

Formació

Presentacions orals en públic



Cada dia, és més necessari parlar en públic, presentar-se, presentar projectes, argumentar opinions... Les persones formem part de grups i d'organismes on volem que la nostra opinió compti.

Tenir un estil comunicatiu eficaç és un objectiu que no es garanteix només amb una bona preparació tècnica: també cal un bon nivell d'autoconeixement i de reflexió sobre la pròpia pràctica i la comunicació eficaç.

Índex

Objectius	2
1. Creences prèvies: com són les persones que comuniquen bé?	2
2. L'estil personal de comunicació	4
3. Principis bàsics de la comunicació no verbal	5
3.1. <i>No és possible no comunicar</i>	5
3.2. <i>Missatges no verbals: relació entre les persones que es comuniquen</i>	6
3.3. <i>El missatge no verbal s'imposa al verbal</i>	7
4. El llenguatge no verbal: la veu	9
4.1. <i>La importància de la veu</i>	9
4.2. <i>Timbre, volum, vocalització, to i ritme</i>	11
Timbre	11
Volum	12
Vocalització	12
El to de veu	13
El ritme	14
4.3. <i>El silenci en l'expressió oral</i>	14
5. El llenguatge no verbal: el cos	15
5.1. <i>La postura i el moviment</i>	15
5.2. <i>El gest</i>	16
5.3. <i>Les expressions de la cara i el contacte visual</i>	19
6. L'impacte personal i la imatge corporativa	20
6.1. <i>La primera impressió i consells a tenir en compte</i>	20
6.2. <i>La imatge corporativa</i>	21
7. La interacció amb els suports visuals i la distribució de l'espai	23
8. El contingut	27
8.1. <i>Els objectius de l'exposició</i>	27
8.2. <i>Problema retòric: decideix on és la diana</i>	28
8.3. <i>La selecció del contingut i el públic receptor</i>	29
8.4. <i>La informació rellevant</i>	29
9. L'organització de la informació. L'estructura del discurs	30
9.1. <i>La introducció</i>	31
9.1.1. Objectius i components de la introducció	32
9.1.2. Indicis a transmetre durant la introducció	34
9.1.3. Idees per iniciar el discurs	35

9.2. El desenvolupament	37
9.3. La conclusió	38
10. Les dosis de planificació i d'improvisació	40
10.1. Consells per improvisar bé	40
10.2. Preguntes i respostes	42
10.3. Preguntes amb trampa i resposta de queixes	43
10.4. Característiques del discurs improvisat	44
10.5. Estructura del discurs improvisat	45
11. El guió i els recursos mnemotècnics	46
11.1. Fer el guió	46
Desenvolupament	46
Objectiu	47
11.2. Els recursos mnemotècnics	48
11.3. Tècniques específiques de memorització	49
El diagrama sol	50
Les fitxes temàtiques	51
12. L'adaptació del discurs al grau de formalitat exigida per la situació comunicativa	52
12.1. L'estàndard oral i el col·loquialisme	52
12.2. El vocabulari i l'estil	54
12.3. La fluïdesa verbal	56
13. Actes i presentacions de protocol	57
14. Activitat de síntesi. Cercant un conferenciant	58
Informació complementària	61
Síntesi	61
Glossari	62
Bibliografia i Webgrafia	63

Aquest curs ha estat elaborat per Marta Albajadejo Mur.



Els continguts d'aquest web estan sota una [licència de Creative Commons Reconeixement-NoComercial-SenseObraDerivada 4.0 Internacional](#)

Objectius

En finalitzar el programa formatiu, hauríeu de tenir la capacitat de:

- Identificar els propis punts forts i febles en la comunicació oral.
- Definir els objectius personals de millora de la comunicació no verbal que acompanya l'oralitat i de la pròpia expressió oral formal.
- Augmentar l'autoconfiança i la tranquil·litat en dirigir-se a un auditori.
- Millorar en l'ús del llenguatge no verbal com a suport de la comunicació verbal.
- Conèixer les tècniques d'elaboració del pla d'una presentació oral.
- Aplicar les eines i els recursos adequats per a la captació i per al manteniment de l'interès de l'auditori.
- Persuadir, convèncer, motivar l'auditori perquè actuï en la direcció que es demana, és a dir, moure a l'acció (emocionar) amb els recursos verbals i no verbals propis.

1. Creences prèvies: com són les persones que comuniquen bé?

Gestionar l'**estrès** és un repte per a la majoria de persones. Davant l'estrès que suposa parlar en públic, hi ha una reacció fisiològica natural (ja en coneixes algunes de les sensacions: suor, boca seca, tensió muscular, respiració insuficient, tremolors, acceleració del ritme cardíac, etc.).

És el que et passa quan diem que ens posem nerviosos o nervioses. Però els nervis només et jugaran una mala passada els primers minuts, després, si coneixes el tema, tot anirà bé.

Hi ha alguns **trucs** que et poden ajudar a gestionar l'estrès amb èxit:

- Haver preparat molt conscienciosament l'exposició. És a dir, reduir al màxim la incertesa de la situació.
- Conèixer el local, haver-t'hi familiaritzat abans, encara que sigui arribant més aviat el mateix dia de la intervenció. Pot servir, també, tenir algú aliat entre el públic.
- Recordar altres intervencions en públic que t'hagin anat bé. Et pots imaginar fent l'exposició perfectament, rebent felicitacions dels companys i de les companyes.
- Tenir una actitud d'aprenentatge. Observar atentament totes les exposicions orals que presenciïs i valorar-les críticament: això anirà millorant la teva

capacitat.

- També pots aprofitar qualsevol ocasió que la vida t'ofereixi per intervenir en públic. Tingues en compte que com més vegades intervinguis en públic, més millorarà la teva habilitat comunicativa.

Els teus errors són esglaons imprescindibles cap a l'aprenentatge.

El millor que pots fer amb l'estrès és **acceptar-lo** i **dissimular** com puguis les reaccions del cos:

Sabies que...

La sensació de neguit que per a tu és evidentíssima perquè succeeix dins el teu cos, a una certa distància es nota molt poquet.

- En primer lloc, no has de dir que ho estàs passant malament o que t'has equivocat. Si t'equivoques, has de rectificar i seguir com si res.
- Comença a parlar quan el públic estigui en silenci. Estableix un contacte visual amb el públic abans de començar a parlar i, quan comencis, mira directament als ulls d'algunes persones. Has de memoritzar les primeres paraules, ja que el principi és el moment més perillós. No és important que siguin exactament les paraules que havies pensat, però han de sortir sense mirar cap guió.
- Comença lentament. Els 2 o 3 primers minuts de sentir per primera vegada algú que parla són quan més costa d'entendre.
- La respiració és un bon sistema per relaxar-se. Abans de començar, pots fer algunes respiracions profundes. Si notes que vas massa ràpid, fes pauses i aprofita-les per respirar profundament; si estàs de peu, pots aixecar lleugerament els talons perquè la sang circuli millor.
- Per contrarestar la sensació de boca seca, pots beure aigua o col·locar la llengua entre les dents i moure-la suaument cap als cantons per segregat més saliva.
- Per dissimular la suor, és recomanable portar roba més aviat lleugera, fresca, que no doni gaire calor i que no es taqui fàcilment amb la suor.
- Tenir alguna cosa a les mans pot ser un bon 'parallamps' de la tensió. És millor

que sigui una cosa com més petita millor; i mirar de no moure-la gaire. Si et filmen, evita els objectes metàl·lics que puguin provocar enlluernaments. Si agafes un paper, millor que sigui de mida petita. Si és una fitxa o una cartolina, millor encara, perquè no es notarà si tremoles.

- Posar-se vermell/a és un avantatge comunicatiu, no es pot, ni cal, dissimular-ho. Els colors a la cara et presenten davant el públic com una persona més pròxima i més atractiva; això sí, més vulnerable, però aquesta vulnerabilitat mou més els sentiments d'identificació que els d'agressivitat.
- Recolza el pes sobre les dues cames una mica separades, en comptes de fer-ho principalment sobre una. Així no et cansaràs tant.

2. L'estil personal de comunicació

Parlar en públic requereix una habilitat comunicativa que s'entrena i s'aprèn, com totes les altres habilitats. Però no et pots entrenar a "no ser tu" (si no fas uns bons estudis de teatre o siguis víctima d'una manipulació!).

Quan et presentes davant d'un auditori, sempre estàs mostrant la teva personalitat. Alguns aspectes de la teva **personalitat** afavoreixen la comunicació, mentre que d'altres la dificulten.

Per exemple, si ets una persona tímida i introvertida, pots tenir tendència a passar desapercebuda, cosa que no afavoreix la comunicació. Quan vegis la teva gravació, podràs observar aspectes a millorar, com podria ser parlar amb un volum més alt o mirar al públic.

Totes les persones tenim **qualitats** que ens permeten integrar-nos en un grup i liderar-lo amb èxit. Algunes persones ja han descobert aquestes qualitats o punts forts i les han aprofitades per fer presentacions orals molt persuasives. Si ets una d'aquestes persones, potser ja saps quins són els teus punts forts. Si no ho ets, pots entrenar-te per aprofitar millor tot el potencial persuasiu de la teva personalitat.

És més fàcil recordar els punts febles, el que no ens surt bé, allò en què ens vam equivocar. Recordar les nostres qualitats i saber-les apreciar requereix un entrenament.

3. Principis bàsics de la comunicació no verbal

3.1. No és possible no comunicar

Pots entendre la comunicació com un procés en el qual es **transmet informació**, sigui del tipus que sigui.

A grans trets, en la comunicació entre persones algú fa o diu alguna cosa i una altra persona (o unes altres persones) pensa o fa una altra cosa com a resposta al que ha entès de la conducta de la primera persona.

- En la interacció més simple hi ha, com a mínim, dues persones i dos missatges: un d'anada i un de tornada.
- També hi pot haver interaccions més complexes, amb més participants i més prolongades, com una entrevista de feina o una reunió, per exemple.

Un missatge pot ser verbal o no. Malgrat que no diguis res quan estàs en interacció amb algú, et comportes d'una manera concreta, fas "alguna cosa", tens una conducta. I la conducta que tinguis, en una situació de comunicació, és un missatge, encara que sigui un missatge equívoc o involuntari.

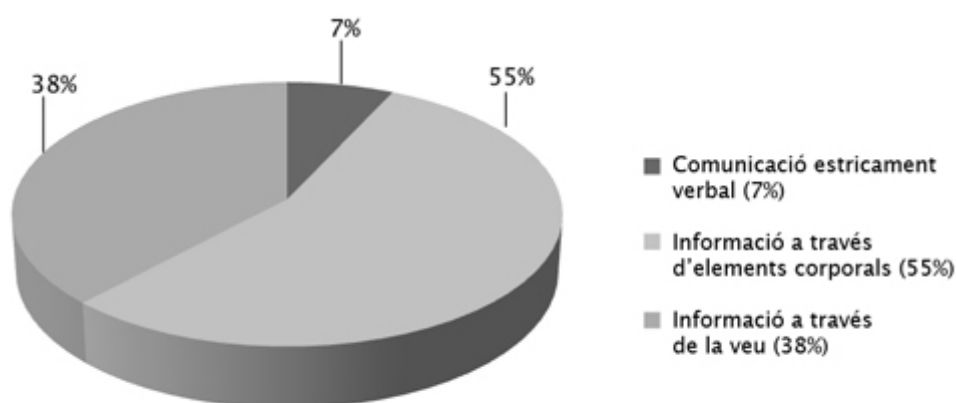


Si reuneixes dues persones desconegudes i els indiques que no es diguin res ni es comuniquin de cap manera (com es va fer en un dels primers experiments sobre comunicació no verbal), patiran una gran tensió, no sabran què fer i se sentiran molt incòmodes, ja que és impossible complir la indicació. Si estàs esperant una persona que falta per començar una reunió, encara que no estiguis parlant amb les persones que hi ha presents, hi haurà comunicació a la sala i tu estaràs interactuant.

S'han realitzat molts treballs per intentar quantificar la importància de la comunicació

no verbal, i en cap d'aquests treballs la comunicació verbal representa més d'un terç de la comunicació total. La més famosa i citada de les investigacions quantitatives, dirigida pel prestigiós psicòleg Mehrabian (1972), ofereix uns resultats força sorprenents:

- La part estrictament verbal de la comunicació únicament aporta el 7% de la informació transmesa.
- El 93% que resta es distribueix entre elements corporals (55%), com són el gest, el tacte o la mirada, i un 38% d'informació transmesa a través de la veu.



Comunicació verbal y comunicació no verbal.

Si acceptes que no existeix el contrari de la conducta, que no hi ha la “no-conducta”, aleshores has d'admetre que no hi ha la possibilitat de no comunicar. Sempre que estiguis amb algú que et pot percebre, t'estaràs comunicant de manera no verbal: amb els gestos, amb el físic, amb els sons i silencis, etc.

3.2. Missatges no verbals: relació entre les persones que es comuniquen

Els missatges no verbals fan referència, sobretot, a la relació entre les persones que es comuniquen.

Tots els missatges tenen una part de:

- **Informació** sobre el món, que alguns anomenen el **contingut** de la comunicació.
- Imposició de conductes (**conativa**), que fa referència a la **relació** que hi ha entre les persones que es comuniquen.

La proporció entre aquests dos nivells de comunicació és variable: per exemple, hi ha missatges que principalment es refereixen a la relació, mentre que n'hi ha que se centren fonamentalment en la informació.

Els missatges no verbals que s'emeten en la comunicació es refereixen, majoritàriament, al nivell de la relació entre les persones.

D'una presentació oral, en retenim (Bell, 1987):

- 20% del que escoltem.
- 30% del que veiem.
- 50% del que escoltem i veiem.
- 80% del que veiem, sentim i fem.

Una explicació verbal és fins i tot un 30% més comprensible si es poden veure els senyals visuals de l'orador. L'expressió oral i corporal estan íntimament relacionades a l'hora de fer una exposició oral.

3.3. El missatge no verbal s'imposa al verbal

En la majoria de les situacions, el llenguatge no verbal és coherent amb el verbal, és a dir, transmet la mateixa emoció que transmeten les paraules. Però a vegades, el missatge verbal i el no verbal entren en contradicció.



	MISSATGE VERBAL	MISSATGE NO VERBAL
A	Que bé que ja hagi acabat!	Estic sincerament content de la teva rapidesa, del teu progrés, etc.
B	Que bé que ja hagi acabat!	Estic tip que siguis tan lent.

Missatge no verbal i missatge verbal.

En l'opció A es pot observar que les paraules transmeten el mateix missatge que el llenguatge no verbal.

