

ANDRAS CSAKI
Guitarrista

Ganador del Julián Arcas

El joven concertista húngaro se ha alzado con el premio de la décimosegunda edición del Julián Arcas frente a 18 guitarristas procedentes de varios países.



JAVIER BAÑOS
Presidente de ASOAL

La crisis les resta comunicación

La pérdida de ayudas públicas ha obligado a recortar de manera drástica los servicios de intérpretes de signos, una herramienta fundamental para personas sordas.



LEO ULLOA
Futbolista

Salvó la honra, no los muebles

El tanto del argentino sirvió para colocar al Almería líder durante 40 minutos. Tras el empate de Joselu, el Almería se fue del partido y Ulloa terminó sustituido.



EL ESPAÑOL QUE HABLAMOS

LUIS CORTÉS

CATEDRÁTICO DE LENGUA ESPAÑOLA



Nuestros discursos en público (II). El inicio

En el acto V de La Celestina, la vieja, tras despedirse de Melibea, anda por la calle hablando consigo misma entre dientes. Una de las frases que balbucea es esta: "¡Oh vieja Celestina, vas alegre! Sábetete que la mitad está hecha cuando tienen buen principio las cosas". Las palabras de Celestina tienen sentido no solo aplicadas a los negocios de la alcahueta, sino, entre otros muchos, para los autores de discursos, pues aquí también casi la mitad está hecha cuando tienen buen principio las cosas.

Como dijimos en nuestra columna anterior, los dos elementos fundamentales en todo discurso son el inicio y el cierre. Este artículo lo dedicaremos al primero de ellos.

Un buen inicio, por un lado, ha de intentar ganar el interés del público y, por otro, ha de ayudar a crear una buena imagen del hablante. Si consigue hacerlo bien en esos primeros minutos, se librará de buena parte de ese nerviosismo que, por desgracia, suele acompañar en todos los inicios. Es más, le servirá para aumentar su confianza con vistas a lo que le queda por decir. Sin duda, es el momento más difícil de una intervención en público tanto porque nuestro ánimo está algo alterado, como porque es el instante en que la exposición necesita un 'atractivo' especial. Todo ello lo hace tan complicado que lo último que se suele saber de un discurso es por dónde empezar. Dejémoslo siempre, en consecuencia, para el final.

Entre los múltiples consejos que se podrían dar para su elaboración, vamos a quedarnos con tres, si bien es posible que ustedes los conozcan.

1.- Cuando iniciamos un discurso en público, no hemos de pensar tanto en captar la benevolencia de nuestros

oyentes cuanto su confianza. He asistido a muchas conferencias en las que el ponente iniciaba su actuación con disculpas innecesarias: el escaso tiempo que ha tenido para preparar el tema; lo poco capacitado que se siente para opinar de esta cuestión o lo mal que lo pasa en este tipo de actos. Empezar con una disculpa así en aras de una supuesta modestia, puede servir para captar algo de benevolencia en los oyentes pero también sin duda para ganar su desconfianza. Mal inicio.

2.- Como conocen todos los periodistas -y dice el sentido común- la selección de noticias no se realiza al libre albedrío, sino que está sujeta a una serie de criterios, unos parámetros que indican en términos generales qué hechos son noticiables y cuáles no, cuándo son más y cuándo son menos. De

El inicio de un discurso es tan complicado que lo último que se suele saber es por dónde empezar

mayor a menor están: la importancia de la noticia, su interés, su actualidad, su proximidad, etc. etc. Algo parecido ocurre con los inicios: resultará mucho más atractivo para los oyentes el que el hablante comience su actuación con una noticia, una anécdota, un pasaje de su vida que realmente sorprenda por imprevisible, o bien un comienzo con protagonistas conocidos por el auditorio en situaciones parecidas. "Recuerdo que hace un par de años asistí a un acto como este. La persona que hablaba entonces era un amigo de todos nosotros [XXX], quien dijo con mucha gracia que ...".

3.- Hay determinados comienzos que no garantizan, a priori, el éxito o el fracaso ... pero con ambos se puede encontrar, dependiendo del tino con que se manejen. Nos referimos a varias cuestiones: *a)* las *citas* literarias o de otro tipo, que pueden venir como "anillo al dedo" o resultar pedantes y rebuscadas; *b)* la *ironía*, que si se sabe utilizar es una forma estupenda de romper un poquito la distancia entre el orador y su público; si es afortunada, podemos conseguir ganar también la atención y sugerir a nuestros oyentes la amenidad del resto de la intervención, pero si es mal entendida o poco sugerente, por tanto desacertada, puede resultar incluso insultante. Su uso es peligroso, aunque no tanto como *c)* los *chistes* y las *bromas*. Si la broma es un elogio a los asistentes puede ser bien acogida, como si es una forma de reírse de sí mismo o algún comentario que ponga de manifiesto una situación absurda; en todos estos casos, puede ser positiva y superar los efectos que se pueden alcanzar con la ironía. Si es mal entendida o valorada como inapropiada por cualquier motivo, la intervención tendrá un lastre considerable. El inicio no podría ser peor.

