

# Tema: Exposición académica

## 1. Definición



Según Carneiro (2009) exponer es mostrar, exhibir, presentar un objeto o un tema. Por ello se podría afirmar que la estructura de un texto expositivo es la más espontánea de todas: simple y solamente mostramos lo que sabemos, a través de una división analítica de la realidad expuesta: definición, origen, características, clasificación, causas, importancia, etc. (p. 246).

En tal sentido, se puede decir que la exposición académica es aquella presentación oral que se realiza en un contexto académico (aula de la universidad, conferencia, etc.) con la principal intención de dar a conocer un tema específico siguiendo un orden (introducción, desarrollo y conclusión), utilizando un lenguaje formal (estándar culto).

## 2. Características

Las principales características de la exposición académica son:

- Cumple una función referencial (informa o explica un tema).
- Uso del lenguaje objetivo y formal (estándar culto).
- Presentación de las ideas de manera ordenada y progresiva.
- Manejo de vocabulario científico y técnico referente al tema.

**La clave para mejorar nuestras presentaciones orales:**

- ✓ Exponer las ideas de manera clara.
- ✓ Mantener el interés y la atención del auditorio.

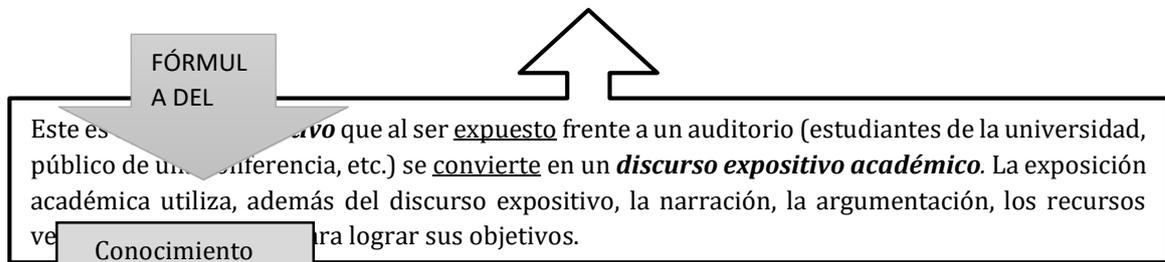
**Lee con atención los siguientes párrafos de un texto expositivo:**

### **Aspectos generales del liderazgo empresarial y su desarrollo**

Todo líder debe contar con características distintivas para ser reconocido como tal. En primer lugar, un líder debe ser un orador, para transmitir de manera acertada pensamientos e ideas a todo el grupo de trabajo. En segundo lugar, ser un director, con las ideas y pensamientos consolidados en la mente de los trabajadores, para señalar los pasos o el camino que se debe seguir para alcanzar los objetivos y metas trazados. En tercer lugar, el líder tiene que ser organizado; el líder empresarial debe tener conocimientos profundos de la empresa para saber manejar, utilizar y organizar los recursos que tiene a su disposición; por lo tanto, debe estar al tanto de todo acontecimiento que suceda en la empresa (inconvenientes) y tener la capacidad para darle solución. Por último, ser creativo; tener una mente espacial para proponer innovaciones, ideas y proyectos que ayuden en la productividad de la empresa.

También, si se quiere alcanzar las metas trazadas por la empresa, el líder debe cumplir ciertas funciones. Funciones que lo ayudarán a tener adecuados indicadores y por lo tanto saber si la empresa va por buen camino. Se debe definir o identificar, las metas y objetivos que se tiene que lograr y establecer los pasos que debemos seguir, el tiempo en que se tiene que alcanzar, las acciones que se debe realizar y también con qué elementos se cuenta y aprovecharlos al máximo para lograr el objetivo trazado. Asimismo, el líder debe llevar un monitoreo cada cierto tiempo del grupo de trabajo, así identificar en dónde están las debilidades y tomar las medidas para reforzarlas.

