booher, Ed. Gestión 2000, 2002.