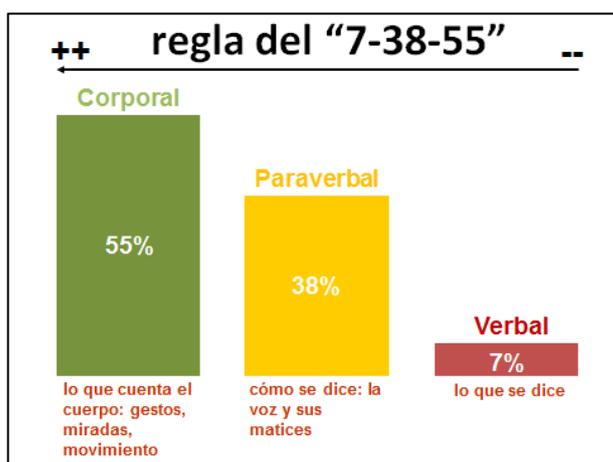


¿Es importante el lenguaje no verbal?

Se debe recordar que la capacidad de comunicación de un mensaje no reside tan sólo en “lo que se dice”, sino en cómo empleamos “la voz” (entonación, proyección, tono, énfasis, pausas, resonancia) para transmitirlo y en el “cómo se dice” influenciado por nuestro nivel de comunicación no verbal (gestos, posturas, miradas, movimiento de ojos, respiración). De hecho, la relación entre estos tres aspectos de la comunicación fue investigada por el profesor de Psicología de la UCLA [Albert Mehrabian](#) en sus trabajos de los años 70 y 80 formuló la “regla del 7-38-55” que atribuye los siguientes porcentajes de impacto en la comunicación : un 7% está asociado al mensaje, un 38% es debido a cómo es la voz y el 55% restante depende de nuestro lenguaje no verbal .

Conociendo estos factores, deberíamos ser capaces e interesarnos por entrenar y reconocer la importancia del resto de elementos que influyen en la transmisión de nuestro mensaje. Sería interesante variar “la voz” intentando modificar algunos de sus parámetros: empleando *pausas* para enfatizar y hacer reflexionar; modulando el *tono* (graves, agudos) para evitar caer en la monotonía, variando el *volumen* (alto y bajo) para captar la atención en ciertos momentos y controlando el *ritmo* de palabras por minuto donde se considera que una buena medida serían 120 palabras/minuto. Se puede mejorar la condición vocal mediante la realización de ejercicios específicos. Los aspectos no verbales pueden ser más difíciles de cambiar ya que muchos son instintivos, pero aun así se pueden entrenar. Sería recomendable dar la charla *de pie* antes que sentado, mantener el *contacto visual* con la audiencia buscando su seguimiento a nuestro mensaje, mover adecuadamente los *brazos* y nosotros mismos por la tarima, evitar muletillas verbales y sustituirlas por pausas, reducir el número de tics corporales, etc.

Los trabajos de Albert Mehrabian parecerían indicar que el mensaje es lo menos importante, pero cuanto más lejos de la realidad. La presentación es lo que tiene razón de ser, pero es un hecho que según sea la puesta en escena tendrá más éxito o menos y calará mejor nuestro mensaje en la audiencia. Esto justifica que muchas veces olvidemos una determinada charla, pero recordemos al orador.



Es justamente este enfoque, la audiencia, el que ha fomentado la evolución del estilo de los oradores. Según [Gonzalo Álvarez](#) en su libro “El Arte de Presentar” se debería ir abandonado el estilo tradicional de presentación, vinculado a los nervios y el miedo, para migrar a otro que mejore la conexión con la audiencia y que perpetúe el recuerdo del orador. Este nuevo estilo está ligado a un mejor uso de nuestros recursos paraverbales y corporales.



Además, los beneficios de conocer la importancia del lenguaje no verbal no sólo es motivador desde un punto de vista personal para modificar la influencia de nuestro mensaje. También es interesante adquirir conocimiento en estos ámbitos para poder evaluar las reacciones y el seguimiento de la audiencia y, en función de las señales detectadas, cambiar el rumbo de la presentación.



