

## Emotional communication and on-stage panic in radio and television

The ruling model of communication in contemporary radio and TV demands for elements of emotional literacy that allow new communicators to approach audiences in a way that is much more natural. Nevertheless, traditional formation in radio hosting continues to be centered on the maintenance of a formal distance with the audience, and by doing so it turns its back on what seems to be a major obstacle in the formation of new communicators: on-stage panic.

**Keywords:** Emotional communication, stage-panic fear, narration, radio, television.

**Submission date:** November 26th, 2007

**Acceptance date:** December 10th, 2007

El modelo de comunicación dominante en la radio y la televisión actual exige una alfabetización emocional de los comunicadores para acercarse con más naturalidad a las audiencias. Sin embargo, la enseñanza tradicional de la Locución continúa anclada en una distancia formal de relación con el público, y da la espalda al obstáculo principal –el miedo escénico– observado en la preparación de los comunicadores.

**Palabras Clave:** Comunicación emocional, miedo escénico, Locución, radio, televisión.

**Recibido:** Noviembre 26 de 2007

**Aceptado:** Diciembre 10 de 2007

### Origen del artículo

El artículo presenta los resultados del proyecto de investigación “Influencia de la autoimagen del comunicador en la locución radiotelevisiva”, financiado por la UPV-EHU y realizado entre los años 2004-06.

# Comunicación emocional y miedo escénico en radio y televisión

*Lo más valioso que aprenden los alumnos es a quitarse los miedos, desembarazarse de ese peso, y soltarse.*

Dale Carnegie

La formación académica convencional adolece de una orientación exclusivamente racional que pone en cuarentena la expresión de las emociones del locutor en la comunicación pública. No es una particularidad de nuestras facultades de ciencias de la comunicación, sino un reflejo de una larga tradición que afecta al conjunto del sistema educativo, y que las nuevas investigaciones en el campo de la inteligencia emocional contribuyen a poner en evidencia.

Por lo que hace a nuestro ámbito, el canon de corrección formal que inspira este modelo unidimensional de preparación para la locución responde a una retórica hoy en desuso. Hace décadas que la

mayoría de las radios y las televisiones iniciaron un giro espectacular para tratar de lograr la fidelidad de las audiencias, saturadas por una oferta ilimitada de mensajes en competencia por su atención.

Los efectos secundarios de este tratamiento académico saltan a la vista del observador avisado, en una secuencia dotada de extraordinaria coherencia interna. De entrada, los estudiantes se plantan delante de las cámaras y los micrófonos como quien se expone a la ira de una fiera salvaje. Este miedo escénico tan desproporcionado es sólo la punta de un iceberg, en cuya parte invisible permanece oculta —y aún desconocida para el individuo— su propia expresividad. De resultas, estos jóvenes locutores carecen de la soltura necesaria para expresarse con la naturalidad exigida en la comunicación pública.

Hoy es insostenible esta incompetencia emocional en la preparación de los nuevos comunicadores. El cambio de estatus experimentado

.....  
\* **Gotzon Toral Madariaga.** Español. Profesor titular del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad en la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la UPV-EHU. Desde 1993 imparte clases de Estrategias de Comunicación Oral, Locución en radio y televisión, y Producción y Realización de Radio. En los últimos cinco años, sus líneas de investigación preferentes son las siguientes: Liderazgo y comunicación en grupos; Estilos de comunicación interpersonal; Autoconfianza y miedo escénico y Comunicación emocional en radio y televisión. Antes de su ingreso en la UPV-EHU había ocupado diferentes funciones y tareas de gestión en Cadena SER Burgos, Antena 3 Zaragoza y Radio Euskadi en Bilbao. **Correo electrónico:** cyptomag@lg.ehu.es.

**Jon Murelaga Ibarra.** Español. Profesor laboral interino del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad en la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la UPV-EHU. Desde 2002 ha impartido clases de Tecnología de los medios audiovisuales, Psicosociología del consumo, Estructura del sistema audiovisual y Sistema comunicativo vasco y español. En los últimos cinco años, sus líneas de investigación preferentes son las siguientes: Estructuras y nuevos modelos radiofónicos en Internet; Autoconfianza y miedo escénico y Comunicación emocional en radio y televisión. **Correo electrónico:** cypmuibj@lg.ehu.es.