En canvi, en l'opció B:



- El missatge verbal transmet racionalment una aprovació, un reconeixement positiu a la persona que ha acabat.
- El missatge no verbal (to de veu, expressió de la cara, mirada, etc.) transmeten el missatge emocional sobre la relació entre qui ha acabat i qui li fa l'observació, i el missatge és contrari a allò que diu el missatge verbal. En realitat, el cos i l'entonació estan desaprovant, estan transmetent un reconeixement negatiu.

I què passa quan el missatge verbal i el no verbal diuen el contrari? Que el missatge que preval és el no verbal.

Sempre que estiguis amb algú que et pot percebre, estaràs comunicant de forma no verbal. Quan en una presentació en públic els teus missatges no verbals contradiguin les teves paraules, prevaldrà el missatge no verbal i les persones que t'escolten no creuran el que dius.

La teva expressió oral i corporal ha de reflectir allò que realment ets i què vols que el públic vegi.

Recorda

La teva **credibilitat personal** és fonamental per a la credibilitat del teu discurs. Sigues natural en la mesura que et sigui possible. De la mateixa manera que hi ha certa roba amb què et trobes especialment còmode/a, has de sentir-te igual de còmode/a quan t'expressis amb la paraula i el cos.

4. El llenguatge no verbal: la veu

4.1. La importància de la veu

L'expressió oral i la qualitat de la veu es poden educar. Les persones que es dediquen al teatre o a la música ho saben bé: quan canten i actuen no parlen i prou, sinó que ho fan amb tot el cos i l'ànima. La veu expressa, d'aquesta manera, la teva forma de ser.

No és només important el que es diu, sinó també **com es diu**: la mateixa frase pot tenir un significat molt diferent segons el to de veu amb què es pronuncia. Les veus que es diu que són "musicals" fan que, efectivament, quan les sentim, el cor experimenti i bategui de forma similar a quan escoltem música. Per això, la persona que és experta en l'art de l'oratoría pot aconseguir, si ho vol, que el públic es relaxi, es neguitegi, senti por, etc.

La teva conducta vocal i no verbal pot repetir, potenciar, complementar, substituir, contradir o regular el contingut del que dius. Aquesta conducta influeix en la teva imatge i en la teva credibilitat i en l'impacte que tindrà sobre els i les oients el teu discurs.

La teva veu es pot veure afectada per la tensió, pel nerviosisme o per la mala respiració, cosa que provoca un augment o una disminució sobtats del to que afectaran la teva forma de comunicar.

Activitat

Activitat. Importància de la veu



Realitza l'activitat següent extreta de *La comunicació més enllà* de les paraules (Albadalejo, 2007).

Com diries les frases següents per transmetre el nivell de la relació que s'indica entre parèntesis?

Et suggerim que llegeixis cada frase en veu alta, com si tinguessis

l'alumnat al davant, parant una atenció especial al to de veu i als gestos. Si pots, fes-ho al davant d'un mirall o, encara millor, enregistra't amb una càmera, i així podràs observar després els resultats. Fes diversos intents amb cada frase, fins que el resultat t'agradi. Et proposem que experimentis.

FRASES COMUNICACIÓ VERBAL	NIVELL DE LA RELACIÓ PER TRANSMETRE AMB LA COMUNICACIÓ NO VERBAL
T'has descuidat el treball?	(M'estàs prenent el pèl.)
T'has descuidat el treball?	(Això sí que em sorprèn, no m'ho esperava de tu.)
Veig que no saps com fer-ho.	(Sóc bon/a professor/a, comprenc que no ho entenguis i vull que ho entenguis molt bé.)
Veig que no saps com fer-ho.	(Ara veuràs com quedaràs en ridícul al davant de tothom.)
No pots presentar el treball fora de termini.	(Estic disposat/ada a acceptar-te'l perquè em caus molt bé.)
No pots presentar el treball fora de termini.	(Pots estar segur/a que no cediré.)
Com és que ahir no vas venir?	(M'importes i em preocupo quan no hi ets.)
Com és que ahir no vas venir?	(Estic tip/a de la teva informalitat i no penso facilitar-te les coses, seré estricta/a.)
M'alegro de veure't.	(Estic sincerament content/a de veure't.)
M'alegro de veure't.	(No tenia cap ganes de tornar-te a veure.)
Que bé que jas has acabat!	(Estic sincerament content/a de la teva rapidesa, del teu progrés, etc.)
Que bé que jas has acabat!	(Estic tip/a que siguis tan lent/a.)



Frases de comunicació verbal i relació amb la seva comunicació no verbal.

Pots consultar alguns comentaris sobre l'activitat:

Com deus haver observat, no és fàcil transmetre intencionadament el matís de l'actitud amb la comunicació no verbal, si no és que ets molt bon actor o molt bona actriu. T'hem proposat aquesta pràctica perquè observis des del teu cos mateix –i no únicament des de la racionalitat– com en són, de subtils, les diferències comunicatives que transmeten la nostra actitud en la relació amb l'alumne/a. Sempre, malgrat que no ho vulguem, estem transmetent una determinada actitud, la que sigui.

L'activitat ens permet observar, també, com, en gran mesura, el



missatge no verbal té a veure amb l'emoció que sentim, mentre que amb el missatge verbal transmetem el que racionalment volem transmetre.

Sabies que...

La veu és específicament humana, mentre que el comportament no verbal de l'ésser humà és força similar al de la resta d'animals (principalment al dels primats). Cap animal pot emprar la veu amb la complexitat amb què ho fan les persones.

4.2. Timbre, volum, vocalització, to i ritme

Algunes recomanacions per parlar a un auditori són fer servir:

- Un volum suficient.
- Una velocitat adequada.
- Una vocalització acurada dels sons.
- Unes vocals nítides.
- Una varietat en l'entonació.

Timbre

Cadascú té el seu timbre, com el seu color d'ulls o la seva manera de gesticular. El timbre és l'expressió de la **personalitat**.

Podem reconèixer una cantant malgrat que faci anys que no la sentim cantar o encara que canti una cançó que no hem sentit mai. El timbre és la característica de la veu menys variable i menys educable.

Pot ser que el teu timbre sigui més o menys agradable a l'oïda de determinades persones, com pot ser que el teu físic agradi més a uns que a uns altres. Necessites

acceptar el teu timbre tant com el teu físic, és el que tens, és la matèria primera del teu discurs.

Volum

El volum és la **intensitat** amb què parles.

Cal que sigui més o menys elevat en funció de la mida de l'auditori, de la sonoritat de la sala i del nivell de soroll ambiental. El volum ha de ser suficient: parla amb una veu prou clara i forta. La teva veu s'ha de sentir des del final de la sala: comprova-ho abans de començar (fes proves en relació amb la persona més allunyada):

- Si el teu volum és excessivament baix, això farà perdre l'atenció del públic.
- Contràriament, si parles massa alt, farà la impressió que vols dominar.

Modifica el volum de la veu durant la presentació, augmentant-lo o disminuint-lo, per fer èmfasi en certes paraules o idees, per expressar emocions o per captar l'atenció.

Vocalització

Una pronunciació i una vocalització clares són més eficaces que la potència de la veu. La pronunciació de les paraules ha de ser clara i correcta. La mala pronunciació acostuma a ser el resultat de parlar molt ràpid o de no obrir prou la boca i pot fer perdre l'atenció de l'auditori.

És important que no deixis caure els finals de frase i que es puguin entendre bé. Evita els allargaments innecessaris de vocals, que a vegades només serveixen per no fer una pausa i no tenen cap utilitat comunicativa. Si necessites uns petits instants per pensar, és millor que facis un breu silenci.

Recorda

Fes exercicis com la declamació de poesia o la repetició d'embarbussaments,

perquè això t'ajudarà a millorar l'articulació dels sons i la dicció.

Prova de pronunciar la frase següent sense encallar-te:

“Setze jutges d'un jutjat mengen fetge d'un penjat, si el penjat es despengés, es menjaria els setze fetges dels setze jutges que l'han jutjat”.

El to de veu

Adopta un **to adaptat** a allò que dius (familiar, dinàmic, etc.). Els tons de la veu són com els colors del discurs: si el discurs és monòton, el públic s'avorrirà. És preferible un excés de musicalitat, es mantindrà millor l'atenció.

El to indica si estàs fent una pregunta o una afirmació i expressa les emocions, actituds i estats d'ànim. Les persones que es dediquen a actuar saben comunicar missatges diferents dient les mateixes paraules. La clau es troba en la diferència d'**entonació**.

Una frase tan senzilla com “ja continuarem aquesta reunió demà” pot provocar en l'altra persona reaccions molt diferents depenent de quin hagi estat el to i l'entonació a l'hora de dir-ho.

Cal que la veu sigui ferma i segura. Si no ho aconseguixes, el millor és parar un moment per respirar, tranquil·litzar-te i recuperar el control.

Per saber-ne més

Pots ampliar aquesta informació consultant el llibre de Meyerhold (1982). *Teoría teatral* (pàg. 127).

- Un to agut i forçat indica que estàs sota pressió o simplement nerviós/osa.
- Un to suau aparenta tranquil·litat.
- Un to nasal crea una imatge negativa.
- Un to tens transmet irritabilitat.
- Un to vacil·lant i tremolós reflecteix falta de confiança i seguretat.

El ritme

Si l'atenció del grup disminueix, parla més de pressa o més lentament, però sempre de manera que et segueixin (algunes persones, al principi de l'exposició, parlen massa de pressa a causa de l'estrès). Vés més a poc a poc quan exposis un tema complex i trenca el ritme amb una pregunta.

L'estat d'ànim queda reflectit amb la velocitat de la parla: normalment es parla més lentament quan s'està avorrit o apàtic i, més ràpid quan s'està especialment interessat pel tema que s'està explicant.

El ritme no ha de ser ni massa ràpid ni massa lent:

- Si el ritme és massa ràpid, el públic no entén res.
- Si el ritme és massa lent, el públic es relaxa (i si coincideix un ritme lent i una entonació monòtona, el públic s'adorm).

El ritme adequat per a una exposició oral formal és d'unes 150 paraules per minut.

Recorda

Els **canvis de velocitat** en la presentació, igual com el volum, serveixen per mantenir l'atenció i l'interès de l'auditori.

4.3. El silenci en l'expressió oral

Sabies que...

Moltes vegades, la comunicació més efectiva és un silenci.

El silenci és a la llengua oral el que el paper en blanc és a la llengua escrita: un element de cohesió que facilita la comprensió i l'organització del discurs. Fes servir els silencis adequadament i aconseguiràs ser eficaç en la teva comunicació.

Les **pauses** són molt importants en tota comunicació oral: mentre que en una exposició més aviat lenta ocupen aproximadament un 30% del total del temps, en una conversa arriben a ocupar un 40% o un 50%.

Les **funcions** de les pauses són variades. Serveixen per marcar el final d'una frase o un punt, per fer èmfasi en una paraula, per donar temps al públic de pensar, o per observar-ne la seva reacció. També pots fer una pausa per pensar què diràs a continuació.

Els principals **tipus** de silencis comunicatius són:

- Abans de començar (unit a la mirada).
- Durant les interrupcions.
- Per posar èmfasi abans d'un moment important.
- Per marcar èmfasi després d'un moment important.
- Després d'una pregunta retòrica.
- Abans d'un canvi de tema.
- Abans de les conclusions.

5. El llenguatge no verbal: el cos

5.1. La postura i el moviment

La postura i el moviment del teu cos parlen de tu, de qui ets, de què sents... Això és així perquè les emocions t'afecten i alteren el teu organisme, d'aquesta manera, produeixen alguna **reacció exterior** que mostraràs inevitablement.



La ira, per exemple, provoca tensió en la part superior del teu cos, principalment en la zona dels braços i de les mandíbules, ja que és una emoció que et prepara per a l'atac. A més, la cara s'envermelleix per l'afluència de sang, els punys es tanquen i la boca es contrau.

D'altra banda, la teva postura expressarà la teva actitud davant la vida, la teva manera particular d'enfrontar-te als altres i a la vida.

Si mantens l'esquena encorbada o les espatlles caigudes i el cap enfonsat com una tortuga, estaràs mostrant amb el teu cos els signes de càrregues emocionals que suportes. Per tenir una bona postura que transmeti seguretat i confiança, mantingues una postura recta, oberta, però relaxada. No cal que estiguis quiet, pots desplaçar-te en el radi d'un metre, afegint animació i sensació de seguretat envers l'exposició.

Et pots dirigir a l'auditori de front, lleugerament cap enfora o, com sol passar quan s'utilitzen audiovisuals o s'escriu a la pissarra, totalment d'esquena. Si et situes de front, el nivell d'implicació i d'interès del públic augmentarà. Si és necessari donar-li l'esquena perquè has de fer notes en una pissarra o mostrar unes diapositives, intenta que sigui el mínim de temps possible.

Recorda

És bo que et puguis moure durant l'exposició, sempre que ho facis de manera natural.

5.2. El gest

Els gestos han de ser el més naturals possible, per això és molt útil conèixer de quina manera et mous més còmodament. Si la tensió impedeix que gesticulis amb naturalitat, corres el risc que els teus gestos entrin en contradicció amb les teves intencions i les teves paraules i que transmetis un missatge equivocat.

La **cinèsica** és la disciplina que estudia el significat dels moviments i els gestos humans. La manera com una persona es mou i gesticula, ens “parla”.

Una presentació realitzada sense gestos resulta monòtona i perd interès. Com més a prop estiguis del públic, més importància prendrà la comunicació no verbal. Amb la distància, aquest tipus d'informació disminueix. Amb l'ajuda dels gestos, podràs mostrar millor el que dius (com ara, la mida d'un objecte) i això t'ajudarà a mantenir l'atenció del públic.

El teu cos, quan parlis en públic, és el primer i millor audiovisual: no només se t'escolta, també se't veu.

De vegades, no obstant això, el que es veu no reforça o ajuda a percebre el que dius. És aleshores quan ens trobem davant de gestos que no tenen sentit i que podem anomenar gestos paràsits. Una gran part d'aquests gestos i postures només obeeixen una necessitat: alleujar la por o tensió. Són inútils pel que fa a la comunicació.

Alguns **gestos paràsits** que has d'evitar són:

DEMPEUS	<ul style="list-style-type: none"> • Mans a les butxaques. • Mans als malucs. • Vascular d'un peu a l'altre. • Moviments dels peus <i>in situ</i>. • Desplaçament d'un costat a l'altre. • Recolzar-te a la cadira, a la taula.
ASSEGUT	<ul style="list-style-type: none"> • Cap recolzat en una mà. • Braços sota la taula. • Balanceig de les espatlles. • Balancejar-te del davant al darrera amb la cadira.
ALTRES	<ul style="list-style-type: none"> • Enredar amb el bolígraf, les notes, les claus, etc. • Gratar-te el cap, fregar-te el nas. • Mans davant la boca. • Mossegar-te els llavis. • Mirar el rellotge.

