



# DESTREZAS DE LA COMUNICACIÓN ORAL

---

EVA CUESTA



info@bigvanciencia.com  
Biotura.info@Gmail.com



@BigVanCiencia  
@Biotura



@bigvanciencia  
@Biotura.asociacion

# QUIÉN SOY (O CÓMO EMPEZÓ TODO)



- Bióloga (de bota)
- Doctorado en el Museo Nacional de Ciencias Naturales (y URJC)
- Contratada Proyecto en la UAM



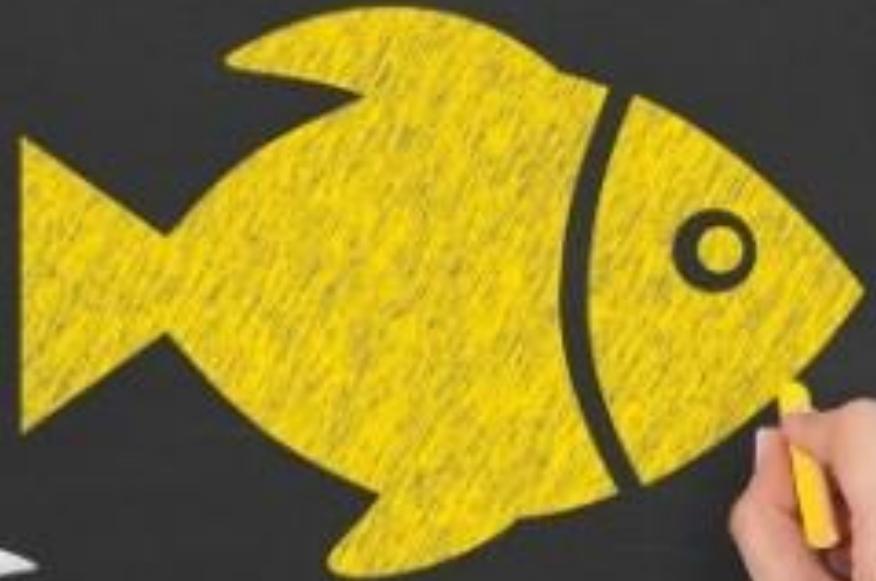
- Blog Biotura, hablemos de ciencia y de la ciencia
- Asociación Biotura divulga Ciencia



- Big Van Ciencia



**Hay un cambio  
de visión hacia  
la divulgación  
científica**



# DIVULGAR EN SERIO



- **Ley de la Ciencia: Artículo 2**

- m) **Impulsar la cultura científica**, tecnológica e innovadora a través de la **educación, la formación y la divulgación** en todos los sectores y en el conjunto de la sociedad, dedicando esfuerzos específicos para incluir a colectivos con una mayor dificultad de acceso, incluyendo a personas que residen en zonas despobladas o con riesgo de despoblación
- n) **Promover la inclusión de la perspectiva de género** como categoría transversal en la ciencia, la tecnología y la innovación, así como una presencia equilibrada de mujeres y hombres en todos los ámbitos del Sistema Español de Ciencia, Tecnología e Innovación
- ñ) **Promover la participación activa del sector privado y la sociedad civil** en materia de investigación, desarrollo e innovación, y el reconocimiento social de la ciencia a través de la formación científica de la sociedad, de **la divulgación científica y tecnológica, la participación ciudadana** en la toma de decisiones científicas, así como el reconocimiento de la actividad innovadora y empresarial

# DIVULGAR EN SERIO

- ¿Entonces debe divulgar todo el mundo?
  - Sólo si tú quieres comunicar tu ciencia
  - Departamentos de cultura científica, comunicación, personal especializado...



# MOTIVACIONES (O POR QUÉ DIVULGO YO)

- Para enseñar a lo que me dedico
- Para hablar de ciencia en general
- Como altavoz: denuncia de precariedad, situaciones
- Perspectiva de género



# MANERAS DE ~~VIVIR~~ DIVULGAR

- Decide cómo quieres hacerlo y a quién te vas a dirigir

First Step!



