



# Comunicación Oral II

Como se pudo ver en el capítulo anterior, la asesoría de imagen controla también aspectos de la comunicación oral que cualquier persona utiliza en su vida cotidiana y que especialmente despliega cuando se ve en la situación de hablar ante una audiencia.



La imagen que desprende una persona, además de estar influenciada por el aspecto físico y estético, también se ve muy retratada en los usos sociales y las dotes comunicativas del individuo. El saber estar en todos los lugares y en todas las circunstancias es una cualidad muy valorable. Uno de los aspectos más complicados de la comunicación oral es la situación de hablar en público, que supone una mala experiencia para muchos. La Asesoría de imagen, del mismo modo que nos aconseja en otras muchas situaciones, también da soluciones ante esta tesitura. En este caso, recurre a la ciencia de la retórica, la especializada en desarrollar correctamente la habilidad de hablar en público, venciendo según qué obstáculos, mejorando la confianza y haciendo que los mensajes lleguen de forma nítida, precisa y eficiente a la audiencia que nos escucha.

Una buena comunicación oral ha de ser:

- Clara. Exponiendo ideas concretas y definidas, con frases bien construidas y terminología común y al alcance de los destinatarios. Si hay que utilizar palabras que puedan generar dudas en el auditorio, es mejor pararse a explicarlas.
- Concisa. Utilizando las palabras justas, huyendo de la palabrería. Evitando ser lacónicos, pero tampoco utilizando una farragosa oratoria.
- Coherente. Los mensajes se han de construir de forma lógica, encadenando ordenadamente las ideas y remarcando lo que son hechos objetivos y opiniones.
- Sencilla. Tanto en la forma del mensaje como en las palabras empleadas.
- Natural. Requiere una expresión viva y espontánea, que no implica vulgaridad ni descuido. Es la prueba del dominio del lenguaje, cuando se utiliza de manera natural, sin dejar ver que se ha preparado concienzudamente.



Por M.ª Carmen Cazcarra  
Directora de la Escuela Superior de Imagen personal

## A tener en cuenta

El asesor de imagen debe tener en cuenta que cuando un asesorado se encuentre ante la necesidad ineludible de tener que hablar en público, lo primero que tendrá que hacer es elaborar el tipo de discurso que va a realizar. Para ello, tendrá que tener en cuenta:

- **El público asistente.** Qué profesión ejercen, qué ideales humanos les unen, qué temas les pueden interesar, cuáles son sus objetivos, cuál es su nivel de conocimiento, qué lenguaje es el más adecuado, etc. No será lo mismo explicar los resultados del año a la junta general de accionistas que a los empleados de la empresa; o explicar el cambio climático ante una comisión de científicos o en un colegio. También es crucial el número de personas que estén esperando porque de ello dependerá la cercanía y el grado de interacción.

- **El objeto de la intervención.** Se ha de tener claro el objetivo de la exposición: informar, motivar, entretener, advertir, amonestar, etc., y en función de ello, habrá que adaptar el estilo del mismo: formal o informal, serio o entretenido, cercano o distante, monólogo o participativo, etc.

- **El tema a tratar.** Marcará el objetivo y el estilo del discurso. No es lo mismo dirigirse a los empleados para explicarles los resultados del año que presentarles los nuevos objetivos. En el primer caso, se busca informar (lenguaje preciso), mientras que en el segundo, motivar (discurso más apasionado y entusiasta).

- **El lugar de la intervención.** Las condiciones físicas del local serán las primeras que marcarán las características propias del discurso: si el espacio es pequeño, será un discurso más íntimo; si es muy grande, puede ser más o menos informal; si es al aire libre, estará a merced del tiempo y de la iluminación... Del mismo modo, las facilidades técnicas y acústicas serán muy diferentes en una sala de convenciones, que en el comedor de una fábrica, igual que el grado de comodidad de los asistentes.

- **El tiempo disponible.** El tipo de discurso será diferente dependiendo de la duración del mismo. Las posibilidades de estructurar el discurso, de improvisar, de profundizar en la materia, de utilizar materiales de apoyo, etc. variarán si ha de prolongarse durante 10 minutos o una hora.

## Texto del discurso

Paralelamente a los factores que nos guíen sobre qué discurso hemos de diseñar, el proceso de creación del texto se puede descomponer según el siguiente esquema:

- La selección de la idea general del tema a tratar.
- La mejor formulación literaria que aplicaremos al texto.
- La selección de contenido inicial del discurso (introducción).
- El desarrollo literario de la idea principal.
- El hallazgo de la fórmula final que nos permita concluir el tema poniendo el punto y final.

Cada una de las citadas partes o fragmentos tiene un propósito determinado. No es recomendable prescindir de ninguna de ellas para evitar la pérdida de sentido o la coherencia de la línea argumental.

Una vez establecidas todas estas variables del discurso, el próximo paso será la captación del interés de la audiencia.

## algunas ideas:

- La retórica es la ciencia especializada en desarrollar correctamente la habilidad de hablar en público.
- Para hablar en público es aconsejable utilizar ideas concretas y definidas, frases bien construidas y terminología al alcance de los destinatarios.
- Para diseñar un discurso efectivo se ha de tener en cuenta: el público asistente, el objetivo del discurso, el tema a tratar, el lugar de la intervención y el tiempo disponible.
- El proceso de creación del discurso ha de buscar la mejor fórmula literaria para arrancar, desarrollar la idea principal y concluir con éxito.