Activitat



Activitat. Gestos paràsits

Pensa en alguna exposició oral que hagis fet o que hagis presenciat.

Fes un llistat dels gestos paràsits que pots observar i reflexiona:



- Què comuniquen?
- Com es podrien evitar?
- Milloraria l'exposició sense aquests gestos paràsits? De quina manera?

A través de l'**expressió de la cara** expresses les emocions, els estats d'ànim, l'alegria, la por, la tristesa, el dubte, etc.

El rostre és una gran font d'informació.

A continuació, indiquem 8 suggeriments perquè el gest ens ajudi a mantenir el contacte amb l'auditori:

Sabies que...

Un punt important de l'expressió de la cara és el **somriure**, amb el qual pots obrir canals de comunicació que et poden ser molt útils a l'hora de crear empatia amb les persones.

1. Hem d'estar atents i atentes als gestos del públic per captar-ne l'actitud.
2. Fem gestos visibles perquè es puguin captar bé.
3. Fem gestos que expressin sinceritat: (ser natural i ser tu mateix). No hem d'imitar la manera de gesticular d'altres persones, ja que no queda natural. Hem de fer servir els gestos que ens quedin millor.
4. Fem gestos oberts: per exemple, ensenyar els palmells de les mans és demostrar que es va de bona fe, que no es porta res amagat, neutralitza l'agressivitat, és el gest de demanar que ens disculpin, de demanar caritat, etc.
5. Els gestos han de mostrar respecte cap al grup i cap al paper que hi desenvolupem (encara que hi hagi confiança). Els gestos de les mans que ho mostren són a l'alçada de la meitat del cos.

6. La nostra postura ens ha de permetre estar còmodes i mantenir la correcció segons el grau de formalitat de la situació comunicativa.
7. Somriguem sempre que el tema de l'exposició ho permeti. És la millor manera de transmetre una disposició emocional positiva.
8. Acceptem els moviments espontanis i recordem que anem més ben preparats que els i les oients.

5.3. Les expressions de la cara i el contacte visual

La recerca de les emocions humanes universals ha portat a confeccionar diverses llistes d'**emocions bàsiques**, emocions que individus de cultures molt allunyades poden interpretar correctament simplement veient una fotografia d'una cara.

Algunes expressions populars indiquen que a la cara es reconeix el que sents:

- Ho porta escrit a la cara.
- La cara és el mirall de l'ànima.

Aquestes expressions constaten el que ja saps: si dius verbalment el contrari del que realment sents, se't nota.

El somriure autèntic i espontani implica moviments subtils dels músculs del voltant dels ulls i, si somrius a una persona estimada, se't dilataran les pupil·les; aquest somriure de felicitat tarda més a aparèixer i també tardarà més a desaparèixer.

En general, el contacte visual s'ha d'establir abans que l'auditiu. El contrari és antinatural (donar la mà sense mirar als ulls, per exemple). Mantenir el contacte visual et facilitarà la comunicació.

- Passeja la mirada per tot el grup abans de començar a parlar amb la finalitat de familiaritzar-te amb el públic i captar-ne l'atenció.
- Durant tot el desenvolupament de l'exposició, mira a tothom, si més no, alguna vegada, i percep la reacció de cadascú.

Generalment dirigim la vista cap als ulls o la cara de l'altra persona. La intensitat o el **grau de la mirada** mostra l'interès o el desinterès de les persones amb qui parles. Amb la mirada de les persones podràs obtenir informació, saber si el públic ha entès el missatge que vols transmetre i si li interessa el que estàs dient.

Per saber-ne més

Llegeix les pàgines 87 i 88 del llibre de Albaladejo (2007): *La comunicació més enllà de les paraules*, on es distingeixen les sis expressions de la cara universals.

6. L'impacte personal i la imatge corporativa

6.1. La primera impressió i consells a tenir en compte

La primera impressió, t'agradi o no, compta. No pots deixar de tenir una aparença física, i els altres es formen una opinió de tu a partir del que veuen. En totes les relacions, hi ha un primer moment i únicament tens una oportunitat per causar la primera impressió. En canvi, pots arribar a necessitar anys per demostrar, amb la teva conducta, que la impressió que vas donar en un principi era equivocada.

El físic, la vestimenta, els ornaments i els accessoris són aspectes que comuniquen la teva **personalitat, nivell social i ocupació**. L'aparença que mostris influirà en la teva imatge i credibilitat i en el grau en què el públic s'identifiqui amb tu.

No oblidis que sovint, com la dita popular indica "Una imatge val més que mil paraules". Fernando Savater hi afegiria "*en especial, para los analfabetos, claro*".

No hi ha una bona o mala aparença, però si coneixes com interpreten els altres l'aspecte físic, això et podrà ajudar a la forma de presentar-te davant del públic. En general, la **vestimenta** que empris anirà en funció del que l'auditori esperi de l'ocasió:

- Empra una vestimenta informal o formal segons el que l'ocasió demani.
- Vigila amb aquells elements que poden arribar a distreure el públic. Per exemple, una corbata molt vistosa o un excés de joies i ornaments poden distreure l'atenció del públic del missatge que intentes transmetre.
- Convé que triïs roba còmoda i que et permeti moure amb total llibertat.
- Utilitza una vestimenta o una altra en funció de com vulguis ser vist/a: original o

convencional; juvenil o expert/a; estricta/a o flexible; més aviat racional o més aviat emocional; perfeccionista o improvisador/a, etc.

Sabies que...

Moltes persones públiques que han de tenir una cura especial de la seva imatge reben assessorament sobre quines vestimentes utilitzar segons l'ocasió, així com sobre com utilitzar millor les seves capacitats orals i corporals?

6.2. La imatge corporativa

Cada vegada que et presentes en públic, estàs representant la teva organització. Si et vesteixes de manera informal, per exemple, o si no respectes les normes d'higiene personal socialment acceptades, estàs transmetent missatges no verbals que el públic interpretarà com si la teva organització estigués dient: " això no és seriós", "no em mereixeu respecte", o bé "no estem organitzats". El teu aspecte extern no només parla de tu, també transmet una imatge de qualitat de servei de la teva organització; de tu depèn que la imatge de la teva organització millori o empitjori.

Una administració, com tota organització, està formada per cada una de les persones que la integren. La imatge corporativa, doncs, vindria a ser el resultat de la suma de cada una de les imatges que en projectin els integrants.

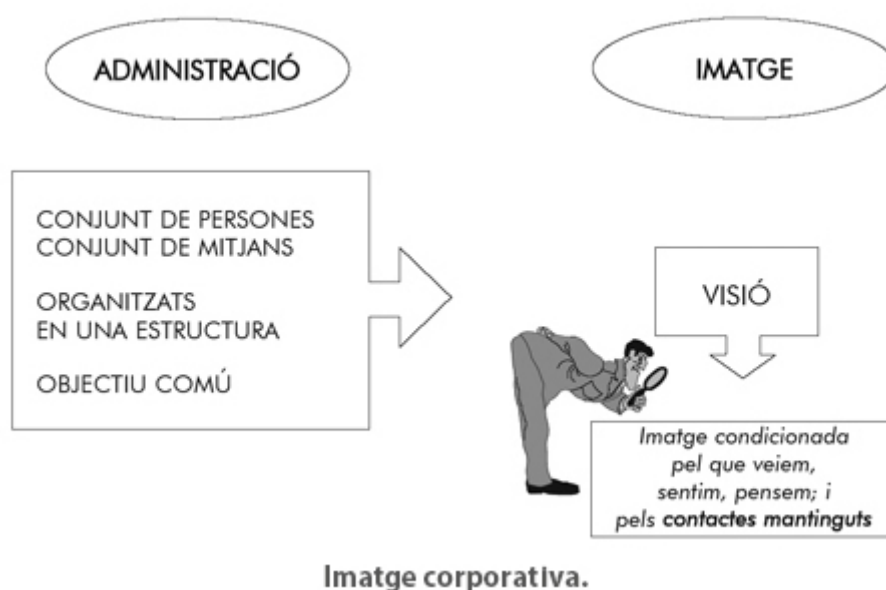


És a dir, la imatge que puguis tenir del teu ajuntament com a ciutadà o ciutadana és el resultat de les interaccions amb persones diverses que hagin anat tenint-hi al llarg de la teva vida. Una trucada telefònica en què t'hagin pogut ignorar o tractar malament, segurament farà que tinguis una mala imatge del conjunt de l'ajuntament, no només de la persona en qüestió. Aquest fet pot arribar a ser, en qualsevol organització, un gran problema o una gran oportunitat.

Entre els **avantatges** d'assolir una bona imatge personal i corporativa hi consten els

següents:

- L'organització per qui treballes serà "vista amb bons ulls" per la ciutadania.
- La imatge que projecta l'organització, gràcies a la teva exposició, estarà plena de connotacions positives.
- La satisfacció no només serà externa: també en l'àmbit intern augmentaran el teu prestigi i la teva imatge positiva.
- La ciutadania estarà més predisposada a favor de la institució per la qual treballes, fet pel qual en reduirà els prejudicis i estarà més disposada a disculpar-ne errors que s'hagin pogut cometre.



Per prendre decisions sobre l'**aparença física** en les teves intervencions en públic, pots tenir en compte els criteris següents:

- Si vols transmetre respectabilitat, has de mostrar amb la teva imatge que respectes les normes generals que regeixen l'aparença en la col·lectivitat on et presentes.
- T'has de vestir amb un grau de formalitat equivalent al grau de formalitat del discurs que faràs.
- Cal tenir molt presents els hàbits generals d'higiene. Vigila especialment l'aspecte del teu calçat si has de parlar des de dalt d'una tarima i sense taula.
- Com menys joies, símbols religiosos o de partits, i altres distraccions visuals, millor, més se centrarà l'atenció en el que dius. Tria molt bé els símbols que llueixis, formaran part del teu missatge.
- Vesteix i usa complements que estiguin d'acord amb l'estatus majoritari de les

persones a qui et dirigeixes (si no és que la teva intenció sigui posar de relleu la teva diferència).

- Tria roba còmoda que et permeti llibertat de moviments.
- En general, tria la roba i els complements en funció de com vols que es capti el teu missatge; pot ser que amb el temps siguin més recordats que el missatge mateix (segur que et vénen a la memòria exemples de personatges coneguts!).

Idees d'elements descriptius:

- De persona: persona robusta i de formes arrodonides, persona prima, persona musculosa i atlètica; original o convencional; juvenil o experta; estricta o flexible; racional o emocional; perfeccionista o improvisadora; seductora o desapassionada; objectiva o subjectiva; moderna o tradicional; austera o ostentosa; creativa o rutinària; arriscada o conservadora; responsable o irresponsable; etc.
- D'institució: racional o humana; moderna o tradicional; austera o ostentosa; compromesa; ambiciosa; arriscada o conservadora; etc.

Com a integrant de l'organització on treballes, és important, en la mesura que et sigui possible, que facis una bona contribució a la imatge de qui representes. Aquesta recomanació té especial pes en cas que desenvolupis una tasca d'atenció al públic o en aquelles situacions en què hakis de realitzar ponències o fer exposicions.

7. La interacció amb els suports visuals i la distribució de l'espai

Algunes recomanacions per a l'ús de mitjans audiovisuals són:

- En una presentació oral, tu ets el millor audiovisual.
- No transmetis dos missatges diferents al mateix temps: abans de veure una filmació explica què es veurà i procura que la teva veu no se sobreposi a la de la filmació. Després desconnecta i continua l'explicació. Si poses una transparència o una imatge projectada de qualsevol altra manera i la comentes, després de comentar-la, és millor ocultar-la.
- No perdís el contacte amb el públic: vigila les zones 'cegues' i busca sempre perspectives que et permetin dominar visualment la sala quan utilitzis els mitjans audiovisuals. No donis l'esquena al públic sempre que et sigui possible;

si perds el contacte visual, no deixis de parlar per no perdre el contacte totalment.

- Comprova tots els mitjans tècnics abans de l'exposició.
- Tingues previst què faràs si la tècnica et falla.

Intenta fer sempre una visita al local abans de l'acte en qüestió. D'aquesta manera, podràs comprovar si tots els detalls són a punt per fer la xerrada.

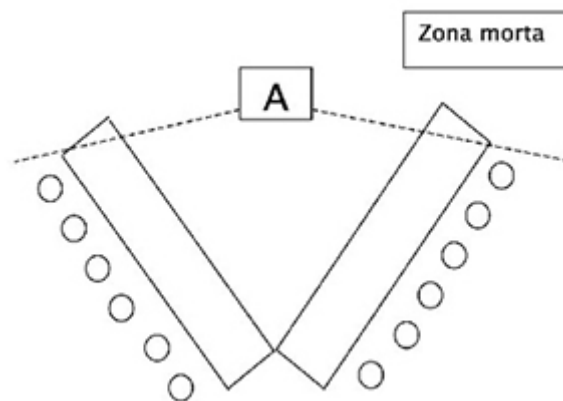
Algunes consideracions en l'elecció del lloc on exposar:

- La col·locació de les taules, assegurant que n'hi ha prou per a tota l'audiència i que l'auditori et pot veure perfectament.
- Comprova si la teva zona d'exposició té el lloc suficient per poder col·locar totes les teves coses.
- Esbrina on són les preses de corrent elèctric, si hi ha canó, si hi ha ordinador, etc.
- Esbrina com es pot atenuar la llum quan vulguis fer una projecció.
- Esbrina si es pot regular la temperatura del local des de la mateixa sala.
- Comprova si hi ha algun rellotge dins la sala que vagi marcant el temps i pensa com ho faràs per ser conscient del temps sense mirar-te el canell.
- Comprova que la col·locació dels mitjans audiovisuals permeti que tothom en tingui una visió clara i que funcionin correctament.
- Comprova que els sistemes de megafonia estiguin a punt.

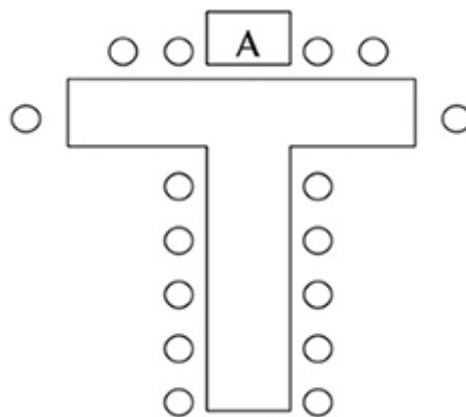
La **disposició de les taules** pot facilitar o obstaculitzar el desenvolupament de l'exposició i pot ser un entrebanc per a l'evolució del grup durant l'exposició.