**Nereida López Vidales.** Española. Doctora en Ciencias Políticas y en Sociología por la Universidad del País Vasco, Periodista y Directora del Área de Medios de Comunicación de la Facultad de Comunicación y Humanidades de la Universidad Europea de Madrid, y colaboradora de diversos medios de comunicación. Ha participado en investigaciones científicas financiadas por la UPV-EHU, Gobierno Vasco e IES de Burdeos, UFVI de Madrid, Blackberry o Millard Brown de las que se han publicado ya siete libros, cuatro de ellos manuales de asignatura. Es autora de varios artículos científicos nacionales e internacionales sobre la influencia de las nuevas tecnologías en los medios actuales. **Correo electrónico:** nereida.lopez@hotmail.com.

por este sector en el uso de sus nuevas funciones profesionales exige una adquisición de habilidades que ni reconoce ni comprende el sistema formativo convencional. El paradigma de esta formación tradicional apela al clásico moderador y presentador de informativos —de técnica vocal extraordinaria— que adoptaba una distancia social en su relación con los espectadores. Los medios de comunicación han abandonado esta actitud más formal y discreta, en favor de una distancia personal, y un *estilo patético* de cuya eficacia persuasiva para ganar la confianza de la inmensa mayoría dio cuenta Aristóteles hace más de dos mil años en su *Retórica* (Aristóteles, 1971).

En lugar de reforzar la confianza que los estudiantes necesitan para abordar una situación típicamente estresante como es hablar en público, esta visión esquizofrénica de la comunicación los confunde y no resuelve la principal piedra de toque con la que tropiezan en su preparación: el miedo escénico más elemental de un individuo que se siente sometido al juicio de los demás. En nuestro experimento<sup>1</sup> hemos tratado de verificar la influencia del autoconcepto en la calidad de la exposición pública del sujeto, cuya confianza en sí mismo se pone a prueba en emisiones de cara al público y fuertemente personalizadas.

Con el fin de acompañar a los estudiantes en su formación, y de prepararlos para este cambio de funciones en la locución, hemos ensayado un nuevo modelo de aprendizaje integral que contempla todos los procesos físicos y mentales implicados en su profesión. Para ello se adiestró a los sujetos experimentales en el manejo de recursos psicológicos destinados a conocer mejor sus emociones, regular su grado de activación y facilitar el descubrimiento de su propia expresividad. De esta manera, se pretendía ayudarlos a desenvolverse mejor en el nuevo paisaje radiotelevisivo.

Sin una preparación adecuada para afrontar este nuevo contrato de relación personal con las audiencias, el analfabetismo emocional juega a todos una mala pasada. Estos jóvenes comunicadores se ven perdidos en medio del torrente conversacional que discurre por la mayor parte de

las emisiones, en condiciones muy distintas a las experimentadas en su formación.

## Los nuevos anfitriones de la programación

En las últimas décadas, una nueva constelación de *emisiones conversacionales* o *relacionales* se ha instalado en las programaciones. Francesco Casetti y Roger Odín han documentado que mientras la *paleotelevisión* ofrecía a los espectadores un modelo de comunicación pedagógica, esta *neotelevisión* recrea un escenario que se confunde con la vida misma: un lugar de contacto construido a imagen y semejanza de un espacio ritual de convivencia (Casetti y Odín, 1990). Donde el modelo pedagógico anterior establecía una relación jerarquizada, la *neotelevisión* introduce una relación ilusoria de proximidad: un escenario conversacional donde el espectador se siente agasajado en todo momento.

En la televisión (también en la radio) se ha generalizado un nuevo modo de gestión de la palabra que desborda las franjas programáticas destinadas al entretenimiento. Los cambios en los usos sociales de los medios y el incremento de la competencia han provocado un giro espectacular en las coordenadas de espacio-tiempo en las que se mueven estos nuevos anfitriones de la programación radiotelevisiva:

- La generalización del tiempo directo en las programaciones produce en el espectador la experiencia emocionante de participar como testigos privilegiados de una situación inesperada. Los comunicadores resuelven esta circunstancia en la mayoría de las emisiones mediante un ejercicio permanente de improvisación. Da la sensación de que en cualquier momento puede suceder lo imprevisto, pues parece que no está preparado.

.....

1. *Influencia de la autoimagen del comunicador en la locución radiotelevisiva*, proyecto financiado por la UPV-EHU con referencia UPV04/58, realizado entre 2004 y 2006.

- Las cámaras y los micrófonos acogen preferentemente espacios arquetípicos de nuestra vida cotidiana, recreados en los estudios. Los locutores se presentan en primer plano —como si estuvieran a nuestro lado, a menos de un metro— y ofician una conversación en la que nos sentimos incluidos. La *proxémica* explica el significado de esta distancia personal (claramente emocional), caracterizada por el intercambio de afectos y la atención principal a los signos no verbales (Hall, 1969).
- Frente al anterior modelo de locutor-moderador más prudente, que permanecía en un segundo plano, el protagonista de las nuevas emisiones radiotelevisivas es un animador, maestro de ceremonias, que ocupa el primerísimo plano del programa; de ahí que disponga, en todo momento y de manera imprevisible, no sólo de su palabra, sino de la palabra de sus invitados: “Tratando de acumular la credibilidad del periodista y el prestigio del artista, establece con sus invitados una relación de proximidad que consagra la palabra bruta y directa —la del testimonio o del actor— en detrimento de la palabra ilustrada y abstracta —del experto y el gestor—” (Lochard y Soulages, 1994, p. 20).

