

CENTRO
INTERAMERICANO
DE
DESARROLLO
RURAL Y
REFORMA
AGRARIA

MATERIAL DIDACTICO
No. 180



DINAMICA DE GRUPO

CHARLA

Por: Aníbal Noguera Mendoza



Bogotá, Colombia 6 de Marzo al 14 de Abril de 1972
Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas OEA
Proyecto 206 del Programa de Cooperación Técnica

"El Proyecto 206, Capacitación y Estudios sobre Desarrollo Rural y Reforma Agraria, es una actividad de programa de Cooperación Técnica de la OEA, que auspicia el Consejo Interamericano Económico y Social, el cual lo financia a través del Fondo Especial de Asistencia para el Desarrollo. Es administrado por el Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas de la OEA (IICA), el cual ha establecido en Bogotá, Colombia, un Centro Interamericano de Desarrollo Rural y Reforma Agraria (IICA-CIRA), con la colaboración del Instituto Colombiano de la Reforma Agraria (INCORA), y la Universidad Nacional de Colombia. A través de las Direcciones Regionales del IICA, el Proyecto 206 adelanta programas de capacitación, estudios y asesoría al nivel nacional y regional". La correspondencia relacionada con esta publicación puede dirigirse al Apartado Aéreo No. 14592, Bogotá, Colombia.

LA COMUNICACION INTERPERSONAL: DE PERSONA A PERSONA Y EN GRUPOS

HAGA UNA BUENA CHARLA

La **DISERTACION** o **CHARLA** es uno de los métodos más empleados en la **Comunicación Colectiva**. Su característica es la de que una persona -líder, maestro, funcionario, promotor, etc- hable haciendo que el público intervenga.

Pero la disertación como tal -comunicador / auditorio- es una técnica peligrosa porque fácilmente el disertador, si no tiene habilidad, puede producir efectos contrarios a su intención. Por ello, toda charla exige el uso de ayudas que hagan agradable la exposición, a fin de permitir la comprensión de las ideas al auditorio, concretando los puntos sobresalientes, objetivizando los pensamientos, matizando el esfuerzo de escuchar.

VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA DISERTACION

VENTAJAS.

- 1) La disertación permite a una persona ofrecer sus ideas a un grupo de personas.
- 2) Hace posible una presentación sistemática de ideas.
- 3) Permite a una persona exponer una gran cantidad de información.
- 4) Permite a un gran número de personas al mismo tiempo, sacar ventajas del conocimiento o experiencia de un individuo.
- 5) Es bastante eficaz para suministrar información.

DESVENTAJAS

- 1) Los miembros del grupo retienen solo una pequeña parte de la charla
- 2) Pocos conferencistas pueden mantener el interés y la atención y enseñar eficazmente al mismo tiempo.
- 3) El miembro del grupo no participa necesariamente y la situación no le exige pensar.

4) Si la charla es demasiado brillante es posible que el público al tratar de seguir el flujo de las ideas, olvide rápidamente lo que se ha dicho antes. No es raro que una persona que sale de una conferencia puede recordar los puntos principales aunque probablemente tenga una impresión sobre si la conferencia fué buena o mediocre.

5) En tanto que la charla sirve para presentar hechos o información, tiene menos valor para desarrollar habilidades, actitudes y la clase de comprensión que se necesita para poner a trabajar el conocimiento y los hechos en una situación concreta.

PREPARE BIEN SU CHARLA O DISERTACION

En la charla, como en todos los actos de comunicación, la preparación metódica y previa es indispensable.

Una persona que intente exponer un tema, aunque lo conozca, debe organizarlo si no quiere fracasar. Todo receptor espera llegar a las conclusiones sin saltos bruscos, y el orden mental del orador le proporciona esta satisfacción.

El planeamiento de una disertación no sólo se refiere al aspecto intelectual, sino, también, a ciertos factores físicos que influyen decisivamente en su resultado, como el aprovechamiento de energía eléctrica, la comodidad de los concurrentes, las facilidades de acceso al sitio de la reunión, etc.