1. **Sistema en V:** Aquesta disposició introdueix una desigualtat de les situacions respecte de qui parla: les relacions tindran tendència a ser més intenses entre la persona que fa l'exposició i les persones que seuen al davant.

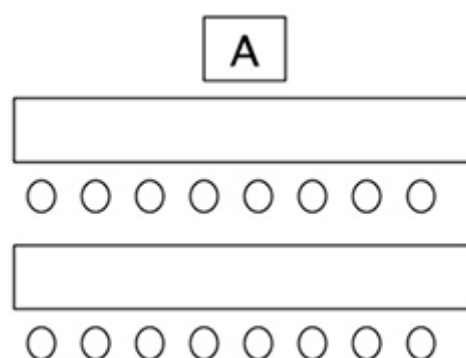
- Pots veure que hi ha una zona morta.
- Dificulta les comunicacions entre veïns i veïnes.



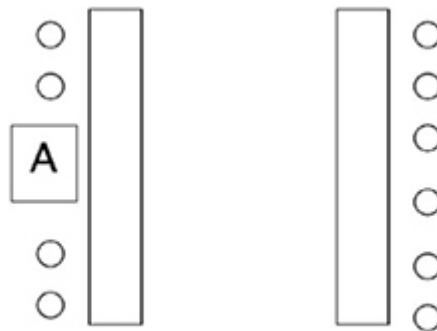
2. **Sistema en T:** Disposició tradicional dels banquetes. És molt incòmoda.



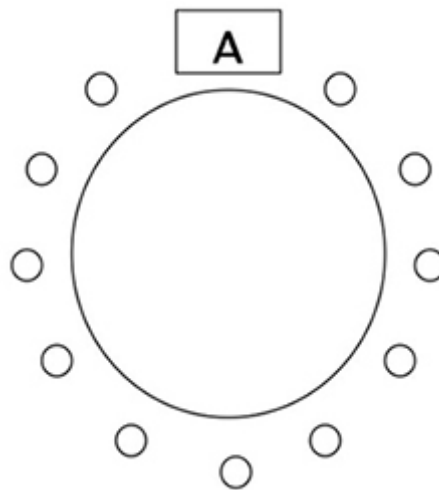
3. **Sistema aula:** Disposició de tipus conferència o lliçó magistral. Fa difícils les interaccions entre participants i accentua la superioritat de la persona que fa la presentació.



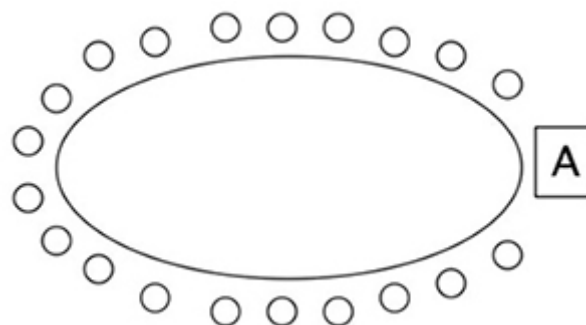
4. **Sistema de negociació:** Correspon a la discussió d'interessos oposats (tipus de negociació diplomàtica). Evidentment, desfavorable per a la participació de tothom.



5. **Sistema circular:** Una de les disposicions més eficaces és la disposició en cercle o oval.



6. **Taula sociomètrica:** La taula especial, o 'taula sociomètrica', s'ha dibuixat com la que facilita al màxim les comunicacions: és oval, té una amplada equivalent a 7/12 de la seva longitud i una de les puntes està tallada per assenyalar el lloc de l'animador/a. Només hi caben 12 participants.



Per saber-ne més

Consulta l'enllaç següent de l'[Escola d'Administració Pública de Catalunya](#) que tracta sobre com hem de fer servir els mitjans audiovisuals per fer les presentacions més eficaces.

8. El contingut

8.1. Els objectius de l'exposició

L'objectiu és allò que esperes aconseguir com a conseqüència de l'exposició i es concreta en modificacions de la conducta o de l'actuació de les persones del públic. L'objectiu no és el que faràs durant el temps de què disposes, sinó el que els i les assistents s'emportaran per poder-ho aplicar després.

L'objectiu és la teva **diana**, allà on vols arribar. Tots els recursos expressius que facis servir, verbals i no verbals, seran eficaços si aconsegueixes la teva diana.

En realitzar presentacions en públic, pots perseguir quatre **objectius generals**:

- **Informar**: proporcionar informació o idees per tal d'augmentar els coneixements o la comprensió envers un tema. En aquest cas, explicaràs com es fa alguna cosa, en què consisteix, com funciona...
- **Persuadir**: influir sobre les creences, actituds o sentiments de les persones respecte a una determinada matèria.
- **Incitar**: es tracta que influeixis en les accions de les persones. De vegades, prèviament, hauràs de modificar les actituds de les persones, però altres vegades no caldrà aquest pas previ, ja que se sentiran en la línia que t'interessa. Es tracta que motivis aquestes persones cap a l'acció (des de comprar un determinat producte a firmar un manifest).

- **Entretenir:** consisteix a distreure o entretenir un grup, o que dirigeixis un ritual social en un grup (com ara, atorgar un premi, commemorar un esdeveniment, etc.).

Aquests objectius no són excloents, però normalment un d'aquests objectius sol dominar sobre els altres.

Pel que fa als **objectius específics**, són objectius que delimiten el general al·ludint al tema concret de la presentació i al resultat que aquesta ha de tenir en els i les oients.

És útil escriure un objectiu específic amb una frase que inclogui una indicació de l'objectiu general, l'aspecte del tema que es tractarà i, opcionalment, una referència a la composició de l'auditori.

8.2. Problema retòric: decideix on és la diana

Aquesta és la fase inicial del procés de preparació: la d'**anotar idees** que et serveixin per a l'exposició, sense seleccionar-les, jutjar-les ni ordenar-les, de moment.

Has de decidir:

- Objectiu principal:
 - Quin és l'objectiu principal que vols aconseguir (informar, convèncer, entretenir, persuadir, etc.).
 - Què vols que l'audiència conegui després de la teva intervenció?
 - Quina actitud vols que l'audiència tingui després de la teva intervenció?
 - Quins beneficis obtindrà l'audiència del que exposes?
- Imatge:
 - Quina imatge vols transmetre de tu i/o de l'organització?
 - Com vols que pensin que ets (o que sou)?
- Públic:
 - A qui et dirigeixes?
 - Per concretar aquesta pregunta necessites conèixer molt bé el públic; com més el coneguis, més fàcilment obtindràs èxit en la comunicació.

Has de tenir clar l'objectiu, durant tota l'exposició, perquè ha de servir per

prendre decisions durant l'exposició, com ara: tallar o no tallar una discussió, afavorir o no una actuació, insistir més o menys en les intervencions, etc.

8.3. La selecció del contingut i el públic receptor



Actuar sense públic és el mateix que cantar en una sala sense ressonància... Actuar davant un públic total i que respon és com cantar en una sala amb acústica excel·lent... El públic proporciona la nostra acústica espiritual com un tornaveu que ens retorna emocions humanes". (Stanislavski, 1981).

Abans de preparar-te l'exposició, analitza el públic al qual et dirigiràs i adequa't a les seves característiques. Si no ho fas, podries resultar poc interessant i avorrit, i fins i tot podries dir alguna cosa que ofengués el públic.

Per obtenir la informació sobre el públic, pots parlar amb algú que el conegui o amb algun membre del mateix auditori. Les persones et proporcionaran amb gust informació perquè la teva exposició sigui el més profitosa i interessant possible.

Per saber-ne més

Pots ampliar la informació llegint el llibre de Constantin Stanislavski (1981) *Manual del actor* (pàg. 115).

8.4. La informació rellevant

Una vegada definit l'objectiu, arribes al: què he de dir en concret?

Els **continguts** són el mitjà per arribar a l'objectiu. Hauràs de seleccionar els continguts

en funció dels i de les assistents i dels objectius establerts, sense oblidar el mètode de treball que utilitzaràs, ni el temps disponible.

Partint de tots els continguts possibles, caldrà que decideixis quins són estrictament **necessaris** i quins són **complementaris**. No oblidis que és més fàcil donar massa informació que no pas no donar-ne prou, i que sempre pots repartir documentació complementària sense necessitat de gastar el temps del grup comentant-la.

Per a la transmissió d'informació, és més efectiva la llengua escrita; la llengua oral és més efectiva per a l'establiment de la relació.

La informació rellevant, la que cal que donis durant la intervenció, és la imprescindible perquè el públic arribi a l'objectiu que t'has proposat.

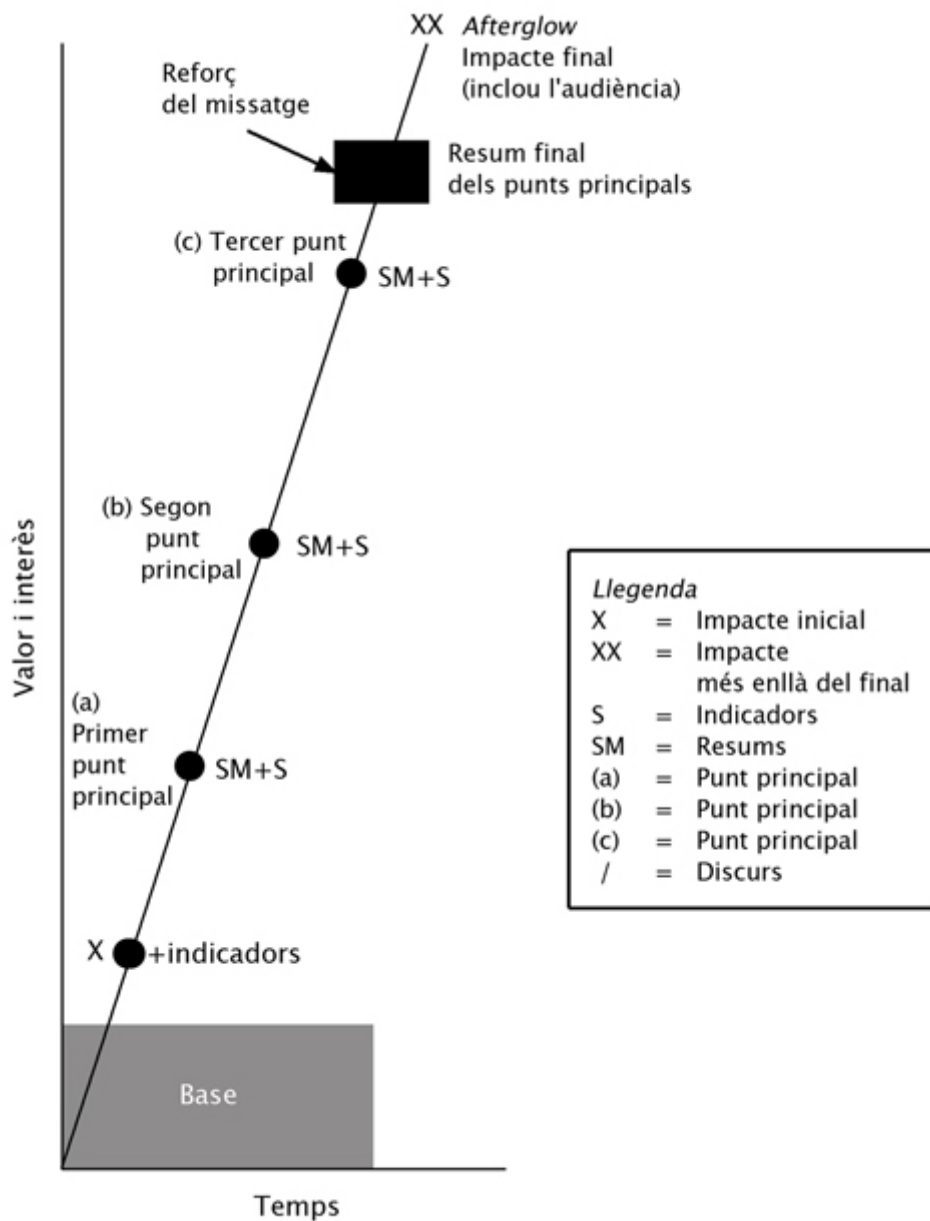
9. L'organització de la informació. L'estructura del discurs

La segona fase de preparació, després que hagi establert l'objectiu i els continguts, consisteix a **ordenar** i **seleccionar** el material recollit.

Has de dotar amb una estructura consistent el material per tal d'aconseguir l'efecte que persegueixis en el temps de què disposes. L'esquema que proposa la retòrica clàssica serveix tant per a una intervenció àmplia com per a una de breu, independentment del contingut i de l'objectiu.

L'**estructura** de tota exposició ha d'estar dividida en les tres parts següents:

1. Introducció
2. Desenvolupament
3. Conclusió



Estructura del discurs. Font: Bell (1987).

9.1. La introducció

La introducció és un moment bàsic, important, breu (d'uns 3-5 minuts) i que se centra en l'estat emocional que vols aconseguir més que en la informació i els arguments. Els recursos que faràs servir per aconseguir els objectius poden variar segons la teva creativitat, gustos, costums, etc.

9.1.1. Objectius i components de la introducció

Per tal de connectar amb el grup, cal una bona introducció. Els objectius de la introducció són que el **públic**:

- Estigui atent.
- Sigui favorable, és a dir, que tingui una bona disposició cap al que li exposaràs.
- Et segueixi sense dificultat (que tingui clar el pla de la presentació).

Els **components** de la introducció són:

Salutació

El primer que has de fer quan comencis una presentació és saludar i, si és el cas, dóna les gràcies a qui t'ha convidat. Quan en un acte institucional convingui donar un reconeixement especial a membres de les institucions que et conviden o a alts càrrecs que reconeixes per sobre del teu càrrec, pots fer-ne esment explícit abans de dirigir-te a l'auditori en general.



“Representants de les entitats organitzadores, senyor comissari de l'exposició, senyores i senyors, bon dia.”

També és convenient agrair amb cortesia les institucions que t'han convidat, o que han fet possible l'acte, els representants de la ciutat que t'acull, etc.; o bé la gentilesa de les persones que han acudit a la convocatòria, segons les circumstàncies concretes.



“Vull agrair aquí, en primer lloc, que dues institucions tan representatives de la ciutat de Lleida acullin aquesta exposició sobre “Les propostes urbanístiques d'Ildefons Cerdà”. L'Institut d'Estudis Ilerdencs i el Col·legi d'Arquitectes són dos espais singulars i molt adequats per mostrar l'obra del català universal Ildefons Cerdà a les persones que viuen a Lleida i a les que visiten aquesta capital cultural i econòmica de les terres de ponent.”



“En primer lloc, us vull agrair que hàgiu acudit a la reunió, tot i la urgència de la convocatòria. Sé que sou persones responsables i que enteneu la vostra feina com un servei a la ciutadania. És un orgull per a la nostra institució comptar amb personal com vosaltres.”