Esta nueva generación de comunicadores carece de la preparación dramática del actor. Por ende, el personaje que mejor puede representar el anfitrión de estas emisiones conversacionales realizadas en primera persona no puede ser otro que él mismo: “Para resultar convincente —el personaje público— debe basarse en la persona realmente existente [...] porque dan la sensación de que lo que dicen se lo creen” (Tubau, 1993, p. 110).

Cuando tantas radios y televisiones compiten con una oferta muy similar que apenas se diferencia en el perfil de sus estrellas, la preparación de los nuevos comunicadores no puede guiarse por un canon formal de aplicación universal, inexistente por lo demás. En lugar de domesticar al alumno para que mantenga a raya sus emociones y siga un guión más previsible que el itinerario de un tranvía, hoy es más necesario que nunca ayu-

darlo a descubrir su auténtica expresión, es decir, ayudarlo a ser él mismo, en su mejor versión. De esta manera, podrán mostrar ante las cámaras y micrófonos una relación más personal con las audiencias.

Los líderes mediáticos alcanzan la resonancia extraordinaria reservada a las estrellas por la sintonía que consiguen establecer con el público. Y esta intensa relación fructifica merced a su presencia continuada en los mayores espacios sociales compartidos de nuestras sociedades —los medios de comunicación— y por su dominio de este escenario virtual de convivencia. Son líderes resonantes (Goleman y Boyatzis, 2002), porque se mueven como pez en el agua en los platós de televisión y en los estudios de esta radio conversacional.

Para sacar lo mejor de uno mismo y obtener la máxima resonancia posible que amplifique su mensaje, el comunicador debe mostrar coherencia entre lo que dice, piensa, siente y expresa con su cuerpo. Esta armonía del individuo, que tiene todos los sentidos puestos en su tarea, le permite alcanzar el rendimiento óptimo, en una vivencia que Mihaly Csikszentmihalyi denomina *experiencia de flujo* (Csikszentmihalyi y Csikszentmihalyi, 1998).

En la percepción del mensaje por parte del público, tampoco hay disociación entre aspectos emocionales y racionales, que se manifiestan a través de las comunicaciones verbal y no verbal. De forma consciente, y aun sin saberlo en muchos casos, el comunicador se expresa por todos los canales de comunicación, y el público percibe su mensaje de una pieza, a través de todos los sentidos. La Escuela de Palo Alto ha difundido las características de esta comunicación orquestal, que va de la cabeza a los pies, y a la inversa también (Watzlavick et al., 1995).

Las emociones del comunicador se representan en el teatro de su cuerpo (Damasio, 1996) y lo hacen a través del lenguaje no verbal, cuyo impacto persuasivo es imposible pasar por alto hoy. El modelo de efecto infusión explica el trasvase de los sentimientos del comunicador a su comportamiento y el contagio emocional

que puede movilizar en las audiencias. Por un efecto de infusión afectiva (Forgas, 1991) sus sentimientos influyen en su pensamiento, actitud y comportamiento delante del micrófono. La voz es un reflejo del estado mental, emocional y físico (Dewhurst, 1993).

Especialmente en los inicios, esta voz e imagen propias del comunicador son un altavoz de lo que le ocurre mental y físicamente; de ahí la enorme dificultad de los jóvenes comunicadores para moverse con comodidad en un escenario que los resulta extraño:

La autoimagen es el sistema básico a partir del cual se desarrolla y florece toda nuestra conducta de comunicación manifiesta. Esta no es más que una extensión de las experiencias acumuladas que han acabado por construir nuestra comprensión de nosotros mismos. En resumen, lo que somos o creemos ser, organiza lo que decimos o hacemos. (Gaya, 2002, p.129)

Es, por tanto, evidente que se deben conocer y entrenar por igual todos los procesos físicos y mentales involucrados en la expresión auténtica del individuo: “Somos una unidad; nuestro cuerpo reacciona psíquica, emocional y muscularmente ante determinados estímulos como un todo. De la misma manera, nuestro estilo comunicativo está mediatizado por la forma en que percibimos el entorno y nos percibimos a nosotros mismos” (Bustos, 2003, p. 24).

### Autoconfianza frente al miedo escénico

Este planteamiento formativo, que a priori parece más natural y accesible para despertar la expresividad del individuo, paradójicamente resulta más desconcertante, por el desconocimiento que el sujeto tiene de sí mismo y de su propia expresión. La mayoría de los sujetos actúan como si fueran forasteros en su propia casa, al punto de interferir activamente en el funcionamiento de su voz y de su expresión corporal. De manera inconsciente, mediante una serie de hábitos adquiridos que han

llegado a interiorizar como propios, se producen estos bloqueos en su expresividad. En este sentido, podría decirse que el comunicador puede ser su mejor amigo o su peor enemigo, tal y como aparece reflejado en la secuencia de contraste mostrada en la Tabla 1.