El objetivo de una disertación es el de producir cambios en el pensar (conocimientos), el sentir (actitud) y el actuar (conducta, hábitos) de las personas -lo cual obliga una serie de esfuerzos por parte del comunicador. El Conjunto de estos esfuerzos es la llave de su éxito.

PARA QUE HAGA UNA BUENA DISERTACION O CHARLA SIGA

ESTAS INSTRUCCIONES:

FAMILIARICESE CON EL TEMA

Sin una completa información del tema no hay buena comunicación. Es imposible. Nadie puede hablar sobre lo que desconoce. Y si lo hace no llega a ninguna parte por más información que posea.

Sin embargo, no basta limitarse al texto o a los apuntes de la exposición. Es indispensable que usted conozca más de lo que va a decir. Su misión no es la de lavar cerebros sino la de vender ideas, y las gentes solo las aceptan con conocimientos de causa. Recuerde que el público siempre quiere saber más, y toda pregunta merece una contestación de su parte.

ESTUDIE SU PUBLICO

La identificación del público orienta sobre la escogencia de las armas para atacar los problemas. Las soluciones tienen que estar de acuerdo con las necesidades, los conocimientos, las experiencias, el sistema social, el marco de referencia, las capacidades económicas, etc., de las gentes, a fin de establecer las facilidades y las barreras para los cambios propuestos. Esto se conoce como Estudio de la Situación, o sea:

- a) Quiénes me van a escuchar?
Sexo - Educación - Ocupación - Edad.
- b)Cuál es la situación sociocultural de quienes me van a escuchar?
Clase social a la que pertenece - roles - sus líderes formales y de opinión, los grupos formales e informales que existen en la comunidad.
- c)Cuál es su situación económica?
Tenencia de la tierra - ingresos - uso de crédito, desempleo, etc.
- d) En que situación tecnológica se encuentra?
Electrificación - mecanización - prácticas de cultivos
- e) Cuáles son sus actitudes y opiniones?
Costumbres - creencias - gustos - prejuicios - tabúes - tradiciones - valores.
- f) Qué medios de comunicación frecuentan o le son disponibles?
Radio - periódicos - revistas - cine - etc.

Con el conocimiento del público se ajusta la estrategia de las comunicaciones en lo referente al uso de símbolos y signos, de contenido, aprovechamiento de líderes, transmisión del mensaje, escogencia de medios, etc.

DEFINA SUS OBJETIVOS ESPECIFICOS

Qué es lo que usted persigue con el público que le servirá de blanco?

Si no define bien los objetivos de su charla no podrá esperar que su auditorio actúe y responda como usted lo desea.

Tenga una noción clara del tipo de cambio que quiere producir. En principio, toda disertación se orienta a suministrar informaciones o conocimientos a las gentes para motivarlas favorablemente hacia determinados estímulos. Esos cambios son los objetivos de su charla y es imprescindible fijarlos para tener éxito.

SELECCIONE SUS AYUDAS

Use las ayudas apenas indispensables para la disertación.

Demasiadas ayudas confunden al auditorio y dificultan la acción del orador. Hasta es posible que lo reemplacen y lo conviertan en un simple manipulador de cartones e imágenes. Hacen impersonal su labor.

Las ayudas, porque si, no son un fin sino medios para captar la atención. Sirven para enfatizar los puntos básicos de la disertación (tableros, portafolios, fotos), resumir los diferentes apartes del discurso (tarjetas relámpagos), como elementos de expectativa (franelógrafo, diapositivas), como cortinas para hacer la traslación de un tema a otro o como descanso (maquetas, cine).

Unas ayudas bien seleccionadas y aprovechadas despiertan y mantienen el interés, y, por lo tanto, impactan al público.

Aproveche las ayudas pero no abuse de ellas.

CONOZCA PREVIAMENTE EL ESCENARIO DE SU CHARLA.

Una imprevisión puede hacer inútil su esfuerzo.

Visite el salón donde realizará la charla. Este paso es tan importante como los otros.