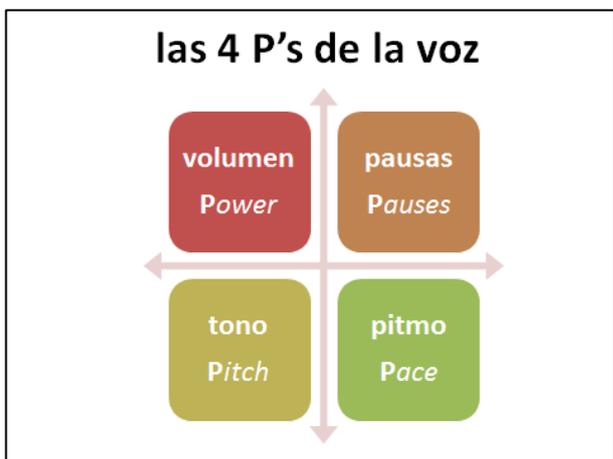
La voz es un instrumento que se puede afinar

La voz es uno de nuestros principales recursos. A veces se denomina “instrumento vocal” y como instrumento que es os animamos a que lo “afinéis” de la mejor manera posible para que no “suene disonante” con el resto de la presentación. Si no estamos conformes con nuestra voz siempre la podemos educar y perfeccionar mediante entrenamiento. Recuerda, un buen empleo del recurso vocal permite **influir en un 38%** en nuestra capacidad de comunicación

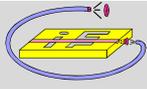


Imagen: Haags Uitburo, <http://www.flickr.com/photos/8816624@N08/3285596422>

En general, no somos conscientes de nuestra propia voz y cuando la oímos grabada siempre nos parece ajena. Es un elemento característico de la persona que ofrece información sobre su actitud, estado de ánimo, características, etc. Es un factor clave en la presentación ya que a través de ella podemos transmitir entusiasmo, sinceridad, seguridad y dominio del tema. Si no estamos conformes con nuestra voz siempre la podemos educar y perfeccionar mediante entrenamiento. En el trabajo con la voz se puede actuar sobre sus cuatro parámetros: potencia, tono, ritmo y pausas.



Potencia: la potencia o volumen es la intensidad de la voz y de los sonidos. A veces se asocia el volumen de la voz con sensaciones de confianza. Hay que ser conscientes de que nuestra voz tiene que llegar a todas las partes de la sala no tanto porque se grite, sino porque se proyecte estando esto ligado a una sensación de espacios y volúmenes. Si se



aprende a hablar desde el diafragma y no desde la garganta se incrementa notablemente la potencia sonora. Además, se consigue una voz más potente estando en posición erguida. Jugar con el volumen de la voz puede ser un recurso muy interesante. Se puede elevar el volumen para resaltar los aspectos importantes o reducirlo llevar a la audiencia a un punto de mayor concentración.

Timbre y tono: el timbre de la voz está ligado a las características anatómicas de las cuerdas vocales siendo generalmente más grave en el género masculino que en el femenino. Sin embargo, y en función del tipo de presentación se pueden impostar tonos diferentes para, por ejemplo, introducir diferencias en una historia. Por otro lado, el tono es una inflexión en la voz o una forma de contar algo. Una misma frase emitida con tonos diferentes puede tener distintas connotaciones: una pregunta, una afirmación, una orden, una exclamación, una súplica, un reproche.

Ritmo: la velocidad es la rapidez en la emisión de palabras que influye en el ritmo del discurso. Se estima que una velocidad adecuada en el campo de la oratoria está en torno a las 120 palabras por minuto. Los cambios de ritmo, subiendo o bajando la velocidad, se emplean para dar contraste al discurso y producir una voz mucho más rica. Por ejemplo, la voz se puede ralentizar en los aspectos importantes que se quiere dejar claro y acelerar en las partes más descriptivas. En general, y debido al estado nervioso asociado a las presentaciones, el discurso suele acelerarse impidiendo a la audiencia que entienda todas las palabras. Como referencia de velocidad no se debería hablar más rápido que lo que se hace en una conversación normal. Es interesante comenzar con un ritmo lento para que la audiencia se acostumbre a nuestro tono y forma de expresarnos. Modulando y variando ambos aspectos, tanto tono como velocidad, se evita caer en la monotonía que es el primer paso para que la audiencia desconecte.