# DIFERENTES MEDIOS, DIFERENTES REQUISITOS

## Escrito

- Prensa
- Blogs
- Textos exposiciones
- Libros
- Revistas

## Oral (no presencial)

- Radio
- Entrevistas
- Podcast

## Audiovisual

- Vídeos cortos
- Vídeos
- Televisión
- Docu-reportajes

## Oral (presencial)

- Congresos
- Seminarios
- Cursos
- Monólogos
- Defensas

# Eva Cuesta: «Hay que asumir que las mujeres no estamos en ciencia para llenar un cupo»

La bióloga e investigadora madrileña presenta, en CaixaForum, un monólogo para acercar la ciencia a todos los públicos a través del humor, y explicará las barreras que, aún hoy, tienen que superar las mujeres científicas

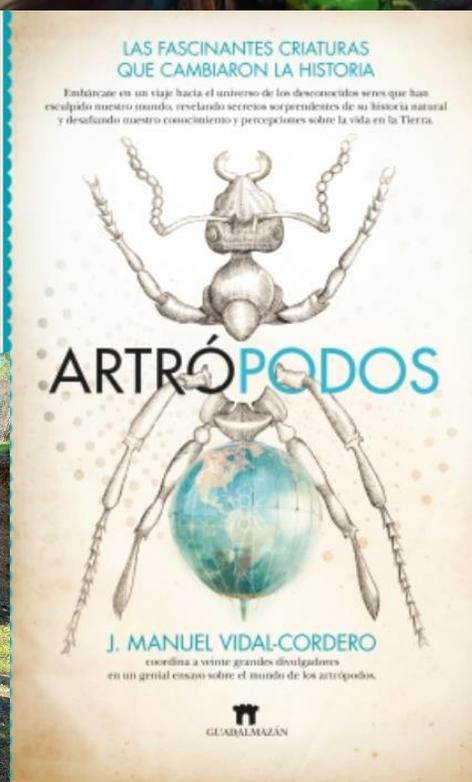
# La bióloga y divulgadora Eva Cuesta: “El sistema y nuestra sociedad tienen unos sesgos sexistas que están en todas partes”

Tras haber asistido como ponente al congreso internacional de igualdad, ciencia y tecnología “Por un cambio de paradigma” en San Sebastián (Donostia), la bióloga, profesora de la Universidad Autónoma de Madrid y divulgadora se refuerza en su posición de la necesidad de alzar la voz ante la desigualdad existente entre hombres y mujeres en el ámbito científico.

16/02/2024 Bárbara Esteban



Eva Cuesta Moreno en el laboratorio del IES en el que estudió y descubrió su



# PAUTAS PARA DIVULGACIÓN AUDIOVISUAL O CHARLAS, CONFERENCIAS Y OTROS EVENTOS PRESENCIALES

- Charlas para todos público
- Conferencias/Congresos
- Vídeos institucionales
- Vídeos “caseros”
- Entrevistas televisión
- Colaboración en programa
- Todas tienen algo en común



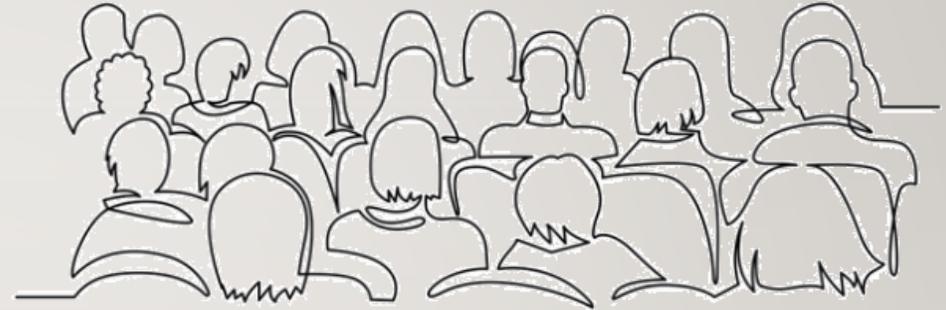
# LA COMUNICACIÓN DEPENDE DEL TIPO DE AUDIENCIA Y DEL CONTEXTO...

---



# COSAS COMUNES PARA TODOS LOS FORMATOS

- Siempre va a haber una audiencia



- Siempre vamos a tener un objetivo



# CLAVES PARA CONECTAR (ORALMENTE) CON LA AUDIENCIA

---



**Debemos conocer los intereses de nuestra audiencia para despertar su interés.**

# ¿CÓMO ES MI AUDIENCIA?

## ¿Quién es mi audiencia?

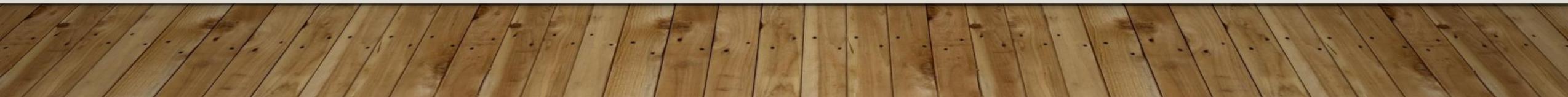
- Número
- Edad (rango)
- Tipo de grupo (educativo, familiar, colectivo de un tema, general...)
- Cultura y costumbres relevantes en mi caso
- Otros rasgos relevantes (género, nacionalidad, creencias religiosas, etnias...)

