

UNITAT DE
CONEIXEMENT
Novembre 2016



Elaboració de presentacions orals i escrites

“En la paraula es coneix la saviesa, i en el
parlar, la instrucció”

Eclesiàstic 4,24

Què és?

- ✓ L'art de l'**eloqüència oral i escrita** ha estat important històricament en totes les àrees d'activitat. A les antigues Grècia i Roma la **retòrica** comprenia tant l'art d'elaborar un discurs com la seva comunicació pública. Els seus orígens cal situar-los en els tribunals i en les deliberacions de les assemblees ciutadanes. A l'Edat Mitjana el seu conreu formava part del currículum bàsic de tota persona instruïda.
- ✓ Amb el **declivi de l'educació humanista**, els seus principis i tècniques han anat desvirtuant-se, tot i que la importància de saber articular un discurs i exposar-lo en públic no ha minvat. En els darrers temps, hi ha una revifada de l'interès per aquestes tècniques en un context organitzatiu, ja que estem passant d'una **cultura burocràtica** (basada en informes escrits) a una cultura **oral i visual** (basada en la capacitat de bastir narratives atractives en les presentacions).
- ✓ Una persona pot tenir una bona **competència lingüística** (capacitat de formar frases correctes i relligar-les en un discurs), però això no garanteix que no hagi de treballar les **competències discursives** (capacitat d'escollir el discurs adequat a una circumstància concreta) i les **competències socioculturals** (adoptar estratègies comunicatives que harmonitzin amb el context sociocultural de l'audiència).
- ✓ Cal prestar atenció a la **situació comunicativa** on s'esdevindrà la nostra presentació:
 - Els **receptors**: una presentació canviarà substancialment si està adreçada a persones expertes en la matèria o a d'altres poc avesades. Diferents audiències exigeixen arguments i formes diferents. També és important la mida de l'audiència i ser conscients dels espais i distàncies de la sala on es farà la presentació. Per captar i recuperar l'atenció de les persones oients és fonamental la **varietat**: canviant el to, introduint alguna anècdota, fent ús dels silencis, movent-nos per la sala, etc.
 - El **context**: no podem parlar sempre de la mateixa manera. Cada situació requereix l'adopció d'un registre. No es poden cometre errors d'adequació situacional (per exemple, fer bromes en la presentació d'uns resultats dolents).

Eines

Algunes eines per millorar les nostres presentacions són:

✓ **Suport textual i visual:**

- Donar prioritat als **elements visuals** en les presentacions: és el que Matthew T. Ray, expert en comunicació i lideratge, i altres anomenen l'efecte de superioritat pictòrica. El text i encara millor la imatge han de ser un element de suport per evocar emocions i ajudar al públic a entendre millor els punts clau i les transicions temàtiques. El document no pot ser una transcripció de la presentació oral ni una "chuleta" per anar situant a la persona que parla.
- **Més és menys:** evitar els blocs de text en les presentacions ja que creen un focus secundari d'atenció que distreu de les paraules del/de la ponent. Deixar espais en blanc entre elements d'una *slide*, usar la regla dels terços per situar els elements. Tenir cura de la tipografia (Res de *Comic Sans!*).
- **Simplificar** textos i gràfiques: massa informació crea un efecte de saturació cognitiva. Preguntar-nos: pot entendre's aquesta gràfica en 3 segons? Evitar el que Edward Tufte, expert en presentació visual d'informació, anomena "pila d'escombraries gràfica". Cal usar elements visuals de qualitat, el *clip-art* que ve per defecte amb el PowerPoint està cremat de tant usar-se. Explorar [alternatives al PowerPoint](#) com ara *Prezi*.
- No abusar de les animacions i transicions entre *slides*. Cercar efectes subtils, semblants als que s'usen en un noticiari televisiu.
- Incloure històries i anècdotes: les petites **narratives** intercalades en el discurs el fan memorable i s'ancoren en l'experiència de l'audiència.
- Interpel·lar l'**audiència**: fer-se preguntes retòriques i explicar com hem arribat a una conclusió evita la impressió de semblar uns set-ciències. Es poden fer preguntes a alguna persona oient que resultin introductòries del següent eix temàtic, però cal evitar que l'audiència se senti examinada contínuament.
- El primer minut és crucial per captar l'atenció, convé introduir idees trencadores o elements de suspens. El **tancament** de la presentació determina en gran mesura la impressió que s'enduran les persones que l'escolten. Ha de recapitular de manera sintètica i memorable el contingut.