Sempre que puguis, és millor que et presenti algú, així podrà quedar de relleu la teva capacitat per parlar del tema sense que el que diguis resulti pedant. Escolta atentament la presentació i agraeix la presentació a la persona que l’ha feta, amb algun adjectiu que demostris que prestaves atenció.



“Gràcies, Josep Maria, per aquesta presentació tan càlida”.

“Agraeixo a la Doctora Cabré la seva rigorosa presentació, que demostra que coneix bé els detalls del meu projecte”.

Captació de l’atenció

Ve a continuació de la salutació i si no aconsegueixes captar l’atenció, la resta no servirà per res. Espera que hi hagi silenci abans de començar.

El que diguis al principi ha de ser amè i ha de crear una situació d’**expectativa**: per exemple, explica un acudit, una història de la vida quotidiana o una anècdota passada; recorda el motiu de la trobada, planteja una pregunta o un desafiament, ensenya un objecte (el llibre que es critica, el premi que es donarà, el programa de l’acte, etc.).

Captació de la “benevolència”

Has d’aconseguir que el públic et sigui favorable: has de fer veure la teva capacitat per parlar del tema, sense ser pedant. Tingues en compte, però, que un excés de modèstia en la introducció pot ser negatiu.

Sol ser útil, per aconseguir una bona actitud del públic, que concretis l’objectiu de la xerrada. També és el moment de guanyar-se el grup (agraeix les seves intervencions,

introdueix les persones, etc.)

Captació de la “docilitat”

Per tal que el públic pugui seguir bé l'exposició, és important que els informis del que sentiran a continuació i que vegin quina estructura té el discurs i de quines parts constarà.

El **pla de l'exposició**, el pots explicar, donar per escrit o projectar en una transparència o diapositives.

També has d'apuntar, si no estan definits, els aspectes de l'**organització** de l'exposició (quina durada tindrà, si es pot interrompre amb preguntes o s'han de deixar per al final, etc.).

9.1.2. Indicis a transmetre durant la introducció

Sigui com sigui, hi ha uns quants **indicis** que has de transmetre en el poc temps de la introducció i que quasi t'asseguraran, per si mateixos, l'èxit de la teva intervenció:

- Estàs capacitada o capacitat per parlar sobre el tema (per no resultar pedant, és millor que et presentin); en el cas que t'autopresentis, decideix quines característiques teves prefereixes subratllar. En el cas d'un acte institucional, si no pots aconseguir que algú et presenti, cal que diguis el teu nom, el teu càrrec i l'organització a qui representes. És important que no siguis pedant i que no et donis més categoria de l'estrictament necessària. El que més interessa al públic, és saber que tens capacitat per parlar del tema, perquè el coneixes per experiència, perquè has estat entre les persones que han impulsat un projecte o bé perquè defenses amb sinceritat els valors implicats en el que tractaràs.

La teva capacitat per tractar el tema pot no ser el resultat d'un currículum brillant, sinó d'una experiència concreta que al públic li pot interessar compartir.

- Coneixes el públic, et pots imaginar com se sent i què pensa.

- La teva exposició interessa al públic; has de convèncer del fet que el que expliques serà especialment interessant i útil per a la vida de les persones que t'escolten.
- Saps l'extensió aproximada de la conferència i només has de dir que serà breu si n'estàs segur/a. És perillós dir que seràs breu i aleshores allargar-te molt.
- Estàs ben organitzat i el públic et podrà seguir amb comoditat: per això, a part d'explicar les parts que tindrà el discurs, has de demostrar que ho tens tot previst (descansos, materials, papers necessaris, etc.)

També és contraproduent que diguis que, a causa del poc temps de què disposes, només faràs una aproximació al tema: això faria pensar al públic que l'estàs estafant i que l'exposició que escoltarà serà de segona categoria.

9.1.3. Idees per iniciar el discurs

Les idees que s'exposen a continuació t'ajudaran a introduir bé el discurs. Cal, però, que escullis la més adequada a:

- Els teus interessos.
- Les característiques del públic.
- El tipus de discurs.

1. Fes un breu comentari sobre el títol de la conferència.

Per exemple, és tradicional començar comentant la definició o les possibles definicions (etimològica, científica, popular...) dels mots que formen el tema o el títol de la intervenció. Això t'ajudarà a delimitar el tema, però estalvia obvietats i no t'hi estenguis gaire.

2. Explicita l'objectiu i presenta l'esquema de la intervenció.

Aporta un fil perquè l'oient vagi ordenant la informació que rep. És molt apropiat per a discursos expositius, però no és aconsellable que ho facis exhaustivament en discursos d'opinió, en què la sorpresa pot tenir un paper interessant. És a dir, avançaries massa les idees principals i perdries la força de convicció d'un bon ordre dels arguments.

3. Fes una pregunta. És una manera d'anticipar-te a les qüestions que segurament té

l'audiència respecte del tema. Per exemple, estem preparats i preparades per fer front a aquest repte? Òbviament, els i les oients tractaran de respondre mentalment la pregunta i esperaran que els ofereixis la resposta.

4. Fes una lectura mental del públic. Esmenta algunes preconcepcions que hipotèticament té l'auditori. Per exemple: Segurament vostès pensen que... Després, podràs confirmar les idees esmentades o demostrar que eren prejudicis sense fonament.

5. Explica una anècdota. Que tingui a veure amb el tema, breu i, si és possible, personal. La capacitat de riure't de tu mateix/a demostra equilibri mental i així conqueriràs qualsevol tipus d'audiència.

6. Explica un acudit. Ben explicat, breu i relacionat amb el tema. Fer somriure la gent tot just començar és un bon cop d'efecte, però atenció: és molt arriscat.

Fins i tot si tens certa gràcia explicant acudits, hauràs de tenir en compte que el sentit de l'humor és **cultural**: allò que fa gràcia en unes cultures, en d'altres pot semblar ofensiu. En cap ocasió, no està justificat un acudit políticament incorrecte (malauradament, molts ho són).

7. Expressa les teves impressions personals relacionades amb el lloc o amb l'auditori. Evoca sensacions emotives, però no facis servir aquest recurs si els sentiments que expresses no són absolutament sincers.

Per exemple: em va alegrar la idea de venir a Girona. És una ciutat especial per a mi, perquè em porta records de la meva època d'estudiant.

8. Explica una notícia o dades estadístiques recents. Alguna notícia o alguna dada significativa relacionada amb el tema t'ajudarà a enfocar el discurs. Escull dades simples, fàcils de comprendre. És molt útil, per exemple, usar una comparació: "un estudi fet amb 200 inversors als quals es va fer inhalar una dosi d'oxitocina, demostra que després de la inhalació van ser un 80% més generosos que el grup de control, en un joc d'inversió que mesurava la col·laboració". Una frase així et pot ajudar a confirmar la bondat de les emocions positives.

No facis servir dades massa específiques: l'audiència no pot retenir xifres com 6.347.453 sense el temps necessari i una bona gràfica il·lustradora.

9. Explica una citació o un refrany.

Una frase clàssica o d'un/a autor/a solvent, que l'auditori conegui, et donarà prestigi i t'ajudarà a captar l'atenció. Però atenció: si no vols que la frase resulti pedant, ha de ser

rellevant per al tema.

10. Explica una historieta.

A tothom li agrada sentir una bona narració. Haurà de complir, però, algunes condicions: ben escollida, ben explicada, amb certa intriga i que condueixi al tema de la intervenció.

Per saber-ne més

Aquestes idees per començar el discurs estan adaptades de "Estratègies per a la comunicació oral", curs coordinat per Glòria Sanz.

9.2. El desenvolupament

El desenvolupament és l'**itinerari** escollit per exposar els continguts seleccionats. És el moment més llarg del discurs i on transmetràs la informació i els arguments principals.

Has de tenir en compte especialment que en el discurs oral no es pot tornar enrere com en un llibre o en un document; la memòria auditiva és molt limitada, més que la memòria visual: el discurs verbal (oral o escrit) és lineal, com un fil, mentre que les idees en la ment estan associades com en una xarxa.

Els estudis en ciència cognitiva i la retòrica donen algunes **pautes** per organitzar el desenvolupament de les exposicions, que ha de ser:

- **Ordenat jeràrquicament.** Segueix un ordre coherent, de menys a més dificultat, d'allò senzill a allò complex. Presenta els continguts jerarquitats en diferents nivells, estableix les conclusions parcials després de cada apartat i, quan s'hagi de fer una subdivisió i una enumeració, és millor que ho divideixis com a màxim en tres parts.
- **Agradable.** Presenta-ho com un guió cinematogràfic més que com un índex, com un itinerari cap a uns objectius més que com una sèrie de punts o apartats.

Acompanya, sempre que sigui possible, les paraules amb imatges.

- **Adaptat.** Fes ressaltar els aspectes personals, emfasitza'ls. No cal que diguis gaires coses, ja que el que recordarà el públic serà molt poc. És millor que no donis gaire informació: dóna només la més significativa per al teu públic i presenta-la amb el màxim de claredat:
 - Abans de dir alguna cosa important, anuncia-ho.
 - Abans d'arribar a alguna conclusió, digues que ho faràs.
 - Abans de tractar un punt, indica'l.
 - Després de tractar un punt, resumeix-lo breument.
 - Indica explícitament la relació que hi ha entre cada tema i l'anterior.
 - Dóna exemples abundants i adapta'ls a l'auditori en concret.

Recorda

D'una presentació oral en retenim (BELL, 1987):

- El 20% del que escoltem.
- El 30% del que veiem.
- El 50% del que sentim.
- El 80% del que veiem, sentim i fem.

9.3. La conclusió

Aquesta és 'el llaç del regal', indica que ja estàs acabant l'exposició i és autònoma de tot el discurs. Ha de ser breu, però no has de permetre que el desenvolupament de l'exposició et deixi poc temps per fer-la (sol durar 3-5 minuts).

La conclusió és el **comiat** i, com la introducció, és un moment per a les emocions més que per a la raó. És una part privilegiada, perquè serà la que més es recordarà.

Tota conclusió ha d'incloure:

- **Resum:** Has de resumir les conclusions parcials i tot l'itinerari seguit recordant l'objectiu.
- **Remotivació:** Has d'exposar les conseqüències del que has dit, indicar les

aplicacions i convidar a l'acció. És el lloc per aconseguir el compromís dels i de les assistents amb l'acció o l'actitud que t'havies proposat com a objectiu. Va bé que reserves per a aquest apartat un cop d'efecte (amb una frase final fàcil de recordar, una apel·lació als sentiments íntims dels espectadors, la revelació d'un enigma que s'ha plantejat al principi, una imatge que impacti, un final inesperat d'una història prèvia, etc.).

- **Agraïment.** Has d'agrair l'assistència i l'atenció prestada i acomiadar-te breument. El comiat ha de ser sincer, has de fer entendre que t'has implicat en el que has dit. No es pot fer un agraïment llegint, ningú pensaria que es tracta d'un sentiment sincer. Més val descuidar-se alguna paraula, que transmetre hipocresia

"Moltes gràcies".

"Gràcies per la seva atenció".



"Agraeixo molt l'interès que han mostrat durant la meva exposició".

"Ha estat un plaer explosar les meves propostes a un públic com aquest, agraeixo molt les mostres d'entusiasme que he rebut."

"Ha estat un autèntic privilegi participar d'aquest acte i us agraeixo la vostra acollida".

Has de deixar sempre una porta oberta a una altra possible trobada o col·laboració.

La conclusió ha de ser curta i clara i ha de deixar un missatge entre el públic. És la **raó de ser** de la teva exposició.

Per concloure la intervenció, pots fer servir les **idees** següents:

1. **Resum.** És una forma convencional, però sempre efectiva, d'acabar una intervenció. Una breu revisió dels punts més importants ajudarà els i les oients a tenir una visió global del contingut del discurs.
2. **Preguntes obertes.** Conviden els oients a buscar-ne la resposta. Per exemple:

La qüestió és: què hem de fer a partir d'ara per aconseguir X?

3. **Historieta o anècdota.** De vegades, la reflexió final pot ser introduïda amb una història breu o una anècdota, ben explicada i relacionada clarament amb el tema.
4. **Una citació.** Igual que per començar, una citació coneguda demostra el nivell cultural i afavoreix la teva credibilitat. Ha de ser rellevant per al tema i produir l'efecte de tancament necessari.
5. **Solucions possibles.** Presentar diferents vies d'actuació com a possibles alternatives, donant més pes a aquelles que guardin més coherència amb el missatge exposat.
6. **To dramàtic.** Amb un canvi de veu i recursos estilístics, pots fer un final de to dramàtic, en forma de breu diàleg. És una manera efectiva d'acabar la intervenció, però requereix habilitats d'interpretació.
7. **Invitació a l'acció.** Diuen que en tota intervenció oral, hi ha afany de convèncer, és a dir, volem que les persones del públic actuïn en una determinada direcció. Pots acabar el teu discurs indicant clarament allò que esperes que el públic faci a partir del final: "La propera vegada que us soni el mòbil enmig d'una reunió..."
8. **Incentius.** Fes referència als beneficis que pot aportar un canvi d'actuació. És difícil que oblidin el teu missatge si ofereixes bones raons per actuar.
9. **Càrrec de consciència.** Es tracta d'apel·lar l'honestedat o els valors ètics dels i de les oients. O bé pots fer-los adonar que han estat negligents, apàtics, o massa ocupats en altres afers... per fer allò que ja sabien que haurien de fer. També pots referir-te als perills d'actuar en un sentit diferent al que proposes.
10. **Augurar un futur pròsper.** Parla de l'objectiu com si ja fos real. Construeix una utopia que justifiqui el canvi i afavoreixi l'optimisme i el desig de canvi.

10. Les dosis de planificació i d'improvisació

10.1. Consells per improvisar bé

Recorda

No vulguis ser una altra persona,
sigues tu mateix.

Per improvisar bé, no s'ha d'improvisar mai: deixar que l'èxit d'una intervenció depengui de la inspiració que puguis tenir en un moment determinat és molt arriscat.

És millor no improvisar. La previsió i la bona estructura del discurs i saber què espera el públic en un moment determinat són factors que has de dominar si vols tenir alguna garantia d'èxit.

De totes maneres, en cas d'improvisació, pots introduir **frases fetes** o marcadors discursius, per tal d'obtenir alguns segons per pensar el que diràs.