Pausas: los silencios y las pausas en medio de un diálogo suele crear momentos de tensión. De hecho, el silencio es uno de los recursos más difíciles de manejar. Sin embargo, un uso adecuado de las pausas permitirá conseguir los siguientes efectos:

- Crear expectativa
- Facilitar la asimilación
- Enfatizar y reforzar contenidos
- Dar y darnos tiempo para pensar
- Mostrar reflexión, confianza, tranquilidad
- Conseguir un efecto dramático

Una duda típica es ¿cuánto tiene que **durar** una pausar? Este aspecto está relacionado con la capacidad y el entrenamiento del orador para manejar los silencios. Si es demasiado larga, más de 5 segundos, puede parecer un poco antinatural o demasiado teatral. Si además de abusa de ellas puede llegar a adormecer a la audiencia. Sin embargo, si es demasiado corta, puede transmitir una imagen de inseguridad o precipitación.



Otro aspecto interesante es **¿cuándo** es efectivo introducir pausas?

- Al comienzo, antes de empezar con la presentación
- Después de la introducción y antes de las conclusiones
- En las transiciones entre las diferentes partes de la presentación
- Antes y después de introducir nuevos conceptos
- Al mencionar ideas clave de gran importancia
- Después de formular una pregunta a la audiencia
- Tras escuchar una pregunta del público
- Después de una interrupción para recuperar la atención de la audiencia
- Antes y después de la frase final de la presentación, esta técnica es la conocida como la *doble pausa*

Recordar finalmente que las pausas tienen un efecto beneficioso tanto para para el conferenciante como para la audiencia. Al primero le permite focalizarse en la siguiente idea o término a expresar. A la audiencia le permite concentrarse en lo que acaba de escuchar. Por otro lado, es siempre más adecuado permanecer en silencio que emitir muletillas, sonidos sin sentido o frases de relleno que no sean coherentes con el discurso.

Las **muletillas** (¡Bien...!, “Y bueno...”, “¿no...?”, “Mmmhh...”, “¿vale?”, “Ehhh...”, “un poco...”, “¿sabes...?”, “O sea ...”) empeoran la presentación elevando el nivel de “ruido”. Son equivalentes a rellenar con signos de puntuación (comas, puntos, etc.) consecutivos y repetitivos en un texto escrito. Para erradicarlas del discurso hay que ser conscientes de ellas. Además, es fundamental eliminarlas de los primeros 30 segundos de presentación que es cuándo se está causando la impresión general. Si al inicio de la presentación nos vemos desbordados por las muletillas, la audiencia podría deducir que estamos atacados por el pánico, por los nervios o que no hemos preparado suficientemente la presentación.

Gonzalo Álvarez propone una técnica de tres pasos basados en la grabación en video o audio de uno mismo:

1. Ser consciente de las muletillas empleadas grabándonos en video o audio. No es necesario que sea la presentación profesional.
2. Hablar más lentamente y hacer pausas conscientes entre frases.
3. Ensayar y practicar, conforme más preparación hay menor es el número de muletillas empleadas.

Otra técnica es la propuesta por **T.J. Walker**, fundador de TJ Walker Speaking y CEO de Media Training Worldwide donde se forman primeros ministros, gerentes de compañías etc. Propone hacer pequeñas pegatinas o notas adhesivas con las muletillas más comunes de sus clientes bajo un símbolo de prohibición.



Imagen: Saltatempo, <http://www.flickr.com/photos/10614962@N00/323462998>

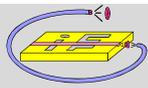
Estas **pegatinas** se adhieren en todos los **aparatos y accesorios** utilizados en nuestro día a día (monitores, teclados, relojes, teléfonos móviles...) de forma que la prohibición siempre esté presente. Los resultados del proceso son los siguientes:

- El **primer día** la muletilla se dice pero ya se es consciente de ella.
- A partir de un **par de días**, cuando se va a emitir el sonido de la muletilla, una imagen de prohibido aparece en el cerebro de forma automática pero todavía no se puede evitar decirla.
- Después de **una semana** la imagen del símbolo de prohibición es más rápida y se puede contener la muletilla.