- a) Establezca el sitio en donde usted va a exponer en relación con la colocación de los oyentes, la entrada de luz, las áreas de desplazamiento, etc.
- b) Compruebe si el salón tiene tablero. Si va a utilizar cine y otro medio luminoso que las instalaciones estén correctas y que la energía sea apropiada para sus proyectores

ESTUDIE LAS CARACTERÍSTICAS INDIVIDUALES DE LOS CONCURRENTES

Si no averigua este aspecto, no podrá estar listo para afrontar las situaciones difíciles que se le presenten con su auditorio. Cada persona tiene su manera de actuar, y si usted se deja desconcertar está perdido. Estudie las "posibilidades del enemigo".

POSIBLES ACTITUDES /1

SITUACIONES PERSONALES

- 1) El que quiere imponer sus opiniones; el "Sabelotodo" (Incite a los otros participantes a que expongan libremente sus opiniones. Deje que el resto del grupo se encargue de él. Aliente la autoconfianza de los asistentes en forma de que este tipo de individuo no pueda hacer de las suyas).
- 2) El amigo de la polémica. A este tipo de individuo le agrada confundir al conductor. Armará un lío por una pregunta sin importancia, buscando de esta manera desconcertar a los demás. (La mejor actitud que se puede adoptar ante esta clase de individuo, es la de permanecer indiferente. El conductor no debe permitir que ni él ni los otros participantes pierdan la cabeza en un momento dado. Hágle preguntas. Acorrálo y deje que el grupo se encargue de él. Dele suficiente cuerda para que se equivoque y emita alguna idea absurda. No permita que los miembros personalicen. Obtenga siempre la opinión de la mayoría).
- 3) La persona que se resiente porque cree que se le está indicando la forma como debe hacer las cosas. Esta persona tiene la convicción de que puede hacer su trabajo mejor que nadie. (Hágale comprender que su experiencia es valiosa para los demás; que el propósito de la conferencia es el de intercambiar ideas)

1/ Estas clasificaciones fueron tomadas del folleto CONDUCCION DE CONFERENCIAS.

- 4) El individuo que habla demasiado y no le da a nadie oportunidad de decir palabra

(Con mucho tacto, interrúmpale y pídale a los demás que expresen sus opiniones. Puede que sea necesario en un momento dado, insinuarle que se abstenga de hablar para permitirles a los demás la oportunidad de hacerlo. Si ésto no se puede lograr sin herir la susceptibilidad del individuo, hablele en privado. No le haga caso, no le observe cuando vaya a hacer una pregunta. Diríjase deliberadamente a otra persona y hágale a esta la pregunta. Establezca la norma de que ningún participante debe hablar demasiado. Tenga una lista de las personas que han expresado sus opiniones y en séñesela para que vea que no todos han tenido la oportunidad de intervenir)

- 5) El tímido

(Llámelo por su nombre cuando desee que exprese una opinión; hágale una pregunta sencilla que pueda fácilmente contestar, elogiándolo una vez que haya contestado. Busque algo en que pueda cooperar durante la conferencia, tal como elaborar un informe, colgar los afiches, ayudarle a hacer una demostración, etc.)

- 6) El testarudo que no tiene tiempo para "ir al colegio" y que, por lo tanto, no cree en nuevas ideas.

(Puede acabar con la conferencia si no se le trata como es debido. Usando mucho tacto de por terminada la discusión y exija que el asunto que se discute sea sometido a votación. Estudie la persona; averigüe cuáles son aquellas cosas que le interesan. Trate de ganar su amistad. Destaque los buenos procedimientos de su departamento para ilustrar los puntos que se discuten.

- 7) El indiferente

(Hágale preguntas directas referentes a su trabajo. Pídale consejos relativos a cualquier fase de la conferencia. Cite discretamente alguna declaración que le haya hecho a usted fuera de la conferencia. Escoja un

- caso de su departamento y empléelo como ejemplo. Dirija cuidadosamente la discusión hacia aquellos temas que usted sabe que le interesan).
- 8) La persona que en vez de dar su opinión trata de obtener la del conductor. (Dirija primero la pregunta al grupo y luego devuélvasela a él).
- 9) El resentido (Evite discutir puntos que puedan herir su susceptibilidad. Explíquelo que si se discute un problema es por que se desea obtener beneficios para la mayoría; que no se permitirán discusiones de carácter personal. Si existe resentimiento entre dos de los participantes evite las discusiones entre ellos y procure ubicarlos en diferentes grupos).
- 10) La persona que está equivocada, pero a quien, por el respeto que merece, los demás no se atreven a corregir. (Evite siempre las críticas directas; los comentarios sarcásticos o ridículos. Emplee métodos indirectos. Analice casos similares sin personalizar. Háblele en privado).