**Tabla 1.**  
Puedes ser...

Tu peor enemigo	Tu mejor amigo
Te ves mal	Te ves bien
Distorsión de la percepción	Empatía
Improvisación	Preparación
Temes el resultado	Centrado en la tarea
Incoherencia	Coherencia
Efecto disonancia	Efecto resonancia
Bloqueo	Naturalidad

De todos nuestros miedos, el miedo a nuestro semejantes es el más extendido (Zimbardo, 1977), al punto de que se apodera de la mayoría de las personas cuando se encuentran bajo la mirada o la evaluación (real o supuesta) de los demás. Las manifestaciones de esta ansiedad social aparecen cuando al desear producir en los demás una impresión favorable, se teme el fracaso.

Junto con el temor a las serpientes y al vacío, hablar en público es un estresor de laboratorio que entorpece la percepción y, por ende, la expresión de la mayoría de la gente. Seguramente no es para tanto, pero lo cierto es que, en general, reaccionamos de manera muy desproporcionada. En las sociedades comunitarias este miedo es mayor cuando se desea causar una buena impresión en los demás, pero se teme no conseguirlo. “Nuestra cultura nos orienta a buscar la armonía entre las personas, a diferencia del mundo anglosajón, más centrado en el logro. Es decir, uno de nuestros mayores miedos culturales es el rechazo social. Y se observa en el pánico escénico que algunos tienen a hablar en público” (Jericó, 2006, p. 52).

Efectivamente, es muy difícil ganarse la confianza de alguien cuando uno mismo carece de la confianza necesaria. En tales circunstancias, la

exposición al juicio de los demás se experimenta como una amenaza que, en lugar de activar todos sus canales de comunicación, puede llegar a paralizar al comunicador “al punto de que lleva a no afrontar la situación temida; como consecuencia, disminuye la autoestima y se siente vergüenza” (Legerón y André, 1997, p. 27).

La autoimagen y el conocimiento de uno mismo es lo que la persona cree y siente de sí mismo (Elexpuru y Villa, 1992). Aunque no corresponda con la realidad, el individuo se comporta en función de ello, y esa forma de percibir lo que le sucede determina en gran medida el éxito o fracaso en una acción. Es lo que los expertos denominan *realidad percibida*. “De los distintos conceptos relacionados que se usan para describir nuestra percepción propia, dos que tienen un impacto directo sobre nuestra comunicación son la definición propia y la autoestima” (Verderber, 1999, p. 31).

Es sabido que las situaciones que evalúan a una persona actúan como una potencial amenaza y generan ansiedad en un gran número de personas. Diferentes trabajos han confirmado este hecho fácilmente observable: estas manifestaciones de ansiedad social frecuentemente van “asociadas con un juicio negativo sobre uno mismo y sobre los propios resultados” (Stopa y Clark, 1993, p.47). Está muy claro que hay una correlación entre ansiedad social y baja autoestima, que el individuo exterioriza en una especie de tumulto del cuerpo al reaccionar con actitudes de evasión, torpeza y pensamientos negativos (Legeron y André, 1997). Es muy posible que el culto al éxito, la lucha por las audiencias y la obsesión por la imagen aumenten aún más esta presión que produce tanto desasosiego al individuo e inhibe su auténtica expresión.

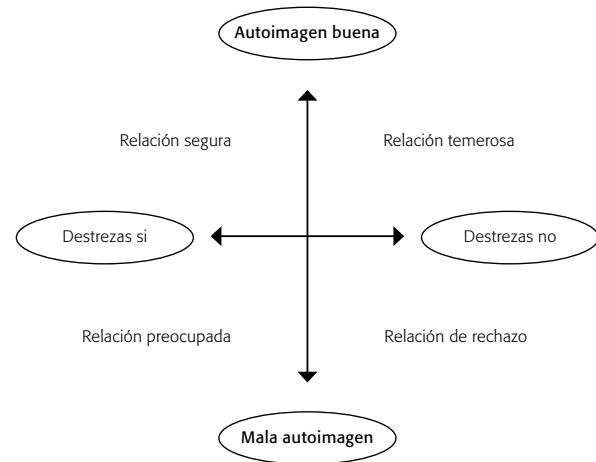
### Una nueva propuesta de formación

En las etapas de iniciación, especialmente, este juicio acerca de uno mismo resulta determinante en el estilo de comunicación personal del estudiante. Lo atenaza la incertidumbre propia de quien está perdido ante una situación nueva que,

además, comporta una alta exposición al juicio de los demás. Por si esto fuera poco, carece de las destrezas técnicas y emocionales necesarias para afrontarla. La expresión se empobrecerá o enriquecerá en función tanto de las destrezas como de la autoimagen del sujeto.

En tales condiciones, el miedo escénico se revela como el freno más habitual que se observa en la formación para la locución en radio y televisión. Distintos estudios epidemiológicos han puesto de manifiesto esta incidencia generalizada del miedo a hablar en público en la población adolescente, universitaria y adulta (Bados, 1986; Méndez, Inglés e Hidalgo, 1994). La relación de los individuos con la tarea de locución se ve representada en los diferentes espacios que dibujan las variables que consideramos fundamentales: en el eje vertical, se sitúa la apreciación de cómo se ven, en el eje horizontal, las destrezas mayores o menores que manejan.