Está claro que el aspecto fundamental es tener identificadas a las muletillas y para ello lo mejor es recurrir a personas de vuestro entorno o a grabaros en audio.

Finalmente os dejamos algunos consejos para el **cuidado de la voz**:

- beber agua para mantener las cuerdas vocales hidratadas
- evitar contrastes y cambios bruscos de temperatura y humedad
- evitar el frío y calor excesivos tanto externo como en bebidas
- evitar el tabaco, el alcohol
- evitar el esfuerzo de la voz, hablar en exceso, gritar
- intentar hablar lo menos posible antes de la presentación
- practicar leyendo textos en voz alta forzando la pronunciación de las vocales; para ello habrá que tensar los músculos de la lengua, labios, rostro, mandíbula y abriendo y ensanchando la boca de forma más exagerada que en una conversación normal.



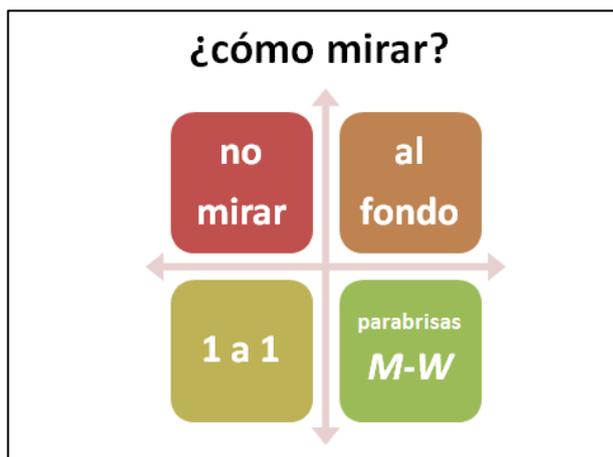
La mirada es una fuente de atracción

El contacto visual es la primera relación que se establece con la audiencia. Es recomendable que la primera mirada sea amable y abierta para intentar confraternizar con todo el público de la sala. El nivel de credibilidad de la información es superior en aquéllos ponentes que miran a la audiencia. Por otro lado, el establecer contacto visual permite al orador captar la impresión que está dejando su mensaje para ir moldeando su discurso en caso de detectar expresiones faciales o corporales que evidencien seguimiento, desconcierto, apatía, cansancio, etc.

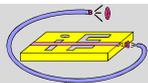


Imagen: Anonymous, <http://www.flickr.com/photos/37053322@N00/4184973260>

Se podrían enumerar cuatro tipos de contacto visual que los oradores pueden establecer con la audiencia:



- El contacto visual **nulo**, el conferenciante mira al suelo, a sus notas, a las diapositivas de su presentación o a la pared del fondo de la sala haciendo caso omiso de la presencia de personas en la audiencia. Es una reacción típica e inconsciente por la que pensamos que por no mirar a la audiencia hace que esta no nos esté observando y analizando. Una especie de “no quiero verlo”.
- El contacto visual **impersonal**. El siguiente paso hacia el contacto visual sería el levantar la cara hacia la audiencia. Esto no implica el establecer contacto visual. Muchas veces la mirada es impersonal, algo así como “el mirar sin ver”, como ponerse una máscara, el orador se sigue escondiendo de la audiencia y la mira como si



fuera “transparente”. Los oradores que lo practican suelen mirar al fondo de la sala, por lo menos se les ve la cara pero no se establece un control visual real con personas de la audiencia.

- El contacto **individualizado** consiste en captar la atención de cada persona fijando la mirada del orden de 5 segundos en cada una. Este tipo de mirada requiere de cierto grado de entrenamiento y de interpretación de la persona a la que se está mirando ya que, dependiendo de la cultura, una mirada prolongada e intensa a los ojos de otra persona puede entenderse como una intromisión en su intimidad. Si una persona evita la mirada o la aparta rápidamente es recomendable no insistir y mirar a otra persona de la audiencia. Por otro lado, si se mira siempre a la misma persona, bien porque sea muy empática o porque sea conocida, se estará dejando de lado al resto de la audiencia que acabará por desconectar del discurso.
- El contacto “**parabrisas**” haciendo un barrido o escaneado a la audiencia de forma rápida o lenta. Si el barrido es muy rápido se puede mirar a la audiencia pero sin verla transmitiendo una imagen de inseguridad y nerviosismo. Sin embargo, si el barrido es pausado, se reparte la atención a todas las personas de la audiencia. Una buena estrategia para una sala grande consistiría en trazar con la mirada una “M” o una “W” recorriendo lentamente todo el auditorio o ir mirando a todas las personas en orden en caso de estar en una sala más pequeña.