## ¿Qué lenguaje usan o entienden?

- Idiomas que dominan/entienden (incluidos dialectos y argots)
- Registro (informal, formal, culto...)
- Acostumbrados a la jerga científica

## ¿Qué saben sobre el tema? ¿Por qué están ahí?

- Problemas relacionados con el tema
- Necesidades relacionadas con el tema
- Expectativas/interés sobre el tema
- Público voluntario o cautivo



# ¿ES DIFERENTE UN TEXTO QUE VA A SER ORALIZADO?

- Posiblemente este texto sólo sea escuchado una vez.
- La audiencia no podrá releer.
- No podrá subrayar.
- Debe causarle el impacto que queremos a la primera.



# CUIDAMOS EL CONTENIDO

- En la comunicación científica lo principal es **el contenido**: lo que queremos transmitir.
- Huye de generalidades y vaguedades.
- Cambia el “¿de qué tema quiero hablar?” por “¿Qué quiero que mi público se lleve de mi charla?”



## Evita

- Vulgarismos
- Barbarismos
- Repetir muchas vocales (hiato cacofónico)...
- Muletillas

- Tenemos una **idea principal** que quiero transmitir.
- Y a esa idea principal añadimos **ideas complementarias** que ayuden a entender el contenido.

## EJEMPLO:

Tema: Escarabajos coprófagos

Idea principal: Los coprófagos son muy importantes para los ecosistemas

Ideas secundarias: Tipos de alimentación y cría, aspectos biológicos, anécdotas...



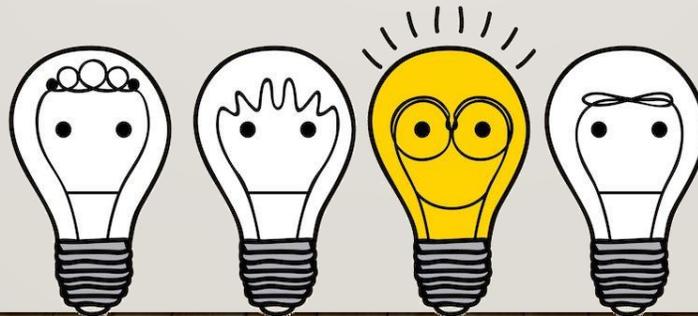
# EL MENSAJE

- Mensaje = una frase que resume la esencia de tu comunicación
- Características del mensaje:
  - Claro, fácil de entender.
  - Conciso, breve.
  - Acción: provocar un cambio en la audiencia.
  - Beneficio: para incitar al cambio.



# EL OBJETIVO

- **Objetivo:** que el público aprenda el mensaje (científico) que nos interesa.
- **Si nuestro público se aburre, si sobre-informamos, si hablamos de un contenido muy alejado o demasiado complejo (o sencillo) para nuestra audiencia, ésta desconectará.**
- **Pero si hacemos una exposición que solo divierte o entretiene, vacía de contenido, no habremos conseguido nuestro objetivo como comunicadores científicos.**
- La forma es importante, **pero el contenido estará por delante.**

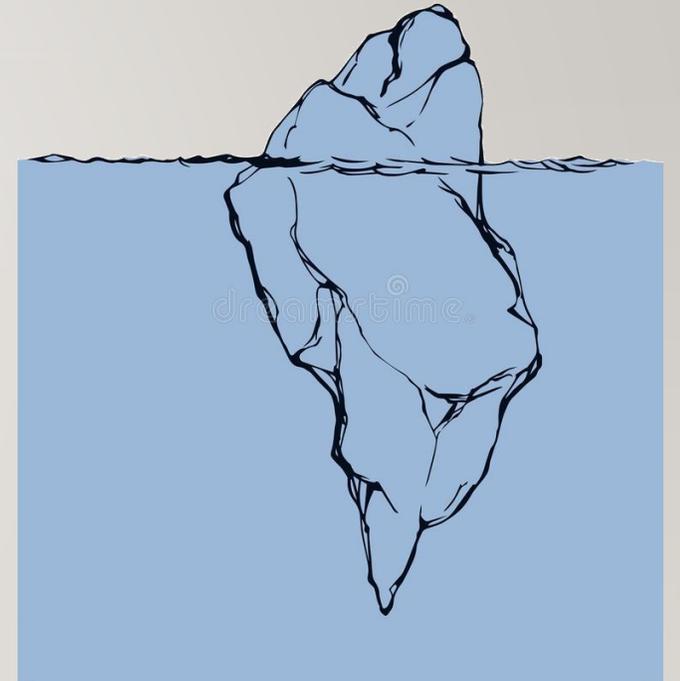


# EL OBJETIVO

- Debemos conseguir **impactar** de algún modo en nuestra audiencia.
- Debemos **conectar** con ella y mantener su **atención**.
- Debemos conseguir que **recuerden** el mensaje que queremos.
- **Conectar:**
  - A través de las emociones (alegría, enfado, sorpresa, asco...).
- Mantener la **atención:**
  - Capacidad de atención limitada, hay que ir recaptando la atención (emociones).
- Fomentar el **recuerdo:**
  - Primero y último que nos dicen.
  - Lo que nos repiten.
  - Lo que nos causa sorpresa.