**Gráfico 1.**  
Estilos de locución en el inicio



Fuente: Adaptación propia del esquema de Griffin y Bartolomew (1994) sobre estilos de relación efectiva de los adultos basados en evaluaciones y expectativas del yo y de los demás.

Es claro que en la preparación de estos comunicadores se produce una conjunción de circunstancias y percepciones desfavorables para el

individuo: una situación de evaluación social típicamente estresante, reforzada por una evaluación académica. Una tarea en la que debe realizar una actividad que aún no comprende y para la que no está preparado el individuo.

La relación del sujeto con esta situación irá variando en la medida en que se familiarice con los retos que se le plantean, adquiera más confianza en sus posibilidades y desarrolle una serie de habilidades técnicas que le permitan afrontar de una manera más segura esta tarea. Por lo tanto, una formación más adecuada para estos comunicadores de la radio y la televisión debe contemplar tanto la impostación de su voz como de su mente y su cuerpo entero, auténtica caja de resonancia de su expresión. Al igual que se aprenden las técnicas de comunicación, el cerebro y el cuerpo se pueden entrenar para liberar de interferencias al comunicador y romper las cadenas invisibles que le llevan a evitar lo que teme y alimentar ese temor al evitarlo constantemente. “En el fondo se trata de responder a tres problemas: cómo dejar de huir, cómo relacionarse mejor y cómo pensar de otra manera” (Legerón y André, 1997, p. 167). La propuesta de formación que hemos ensayado responde a la necesidad de afrontar de una manera mejor adaptada este relevante estresor de laboratorio:

1. Alcanzar la activación idónea evitando la torpeza en la relación. Se trata, generalmente, de reducir la agitación fisiológica para equilibrar las respuestas del organismo ante esta situación. La práctica de una respiración más completa puede ayudar en la activación deseada, pues el ritmo respiratorio actúa como una especie de termostato que permite regular a voluntad el nivel de activación del sujeto.
2. Pensar de forma positiva. Cada uno cree sobre todo en lo que se dice a sí mismo; de ahí la importancia de ese monólogo interior que mantenemos de forma ininterrumpida. En lugar de utilizar el poder de la imaginación de forma negativa, se puede aprender a pensar de forma positiva, más productiva. Al identificar

y sustituir los pensamientos negativos más recurrentes, se puede aprender a interrumpir los pensamientos negativos y anticipar la vivencia del escenario deseado.

3. Eliminar el ocultamiento y la conducta evasiva mediante una continua exposición a la práctica, para aprender a afrontar la situación de una manera más proporcionada. Familiarizarse con la práctica, utilizando un refuerzo positivo, desdramatiza la situación y alivia el miedo. La curiosidad que se desata en el juego puede ayudar a descubrir su expresión, en lugar de imponerles obligatoriamente, la imitación de un modelo exterior.
4. Conocer mejor el funcionamiento de la voz y las técnicas básicas de interpretación, para que las adapten a su medida y puedan desarrollar su comunicación en función de sus propias características personales.

## Metodología y análisis del experimento

Para esta investigación se contó con un grupo experimental que ensayó esta nueva propuesta de formación, y con un grupo de control, que siguió un programa de aprendizaje convencional. Ambos grupos estaban integrados por estudiantes de segundo ciclo de Ciencias de la Comunicación, que cursaban la asignatura de Locución en Radio y Televisión, en el primer cuatrimestre del curso 2005-2006. La muestra se componía de 36 personas voluntarias, de las cuales 26 (72,2%) eran mujeres, y 10 (27,2%), hombres, de entre 21 y 22 años de edad.

Todos los alumnos se prestaron a realizar el test *Autoinforme autoconcepto forma 5* (AF5) (García y Musitu, 2001), que consta de 5 escalas o dimensiones en las que se engloban los 30 ítems que componen una prueba de una duración aproximada de 15 minutos. El test se realizó al inicio del curso en ambos casos, antes de hacer su primera grabación de prácticas en los estudios de radio y televisión.

Finalizadas las grabaciones, todos los participantes rellenaron un nuevo test, de duración

aún menor que el anterior, donde se les interpeleba acerca del miedo escénico percibido en la experiencia que acababan de llevar a cabo ante las cámaras y micrófonos. El *Cuestionario de confianza para hablar en público* consta de 30 enunciados que se relacionan con los sentimientos de los participantes a la hora de hablar en público. Se trata de la adaptación española de la prueba de Paul (1996), realizada por Antonio Bados (1986).