- Si es tracta, per exemple, d'una ràdio, pots dir que en aquest precís moment estàs acabant una cosa urgent i demanar que et tornin a trucar al cap d'un quart d'hora: amb aquest temps podràs escriure la resposta.
- Si es tracta d'un acte públic (commemoració, comiat, lliurament de premis, homenatge, etc.) has de preveure quines paraules et pots trobar que has de dir (donar les gràcies si et fan un regal, acomiadar-te si canvies de lloc de feina, etc.) i preparar-les mínimament per si de cas. Cal que tinguis en compte que en aquests casos sempre s'agraeix la brevetat i, si es fan agraïments, el pitjor que pots fer és oblidar algú.

Quan hagi d'assistir a un acte, preveu una possible intervenció que tingui en compte les qüestions següents:

- Motiu de l'acte
- Rol que tens en l'acte
- Tema que es tractarà
- Què et poden preguntar?
- En quin moment et poden fer intervenir?
- Què esperen que diguis?
- Què t'interessa dir?

Porta sempre amb tu la **fitxa de la improvisació**, que podria tenir el contingut següent:

- Anècdotes
- Preguntes suggerents
- Refranys
- Cites de pensadors
- Síntesis d'experiències

Durant la intervenció:

- Somriu

- Localitza persones conegudes a la sala
- Respira profundament (al principi)
- Si ets tímid/a, 'aixeca' la veu al principi

10.2. Preguntes i respostes

Si et fan preguntes en el col·loqui final, pots preparar algunes respostes a les qüestions que creus que sortiran. Si no tens preparades les respostes, queden alguns **recursos** d'escapatòria:

- Resumeix el que has dit en l'exposició.
- Replanteja novament la qüestió des d'una altra perspectiva.
- Digues que estàs d'acord amb les altres persones de la reunió o de l'acte.
- Digues frases que puguin servir per guanyar temps (M'alegro que em faci aquesta pregunta, per contestar amb més exactitud la seva pregunta, me'n podria explicar el motiu?)
- Començar la resposta repetint sintèticament la pregunta per orientar el públic o per demanar informació sobre si ho hem entès bé.

Les respostes han de ser breus i has d'aprofitar per donar dades concretes o per explicar exemples de la teva experiència personal (en concret, no puc respondre això, però sí que puc dir que una vegada que vaig tenir aquest problema vaig fer... i em va anar...).

Si no saps la resposta, has de reconèixer-ho honestament i oferir-te a contestar en un altre moment, per telèfon o per escrit. No has de mentir, per descomptat, i si hi ha informació que no pots revelar, has de dir-ho obertament.

Si hi ha preguntes que busquen **polèmica** o que et poden posar en compromís, no has de respondre-les (ja hem dedicat bastant temps al torn de preguntes i ara crec que té més valor per a tothom que parlem de...). Mai has de defensar-te d'una pregunta, perquè estaries reconeixent-la com un atac, ni has de ridiculitzar la persona que pregunta.

Quan et pregunten sobre el que has dit, has d'argumentar-ho i de cap manera establir

un diàleg, ja que hi ha més persones del públic que desitgen intervenir. Si algú repeteix una pregunta que ja s'ha fet, has de contestar sense molestar-te, però posant en evidència la falta d'atenció (sento no haver-me explicat suficientment bé, permeteu-me que ho torni a explicar).

Al marge del moderador, si et fan preguntes molt llargues, has de frenar les intervencions (indica amb el llenguatge del cos que et disposes a contestar, reformula la part de la pregunta que la persona ja ha fet per forçar-la a acabar, interromp-la obertament i fes-li notar que hi ha altres persones que volen intervenir, etc.).

10.3. Preguntes amb trampa i resposta de queixes

Les preguntes amb trampa són:

- Les que obliguen a contestar amb un sí o amb un no. Et poden obligar a dir coses que no volies: és recomanable no acceptar la dicotomia i reformular la pregunta.
- Preguntes hipotètiques: has de fer notar al públic que no pots respondre-les perquè l'excés de suposicions no et permet respondre amb un mínim de certesa.
- Preguntes que contenen una afirmació amb la qual no estàs d'acord: el primer que has de fer sempre és desmentir l'afirmació.



Ja que el seu consistori està sense pressupost, quines seran les línies d'actuació per als pròxims anys? En primer lloc, he de dir que el nostre pressupost és suficient per....

A les respostes de queixes has de:

- Escoltar bé, esbrinar exactament el motiu de la queixa. Si falten dades, pots dir que estudiaràs el tema; també pots destacar els aspectes positius o els punts en comú que tens amb la persona o la institució que formula la queixa. Moltes vegades, malgrat no compartir-hi el punt de vista, comprendre la posició emocional de l'enuig de qui s'està queixant posarà l'auditori en una

predisposició positiva.

- Salvant algunes qüestions de detall, pots donar la raó. És difícil que algú et porti la contrària durant gaire estona si li dones la raó.
- Si la queixa és perquè has ofès algú, tens l'obligació de demanar perdó públicament. No necessites justificar-te.

10.4. Característiques del discurs improvisat

Un discurs improvisat hauria de reunir les característiques següents:

Sabies que...

Un bon recurs és el de construir el discurs sobre una experiència viscuda.

1. **Brevetat.** Una característica fonamental dels discursos improvisats és la brevetat. Has de ser molt breu. Aquesta característica és deguda a raons:
 - Intrínseques: tindràs menys oportunitats de 'dispersar-te' i aconseguiràs millor que estiguin per tu.
 - Extrínseques: no pots utilitzar igual o més temps que els i les ponents, la improvisació implica donar resposta exacta a la invitació 'digui unes paraules'.
2. **Entusiasme.** Davant d'una intervenció improvisada, el públic està més predisposat i receptiu que davant d'un discurs ja anunciat. Hi acostuma a haver un sentiment d'**empatia** (si jo estigués en el seu lloc... quin destret!). Hi ha doncs 'un clima' diferent del que hi ha en un discurs normal. La improvisació té a veure amb l'emotivitat, hi tenen a veure molt els sentiments.
3. **Contingut.** S'ha de dotar de contingut les intervencions; fug, en aquest sentit, de fórmules protocol·làries o de 'cobrir l'expedient'. Allò que diguis en discursos improvisats acostuma a 'arribar' més que no pas allò que dius en altres tipus de discursos. Has d'aprofitar aquesta oportunitat per traslladar un missatge.

10.5. Estructura del discurs improvisat

L'estructuració del discurs improvisat està relacionada amb els factors d'oportunitat i els factors emotius.

Hi ha tres **factores d'oportunitat** bàsics, i dels quals dependrà el contingut del discurs:

1. Lloc on has de desenvolupar el discurs.
2. Tema que tractaràs.
3. Rol que representes en l'acte.

Per estructurar ràpidament, o millor si ho fas prèviament, el nostre discurs, hauries de donar resposta a dues preguntes:

- Per què sóc aquí?
- Què esperen de mi?

Els **factores emotius** estan determinats per tres tipus de qüestions:

- **Personals:** Com sóc? Com voldria ser? Com em veuen? Com m'agradaria que em veiessin? Sigues tu mateix. A tots i a totes ens agradaria ser extraordinaris oradors quan ens posen davant del problema de 'dir unes paraules'; o ser menys tímids, no tenir por de l'auditori, etc.
- **Institucionals:** Imatge de la institució que representes en l'acte. És important que sàpigues conjugar la teva personalitat amb la imatge que vols donar de la teva organització. Si fas quedar bé la teva institució, la institució et fa quedar bé a tu.
- **Ambientals:** Clima que hi ha en el moment d'iniciar el discurs. Començar amb bon peu un discurs improvisat és rellevant perquè obtinguis l'èxit. Hauries de tenir en compte el 'clima' existent en el moment d'iniciar el discurs. Aquest clima normalment és producte de l'última intervenció.

Per a canviar-lo, Georges Grzybowski recomana, si l'últim ponent ha estat:

- Avorrit: digues una frase enginyosa.
- Solemne: fes una interpel·lació espontània.
- Acadèmic o xerraire: sigues col·loquial i anuncia el temps de la teva intervenció.

Recorda

Tingues en compte que el públic accepta millor els discursos quan es pronuncien amb naturalitat, sense artificis, quan és la persona ponent qui parla i no 'un altra' a qui s'està imitant o interpretant.

11. El guió i els recursos mnemotècnics

11.1. Fer el guió

El guió no és res més que un pla dels temes que s'hauran d'anar succeint en l'exposició. Per tant, és l'itinerari a seguir per arribar a l'objectiu plantejat en la preparació.

En el procés de preparació de l'exposició, una vegada ja has definit l'objectiu i has establert el pla de desenvolupament, ja pots dissenyar-ne el guió. Per elaborar-lo hauràs d'establir:

- Temps: la durada de la xerrada.
- Pausas: quan s'han de fer els intermedis.
- Mitjans: quin tipus de mitjans audiovisuals necessitaràs.

Hi ha dos **tipus de guions**, segons estiguin basats en:

- El desenvolupament.
- L'objectiu.

Desenvolupament

Són aquells guions que donen una informació permanent d'allò que cal fer en cada

moment, un **ordre cronològic** dels passos a seguir durant l'exposició.

Es basen en tres variables:

- El temps
- L'activitat
- Els mitjans a utilitzar

Mitjançant aquestes tres variables, saps què s'ha de fer (activitat), i quins són els mitjans audiovisuals que faràs servir en cada moment de l'exposició.

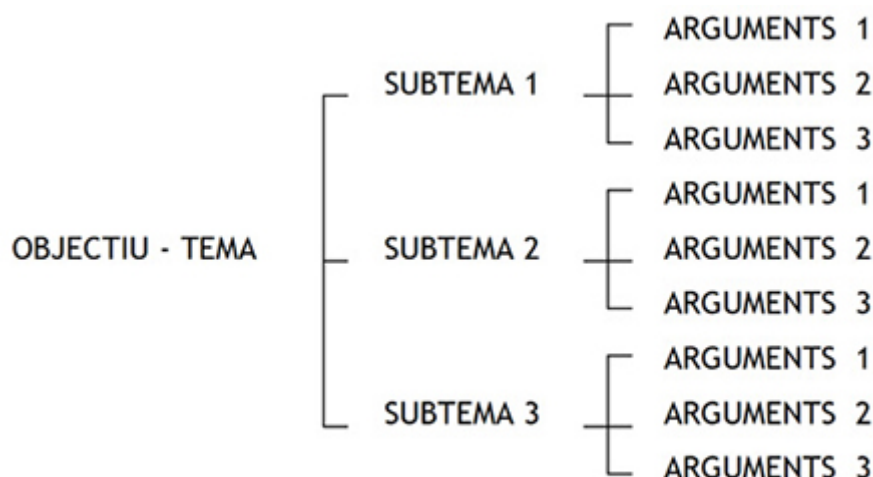
El PowerPoint també ens ofereix aquesta possibilitat. Els avantatges d'utilitzar aquest sistema són:

- Tenir un ordre establert.
- Saber què fer en cada moment.
- Tenir reunida tota la informació en poc espai.

Objectiu

Uns altres mètodes de dissenyar guions fan referència a l'objectiu de l'exposició. Has vist que una exposició té diferents fases: introducció, desenvolupament i final.

Un objectiu sempre es pot segmentar en subobjectius, els quals són necessaris per entendre'l. Així, qualsevol tema d'exposició es pot dividir en subtemes necessaris per entendre el tema original. Aquests subtemes, a més, els pots subdividir en diferents arguments.



Comunicació verbal y comunicació no verbal.

11.2. Els recursos mnemotècnics

Quan tinguis el guió i el text escrit de la presentació, arriba el moment de **memoritzar** el text.

Hi ha gran varietat de tècniques per memoritzar un text. De manera intuïtiva, ja sigui per pròpia inventiva o per recomanació d'una altra persona, tothom ha desenvolupat tècniques per a la memorització.

Hi ha dues tècniques que, al mateix temps que et faciliten la memorització i et permeten consultar còmodament la informació durant la representació de la conferència:

1. Mapes conceptuals.
2. Fitxes numerades.

Aquestes dues tècniques tenen en comú que associen al component verbal del text el component visual. Ja hem dit que allò que es veu i que se sent (o que es llegeix) es recorda millor que si no es veu. Per això, representar un text gràficament t'ajudarà a recordar-lo i, al mateix temps, la representació que obtindràs et servirà en el moment de l'exposició per consultar el text més fàcilment i sense risc de perdre't.

A la majoria de persones, ens ha passat que en un examen ens hem quedat en blanc i no recordàvem alguna dada, però sabíem perfectament en quina zona i en quina pàgina del llibre apareixia. Els estudis que investiguen com funciona la memòria demostren que les tècniques que associen els conceptes a llocs en l'espai permeten una millor

memorització. Això és a causa que la ment emmagatzema el coneixement en una espècie d'estructura jeràrquica o hologràfica (**funcionament analògic**).

Cada vegada que escrius un text, has de transformar la informació d'estructura jeràrquica en informació d'estructura lineal (digital) i al revés, quan escoltes un missatge has de transformar les seqüències lineals en una estructura jeràrquica per poder-les assimilar en la ment.

Per saber-ne més

El recurs mnemotècnic per a recordar dates va ser inventat per Henry Herdson (Cambridge, segle XVII). Cada nombre es representa per una figura que se li assembla:

- 1 = ciri o objecte allargat
- 2 = cigne o similar
- 3 = trident
- 4 = dau
- 5 = mà
- 6 = pipa
- 7 = bastó
- 8 = ulleres
- 9 = lupa
- 0 = ou.

D'aquesta manera, la memòria fa servir les imatges visuals per retenir el contingut.

11.3. Tècniques específiques de memorització

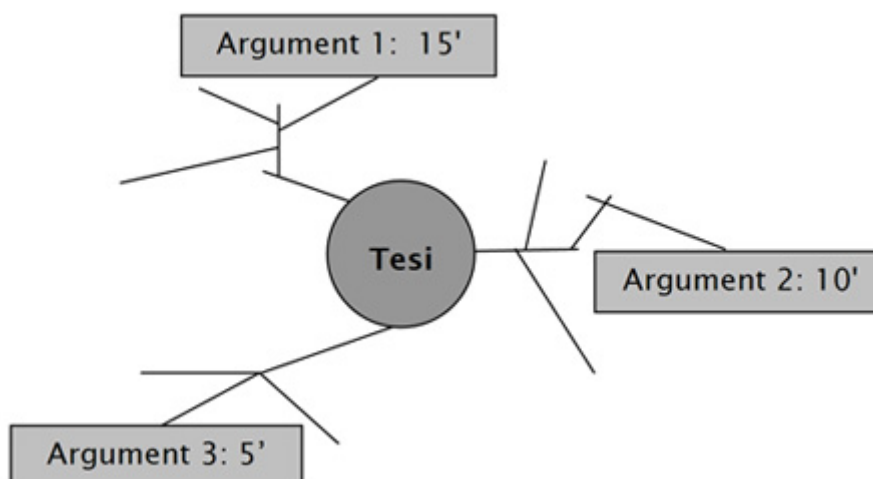
El diagrama sol

Un diagrama sol (o mapa conceptual) és un dels mitjans que facilita aquesta operació lingüístico-psicològica, un sistema d'ordenació de les diferents parts de l'objectiu inicial molt eficaç per a l'exposició d'una xerrada. En un sol full, pots tenir tota la **planificació d'una exposició**, independentment del temps que duri.