La forma de mirar al auditorio es una de las grandes pruebas. Como indica Javier Reyero en su libro “Hablar para convencer” hay que superar el terror que supone la mirada escrutadora de la audiencia. Por eso, [Timothy J. Koegel](#) en su libro “The exceptional presenter” propone la siguiente pauta de entrenamiento para mejorar nuestro contacto visual:

- Practicar el contacto visual en todas las conversaciones manteniendo la mirada durante 3-4 segundos.
- Ser conscientes de dónde solemos mirar cuando presentamos.
- Cuando la presión es alta no romper el contacto visual. Las miradas huidizas denotan incertidumbre e inseguridad.
- Observar lo que hacen otras personas cuando están bajo presión, fijarse en lo que hace su mirada ¿apunta hacia el cielo o el techo? ¿qué se percibe en sus ojos: equilibrio, pánico?
- Cuando hables con un grupo de personas comparte el contacto visual con todos ellos.
- Practica el contacto visual con cada apretón de manos. Estate presente y totalmente conectado.

Tu postura refleja tu actitud

La postura y la comunicación no verbal juegan un papel fundamental a la hora de mejorar nuestra capacidad para comunicarnos. “La primera impresión es la que cuenta” y esto depende de apenas 10 segundos. La postura es un indicador excelente de nuestro nivel de confianza, nivel de confort, experiencia y actitud. Así, se convierte en nuestra primera línea de comunicación fijando el éxito de la presentación antes incluso de que se haga la propia presentación. Para estar cómodo y transmitir una imagen de confianza se debe “practicar” la postura adecuada hasta que se incorpore en nuestro cuerpo con naturalidad y confianza.

Preguntas típicas que nos solemos formular son ¿presento de pie? ¿presento sentado? ¿dónde pongo las manos?



¿qué postura elijo?

	Ventajas	Desventajas
de pie	podemos movernos se pueden manejar distancias enfaticar con el cuerpo	requiere más esfuerzo necesitamos interiorizar el discurso cuidado con la rigidez
atril	todo colocado todo a mano acceso a las notas	no es un muro no es un bastón no agarrarlo
sentado	sensación de seguridad	no se llega a todos “repanchigamos” voz no proyectada

Según varios autores, [Timothy J. Koegel](#) ó [Viktor Schmidt](#), la postura más aconsejable es **estar de pie**, pero ciertas posturas con las manos cruzadas al frente, los pies cruzados o el cuerpo rígido no transmiten una imagen de confianza del orador. Una correcta postura para estar de pie debería reunir las siguientes condiciones:

- Tener las manos hacia los lados del cuerpo y abiertas mostrando una actitud de confianza. Esta disposición no requiere esfuerzo y ofrece una impresión de seguridad incluso aunque se esté nervioso.
- Adoptar una posición firme pero cómoda colocando los pies en paralelo con las puntas hacia adelante y apoyando el peso de forma equilibrada entre las dos piernas.
- Las piernas tendrían que estar ligeramente abiertas a la anchura de los hombros, sin estarlo demasiado lo que se interpretaría como desafiante, ni muy cerradas que mostraría debilidad.
- Siempre nos debemos colocar mirando a la audiencia.



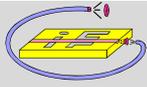
Imagen: Viktor Schmidt School of Presentations. <http://www.viktorpresentation.com/stage/hands/usethe1.html>

También es interesante enumerar las posturas **desaconsejadas**, ya que algunas se pueden observar en los oradores:

- Postura del Tyrannosaurus Rex con los codos pegados a la caja torácica y los antebrazos levantados al frente pero sin un propósito claro. Con los brazos así colocados las manos generalmente recurren a hacer diferentes actividades: actitud de rezo, frotarse como si se estuvieran lavando, frotarse como para entrar en calor, dedos tocándose entre sí, etc. Evitando la posición del T-Rex se evitarán diferentes muletillas corporales e incontroladas.
- Las manos cruzadas en frente de uno dan una impresión de debilidad, timidez, falta de experiencia o vulnerabilidad.
- Las manos cruzadas en la espalda generan una impresión de falta de energía o de querer ocultar algo.
- Manos en las caderas muestran actitud desafiante o retadora, condescendencia o una actitud demasiado paternalista.
- Las manos en los bolsillos pueden transmitir una impresión que podría oscilar entre la pasividad y la sobreconfianza.
- Los brazos cruzados indican una actitud de bloqueo ante lo que se está recibiendo de la audiencia.



Imagen: Viktor Schmidt School of Presentations. <http://www.viktorpresentation.com/stage/hands/hidsom.html>



Otras veces, las condiciones del auditorio, ubicación del micrófono o el formato de la presentación hacen que tengamos que permanecer **sentados**. En estos casos hay que mostrar una postura confortable pero no perezosa. [Anne Marie Sabath](#) en su libro “One minute manners: quick solutions to the most awkward situation you’ll ever face at work” recomienda:

- que las manos siempre se muestren sobre la mesa con los codos fuera de ella pero con la mayor parte del antebrazo visible. Esto demuestra una actitud de interés que será recogida por la audiencia
- echarse ligeramente hacia adelante añadirá energía al discurso
- además, se aconseja no sólo girar el cuello para acompañar la mirada, sino acompañar la mirada con el giro del torso en la dirección donde se mira y hacia donde se pretende interactuar. Es difícil ignorar a alguien que se gira y te mira directamente a los ojos, son gestos que transmiten una sensación personal y una actitud para la conversación.

Una situación intermedia entre estar de pie o sentado se presenta cuando se tiene que emplear un **atril** para dar la presentación. Se corre el riesgo de que el atril se pueda transformar en una barrera entre el orador y la audiencia. En estas condiciones hay que hacer un esfuerzo especial para conectar con la audiencia. [Timothy J. Koegel](#) en su libro “The exceptional presenter” propone las siguientes pautas:

- Mantener siempre la cabeza y la mirada por encima del atril.
- Mantener el contacto visual con todas las partes de la sala, no sólo con la gente cercana.
- Dar más énfasis a los brazos y manos.
- No aferrarse a los lados del atril, ni colgar las manos por encima de la parte frontal del mismo.
- Si se llevan notas, intentar colocarlas lo más arriba posible del atril para no tener que esconder la cabeza mirando hacia abajo.

La gesticulación eficaz es recomendable

Otro punto de inquietud que aparece al tener que presentar es qué hacer con las **manos** y nuestros **gestos**. En la Edad Media una gesticulación excesiva indicaba una falta de autocontrol. Sin embargo, la naturaleza más visual de nuestra sociedad hace que esté evolucionando el aspecto gestual en la comunicación. De la observación personal nos damos cuenta que las personas que manejan sus manos de forma correcta atraen más nuestro interés en una conversación. Lo mismo sucede a la hora de realizar una presentación. Estudios realizados en la Universidad de Columbia indican que los gestos son una actitud natural para expresarnos y ser entendidos. Los gestos aportan una dimensión visual adicional que ayudará a incrementar la cantidad de información retenida por la audiencia.

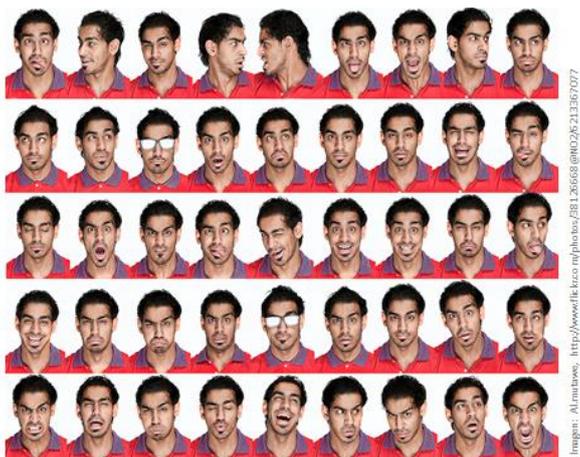
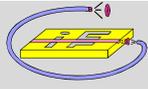