Texto tomado de *Encuentros. Revista virtual de EEGG*, N° 02,



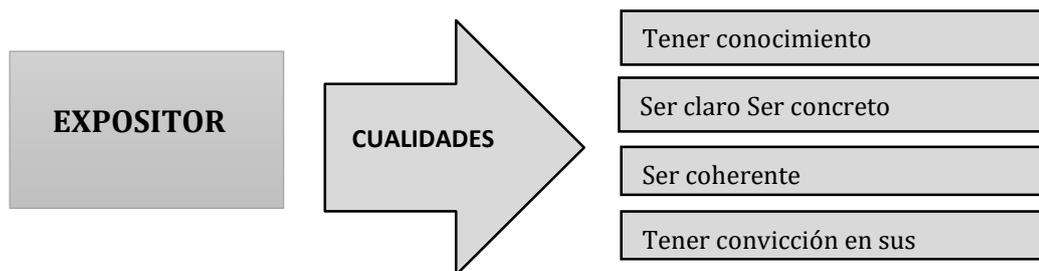
pp. 12-13

- **¿Cuál es la intención de la exposición académica utilizando el texto expositivo mostrado?**  
Informar, explicar, mostrar, las características y funciones de un líder en una empresa.
- **¿Qué nivel de lenguaje se utiliza en la exposición académica?**  
Estándar culto.
- **¿Cómo presenta el desarrollo de sus ideas?**  
Utiliza estrategias discursivas de enumeración (en primer lugar, en segundo lugar, por último) y marcadores textuales de adición (también, además, asimismo).
- **¿Maneja un vocabulario científico y técnico referente al tema?**  
Sí, utiliza un vocabulario científico y técnico (las palabras subrayadas en el texto)

### 3. Aspectos relevantes de la exposición académica

Si la exposición académica tiene como objetivo informar, explicar, dar a conocer, mostrar, un tema en particular, es muy importante tener en cuenta las formas de elaborar mensajes informativos (Verderber, 1999, p. 415-419, citado por Fonseca et al., 2011).

Además, como sostienen Fonseca et al. (2011) el expositor debe tener ciertas cualidades para realizar una conferencia, ponencia, exposición académica y todo tipo de discurso informativo con efectividad:





Conocimiento

Claridad,

Convicción

#### 4. Estructura de la exposición académica

La exposición académica no es una presentación oral donde se improvisa la explicación de un tema. Toda exposición académica se realiza teniendo en cuenta una estructura. Es decir, no podría iniciar una exposición sin haber saludado a los presentes, sin haber hecho mi presentación personal y la presentación del tema del cual hablaré; luego, desarrollar y explicar los subtemas; finalmente, terminar.

Por ello, para realizar una buena exposición es muy importante conocer su estructura. A continuación, se presenta la estructura y los elementos que debe tener toda exposición académica:

ESTRUCTURA	CARACTERÍSTICAS	ELEMENTOS
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es la parte más importante de la exposición y la más decisiva.</li> <li>• Se hace uso del saludo jerárquico y halago de los presentes.</li> <li>• Aquí el expositor se presenta y da a conocer el tema de su exposición.</li> <li>• Sirve para captar la atención del público o auditorio por medio de la motivación.</li> <li>• En ella se presenta el objetivo y la idea central.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saludo</li> <li>• Presentación personal y del tema</li> <li>• Motivación</li> <li>• Objetivo</li> </ul>
<b>DESARROLLO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En esta parte de la exposición se desarrollan los subtemas claramente diferenciados.</li> <li>• Se hace uso de los recursos audiovisuales.</li> <li>• El desarrollo de la exposición académica ocupa el mayor tiempo destinado a la explicación detallada de cada subtema.</li> <li>• Requiere tener un conocimiento profundo de lo que se explica.</li> <li>• El expositor mantiene el contacto visual con el todo el auditorio.</li> <li>• Aquí el expositor se desplaza por el escenario de manera adecuada (no se para delante de la diapositiva).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Subtemas</li> <li>• Ideas principales</li> <li>• Ideas secundarias</li> </ul>

<b>CONCLUSIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En esta parte final de la exposición académica.</li> <li>• Es tan importante como la introducción.</li> <li>• Incide en los puntos más importantes que el expositor se planteó como objetivo (es lo que debe quedar grabado en el auditorio)</li> <li>• Aquí se da una recomendación o se emplea una frase para ir finalizando la exposición.</li> <li>• Finalmente, se agradece al auditorio por la atención prestada.</li> <li>• El expositor se despide del auditorio de manera formal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Síntesis</li> <li>• Recomendación o frase</li> <li>• Agradecimiento , despedida</li> </ul>
-------------------	--	---

**ATENCIÓN:** La exposición académica inicia con el desplazamiento del expositor hacia el escenario. Se debe mostrar seguridad y confianza con la mirada en alto y pasos firmes.