La **metodologia** per realitzar-lo és la següent:

- Començaràs situant la tesi, la idea central, en el centre del "teatre" (marcar un objectiu inicial) i cada una de les parts o dels arguments principals, al final de la grada, en un 'raig' que anirà del centre fins a la circumferència exterior.
- Cada 'raig' d'aquest sol anirà avançant a través de cercles enllaçats per línies. A cada cercle hi situaràs els conceptes, els diferents subtemes que has d'anar tractant en els extrems dels radis que surten del centre on has col·locat l'objectiu de l'exposició, i en les línies (els radis) que els uneixen, les paraules d'enllaç o arguments que explicaran els subtemes (és el que es denomina línia argumental de cada subtema). Aquests arguments restaran ordenats, de menys a més complexitat, en el que es denominen les branques de cada radi principal.
- Per facilitar-ne la lectura, pots fer un dibuix que representi (per a tu) cada un dels conceptes que faràs servir.
- Quan hagi finalitzat totes les línies argumentals de tots els subtemes, assignaràs a cadascun un temps d'exposició segons la importància del subtema per a l'exposició oral i el temps total de l'exposició.
- A partir d'un diagrama d'aquest tipus podràs parlar durant hores i sempre tenint a la vista tota l'exposició.

És recomanable que facis servir diferents colors per a cada branca d'un subtema, segons la importància que aquest subtema tingui. D'aquesta manera, es pot visualitzar ràpidament la zona que estàs exposant en aquell moment o la zona on hi ha el tema següent a exposar. El diagrama sol et permet llegir només els arguments i les idees que pertoca treballar en aquell moment només girant el full.



Els **avantatges** més importants que té aquest sistema són que:

- Tens tota la informació en un sol full.
- Pots donar una ullada ràpida del que s'ha de dir.
- Tens una perfecta ordenació del material.
- Pots improvisar canvis de temps en l'esquema de l'exposició ràpidament.

Les fitxes temàtiques

Les fitxes temàtiques són un sistema de **resum** de les diferents parts de l'exposició.

La **metodologia** per realitzar-les és la següent:

- Disposa de fitxes de cartolina de mida petita (no han de ser gaire grans per tal de no distorsionar la visió dels espectadors i han de ser rígides).
- Reserva la part de dalt de cada fitxa per a la informació sobre l'estructura de l'exposició: el número d'ordre del tema o subtema, el títol i el temps orientatiu previst per a aquest tema.
- La part central, la destinaràs a posar les idees claus del tema que t'ocupa. Al mateix temps, pots posar xifres, dades o cites textuais que et seran necessàries i difícils de recordar.

- Pots ordenar les fitxes a sobre la taula o el faristol seguint l'ordre d'exposició.
- És recomanable que escriguis amb un tipus de lletra gran i que facis servir només una cara de la fitxa.

Núm. ordre/exposició Tema i subtema	TÍTOL	Durada Audiovisuals
IDEES CLAUS (resum esquemàtic del que explicaràs)		

Els **avantatges** més importants que té aquest sistema són:

- Els pots tenir damunt la taula per obtenir una visió panoràmica de l'exposició, o bé els pots acumular per paquets, però també et permeten moure't per la sala amb les fitxes a la mà, pots ser més autònom/a en l'exposició sense que les fitxes siguin un element de distorsió visual.
- Pots donar una ullada ràpida del que has de dir.
- Tens una perfecta ordenació del material.
- Pots disposar d'informació que s'ha de llegir (cites, xifres, noms complicats, etc.). Les fitxes poden contenir més informació que els diagrames. Si has de llegir textualment, fa més bon efecte que tu tinguis el text, que no pas que el text sigui projectat a la sala i el pugui llegir tothom.

Les fitxes temàtiques solen contenir per si mateixes l'exposició o poden articular-se amb un diagrama-teatre o amb un altre tipus d'esquema únic.

12. L'adaptació del discurs al grau de formalitat exigida per la situació comunicativa

12.1. L'estàndard oral i el col·loquialisme

El moment central de la preparació de

la teva exposició és el moment de redactar el text. En la redacció, pots fer servir algunes estructures lingüístiques útils.

Aquest és el moment central de la preparació de la teva exposició: el moment de **redactar** el text.

Ens poden sorgir algunes preguntes:

1. Cal escriure i llegir completament el text?

Has d'escriure el text de la conferència completament (si és formal). Això t'obligarà a determinar de quina manera aniràs enllaçant unes parts amb les altres i evitarà certs defectes de fluïdesa (allargament de vocals, repetició de mots, falta de vocabulari, etc.).

Però que escriguis el text no significa que el llegeixis! Això depèn de molts factors:

- Del grau de formalitat: el discurs d'ingrés en la Real Acadèmia d'Espanya es llegeix. En canvi, no es llegeix un míting de campanya electoral.
- Del tema: hi ha coses que no es llegeixen mai, perquè no semblarien sinceres.
 - Una presentació
 - Un agraïment
 - Una salutació, etc.
- De qui es tracta: per exemple, el rei ho pot llegir tot.

2. El text "escrit per ser dit" s'escriu igual que si fos un "escrit per ser llegit"?

En general, el "text escrit per ser dit" ha de ser més simple que un escrit habitual.

- Si hi ha terminologia especialitzada, és millor que l'expliquis breument (el públic no pot anar a consultar el diccionari, per això és important que coneguis el més exactament possible el nivell de formació del públic sobre el tema que tractes).
- No donis detalls tècnics, sinó només els conceptes clau i exemples que els il·lustrin.

- La sintaxi ha de ser senzilla: millor la coordinació que la subordinació excessiva; la longitud de la frase és recomanable que se situï al voltant de les 15 paraules.
- El text oral pot ser més circular (dir el que diré, dir-ho i dir què he dit). El que es repeteix més és el que es recorda millor (l'únic límit és l'avorriment del públic).
- En general, hi ha més pronoms referits a les formes de tractament personal que en el text escrit (vosaltres, vostès).
- Les diferents parts del discurs han d'estar detalladament enllaçades i els enllaços que funcionen en la llengua oral són diferents que els de la llengua escrita.

12.2. El vocabulari i l'estil

El vocabulari ha de ser:

- Fluid: varietat de termes, sinònims.
- Precís: anomena les coses pel seu nom.

Algunes paraules paràsits, són, per exemple:



- Eh...
- Anem...
- Llavors...
- És obvi que
- A nivell de
- D'alguna manera.

- Visual: utilitza imatges verbals i vés amb compte amb els conceptes abstractes.
- Adaptat a l'auditori: utilitza els seus termes, sense caure en la vulgaritat.

Defectes que cal evitar:

- La pedanteria, l'ús del vocabulari per demostrar la teva saviesa i, per contrast, la ignorància del públic.

- L'abstracció, mantenir-te en un nivell de conceptes sense mostrar-ne l'aplicabilitat.
- Frases fetes i clixés, paraules paràsits.

Què has de tenir en compte sobre l'estil?

L'estil ha de ser natural. Les presentacions formals requereixen un registre estàndard de la llengua, però l'oralitat permet que facis servir trets del registre col·loquial si l'objectiu de la comunicació els fa necessaris. La prioritat és comunicar.

Les frases han de ser concises (estil periodístic).

- D'1 a 8 paraules: molt fàcils de comprendre (llenguatge infantil).
- De 8 a 14 paraules: fàcils de comprendre (conversa habitual).
- De 14 a 18 paraules: normals (per a auditoris de professionals).
- De 18 a 30 paraules: difícils de comprendre (reservades a especialistes o col·legues).
- Més de 30 paraules: generalment incomprensibles.

L'estil que empris ha de ser personal, d'acord amb la teva manera de ser, per donar així a l'exposició un estil propi.

Com a persona que fas l'exposició, ets responsable d'aconseguir uns objectius en les persones que hi assisteixen. L'èxit no està en el teu lluïment, sinó que depèn del que aconseguixis en els altres. Pel que fa a l'ús de la parla, pensa que sempre que parlis, la teva activitat està limitada, per definició. Quan parles, tens la paraula 'en préstec' i l'hauràs de tornar al grup quan et deixi de ser útil.

Recorda

Quan escriguis el text d'un discurs, adapta't al teu auditori: utilitza un llenguatge senzill, paraules concretes, frases curtes, verbs actius, un estil de parla habitual.

12.3. La fluïdesa verbal

Segur que tens un repertori de mots que fas servir quan comences, acabes o mentre dius una frase. Algunes d'aquestes paraules a vegades, inconscientment, les repetim en excés.

En diem **mots crossa** (i, aleshores, i també, després, etc.) L'efecte que tenen sobre el públic és negatiu. Es tracta, doncs, que prenguis consciència de si hi ha alguna d'aquestes expressions que repeteixes contínuament.

Normalment, això passa perquè no tenim en compte tot l'inventari de recursos de què disposem.

Recursos perquè el discurs no sembli una llista:

- **Connectors.** Convé que quan et preparis el discurs tinguis a mà una llista variada de connectors possibles: en conseqüència; seguint amb aquesta argumentació; ens queda per analitzar; per acabar analitzarem...
- **Preguntes.** Fer una pregunta també és una bona manera d'unir idees o conceptes: Què més podem destacar en aquest punt?; On pot dur-nos aquesta qüestió?; Què més podem dir d'això? etc.
- **Interpel·lacions.** Fer una interpel·lació directa dóna agilitat i varietat al discurs: I ara fixeu-vos bé; m'agradaria cridar l'atenció en el següent...
- **Redundàncies.** No repeteixis un mateix concepte amb paraules diferents gratuïtament si no és que el teu objectiu és destacar o donar èmfasi a una informació especialment rellevant.
 - Mal ús a la redundància: "Sovint i freqüentment estem en la mateixa situació".
 - Bon ús a la redundància: "El problema es troba en la manca de comunicació. I aquest és el problema clau; aquest és el gran problema".

Quan escriguis el teu text, mira el quadre "[Estructures lingüístiques](#)", i comprova que vas variant de connectors i que no fas servir sempre el mateix. Quan facis

la teva exposició, de ben segur que no et sortirà igual, ni convé que passi, però haver fet l'exercici et donarà més fluïdesa.

13. Actes i presentacions de protocol

Una vegada fet i memoritzat el guió, el següent pas és passar a l'acció. Tindràs èxit si segueixes tots els consells que s'han anat exposant i si aconsegueixes motivar i crear empatia envers el públic.

Les dues formes més recurrents d'exposició que faràs són:

- **Conferència.** Segueix una línia **argumentativa**, així que és important que mostris la teva opinió personal i que donis arguments. Els principals objectius acostumen a ser:
 - Persuadir.
 - Entretenir.
- **Informe.** El principal objectiu de l'informe és el d'exposar fets o idees (malgrat que acostumi a haver-hi unes intencions persuasives al darrere). Segueix una línia **expositiva**, així que en aquest cas hauràs de preparar-te bé l'exposició:
 - Cerca dades suficients.
 - Estableix un esquema clar i objectiu.
 - Si cal, pensa en allò que podrien demanar-te i prepara respostes a possibles preguntes que et podria fer el públic.
 - Enuncia quin esquema de presentació realitzaràs a la introducció, i procura acompanyar amb gràfics la teva exposició.

Altres formes de presentacions que pots necessitar en **situacions de protocol**:

- **Presentació d'una persona.** Recomanacions:
 - Coneix bé el nom del convidat i pronuncia'l correctament.
 - Explica què ha fet la persona i no l'afalaguis exageradament.
 - Presenta els fets de la biografia de la persona que lliguen més amb el motiu pel qual l'has convidada.
 - Evita els superlatius i els efectes teatrals.
 - I, com sempre, sigues natural i sincer/a.
- **Agraïments.** Recomanacions:
 - No llegeixis mai l'agraïment!
 - Esmenta els aspectes positius del discurs (l'enginy, la intel·ligència,

l'originalitat, l'interès que ha despertat, etc.). També pots esmentar un punt concret i demostrar que l'has entès, però sense fer un lluïment personal.

- L'agraïment ha de ser breu.
- **Premi.** En el document [Models de presentacions formals de protocol](#) trobaràs exemples per presentar la persona que parla o per mostrar l'agraïment a qui ha parlat.

El moment central de la preparació de la teva exposició és el moment de redactar el text. En la redacció, pots fer servir algunes [estructures lingüístiques útils](#).

14. Activitat de síntesi. Cercant un conferenciant

Aquesta activitat et permetrà reflexionar sobre les característiques del bon conferenciant.

T'han demanat de contractar una persona per fer una presentació sobre un tema que gestiona la teva organització. De l'èxit de la presentació, en depèn la iniciativa professional que has estat liderant des de fa temps.

Entre les següents característiques que s'exposen a continuació, tria les quatre que consideris prioritàries sobre:

- Com ha de ser un conferenciant (el que més valores a l'hora de fer una bona presentació).
- Com no ha de ser un conferenciant (el que menys valores a l'hora de fer una bona presentació).

Simpàtic	Sensible	Erudit
Explícit	Flexible	Que parli alt
Atent	Que sàpiga escoltar	Que conegui molt bé el tema
Intel·ligent	Divertit	Que parli el català central
Que hagi fet un curs de teatre	Que parli molts idiomes	Que sàpiga interpretar els gestos
Empàtic	Que vagi ben vestit	Alegre
	Que parli lentament	

Tranquil	Que tingui una presència agradable	Que sigui un bon comunicador
Atractiu		
Esportista	Que tingui un bon nivell cultural	Que no gesticuli gaire
Entusiasta	Pacient	Extravertit
Generós	Enginyós	Receptiu
D'edat avançada	Independent	Que tingui sentit de l'humor
Viatger	Xerraire	Elegant
		Que tingui una veu agradable

Després de reflexionar sobre les característiques d'un conferenciant, has de tenir en compte que no hi ha una solució única i que les característiques que ha de tenir cada persona poden ser diferents en funció de l'objectiu de la conferència.

A continuació, pots consultar una proposta de pauta per analitzar l'actuació dels conferencians, així com una possible solució per a aquesta anàlisi.