Evidentemente, lo dicho hasta aquí, ya sea en un discurso de despedida, homenaje, conferencia, etc. tendrá que ir adornado con esa 'espontaneidad controlada' que dé a la actuación un tono próximo, que, sin duda, será del gusto del público.

En ello, tendrán mucho que ver algunas habilidades oratorias: el uso de las pausas, el tono de voz, el movimiento de las manos, la conexión con el auditorio, etc. No olvidemos que tan importante como tener conocimientos y creencias es saber comunicarlos eficazmente. ¿Demasiadas cosas, verdad? Claro ... como todo.

A VUELTAS CON ESPAÑA

JOSÉ LUIS GÓMEZ

PERIODISTA



La descontada derrota del PSOE

Salvo imprevistos, el PP aplastará al PSOE el próximo domingo con un margen tan contundente que las encuestas pronostican el peor resultado de los socialistas desde 1978. Todos los sondeos de prensa siguen la línea de la encuesta del CIS y reafirman la mayoría absoluta del PP y el desplome del PSOE, hasta el punto de que los populares podrían alcanzar los 198 escaños y los socialistas caer hasta los 112. Es la descontada derrota del PSOE, cuyas causas están a la vista. Un ambiente pesimista -el 95% de los encuestados declara que la situación de la economía es mala o muy mala- y cinco millones de parados explican lo que está pasando en España. Rubalcaba dice que no se irá en ningún caso la noche electoral, pero

“Cuesta imaginar que con una gran derrota Rubalcaba pretenda seguir como líder”

Almunia se fue en el 2000, el año de la mayoría absoluta de Aznar, y por mucho que diga Rubalcaba que él no es secretario general y Almunia sí lo era, cuesta imaginar que en semejantes circunstancias pretenda seguir como líder del PSOE. Otra cosa es que esta semana cambie algo y que el domingo el PSOE sufra una derrota gestionable. Y aun así también habría que verlo, porque en 1996 Felipe González se fue tras perder por un margen escaso y con una larga carrera política a sus espaldas, como Rubalcaba.

El PSOE suele encumbrar a sus líderes y permitir que gobiernen poco menos que a su antojo, pero cuando algo va mal los deja caer. En esto también es diferente del PP, donde se dan casos como el de Mariano Rajoy, que ya perdió dos elecciones y no por ello se fue para casa. Rubalcaba solo se salva en Cataluña y Euzkadi, pero esos resultados ya tienen dueño: Carme Chacón y Patxi López, casualmente dos de los nombres que suenan como aspirantes a la dirección del PSOE una vez que se vaya Zapatero de la secretaría general. La situación es llamativa en Cataluña, donde la coalición que tuvo mayoría absoluta en las recientes elecciones autonómicas, sufre la amenaza de ser tercera fuera política, tras el PSOE y el PP.

la Voz de Almería

PRESIDENTE: José Luis Martínez.
CONSEJERO DELEGADO: Juan Fernández-Aguilar.
DIRECTOR: Pedro M. de la Cruz.
SUBDIRECTORA: Antonia Sánchez Villanueva.

REDACTORES JEFES: Antonio Fernández Camacho, Antonio Fernández Compán, Manuel León, Simón Ruiz.

JEFES DE SECCIÓN: Evaristo Martínez (Vivir), Eva de la Torre (Ciudades) y Eduardo del Pino.

La Voz de Almería S.L.U.
DIRECTOR TÉCNICO: Manuel Gázquez. **DIRECTORA FINANCIERA Y DE CONTROL DE GESTIÓN:** Gemma Salinas. **DIRECTOR DE MARKETING:** Juan Felipe Navarro.
REDACCIÓN, ADMINISTRACIÓN Y TALLERES: Avenida del Mediterráneo, 159 -1ª planta. 04007 Almería -Teléfono 950 18 18 18. Fax: 950 25 64 58. **DELEGACIÓN EN EL EJIDO:** Plaza Zenete, 11 - EL EJIDO. Teléfono 950 57 30 73. Fax 950 48 62 12.

PUBLICIDAD: CM-2000.
DIRECTORA: María José Iglesias. **Teléfono: 950 28 20 02 Fax: 950 28 20 01. Clasificados Tel.: 950 28 20 00**
IMPRESIÓN: Servicios de Impresión de Levante, S.A. **DISTRIBUCIÓN:** Distribuidora Almeriense, S.L.
DEPOSITO LEGAL: AL 2-52.
ISSN: 1576-5296. Difusión controlada por OJD.