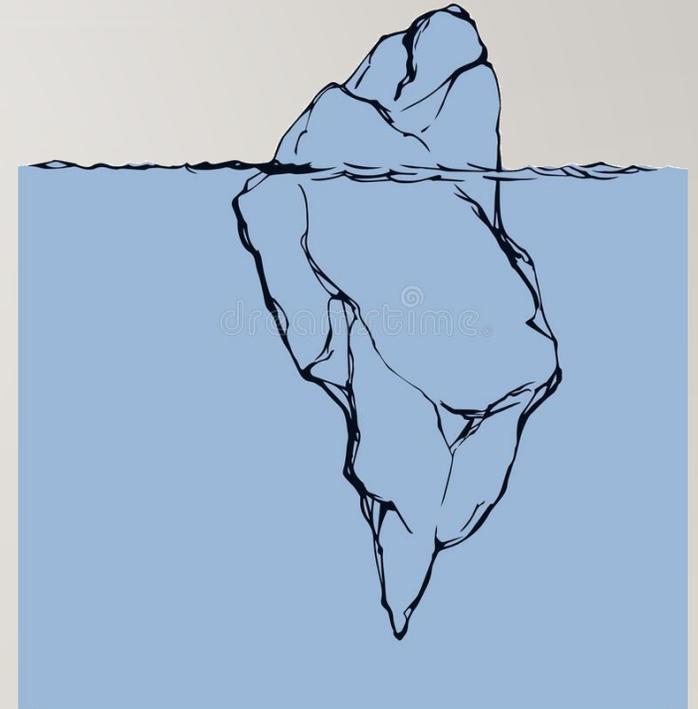
# SELECCIÓN DE LA INFORMACIÓN DE MI TEXTO

- El **iceberg**: la mayor parte de la masa (información), no se ve.
- Solo hablamos de una pequeña parte.
- La parte pequeña son las **ideas clave**.
- Nos apoyamos en evidencias y justificación de las ideas clave.



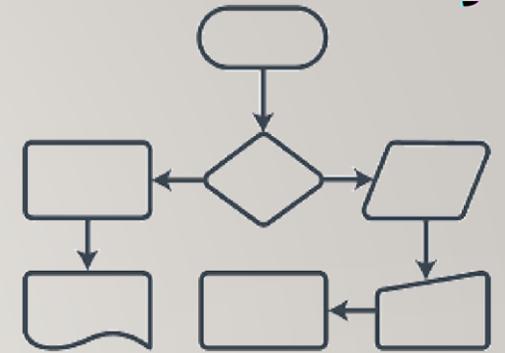
# ORDENAR LA INFORMACIÓN

- Intentar crear una **historia**.
- Hay que poner a la audiencia en **antecedentes**.
- Empezar por una **introducción general** e ir profundizando.
- Desarrollar el discurso **idea por idea**.
- Incluir una **conclusión** final que enlace con la introducción.



# ESTRUCTURA DEL CONTENIDO

- **Jerarquización** de las ideas y relación entre ellas.
- Tendremos **ideas principales** del texto, e **ideas secundarias** (si las hay).



- ¿En qué se basa la jerarquía de ideas? Cronológica, de relevancia, lógica, procedimental.
- ¿Qué relación hay entre las ideas secundarias y las principales?
  - causal: la idea subordinada es causa de la principal
  - consecuencia: la idea subordinada es consecuencia de la principal
  - aclaración: la idea subordinada aclara algún aspecto de la idea principal
  - completión: la idea subordinada completa la información dada por la principal
  - ejemplificación: la idea subordinada es un ejemplo o caso particular de la idea principal

# EL ELEMENTO SIGNIFICATIVO

**“Elemento significativo”**: mecanismo de unión entre el contenido y la vida del público.



**Es un elemento que forma parte de los intereses del público y que podemos relacionar directamente con el punto de inicio del recorrido de nuestro contenido o con las ideas principales del mismo.**

Puede ser una historia, una situación, una metáfora etc.