Imagen: Al.mutawe, <http://www.flickr.com/photos/38126668@N02/6213367077>

Imagen: Al.mutawe, <http://www.flickr.com/photos/38126668@N02/6213367077>

Sin embargo, hay que tener la precaución de acomodarlos al mensaje y al tamaño de la audiencia. En este ámbito se puede encontrar un amplio catálogo de gestos y sus implicaciones. A continuación resumiremos algunos de los que se pueden incorporar de forma sencilla:

- La garra, *the claw*, es el gesto más versátil que se puede emplear tantas veces como se desee. Consiste en poner la mano plana haciendo un movimiento de arriba hacia abajo. Es un gesto típico de los “hombres del tiempo” de los servicios de meteorología, apuntan con la mano a la pantalla mientras miran a la cámara.
- Números, enfatizar con los dedos de una mano los números que se indican en el discurso: “tenemos 3 ventajas”, “el cliente lo necesita en 4 días”, “afrontamos 2 problemas”, “se nos presentan 2 alternativas”.
- Para comparar empleamos gestos verticales (subiendo o bajando la palma de la mano) si queremos comparar cantidades, incrementos, beneficios, pérdidas, etc. u horizontales (distanciando entre sí las palmas de las manos) para ilustrar fases, periodos de tiempo, secuencias cronológicas, etc.
- Cuando se necesita fijar fechas se pueden poner las manos abiertas de canto a la audiencia para establecer puntos de inicio y final.



Se pueden encontrar más apreciaciones sobre las implicaciones y uso de los gestos. Para finalizar este apartado respecto al orador recordar los siguientes aspectos prácticos:

- Evitar la postura del T-Rex.
- Hay que ser específicos en el uso de gestos para que estos no introduzcan “ruido” en la comunicación.
- Los movimientos gestuales de los brazo deben estar debajo de los hombros y por encima de la cintura
- Mantener los gestos durante 2-3 segundos, no acelerar los movimientos.
- Después de gesticular volver a la posición de reposo con los brazos a lo largo del cuerpo.
- Utilizar ambas manos alternado derecha e izquierda para no caer en la repetitividad de hacerlo sólo con una mano.

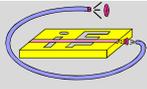
Mucha gente se cuestiona el hecho de ser muy expresiva con su gesticulación corporal o facial. Según indica [T.J. Walker](#) en su libro “How to give a pretty good presentation”, esto no es un problema. No hay que preocuparse acerca de ser demasiado expresivo, es más, es preferible esto a mostrar una actitud totalmente plana. Por tanto, es totalmente recomendable gesticular y mostrar las emociones mientras se ofrece el discurso.

Para finalizar, la interpretación del lenguaje no verbal tiene interés tanto desde el punto de vista del orador, como desde el punto de vista de la audiencia. A la hora de hacer una presentación hay que estar atentos al estado de ánimo de la audiencia para poder reaccionar en nuestro discurso. Para ello, es fundamental realizar un adecuado contacto visual tal y como se comentó en la sección anterior. En una **audiencia atenta** se pueden observar los siguientes gestos con su significado asociado:

- | | |
|-------------------------------------|---|
| - asentimiento con la cabeza | - <i>sí estoy de acuerdo, entiendo</i> |
| - mantenimiento del contacto visual | - <i>te sigo</i> |
| - sentado derecho y hacia adelante | - <i>me interesa, cuéntame más</i> |
| - sonriendo | - <i>comprometidos, disfrutando de la información</i> |
| - risa y el humor sutil | - <i>sintonizados</i> |
| - comentarios y preguntas | - <i>con ganas de participar</i> |
| - tomar notas | - <i>con ganas de aprender y recordar</i> |
| - postura relajada | - <i>cómodos, abiertos a la información</i> |

Sin embargo, en una **audiencia que ha perdido la atención** o que está **aburrída** se puede observar lo siguiente:

- | | |
|--|--|
| - escaso contacto visual | - <i>el interés está disminuyendo</i> |
| - cabeza sostenida por las manos | - <i>aburrido, cansado</i> |
| - movimientos en el asiento, inquietos | - <i>ansioso, mentalmente fuera</i> |
| - bostezos | - <i>cansados, aburridos o nerviosos</i> |
| - los brazos y las piernas cerradas | - <i>cerrado, no se cree lo que se está diciendo</i> |
| - cabeza y mirada hacia abajo | - <i>mentalmente en otro lugar</i> |
| - recogiendo pelusa de la ropa | - <i>esto se está poniendo aburrido</i> |
| - ojos que vagan alrededor | - <i>dime algo nuevo</i> |
| - mirada en blanco | - <i>soñando despierto</i> |



El movimiento, con sentido

Algunos expertos recomiendan adoptar una posición estática y “correcta” a la hora de afrontar la presentación o la ubicación “de seguridad” de colocarse detrás del atril, pero es un hecho que la audiencia se ve atraída por el movimiento. Para reforzar este hecho es muy interesante moverse de una parte a otra del escenario, moverse hacia alguien para recabar su atención e incluso bajarse hacia el aforo donde está la audiencia para favorecer la conexión física. Eso sí, cuando te muevas hazlo con un propósito concreto, no vale con oscilar de un lado a otro o quedarse tieso como un tronco. Tal y como indica [Kristin Arnold](#) en su libro “Boring to bravo” “*tú eres el apoyo visual número uno en cualquier presentación*” que se completa con la consigna de [González Álvarez Marañón](#) en “El arte de presentar” “*no basta con animar tus transparencias, animate tú*”.

Javier Rejero en su libro “Hablar para convencer” recopila un **decálogo** sobre el movimiento del orador:

1. No moverse de forma espasmódica.
2. Moverse con suavidad.
3. Evitar cualquier brusquedad.
4. Combinar movimientos laterales con movimientos hacia delante y hacia atrás.
5. Cuando se acabe un movimiento volver a la posición de reposo.
6. Cuando uno se mueve tiene que seguir hablando.
7. Si el movimiento de las manos es brusco, evitar hacerlo durante el movimiento.
8. Es más fácil desplazarse hacia delante que volver sobre los propios pasos.
9. Intente no dar la espalda a la audiencia y si tiene que hacerlo hágalo por pocos segundos.
10. No memorice o mecanice sus movimientos.

El tener un movimiento coherente y natural puede ser difícil, pues se tiene que combinar con el control del resto de la presentación. Por ello, a veces, los nervios introducen un movimiento involuntario de **balanceo** del que el orador no es consciente pero que se magnifica desde el lado de la audiencia. Se pueden identificar 4 tipos de balanceo:

- **Penduleo**: la parte superior del cuerpo oscila de derecha a izquierda o de delante hacia atrás.
- Paso de **procesionario**: consiste en levantar alternativamente el pie izquierdo y el derecho sin moverse del sitio.
- **Talonamiento**: el balanceo delante-atrás se completa con el levantamiento de la punta del pie cuando el cuerpo se dirige hacia atrás.
- **Enroscamiento**: cruzar una pierna por delante de la otra, a veces llegando a encontrarla casi completamente a su alrededor.

Tan importante como tener un buen movimiento corporal es “hacer un buen **uso del escenario**”. [Olivia Mitchell](#) en “Speaking about Presenting” propone 9 maneras de emplear el escenario durante la presentación:

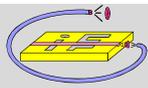


Imagen: <http://www.speakingaboutpresenting.com/delivery/9-ways-space-presentation/>

1. Posición **central**.
2. El escenario como **mapa** de la presentación. Durante la introducción te pones a la izquierda, en el desarrollo en el centro y las conclusiones en la derecha.
3. El escenario como **diagrama temporal** para comparar evoluciones de empresas, productos, proyectos, etc.
4. El escenario como **comparación-contraste** ubicándote a la izquierda en una de las alternativas y a la derecha en la otra.
5. El escenario como **rango de opciones** variando tu posición desde un extremo del escenario, al centro y hasta el otro extremo.
6. El escenario como **alternativas** ubicándote en diferentes secciones según la opción descrita.
7. Recreando una **zona de historias** en el propio escenario donde se vaya a la hora de describir una parte de la presentación como si fuera una historia.
8. Moviéndote **entre la audiencia**.
9. Coreografiando un **ballet** junto a las transparencias.