



Instituto Internacional
San Telmo

CPNNI-25

EL ORADOR Y SU PÚBLICO

Nota Técnica de la División de Investigación del Instituto Internacional San Telmo, España.
Preparado por el profesor Ricardo Velilla Barquero.

Copyright © septiembre 2017, Instituto Internacional San Telmo. España.

No está permitida la reproducción, total o parcial, de este documento, ni su archivo y/o transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro o por otros medios, sin la autorización expresa y escrita del Instituto Internacional San Telmo. Para pedir copias del mismo o pedir permiso para usar este caso, por favor póngase en contacto con el departamento de Edición de Casos, a través del teléfono en el +34 954975004 o por email a la dirección casos@santelmo.org.

Esta documentación ha sido redactada gracias a las aportaciones de los que constituyen el Fondo de Desarrollo Académico del Instituto Internacional San Telmo, compuesto en septiembre de 2017 por: ABADES, ANTONIO GUERRERO SÁNCHEZ, ALTIUS ABOGADOS, ANTONIO GARCÍA DE CASTRO, ANTONIO VILLAFUERTE MARTÍN, BARTOLOME ALARCÓN CUENCA, BBVA, CAJA RURAL DEL SUR, CARLOS BECA IGLESIAS, COMERCIAL NAVARRO HERMANOS, CUATRECASAS OLIVENCIA-BALLESTER, EUROSEMILLAS, COBREROS VIME, FRANCISCO BALLESTER ALMADANA, FRANCISCO GARCÍA NIETO, GRUPO DISOFIC, IBERCAJA, ISAURO LÓPEZ POLO, JORGE A. RAMOS, JUAN PALACIOS RAUFAST, JUAN PÉREZ GÁLVEZ, MANUEL ROBLES ORTEGA, PAEZ MAKRO-PAPER, ROCÍO REINA PANIAGUA y VICENTE PUCHAL SÁNCHEZ.

EL ORADOR Y SU PÚBLICO⁽¹⁾

Cualquiera que desee hablar en público con éxito debe tener muy en cuenta a su público: él debe ser indudablemente el verdadero protagonista, aunque tal vez a primera vista tal afirmación resulte paradójica.

En este documento², vamos a tratar de estos cuatro aspectos esenciales relacionados con el orador y sus oyentes:



⁽¹⁾ Nota Técnica de la División de Investigación del Instituto Internacional San Telmo, España. Preparado por el profesor Ricardo Velilla Barquero

Copyright © septiembre 2017, Instituto Internacional San Telmo. España.

No está permitida la reproducción, total o parcial, de este documento, ni su archivo y/o transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro o por otros medios, sin la autorización expresa y escrita del Instituto Internacional San Telmo. Para pedir copias del mismo o pedir permiso para usar este caso, por favor póngase en contacto con el departamento de Edición de Casos, a través del teléfono en el +34 954975004 o por email a la dirección casos@santelmo.org.

² Dos advertencias importantes:

- Esta es una Nota técnica multimedia cuyo uso, dadas sus características, se recomienda se haga en línea y no impreso en papel.
- En ella se hallan textos y cuadros, fotografías, ilustraciones y enlaces a vídeos seleccionados como explicación y desarrollo de los conceptos más sobresalientes. Dentro de los textos hay frases resaltadas en ***negrita cursiva*** donde se concentran las ideas clave. Existen, pues, varios niveles de lectura a disposición de sus lectores.

1. CONOZCA A SUS OYENTES



***Conoce a tu enemigo y concóctete a ti mismo,
y saldrás triunfador en mil batallas.***

SUN-TZU: *El Arte de la Guerra.*

Es cierto que una presentación no es una guerra, ni el auditorio un enemigo, pero, si se quiere hablar en público con éxito, hay que esforzarse en conocer a fondo a los oyentes.

***Una de las señales que distingue a los líderes es
preocuparse por conocer todo lo posible
a su público.***

Christopher Witt.



Conocer al auditorio crea relaciones favorables con él, lo que facilita siempre la comunicación. Algunas preguntas básicas que debe hacerse al respecto el orador son:

1. ¿Cuántos oyentes asistirán?
2. ¿Quiénes serán?
3. ¿Qué formación/preparación tienen?
4. ¿Por qué asistirán?
5. ¿Qué esperan oír de mí?
6. ¿Qué opinión tienen ya del tema?
7. ¿De qué manera les puede afectar lo que diga?
8. ¿Cómo quiero que participen/reaccionen?

De las respuestas a las preguntas anteriores se deduce que una misma presentación no es adecuada para públicos o circunstancias diferentes. Hay que huir, por lo tanto, de presentaciones ya "enlatadas": cada público necesita un "alimento" específico preparado en exclusiva para él.



***Una presentación es un viaje de exploración hacia
territorios compartidos entre el orador y su público,
pero es este quien realmente fija el rumbo.***

2. CONECTE CON SUS OYENTES



Entre el orador y sus oyentes debe haber una buena:



Sintonía intelectual

Lo que ustedes y yo sabemos.

Sintonía emocional

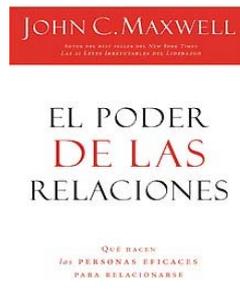
Lo que ustedes y yo sentimos.

Sintonía ética

Lo que ustedes y yo
hacemos.



El experto advierte, sin *El asunto es influencia demás?...*



en liderazgo y comunicación, John C. Maxwell, embargo, que: *Hablar es fácil, todo el mundo habla. cómo puedes hacer para que tus palabras tengan ¿Cómo puedes comunicarte realmente con los*

En otro lugar como *escalones, los usamos para elevarnos; si como puentes, para relacionarnos.*

del libro sugiere otra idea clave: *Vemos a los demás escalones o como puentes. Si los vemos como*



Al hablar en público hay que “tender puentes” hacia los oyentes.

El mismo autor propone cinco **principios básicos** para sintonizar con los oyentes:

1. Priorice su conexión intelectual, emocional y ética.
2. Hágales de alguna manera protagonistas.
3. Prime la comunicación no verbal:
 - Contacte visualmente con ellos
 - Module su voz y haga pausas estratégicas