Mediante un análisis de covarianza se emparejó el *grado de confianza para hablar en público* con cada una de las variables dependientes del autoconcepto (a. emocio, a. social, a. academ, a. famili y a. físico). El procesamiento de los datos obtenidos en ambas pruebas permitió comprobar experimentalmente las correlaciones significativas entre las escalas del autoconcepto emocional y social y el miedo a hablar en público. Los autores de este test explican así la dimensión emocional del autoconcepto:

Hace referencia a la percepción del sujeto de su estado emocional y de sus respuestas a situaciones específicas, con cierto grado de compromiso e implicación en su vida cotidiana. En cuanto al autoconcepto social se refiere a la percepción que tiene el sujeto de su desempeño en las relaciones sociales. Dos ejes definen esta relación: el primero hace referencia a la red social del sujeto y a su facilidad y dificultad para mantenerla y ampliarla; el segundo eje, se refiere a algunas cualidades importantes en las relaciones interpersonales —amigable y alegre—. (García y Musitu, 2001, p. 19)

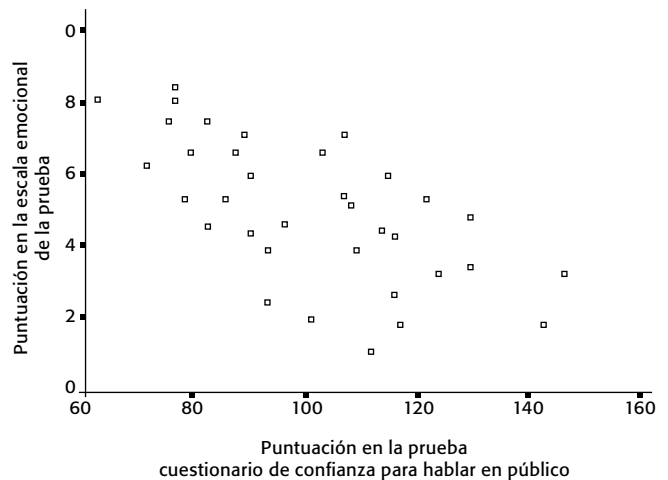
**Efectos del autoconcepto emocional en el miedo a hablar en público**

El estudio de covarianza mostró efectos significativos de la variable independiente *a. emocio*, con puntuaciones medias  $m=4,89$ ,  $SD=2,02$ ,  $N(1,37)$ , sobre la variable dependiente *miedo*, con puntuaciones medias  $m=101,17$ ,  $SD=20,87$ ,  $N(1,37)$ . La relación encontrada entre estas dos variables es estadísticamente significativa a un nivel alfa ( $\alpha$ ),

menor a 0,001 ( $p<0,001$ ) con un coeficiente de correlación alto,  $r=-0,652$ .

En la práctica, este resultado se traduce en que un 42,6% de la varianza de la variable *miedo* está explicada por la varianza de la variable *a. emocio*, es decir, el 42,6% de la variación total de puntuaciones en la primera variable sucede cuando varían las puntuaciones en la segunda, con una tendencia negativa. A mayor puntuación en la variable *a. emocio*, se obtiene una menor puntuación en la variable *miedo*. Por lo tanto, la cantidad de varianza de *miedo* explicada por la varianza de *a. academ* es suficiente para afirmar que existe una tendencia de correlación entre ambas variables (Gráfico 2).

**Gráfico 2.** Distribución de puntuaciones del autoconceptos emocional y el miedo a hablar en público



**Efectos del autoconcepto social en el miedo a hablar en público**

El estudio de covarianza mostró efectos significativos de la variable independiente *a. social*, con puntuaciones medias  $m=6,73$ ,  $SD=1,43$ ,  $N(1,37)$ , sobre la variable dependiente *miedo*, con puntuaciones medias  $m=101,17$ ,  $SD=20,87$ ,  $N(1,37)$ . La relación encontrada entre estas dos variables es estadísticamente significativa a un nivel alfa,

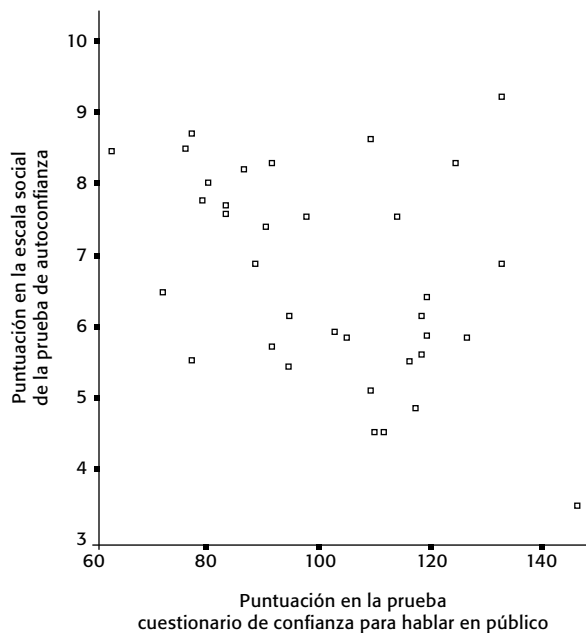


$a = 0,008$  ( $p < 0,01$ ), con un coeficiente de correlación alto,  $r = -0,435$ .