- **La vida cotidiana:** relación con un avance tecnológico que usamos a diario, una enfermedad común, transportes, nuestros hábitos de vida...
- **Los grandes planteamientos de la vida humana:** preguntas profundas, grandes temas como el amor, la muerte, las motivaciones comunes, la justicia...
- La **actualidad** social, las noticias...
- La **cultura** de masas o elementos de la cultura fácilmente reconocibles.



# LENGUAJE TÉCNICO, ¿UNA BARRERA A EVITAR?

- Es bueno incluir términos técnicos cuando son **convenientes**, necesarios o inevitables.
- Debemos hacer de ellos un puente a la comprensión en lugar de una barrera.
- Es bueno incluir términos científicos porque son la forma como designamos los conceptos, los procesos, los componentes.
- Busquemos la mejor manera de incluirlos en nuestro discurso y que **sean una ayuda** para la comprensión en lugar de una dificultad añadida.



Pasos que podemos dar:

- **Identificar** los conceptos técnicos.
- Eliminar los que no sean convenientes, necesarios o inevitables y evaluar si nuestro discurso sufre alguna pérdida importante sin ellos.
- Clasificarlos por niveles de especialización requeridos para su comprensión sin más explicación.
- Detectar cuál es el **nivel en el que está nuestro público** y buscar la forma de explicar aquéllos que no sean inmediatamente reconocibles.
- Conviene **siempre explicar** los conceptos cuando podrían no ser comprendidos.



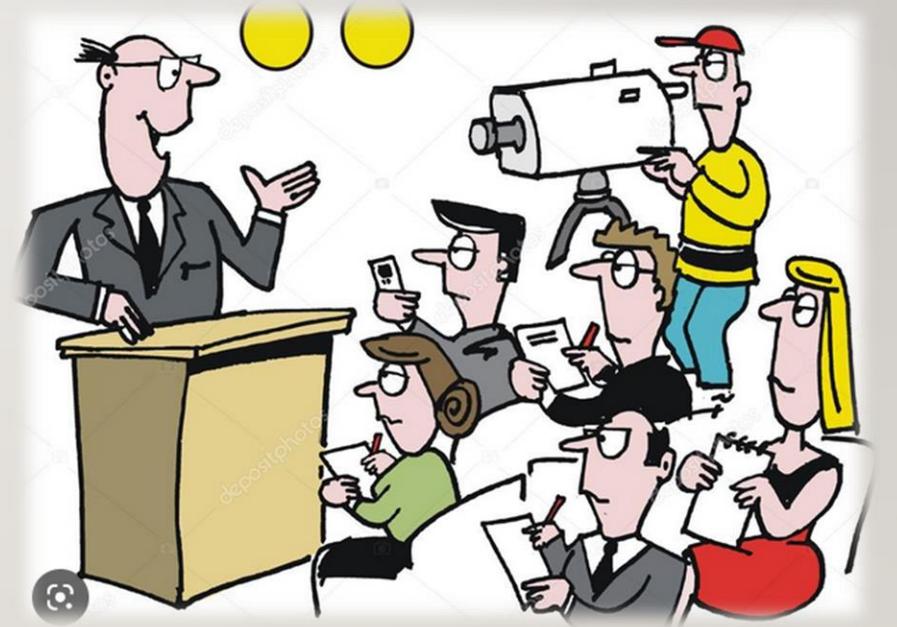
# PAUTAS PARA LA DIVULGACIÓN AUDIOVISUAL (VÍDEOS Y TELEVISIÓN)

- Presta atención a la narrativa.
- Asegúrate de que tus mensajes sean claros.
- Objetos, ¿si o no?
- Escenografía
- Mira al objetivo o donde te digan los regidores.



# EN CHARLAS, CONFERENCIAS Y OTROS EVENTOS PRESENCIALES.

- Presta atención a la narrativa.
- Asegúrate de que tus mensajes sean claros.
- Objetos, ¿si o no?
- Mira a tu audiencia.



# PRESENCIA Y LENGUAJE CORPORAL

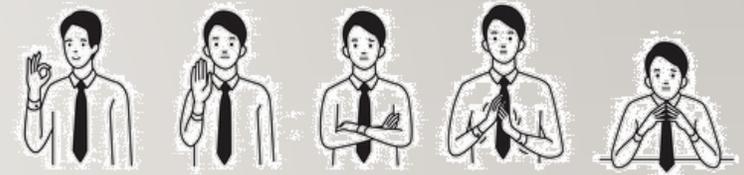
---

- Tenemos listo el guion, es hora de representarlo.
- Es hora del **“miedo escénico”**.
- Este efecto también puede ocurrir ante la cámara.
- Es posible que al darle al botón de grabar perdamos espontaneidad o frescura y se nos pueda ver un poco forzados.
- Pero poco a poco, podemos mejorar nuestras dotes y capacidades orales para conseguir ser nosotros mismos ante una audiencia o una cámara.



