

MANUEL
CAMPO VIDAL



¿POR QUÉ
LOS ESPAÑOLES
COMUNICAMOS
TAN MAL?

¿POR QUÉ LOS ESPAÑOLES COMUNICAMOS TAN MAL?

Manuel Campo Vidal
Plaza & Janes editores, S.A.
1ª Edición. Barcelona, 2008.
ISBN: 9788401379857

Manuel Campo Vidal

<http://www.luamultimedia.com/campovidal.htm>

<http://www.icecomunicacion.com>

http://es.wikipedia.org/wiki/Manuel_Campo_Vidal

“Decálogo de consejos para comunicar mejor”

1. Vencer el miedo escénico

La manera más fácil para vencer el miedo escénico es practicar y practicar. La preparación, hasta de la improvisación, es fundamental. Y después, hablar con naturalidad.

2. Comunicar los mensajes con eficacia.

Construir mensajes comprensibles es la base de una buena comunicación. El mejor consejo es ser claros y precisos. Estructurar bien los mensajes y las oraciones. Puede comenzar con una frase atractiva que anuncie una intervención interesante, que motive curiosidad y después jugar con las reiteraciones. Si se habla para la tele es preciso tener claro el mensaje y repetirlo. Memorizar las frases y soltarlas en el discurso. Hay que hablar bien y decir cosas que atraigan el interés del público o de los informadores. Y las cosas hay que decirlas a su hora si quiere que tengan repercusión mediática, teniendo en cuenta la agenda de los medios y sus horarios de producción.

3. El valor del silencio.

El silencio y las pausas tienen un gran valor comunicativo y un gran efecto ante el público. Hay que hacer pausas, destacando con silencios previos los mensajes importantes.

4. Con PowerPoint o sin él.

Si se decide acompañar el discurso con un PowerPoint o soporte similar nunca debe leer la presentación; el público ya la puede leer por sí mismo. El material audiovisual tiene como objetivo amenizar la exposición, reforzar ciertos mensajes y facilitar su comprensión. No se puede depender de la presentación ni estar pendiente de ella. Eso sí, el discurso y la pantalla tienen que estar siempre coordinados. El material audiovisual es simplemente un apoyo al discurso.

5. El uso de la voz.

Vocalizar bien es muy importante, es necesario entonar mínimamente, cambiar de tono y de ritmo. Evitar carraspeos, tics y repeticiones. Hablar con convicción, energía y con una actitud positiva. Utilizar la voz como una herramienta de captación de la atención jugando con el volumen (hablar alto y claro para que todos puedan escuchar sin esfuerzo), cambiar de velocidad, cuidar la entonación y hacer las pausas precisas.

6. Comunicación no verbal.

Los gestos, el movimiento de las manos y del cuerpo deben ir acordes con el mensaje. Totalmente obligatorio mirar al auditorio. Cuidar la ropa, el envoltorio, teniendo en cuenta el público, el escenario y el momento del día. Si se desea seducir a la cámara es totalmente recomendable recibir una asesoría de imagen. Antes de abrir la boca para iniciar una conversación, una declaración o un discurso, ya estamos ofreciendo datos sobre nuestra personalidad, sobre nuestra forma de ser e incluso pistas sobre la coherencia que observamos en nuestra vida. La forma de vestir constituye ante todo un mensaje. Pero también la actitud y la postura de las personas informa ampliamente, así como la higiene o la forma de caminar o de sentarse.

7. El público objetivo.

Adaptar el mensaje al público es muy importante. Acercarse, salir del atril y pasearse por el escenario da sensación de cercanía y reclamar la atención del oyente. Es conveniente utilizar trucos para captar la escucha del público, para que el auditorio preste atención. Puede salpicar el discurso con anécdotas y con preguntas al público que le hagan meditar sobre alguna cuestión en concreto. Hay que hablar de modo distinto y con diferentes lenguajes a auditorios dispares. Un error muy extendido es desdeñar el interés del auditorio y no saber modificar el discurso previamente escrito para ajustarlo a la medida del público. Trate de sintonizar con el ambiente y no construya su intervención como una cláusula cerrada. Si ya está escrita introduzca referencias a lo que se ha dicho anteriormente. Apoye el inicio de su argumentación con frases como “a propósito de lo que ha dicho antes mi colega”, o “me van a permitir que discrepe de lo expuesto aquí”. Hay que conectar emocionalmente con el auditorio. El humor lo permite, así como la referencia a una expresión tradicional, a un refrán, o a la simple cita de un ser anónimo, un amigo o un familiar.

8. Controlar el tiempo y el espacio.

Evitar los discursos interminables. Antes de hablar mire el reloj, piense en el reloj de los que le están escuchando. También es necesario conocer bien dónde se va a hablar: si se cuenta con equipos audiovisuales, si el público está sentado, de pie, cómo es el estrado y qué posibilidades tiene.

9. Crisis.

Callar por sistema es un error. Hay que saber manejar los silencios pero también lanzar mensajes claros. No ser prepotente y tener un plan de crisis previsto. La globalización y la dialéctica global-local pasan factura. Hay que tener en cuenta que unas declaraciones pueden dar la vuelta al mundo en cuestión de minutos.

10. Elaborar un buen discurso.

La escritura de un buen discurso es básica para el éxito. No abusar de las citas ni de las cifras. Tiene que tener una continuidad y unos sólidos fundamentos de posicionamiento bien argumentados. Es necesario planificar un buen discurso y sobre todo tener claro la finalidad: informar, convencer, provocar... Para hacerlo es necesario ordenar y estructurar las ideas, definir cuáles son principales y cuáles secundarias, e hilarlas con buen sentido. Para finalizar, recalcar el mensaje principal, la idea que desea grabar en la mente del público de una forma concreta y directa. Se puede cerrar con una anécdota, con un resumen o unas conclusiones sobre lo expuesto. Y por supuesto, dar las gracias.