✓ Elements relatius a la **prosòdia o veu**:

- **Volum o intensitat de la veu:** denota si estem tranquils o inquietes. Cal variar subtilment el volum de la veu per tal de no caure en una salmòdia monòtona. L'ús d'un volum variable és una estratègia per destacar certs elements de la xerrada. Un volum mitjà-alt transmet autoritat, seguretat i domini de la situació.
- **To:** és la manera particular de dir les paraules mitjançant les inflexions de la veu. Hem d'intentar de mantenir un to mitjà, entre greus i aguts. No caure en deixos excessivament irònics o sarcàstics, ja que denoten poca confiança en allò que estem dient.
- **Ritme:** és la velocitat amb què encadenem paraules. Cada persona s'expressa amb una determinada fluïdesa verbal. Perquè el nostre missatge arribi bé, el ritme ideal és entre 100 i 150 paraules per minut. Si superem les 200 paraules, parlem molt ràpidament; per sota de les 100 caiem en un ritme lent que pot avorrir.
- ✓ **Comunicació no verbal:** expressió facial (somriure), contacte visual (repartir la mirada entre l'audiència i no focalitzar-la), postura (no encongir-se), moviment de les mans (suport per subratllar idees de manera puntual, no caure en l'excés de gestualització). Cal ésser conscients de l'escenari i de l'espai.
- [Toastmasters International](#) és una organització sense ànim de lucre fundada l'any 1924 que agrupa un seguit de clubs (més de 13.000 a 113 països, [Espanya](#) entre ells) que ofereixen un entorn segur en el qual els/les professionals poden desenvolupar les seves habilitats de parlar en públic amb estil i confiança, tot perfeccionant les seves habilitats de lideratge. És una aproximació diferent i complementària als **clubs de debat** nascuts al recer d'ambients universitaris.

La dada

Segons un estudi d'*Adecco Professional*, el 75% de la població a l'Estat espanyol pateix glossofòbia (ansietat i nerviosisme en parlar en públic). Els símptomes físics d'aquesta afecció solen ser sudoració excessiva, nàusees o ritme cardíac elevat. Això contrasta amb el fet que, entre les habilitats relacionals, les més valorades pels Departaments de RH siguin el treball en equip (69%) i la capacitat de comunicació (62%), per sobre de l'empatia (50%) i de la capacitat d'influència (32%).

Guia de Treball

Inventio (segons la retòrica clàssica)

- **Triar la idea principal i les idees de suport. Les persones expertes desaconsellen obrir el PowerPoint i posar-nos a escriure. És millor fer servir una llibreta o una pissarra per fer un esbós dels punts principals i la relació entre ells.**
- **Cercar dades i experiències que sostinguin cadascuna de les nostres idees. Evitar l'efecte "salt al buit" que es produeix quan queden llacunes lògiques en una argumentació.**

Dispositio

- **És l'ordenació i estructuració de les idees. Una presentació pot ser inductiva (arribem a la conclusió) o deductiva (partim de la conclusió).**
- **L'estructura més usual sol ser la paral·lela (arguments de suport) amb una tendència al número 3, però també és atractiva una estructura adversativa (presentar les objeccions al nostre discurs i refutar-les).**

Elocutio

- **Les dues fases anteriors ens porten a un esborrany. Aquesta fase és la translació lingüística i visual de les nostres idees.**
- **En la concreció del discurs l'objectiu és resultar clars, persuasius, precisos i, la cirereta de tot discurs, aconseguir un efecte estètic en la persona oient. Per a aquest darrer punt és important tenir cura dels elements visuals, però també dels textuals (cercar sinònims atractius que elevin el discurs per sobre el registre d'una xerrada de sobretaula).**

L'experiència

Chris Anderson

TED Curator

- ✓ Des de l'any 2002 Chris Anderson és l'impulsor de l'organització sense afany de lucre *TED*, que organitza conferències temàtiques de persones expertes sobre els avanços de la ciència i de la tecnologia, i sobre diverses problemàtiques globals dels nostres temps.
- ✓ Des de la seva fundació l'any 1984 com una trobada anual de savis de diferents camps, la popularitat de les xerrades TED ha anat en augment. El seu arxiu ofereix més de 2.000 enregistraments de xerrades. L'any 2009 creà *TEDx*, una iniciativa que permet a organitzadors locals llicenciar el format TED per a actes arreu del món (se n'han celebrat més de 10.000). Al 2016 Anderson ha publicat el llibre [*Charles TED: La guía oficial de TED para hablar en público*](#), amb consells i recursos per a les presentacions públiques.
- ✓ Segons Chris Anderson, els secrets d'una gran presentació són:
 - Cenyir el teu discurs a una sola idea important. Cal reduir el contingut per centrar-nos en la idea que ens apassiona i tenir l'oportunitat de poder explicar-la correctament.
 - Oferir als qui t'escolten una raó per estar atents, mitjançant l'estímul de la **curiositat**. Desperta la curiositat del públic. Fes preguntes provocatives i interessants, per fer palès per què el tema requereix explicació més profunda que la convencional.
 - Construir la idea, pas a pas, a partir de conceptes que el públic entengui. Cal utilitzar el poder del llenguatge per entreteixir conceptes que ja existeixen en la ment de l'audiència. Mai s'ha de donar una cosa per sabuda. Si ho expliques a poc a poc, la persona oient anirà **encaixant les peces** i creurà que ella mateixa ha construït la història i li serà més gratificant.
 - Fer que pagui la pena compartir la idea. Si creus que la idea té el potencial d'alegrar-li el dia a algú o inspirar-lo a fer quelcom de manera diferent, aleshores tens l'ingredient primordial per a una xerrada genial, una estona que pot ser un regal per a ell/a i per a tu.
 - Altres consells que Anderson recalca són: la importància d'assajar, demanar l'opinió a tercers sobre la presentació i no caure en actituds d'autopromoció. Naturalment, ha reunit els consells en la seva pròpia [*xerrada TED*](#).