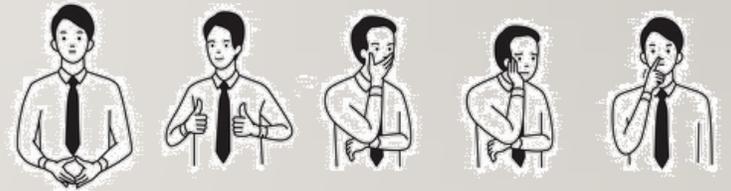
## El lenguaje corporal

- Si con nuestro discurso y con nuestro cuerpo lanzamos mensajes contradictorios, se tiende a confiar más en el lenguaje corporal.
- Si tenemos un discurso alegre, pero una postura de “quiero irme a mi casa”, el mensaje pierde poder.



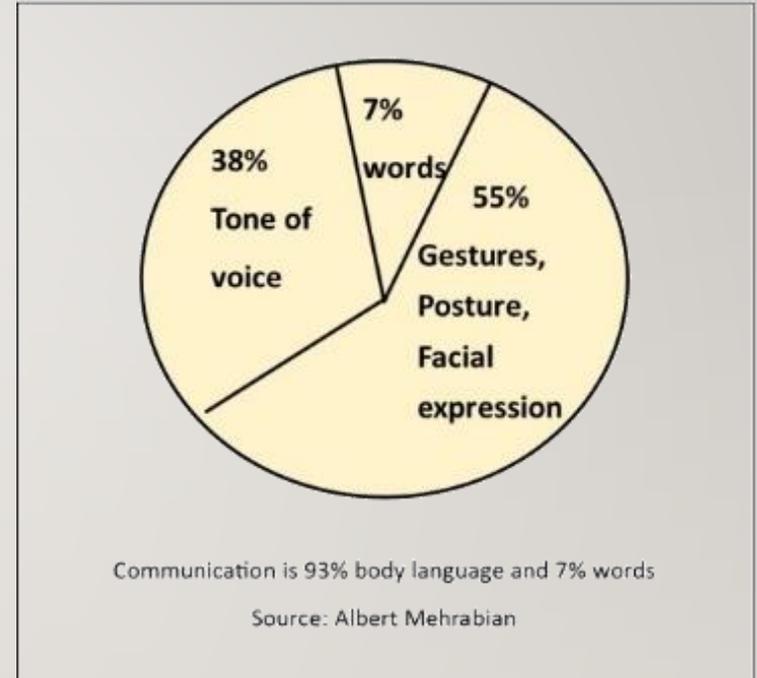
## Los gestos

- Enfatizan e incluso pueden dar significados distintos a un mismo texto.
- Sin gestos nuestro discurso queda desnudo.
- Pero demasiados gestos, emborronan el discurso y perdemos la oportunidad de poder resaltar partes concretas.
- Busca los puntos de tu discurso en los que transmites tus ideas principales, aquellos conceptos que creas clave y que quieras que se retengan en la mente de tu audiencia, y los acompañes con gestos concretos.
- De esa forma, conseguirás enfatizar los puntos clave que tú decidas.



# LENGUAJE NO VERBAL

- Lenguaje verbal = 7%
- Lenguaje corporal = 55%
- Voz = 38%



Albert Mehrabian  
(psicólogo y antropólogo norteamericano,  
“padre de la Comunicación No Verbal científica”)

# EL CUERPO

- Postura VASE:



**V**ertical

**A**bierta

**S**imétrica

**E**stable

- Debemos estar cómodos.
- Debemos controlar el espacio y la distancia con la audiencia.

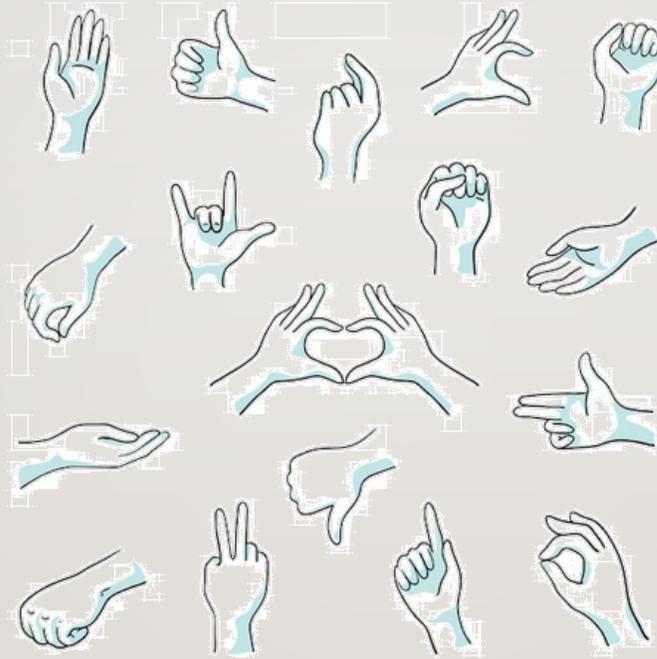
- Los movimientos deben acompañar al discurso y ser naturales.