En la práctica, este resultado se traduce en que un 18,9% de la varianza de la variable *miedo* está explicada por la varianza de la variable *a. social*, es decir, el 18,9% de la variación total de puntuaciones en la primera variable sucede cuando varían las puntuaciones en la segunda, con una tendencia negativa. A mayor puntuación en la variable *a. social*, se obtiene una menor puntuación en la variable *miedo*. Por lo tanto, la cantidad de varianza de *miedo* explicada por la varianza de *a. academ* es suficiente para afirmar que existe una tendencia de correlación entre ambas variables (Gráfico 3).

### Gráfico 3.

Distribución de puntuaciones del autoconcepto social y miedo a hablar en público



Finalizado el curso de locución, todos los participantes redactaron una historia de vida donde escribían acerca del proceso de aprendizaje llevado a cabo en la asignatura. Tenían que escribir un texto centrado en los obstáculos, así como en los facilitadores principales que habían encontrado.

Las percepciones de los participantes, redactadas en sus textos, no ofrecen duda acerca de la falta de confianza que han tenido que superar. También son coincidentes los relatos individuales que enfatizan la importancia del refuerzo positivo adquirido de manera sistemática (en el grupo experimental) e informal (en ambos grupos):

- Todos los alumnos coinciden en señalar esta dificultad especial de la tarea. Un participante del grupo de control lo refiere de esta manera: “El mayor reto ha sido ponerme por primera vez a locutar delante de una cámara, e intentar controlar los nervios [...] Me cuesta mucho locutar de forma alegre. Me explico: con los nervios no puedo relajarme y locutar de forma distendida, sin parecer demasiado seco”.
- Otro participante (en este caso del grupo experimental) desarrolla esta explicación: “El reto más importante parte de la base de aprender a encontrarse cómodo frente a la cámara, el micrófono, el público, o en general aprender a enfrentarse a cualquier actividad de comunicación.. Desde la comodidad puede lograrse una actitud positiva y resulta más sencillo concentrarse en los aspectos de la comunicación que hay que destacar”.
- Un estudiante del grupo de control refiere así su experiencia: “Creo que lo que más te ayuda es estar con tus compañeros y ver que a ellos les pasan las mismas cosas que a ti. El que se cree un ambiente distendido”. Compartir la misma dificultad con las personas que te rodean ayuda a sobrellevar la situación y contribuye a crear un ambiente positivo, de apoyo mutuo, que da confianza y genera complicidad entre todos los participantes, que deben hacer frente de la mejor manera posible a una especie de amenaza externa.
- Otro estudiante del grupo experimental corrobora esta impresión y añade lo siguiente: “Las prácticas de radio me gustaron mucho. Aprendimos a controlar los nervios en la voz, a contar los textos de una manera especial, y aprendimos a encontrar nuestro estilo, yo creo [...]. Los ejercicios de visualización fue lo que

más me facilitó las presentaciones, el poder visualizar la postura de base con la que mejor me sentía, me hizo confiar más en mí a la hora de hacer las prácticas”.

## Conclusiones

En la práctica cualitativa realizada, los estudiantes de ambos grupos coinciden en la mayor interferencia que experimentan y que les impide concentrarse en su tarea: todos ellos identifican el miedo escénico como su principal obstáculo para expresarse con más desenvoltura en radio y televisión. El análisis de los datos obtenidos mediante la realización de los dos cuestionarios ha permitido demostrar experimentalmente la existencia de una correlación significativa entre las dimensiones social y emocional del autoconcepto del individuo, y su grado mayor o menor de confianza en la exposición ante el público.

Esta correlación arroja luz sobre el origen de las interferencias más graves que los jóvenes comunicadores soportan en su aprendizaje: la falta de autoconfianza los hace sentirse más incómodos al verse sometidos a un estresor de laboratorio: la evaluación de los demás mientras hablan en público para la radio o la televisión. De nuevo, las prácticas cualitativas realizadas tanto en el grupo de control como en el grupo experimental nos permiten ahondar en la percepción de los sujetos experimentales y confirmar la validez de nuestra propuesta formativa: todos los integrantes de ambos grupos coinciden en la especial importancia del refuerzo positivo para afianzar su confianza, puesta a prueba en una situación extraña para ellos y potencialmente estresante donde, paradójicamente, se les pide que se muevan con una naturalidad extraordinarias.

A falta de una estrategia docente que clarifique de forma sistemática la situación a los alumnos del grupo de control, todos los participantes de este grupo se muestran especialmente satisfechos con el ambiente informal y positivo con que han vivido su exposición pública. Precisamente, esta percepción les ha permitido ganar la

confianza que necesitaban y afrontar su tarea de una manera mejor adaptada. En el grupo experimental también coinciden en la importancia del ambiente amistoso, para afrontar su exposición. Sin embargo, tres de cada cuatro participantes en el experimento subrayan la importancia del aprendizaje emocional específico que han ensayado para superar los retos afrontados en una situación muy estresante.