ENSAYE, ENSAYE y ENSAYE

La inseguridad es el peor enemigo de quien va a dirigirse a un público.

La mejor manera de vencer el medio es ensayando. Primero. hágalo sólo; después con unos amigos.

No sea vanidoso. Acepte las críticas cuando sean constructivas.

EN EL MOMENTO DE LA DISERTACION

Que sus ayudas estén bien ordenadas y a la mano.

Sea amigo de los concurrentes. Una sonrisa o un apretón de manos oportunos le crean simpatía.

Inicie su charla con palabras corteses y agradezca la asistencia a la reunión.

Después que use cada ayuda no la deje a la vista de los receptores. Le pueden robar la atención del auditorio.

Cuando termine la exposición de cada aparte solicítele a uno de los concurrentes que haga una síntesis de lo expresado.

Si la charla es de promoción y va a usar proyecciones de cine procure realizarlas al final. Así usted hará que se recuerden determinados aspectos de su exposición.

Estimule la participación activa de los oyentes.

Como el público, en la mayoría de los casos, es remiso a hacer preguntas que la iniciativa salga de usted. Dele agilidad a la reunión.

APLIQUE ESTOS CASOS AL SUYO ^{1/}

DIFERENTES CLASES DE PREGUNTAS

Ejemplos

1) SUBGERENTES

La pregunta que sugiere una respuesta determinada

Despediría o transferiría al trabajador en este caso?

2) INFORMATIVAS

Preguntas solicitando hechos, datos, informaciones

Cuáles son los efectos que produce un supervisor propenso a la ira?

3) DIRECTIVAS

Preguntas dirigidas específicamente a una persona

Sr. Fulano, qué importancia tiene para usted este punto que discutimos?

4) GENERALES

Preguntas dirigidas al grupo en general y las cuáles puede responder cualquiera.

Qué se entiende por buena supervisión?

5) AMBIGUAS

Preguntas que encierran uno o más significados

Les parece buena norma despedir a un trabajador?

6) CONTROVERTIDAS

Preguntas que pueden tener dos o más respuestas, y que estimulan la discusión

Son las cualidades de un buen conductor innatas o adquiridas?

7) PROVOCATIVAS

Preguntas que provocan respuestas

Qué piensa usted cuando se dice "La mayoría de los supervisores tratan a sus subordinados con demasiada firmeza?"

^{1/} Estas clasificaciones fueron tomadas del folleto CONDUCCION DE CONFERENCIAS.

8) REDIRIGIDAS

Preguntas hechas al conductor; pero que este traspasa a otro.

Como contestaría usted, la pregunta del Sr. Fulano?

9) SI o NO

Preguntas que recibirán un si o un no por contestación

Asistió usted a la conferencia?

10) POR QUÉ, CUANDO, DONDE, QUE, QUIEN, CUAL, COMO

Preguntas que comienzan con estas palabras se hacen cuando previamente se ha obtenido un si o un no por respuesta. Se utilizan para estimular el análisis mental.

Por qué es tan importante la puntualidad?

Qué motivo le impidió asistir a la conferencia.

Participantes: _____

PLANEAMIENTO

- 1o. Preparación del guión _____
- 2o. Estudio del público _____
- 3o. Preparación de la presentación _____

DESARROLLO

- 1o. Introducción _____
- 2o. Secuencias _____
- 3o. Preguntas _____
- 4o. Resúmenes _____
- 5o. Ayudas _____
- 6o. Recursos verbales _____
- 7o. Lenguaje usado _____
- 8o. Facilidad de Expresión _____
- 9o. Defensa ante, "el enemigo" _____
- 10o. Participación del grupo _____