- Evitar:

- caminar de un lado a otro
- Pendular
- Dar la espalda
- Buscar la pared

# LAS MANOS

- Nos ayudan a expresar.
- Úsalas como las usas normalmente.



- Gestos emblema = estandarizados.
- Gestos ilustrativos = acompañan e ilustran.
- Gestos adaptativos = defensa.

# CONTACTO VISUAL CON LA AUDIENCIA

En directo:

- **Mira a tu audiencia** a los ojos, y mantener esa conexión visual durante varios segundos antes de cambiar de persona.
- Incluye a toda tu audiencia, barre todo el “patio de butacas”.

En un vídeo:

- **Mira al objetivo** de la cámara: estás mirando a las personas que están visionando tu vídeo.
- Si te estás grabando con un móvil, o con una cámara que te permite ver en tiempo real lo que estás grabando, tu mirada puede irse a la imagen, y no justo al objetivo.



# MANEJO DE LA VOZ

---

## Prosodia

- La **pronunciación de las palabras, su acentuación, y la entonación** pueden marcar la diferencia.
- Algunos errores comunes son reducir la intensidad de nuestra voz en las palabras que están al final de una frase, o hablar con tonadilla. Es importante romper con eso, acabar las frases bien arriba y evitar las tonadillas.
- Muy importante es la utilización de los silencios.



<https://www.youtube.com/watch?v=LSGfqyhleUA>

- Es muy importante vocalizar.
- Debemos pronunciar todas las letras de las palabras de forma clara.
- Existen fórmulas para mejorar nuestra vocalización.

## Calienta la voz

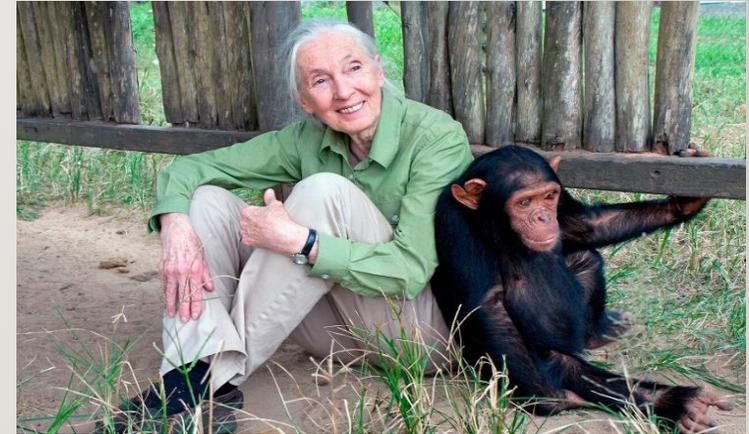
- Antes de salir a escena o darle al botón de grabar, calienta la voz.
- Pronuncia, de forma muy exagerada las vocales.
- Muerde un lápiz y pronuncia tu discurso.



# DIFERENCIAS EN LENGUAJE CORPORAL Y VOZ



VS



- Greta: <https://www.youtube.com/watch?v=3MbTxWX289E> (2:40 min)
- Jane: <https://www.youtube.com/watch?v=IGGhT9kuX4o> (2:45 min)

# LA MEJOR MANERA DE MEMORIZAR UNA CHARLA O UNA CONFERENCIA

---

- Ensayá
- Lee en voz alta
- Apunta palabras clave sobre tu texto o guion
- Añade acciones a tu texto



# EL ENSAYO

- Una buena presencia escénica requiere mostrarse **cómodo y natural** con el texto que estás diciendo: **ensaya**.
- No significa saberse el texto de memoria para soltarlo lo más rápidamente posible.
- El ensayo nos ayuda a controlar nuestro contenido y poder rectificar si nos equivocamos en algo.
- Permite eliminar “muletillas”.
- La velocidad a la que hablamos también debe ser adecuada.
- **NO LEAS.**



# QUÉ ME DA SEGURIDAD

- Ensayo
- Conocer el espacio
- Probar micrófonos, encuadres...
- Vestuario



# DESCARGA CONTROLADA DE EMOCIONES

---



- Podemos evocar emociones con el propio texto.
- Usando nuestra voz.
- Usando nuestro lenguaje corporal.

