

## Guia de suport a la comunicació oral

### [9] ACTIO

*M'assec o camino mentre parlo? Qui miro?*

L'*actio*, com el seu nom indica, és el moment de l'acció, de pronunciar la intervenció. Aquesta última fase dóna sentit a tot el procés de preparació que hem estat duent a terme: n'és l'objectiu últim, la realitat visible, allò que realment percep i avalua l'audiència.

La comunicació oral inclou elements diversos, més enllà del missatge verbal i el text, ja que integra la comunicació no verbal. El discurs és un esdeveniment visual, global, que posa en joc molts mecanismes, tant de l'orador com de l'audiència. Els signes extralingüístics transmeten informació, de manera conscient i inconscient; aquesta informació influeix en el receptor i és cabdal en la transmissió del missatge.

Els elements que determinen l'exposició davant del públic són la veu, la mirada i els moviments corporals. També hem de tenir presents els mitjans de suport.

La **mirada** és una de les eines de comunicació amb el públic. El contacte visual ens permet establir contacte amb l'audiència, implicar-la i controlar la recepció del missatge. Les reaccions de l'audiència ens donen informació sobre el grau de comprensió del missatge; no ens ha de fer por alterar el nostre discurs, modificar-lo per recuperar l'atenció del públic.

La **veu** també comunica, és l'instrument que ens permet dir. Sense veu no hi ha discurs oral. Així, és imprescindible que reflexionem sobre els elements que componen la veu en sentit ampli: el volum, el ritme, el to i l'articulació. És evident que la comprensió del missatge és bàsica: cal que sentim el que diu la persona que parla (un volum baix impedeix la recepció del discurs) i que ho entenguem, és a dir, que s'articuli amb claredat i a una velocitat que permeti seguir el fil del discurs. A més, també és important introduir varietat i contrast: els canvis de ritme, les inflexions de l'entonació, les pauses i els silencis ajuden a modular la informació, a captar l'atenció de l'audiència, a trencar la monotonia.

Els **gestos** acostumen a acompanyar el discurs i poden reforçar allò que diem. Els moviments corporals, com les inflexions de la veu, marquen i

dibuixen intencions, transmeten matisos, reforcen idees, activen l'atenció del públic. Hi ha gestos, però, que només comuniquen les emocions de l'orador; generalment són gestos mecànics que desvien l'atenció del receptor, com els tics i les ganyotes. Cal intentar evitar-los.

Ara bé, paga la pena que no ens excedim en el valor que donem a la gestualitat, als senyals de la comunicació no verbal. Sovint s'ha analitzat la informació que transmeten els gestos i s'han sobredimensionat els resultats d'aquestes anàlisis; se n'han obtingut unes conclusions poc flexibles, poc matisades, unes conclusions que semblen veritats universals. Hi ha determinades llistes de consells que creen inseguretats a l'orador, ja que no sempre podem controlar els moviments corporals, l'expressió facial, el timbre de la veu. Al contrari, tothom té la seva manera de parlar i de gesticular i ens hi hem de mantenir fidels. No cal que ens ensenyin a somriure, canviar de to o bellugar les mans mentre parlem; la comunicació no verbal apareix de manera natural.

No es tracta de teatralitzar el nostre discurs, de fer veure que som algú diferent, de controlar i mecanitzar cada gest: hem d'analitzar l'ús que fem de la gestualitat i els moviments corporals i intentar potenciar els nostres punts forts i minimitzar els punts febles. Hem d'aconseguir no bloquejar-nos pel nerviosisme; hem de deixar que la nostra gestualitat, la nostra manera de ser, aparegui. La comoditat, la naturalitat, és un dels aspectes que més agraeix l'audiència.

En la preparació de l'*actio*, també hem de preveure els elements de suport que volem utilitzar: programes de presentacions de diapositives, vídeos, fulls complementaris, imatges, objectes... Els elements de suport no han de substituir la presentació, tampoc no han de repetir per escrit les mateixes idees que presentem oralment: han de ser realment elements de suport, instruments que ajuden a fer més entenedora una idea, desvetllen l'interès del públic, espongen la densitat informativa.