Consideramos que el experimento aporta pruebas significativas de las carencias existentes en una enseñanza convencional de la locución, que los propios alumnos, de manera intuitiva, tratan de compensar por la vía informal en la práctica. Aprender a desafiar el miedo escénico, así como a descubrir y presentar su propia expresión, es una de las otras tantas tareas pendientes de una alfabetización emocional que puede ayudar a los comunicadores a liberarse de interferencias y a moverse mejor en la conversación ininterrumpida con las audiencias que dominan hoy la comunicación en radio y televisión.

## Referencias

- Aristóteles (1971), *La retórica*, Madrid, Instituto de Estudios Públicos.
- Bados, A. (1986), *Análisis de componentes de un tratamiento cognitivo-somático-conductual del miedo a hablar en público* [tesis doctoral], Barcelona, Universidad de Barcelona, Facultad de Psicología.
- Bustos, I. (2003), *La voz. La técnica y la expresión*, Barcelona, Paidotribo.
- Byrne, B. (2001). Structural equation modelling with Amos. Londres. Erlbaum Asociados.
- Casetti, F. y Odin, R. (1990), “De la paléo à la néo television”, en *Communications*, núm. 51, pp. 9-26.
- Csikszentmihalyi, M. y Csikszentmihalyi, I. S. (1998), *Experiencia óptima. Estudios psicológicos del flujo en la conciencia*, Bilbao, Desclée De Brouwer.
- Damasio, A. R. (1996), *El error de Descartes*, Barcelona, Grijalbo-Mondadori.

- Dewhurst-Maddock, O. (1993), *El libro de la terapia del sonido. Cómo curarse con la música y la voz*, Madrid, EDAF.
- Elexpuru, I. y Villa, A. (1992), *Autoconcepto y educación. Teoría, medida y práctica pedagógica*, Vitoria-Gasteiz, Eusko Jaurlaritza.
- Forgas, J. P. (1991), *Emotion and Social Judgments*, Oxford, Pergamon Press.
- Gaya, J. (2002), "La comunicación no verbal", en Fernández, P. y Ramos, N. (edits.), *Corazones inteligentes*, Barcelona, Kairós, pp. 219-237.
- Goleman, D. y Boyatzis, R. (2002), *El líder resonante crea más*, Barcelona, Plaza y Janés.
- García, F. y Musitu, G. (2001), *AF5. Autoconcepto forma 5*, Madrid, Tea.
- Griffin, D. y Bartoholomew, K. (1994), "Models of the Self and Other. Fundamental Dimensions underlying Measures of Adult Attachment", en *Journal of Personality and Social Psychology*, núm. 67, pp. 430-445.
- Hall, E. T. (1969), *The Hidden Dimension*, Garden City, Doubleday.
- Jerico, P. (2006), *No miedo*, Madrid, Cátedra.
- Legerón, P. y André, C. (1997), *El miedo a los demás*, Bilbao, Mensajero.
- Lochard, G. y Soulages, J. C. (1994), "Les imaginaires de la parole télévisuelle", en *Reseaux*, núm. 63, pp. 13-38.
- McCallion, M. (1998), *El libro de la voz*, Barcelona, Urano.
- Montorio, I., Guerrero, M. A. e Izal, M. (1991), *Estudio sobre las dificultades para hablar en público de estudiantes universitarios* [policopiado], Madrid, Universidad Autónoma de Madrid, Facultad de Psicología.
- Inglés, C. J., Méndez e Hidalgo, F. X. (1999), "Estudio sobre la habilidad para hablar en público en población española interuniversitaria" [comunicación], I Symposium sobre Habilidades Sociales. Técnicas y Áreas de Aplicación, Granada.
- Rodero, E. (2003), *Locución radiofónica*, Madrid, IORTV.
- Schlenker, B. R. y Angst, J. (1995), "Comorbidity and Social Phobia. Evidence from Epidemiologic and Genetic Studies", en *European Archives of Psychiatry and Clinical Neuroscience*, vol. 244, núm. 6, pp. 297-303.
- Stopa, L. y Clark, D. (1993), "Cognitive Process in Social Phobia", en *Behaviour Research and Therapy*, núm. 31, pp. 167-295.
- Strauss, C. C. y Last, C. G. (1993), "Social and Simple Phobias in Children", en *Journal of Anxiety Disorders*, núm. 7, pp. 141-152.
- Tubau, I. (1993), *Periodismo oral*, Barcelona, Paidós.
- Verderber, R. F. (1999), *Comunicate*, Madrid, Thomson.
- Watzlawick, P. Et al "Teoría de la Comunicación Humana" (1995), Barcelona, Herder
- Zimbardo, P. (1977), *Shyness*, New York, Addison-Wesley.