# LA VOZ

La voz refleja la personalidad y estado de ánimo de las personas

- **Intensidad:** amplitud de la frecuencia, proporcional con el volumen.
  - Intensidad baja: tristeza, aburrimiento.
  - Intensidad energética: felicidad, interés, entretenimiento.
- **Tono:** depende de la frecuencia de la onda sonora (graves y agudos).
  - Tonos graves = tonos más creíbles.
- **Timbre:** sonido cuerdas vocales (tono) + sonido caja torácica (resonancia).
  - Se puede modificar cambiando la forma de los órganos resonantes (lengua, labios, nariz, cuello, postura...)
- **Duración:** intervalo temporal sin discontinuidad del sonido (hablar rápido o lento)



# ESPACIO PARA LA IMPROVISACIÓN Y EL USO DEL HUMOR EN DIVULGACIÓN

---

- Improvisa si...
  - Si tienes controlado el tema
  - Te sientes seguro
  - Estás cómodo
- Usa el humor si...
  - El contexto lo permite
  - Si tú te sientes cómodo con el perfil “humorístico”



# AUTOEVALUACIÓN

## COMUNICACIÓN VERBAL

- ¿El inicio es impactante?
- ¿El final cierra con el inicio?
- ¿Se aprenden nuevos conceptos?
- ¿Los conceptos transmitidos se entienden correctamente, son demasiado complejos, demasiado sencillos, o son adecuados para el público al que van dirigidos?
- ¿El elemento (o elementos) significativo es claro?
- ¿El elemento (o elementos) significativo es adecuado al público al que va dirigido?
- ¿Se muestra un estudio/dato? ¿Es entendible para una audiencia no especializada?

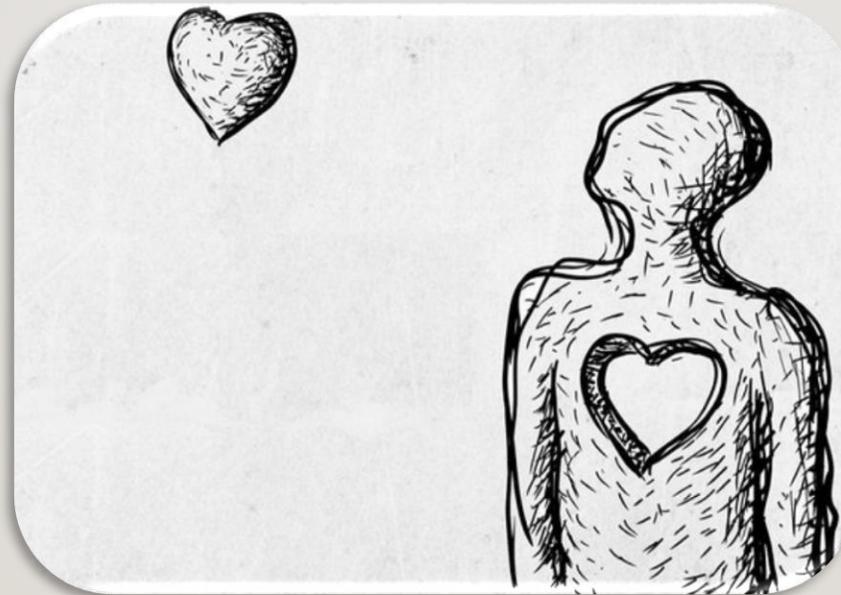


## COMUNICACIÓN NO VERBAL

- ¿Te muestras seguro y convencido?
- ¿El volumen y la proyección de la voz es correcta?
- ¿Hay una buena vocalización, o hay palabras que cuesta de entender?
- ¿Te vienes abajo al finalizar las frases?
- ¿Pronuncias las frases con alguna tonadilla que debería evitarse?
- ¿Usas muletillas?
- ¿Miras correctamente a tu público o al objetivo de la cámara?
- ¿Existen gestos, perfectamente definidos, que apoyan los mensajes clave del discurso?

# ¿SE PUEDE TRANSMITIR SIN TENER CONTENIDO, SÓLO CON LENGUAJE CORPORAL, GESTOS Y VOZ?

---



- <https://www.youtube.com/watch?v=8S0FDjFBj8o>



info@bigvanciencia.com  
Biotura.info@Gmail.com

 @BigVanCiencia  
@Biotura

 @bigvanciencia  
@Biotura.asociacion