En Madrid
PODEMOS.

- ✓ El partit polític emergent *Podemos* fa ús dels serveis de l'actor César Vea —que ha participat en pel·lícules de Carlos Saura, Julio Medem o Guillermo del Toro— per formar en tècniques oratòries els seus diputats i diputades a l'*Asamblea de Madrid*.
- ✓ Segons l'assessor, aquest tipus de formació és molt habitual en la cultura política de països com els EUA, però en el nostre entorn encara no se li dóna tota la importància que mereixeria. La línia divisòria no és entre polítics de la vella i de la nova política, sinó entre els qui treballen la seva projecció pública i aquells que la descuiden.
- ✓ La clau de la seva tècnica és assolir un estat de **relaxació activa**, un estat que evita les tensions corporals i alhora manté la concentració. També treballa amb els diputats i les diputades qüestions relatives a la veu, a la posada en escena, a la il·luminació i a la imatge pública.
- ✓ Durant les classes intensives que se celebren aprofitant aturades en el calendari de sessions, es repassen intervencions dels polítics enregistrades en vídeo i es fan diversos exercicis amb els quals es treballa la manera de ser més concrets i clars en les intervencions públiques. Els polítics tendeixen a les divagacions, a les repeticions i a els circumloquis. Un altre defecte molt comú és una tendència a fer intervencions cerebrals, basades en arguments, i a oblidar-se del que està transmetent la resta del cos.
- ✓ A parer dels diputats i de les diputades, l'experiència és molt bona. No ho consideren un seguit de tècniques per blanquejar discursos inautèntics, sinó més aviat l'acompliment de l'obligació que tenen envers la ciutadania de comunicar millor.

Materials

Bibliografia bàsica

Baró, Teresa. *Manual de la comunicació personal de èxito*. Barcelona: Paidós, 2015.

Etherington, Bob. *Presentation Skills for Quivering Wrecks*. Cyan Books, 2006.

Garr, Reynolds. *Presentation Zen Design: Simple Design Principles and Techniques to Enhance Your Presentations*. Old Tappan: New Riders, 2013.

Leith, Sam. *¿Me hablas a mí?: La retórica, de Aristóteles a Obama*. Barcelona: Taurus, 2012.

Pérez de las Heras, Mónica. *Escribre, Habla, Seduce*. Barcelona: LID Editorial, 2013.

Materials en línia

Com parlar de manera que la gent et vulgui escoltar (vídeo)

Xerrada *TED* de Julian Treasure, expert en so, amb exercicis vocals per emprar una veu que capti l'atenció i l'empatia.

https://www.ted.com/talks/julian_treasure_how_to_speak_so_that_people_want_to_listen?language=es

Les claus d'una gran història (vídeo)

Xerrada del cineasta Andrew Stanton (*Toy Story*) sobre tècniques de narració, la importància d'un tema subjacent i del remat final.

https://www.ted.com/talks/andrew_stanton_the_clues_to_a_great_story?language=es

La millor presentació de la teva vida (vídeo)

Vídeo del *coach* Enric Lladó, expert en capacitat de comunicació i canvi. Fa èmfasi en la importància de l'humor, de la interacció amb l'audiència i la simplicitat.

<https://www.youtube.com/watch?v=l0s6ZLkV-U0>

Les 8 millors apps per aprendre a parlar en públic

La tecnologia pot ajudar-nos en els nostres assajos, i fins i tot mesurar el ritme de la nostra veu.

<https://educacion2.com/apps-aprender-a-hablar-en-publico/>

García del Oro, Gabriel. "No ho expliqui, relati-ho!". *El País*, 27/03/2016.

Les històries aconsegueixen involucrar-nos, ens emocionen, desenvolupem una major empatia, així com habilitats socials complexes. Saber narrar històries pot ser la millor arma per aconseguir una feina o relacionar-se amb els altres.

Només cal tenir clar quin és el missatge, seguir alguns consells i deixar-se portar.

<http://factorhuma.org/actualitat/noticias/12275-no-lo-explique-cuentelo>

Viejo, Manuel. "Per què parlo tan malament en públic?". *El País*, 13/02/2015.

Les persones expertes assenyalen que a Espanya hi ha un dèficit en el maneig de l'oratòria, molt vinculat a la manca de formació en aquest àmbit dins el sistema educatiu. No obstant això, als Estats Units succeeix tot el contrari, ja que la formació en destreses comunicatives es fomenta des d'edat primerenca.

<http://factorhuma.org/actualitat/noticias/11429-ipor-que-hablo-tan-mal-en-publico>