Conferència Universitat de Carnegie Mellon:

Comunicació no verbal	
Veu: Com és? Quins trets en destacaries?	Entonació, volum i musicalitat adequades. Silencis que reforcen el contingut del discurs.
Mans i mirada: Com les empra?	Les mans li serveixen per fer entendre les explicacions i per mantenir l'atenció del públic Mirada: Sembla que miri atentament al conjunt del públic en tot moment.
Territori: En quin espai es mou?	Camina i això fa mantenir l'atenció, però sempre en un espai reduït de l'escenari per evitar un moviment excessiu.
Mitjans audiovisuals: Quins mitjans empra? Hi parla en consonància? Com són les imatges que s'hi projecten?	Fa servir un Power Point que l'acompanya en tot moment mitjançant imatges clares i gràfiques, que en cap moment són difícils de comprendre. No suposa un esforç de lectura per al públic.
Públic	

Quins recursos s'empren per mantenir l'atenció del públic?	Crea complicitat, sobretot amb les dones. Comença el discurs parlant a "vosaltres" (els més intel·ligents) i acaba fent servir el "nosaltres" per apel·lar a les transformacions que podem fer al món. Fa riure el públic, i això el manté atent. S'empren molts exemples per fer entretinguda i interessant l'exposició per a tothom.
Com reacciona el públic?	L'atenció que aquest mostra és total. La conferenciant emociona el públic amb històries reals. Provoca tota mena de reaccions emocionals (humor, fàstic, tristesa, culpa...)
Guió	
Creus que la conferència té una introducció, un desenvolupament i una conclusió adequades?	Sí.
Quin creus que és l'objectiu que persegueix el conferenciant?	Persuadir el públic de la importància de seguir els propis somnis i deixar que els i les nens i nenes també ho facin.
Estructura	
Creus que improvisa en algun moment?	No.
Quin vocabulari fa servir? És fàcil de comprendre?	Precís, comprensible i adaptat a la situació (no utilitza vocabulari especialitzat, ja que l'ocasió no ho requereix).
Fa servir exemples o anècdotes per fer comprensible l'exposició?	Constantment. Basa el desenvolupament de la conferència a explicar anècdotes pròpies i en la citació de diversos exemples. Fa preguntes o interpel·lacions directes amb la finalitat de crear complicitat.
Detectes mots crossa en algun moment?	Pocs: <i>Right?</i> (d'acord?) en diversos moments.

Presentació Isabel Allende:

Comunicació no verbal	
Veü: Com és? Quins trets en destacaries?	Entonació, volum i musicalitat adequades. Silencis que reforcen el contingut del discurs. El timbre de la veu desprèn una gran energia.
Mans i mirada: Com les empra?	Les mans li serveixen per fer entendre les explicacions i per mantenir l'atenció del públic Mirada: Sembla que miri atentament al conjunt del públic en tot moment. Fa gestos il·lustradors en alguns moments, per exemple quan "escenifica" els minuts que va portar la torxa olímpica.
Territori: En quin espai es mou?	Pràcticament no surt de darrere el faristol, fa moviments poc amplis, però naturals.
Mitjans audiovisuals: Quins mitjans empra? Hi parla en consonància? Com són les imatges que s'hi projecten?	No fa servir cap suport audiovisual. Només utilitza els seus gestos en algun moment.
Públic	

Comunicació no verbal	
Quins recursos s'empren per mantenir l'atenció del públic?	Crea complicitat, sobretot amb les dones. Comença el discurs parlant a "vosaltres" (els més intel·ligents) i acaba fent servir el "nosaltres" per apel·lar a les transformacions que podem fer al món. Fa riure el públic, i això el manté atent. S'empren molts exemples per fer entretinguda i interessant l'exposició per a tothom.
Com reacciona el públic?	L'atenció que aquest mostra és total. La conferenciant emociona el públic amb històries reals. Provoca tota mena de reaccions emocionals (humor, fàstic, tristesa, culpa...)
Guió	
Creus que la conferència té una introducció, un desenvolupament i una conclusió adequades?	Sí. El fil conductor de l'aparició de la conferenciant als jocs olímpics aporta una estructura cronològica al discurs, que va avançant al mateix temps que avancen els altres temes i dóna un punt d'intriga.
Quin creus que és l'objectiu que persegueix el conferenciant?	Commoure, fer conscient d'algunes injustícies i transmetre ganes de participar en la transformació de la realitat.
Estructura	
Creus que improvisa en algun moment?	No.
Quin vocabulari fa servir? És fàcil de comprendre?	Precís, comprensible i adaptat a la situació (no utilitza vocabulari especialitzat, ja que l'ocasió no ho requereix).
Usa exemples o anècdotes per fer comprensible l'exposició?	Constantment. Basa el desenvolupament de la conferència a explicar històries reals amb força realisme narratiu. Fa bromes amb la finalitat de crear complicitat.
Detectes mots crossa en algun moment?	No.

Informació complementària

Síntesi

Fer presentacions orals eficaces no depèn d'unes aptituds extraordinàries, sinó de conèixer els mecanismes de la comunicació oral, de fer un bon entrenament i de planificar bé la situació.

El procés de preparació del discurs és complex: comença decidint quina és la diana comunicativa, què es vol aconseguir amb el discurs; després, com l'arquer que dispara una fletxa i la persona que prepara la presentació ha d'harmonitzar tots els recursos de què disposa en funció de la diana.

Tot té importància en la consecució de l'objectiu: els aspectes no verbals són tan importants com els verbals, si no més. La preparació de la intervenció, sempre que es pugui, es completa en la redacció d'un "escrit per ser dit" que després se sintetitzarà amb un bon guió de poques paraules i els suports audiovisuals adients. Aleshores és quan es pot improvisar bé.

Recorda: per improvisar bé, no s'ha d'improvisar mai.

Glossari

Autodiagnòstic. Acció d'una persona quan estudia i avalua conductes, pràctiques, hàbits o comportaments propis.

Cinèsica. Disciplina que estudia la comunicació no verbal expressada a través dels moviments del cos. Les principals fonts de comportament cinèsic que s'han estudiat són la postura corporal, els gestos, l'expressió de la cara, la mirada i el somriure.

Comunicació no verbal. Comportament que crea significat per a algú sense que impliqui llenguatge parlat ni escrit.

Declamació. Art de saber emprar diferents formes de la dicció expressiva en la interpretació de textos parlats, tant en discursos com en teatre.

Dicció. Manera de dir o de pronunciar quan es parla. Habitualment, ens referim a la dicció en relació amb un/a orador/a, un actor o actriu, etc.

Funció conativa. Funció del llenguatge que impulsa la persona que escolta un missatge a actuar d'una manera determinada. El missatge està centrat en la persona receptora.

Funcionament analògic. Capacitat mental de relacionar diferents conceptes o idees d'una manera global, no digital.

Interpel·lar. Adreçar la paraula a algú per demanar-li alguna cosa, especialment perquè expliqui un fet o justifiqui els seus actes.

Mapa conceptual. Tècnica usada per representar el coneixement en gràfics. Els gràfics de coneixement són xarxes de conceptes. Les xarxes consten de nodes (punts/vèrtexs) i enllaços (arcs/eixos). Els nodes representen conceptes i els enllaços representen les relacions entre els conceptes.

Marcador discursiu. En lingüística del text, peça verbal que apareix en el discurs oral i

que es fa servir per delimitar unitats de parla com actes de parla, unitats d'entonació, parts d'una intervenció, parts d'una conversa amb un mateix tema, etc. Apareixen normalment al principi d'una emissió, sense formar part de la seva estructura sintàctica i poden canviar de significat quan s'usen com a marcadors respecte del significat que tenen en altres funcions, com per exemple la paraula "bé" en l'inici oral ("Bé... jo voldria dir que...")

Metodologia. Aplicació coherent d'un mètode.

Oratòria. Art d'expressar-se en públic.

Recursos mnemotècnics. Recursos mnemotècnics

Redundància. Repetició inútil de mots que, malgrat que de vegades pot donar èmfasi a l'expressió, normalment és considerada com una repetició innecessària, excessiva i que caldria evitar.

Taula sociomètrica. Taula sociomètrica

Timbre. Qualitat que distingeix un so d'un altre d'igual altura i intensitat i que depèn de les característiques específiques de la ressonància del so. El timbre de veu d'una persona depèn de les característiques específiques del seu aparell emissor.

To. Qualitat física d'un so que depèn de la freqüència de les seves vibracions, és a dir, de si és greu o agut. Si emetem les diferents vocals amb la mateixa nota, variarà el timbre però no el to.

Volum. Qualitat d'un so que depèn de la força amb què les ones sonores arriben a un/a oient amb una oïda sana.

Vocalització. Articulació correcta dels sons fònics d'un text, d'un discurs, etc. amb l'objectiu de facilitar-ne la comprensió.

Bibliografia i Webgrafia

ALBALADEJO MUR, M. (2007) *La comunicació més enllà de les paraules. Què comuniquem quan creiem que no comuniquem*. Graó : Barcelona.

Visió sintètica sobre la comunicació no verbal amb força activitats pràctiques. Està dirigit fonamentalment a docents, però pot ser útil a qualsevol persona interessada en el tema.

ARISTÒTIL (1985) *Retòrica i poètica*. Laia: Barcelona. Mètode de retòrica clàssica, amb un estil llunyà al dels nostres dies, però amb distincions sobre les emocions (les “passions”), els tòpics i d'altres conceptes que aporten recursos efectius.

BALLENATO, G. (2006) *Hablar en público. Arte y técnica de la oratoria*. Pirámide: Madrid. Guia pràctica, senzilla i motivadora que parteix de l'estudi de l'oratoría i de l'anàlisi de la pràctica. Aporta consells, recursos i estratègies per preparar un discurs i manegar l'ansietat.

BELL, G. (1987) *Speaking and Business Presentations*. Butterworth-Heinemann: Oxford. Manual sobre presentacions orals que aplica els conceptes retòrics al món de l'empresa. Àgil i ben presentat.

CARNEGIE, D. (1986) *El camino fácil y rápido para hablar eficazmente*. Edhasa: Barcelona.

Dale Carnegie va començar a fer cursos per parlar en públic el 1912 i la marca registrada dels seus cursos encara ara existeix i organitza cursos arreu del món. El llibre és el text que ell va redactar per als seus cursos, que va ser revisat per la seva dona el 1962. Carnegie va ser el primer a defensar la idea que qualsevol persona ben entrenada podia fer presentacions eficaces.

DARWIN, Ch. (1984) *La expresión de las emociones en los animales y en el hombre*. Alianza: Madrid.

Primer llibre on es fa referència a la comunicació no verbal (no amb aquestes paraules). Descriu alguns dels gestos humans actuals (per exemple, el petó) com a l'evolució de gestos del món animal (en el cas del petó, l'evolució del gest de les aus de donar-se menjar al bec).

DAVIS, F. (1976) *La comunicación no verbal*. Alianza: Madrid.

Clàssic sobre la comunicació no verbal, amb un estil molt periodístic i divulgatiu. Descriu amb rigor alguns dels estudis emblemàtics sobre comunicació no verbal que es van dur a terme a Califòrnia cap als anys 70.

DAVIS, F. (1996) *El lenguaje de los gestos*. Emecé: Buenos Aires. Actualització divulgativa sobre la comunicació no verbal. L'autora fa èmfasi especialment en els aspectes socials i culturals, plantejant, per exemple, qüestions com per què s'assemblen els fills adoptius als pares no biològics.

EKMAN, P. (2004) *Qué dice ese gesto? Descubre las emociones ocultas tras las expresiones faciales*. RBA: Barcelona.

Manual sobre les expressions de la cara i les emocions universals. L'autor ens ofereix una visió força antropològica.

GARCÍA RIBAS, C. (2006) *El síndrome de Maripili. El miedo de las mujeres a no ser querida*. L'esfera dels llibres: Barcelona.

Malgrat el títol, que pot suggerir un certa superficialitat, el llibre argumenta seriosament l'opinió de l'autora sobre els aspectes emocionals que impedeixen moltes dones expressar-se eficaçment en públic, en el món empresarial, i en les relacions amb els homes. És possible que alguns homes també experimentin els mateixos obstacles.

GLASS, L. (2003) *Sé lo que estás pensando*. Paidós: Barcelona.

Síntesi sobre comunicació no verbal amb intenció divulgativa.

GUIX, X. (2006) *Ni m'explico, ni m'entens*. Granica: Barcelona.

El llibre analitza les exigències comunicatives de la vida quotidiana i se centra, concretament, en la descomunicació, és a dir, en les interferències que es produeixen quan ens comuniquem.

HUBER, CH. (2002) *La primera impresión*. Océano: Barcelona.

Bon resum sobre la comunicació no verbal i les emocions amb recomanacions concretes per fer servir aquests coneixements en el món professional.

LABORDA, X. (1993) *De retòrica. La comunicació persuasiva*. Barcanova: Barcelona.

Text divulgatiu i entenedor sobre els orígens i l'evolució de la retòrica clàssica fins a la persuasió de la cultura de masses.

LEFÈVRE, J.M. (1991) *Saber comunicar para ser más eficaz en el trabajo*. Deusto: Bilbao.

Manual sobre tècniques de comunicació que inclou recomanacions sobre situacions professionals variades de comunicació interna i externa.

MEYERHOLD, V.E. (1982) *Teoría teatral*. Fundamentos: Madrid. (pag. 127).

Manual sobre tècniques de comunicació que inclou recomanacions sobre situacions professionals variades de comunicació interna i externa.

PEASE, A. ; PEASE, B. (2006) *El lenguaje del cuerpo. Cómo interpretar a los demás a través de sus gesto*. Amat: Barcelona.

Revisió actualitzada i atractiva d'un clàssic sobre la comunicació no verbal d'Allan Pease.

RAMON-CORTÉS, F. (2005) *L'illa dels 5 fars*. RBA. La Magrana: Barcelona.

Breu llibre sobre l'essència de la comunicació amb el públic. Es parla dels 5 fars de l'illa de Menorca com de 5 metàfores de les idees clau del llibre.

RUBIO, J. ; PUIGPELAT, F. (1999) *Com parlar bé en públic*. Pòrtic: Barcelona. Manual sobre com parlar en públic, escrit en català. Molt útil com a font de models lingüístics.

STANISLAVSKI, C. (1981) *Manual del actor*. Diana: Mèxic. (Pàg. 115).

SANZ PINYOL, G. (2005) *Comunicació efectiva a l'aula. Tècniques d'expressió oral per a docents*. Graò: Barcelona. Visió global, rigorosa i molt aplicada, de les tècniques per fer presentacions orals, amb activitats pràctiques. Està dirigit a persones que es dediquen a la docència, però pot ser útil a qualsevol persona interessada en el tema.

SERRANO, S. (2009) *La festa dels sentits*. Ara llibres: Barcelona.

L'especialista en comunicació fa servir el seu característic estil, entre novel·lat i divulgatiu, per descriure els aspectes "sensorials", no verbals, per tant, de la comunicació, que aporten una harmonia generadora de benestar i imaginació.