#### 4.1. La introducción de una exposición académica:

Arenas et al manifiestan que la introducción “abarca la presentación del tema o problema a tratar. Su función esencial es contextualizar al lector. [...] presenta los antecedentes teóricos del tema en cuestión y los objetivos” (2014, p. 2)

Dentro de las maneras para captar la atención del público señaladas por Ehringer, Monroe y Gronbeck (1978, cit. Fonseca et al.) están las siguientes introducciones:

**a) Introducción-referencia personal:** el expositor(a) comienza contando algo referente a su persona, profesión, trabajo, vida, etc., para mejorar o incrementar su credibilidad. Ejemplo:

*Respetado público presente, tengan ustedes muy buenos días. Soy el estudiante César Eduardo Sánchez Páucar y estudio la carrera profesional de Marketing. Hace mucho que vengo investigando la utilización de los colores cálidos en los anuncios publicitarios de los espacios públicos y su influencia en los consumidores jóvenes. Es para mí, en este agradable día, una gran satisfacción y oportunidad poder explicarles el origen de la utilización de los colores cálidos en la publicidad, su significado y el por qué los anuncios publicitarios, utilizando la combinación de estos colores, se dirigen al consumidor joven.*

*Empezaré diferenciando los colores cálidos de los colores fríos...*

**b) Introducción-pregunta retórica:** el expositor(a) enuncia varias preguntas que no están dirigidas a responderse, sino que tienen la intención de hacer reflexionar al auditorio. Ejemplo:

*¿Alguna vez han visitado una empresa? ¿Conocen las principales áreas que la conforman?*

*¿Cuántos trabajadores debe tener una empresa para ser considerada Pequeña y Micro empresa? ¿Creen ustedes que el funcionamiento de una empresa es similar al funcionamiento del cuerpo humano? La Pequeña y Micro empresa, denominada Pyme en el Perú, es aquella unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. En esta tarde, les hablaré sobre su origen, sus características y su importancia en el desarrollo económico del Perú durante el período 2010-2015...*

**c) Introducción-anécdota:** el expositor(a) relata un suceso real, hipotético o imaginario para captar la atención del auditorio y no empezar de manera directa la explicación del tema. Ejemplo:

*Como los días, el bus en el cual llego a la universidad pasa por el óvalo de Santa Anita. Y en muchas ocasiones he observado a muchas personas repartiendo volantes, a diestra y siniestra, a todos los transeúntes. Estos volantes contienen anuncios donde se requiere personal para trabajar en una nueva empresa que acaban de inaugurar. Los horarios de trabajo son a tiempo completo o parcial y solicitan personas de cualquier edad con o sin experiencia en el área de trabajo que se requiera. Y las remuneraciones no son nada despreciables: S/. 500 nuevos soles más viáticos y utilidades. Este es un ejemplo de captar personal para una empresa. Sin embargo, una vez que este personal se presenta a la empresa debe pasar por una serie de procedimientos para finalmente ser contratado. A este proceso se le denomina selección de personal. El objetivo de esta exposición es dar a conocer las principales recomendaciones que debe tener en cuenta para seleccionar los recursos humanos para una empresa...*

## 1.. 4.2 El desarrollo de una exposición académica:

El párrafo de desarrollo como “[...] una unidad mínima del texto, es el conjunto de oraciones desarrolladas en torno a **un subtema**. Por ello para diferenciar que un grupo de oraciones desarrolla algo diferente a otro grupo, se clasifica en párrafos distintos.” (Castillo y Villanueva, 2012, p. 157)

Ejemplo:

*La contabilidad tiene como misión brindar y optimizar la información con respecto a la economía de la empresa para así poder tomar decisiones que sean favorables para la empresa, debido a que no sino encuentra personal calificado para ese puesto, las decisiones futuras serian un fracaso y eso arrastraría a la empresa a la quiebra. Zeballos (2014) dice que “La contabilidad tiene como finalidad apoyar y optimizar los procesos de la administración...por ello debe cumplir ciertas funciones a fin de orientar a los propietarios... entre las funciones se tienen la histórica, económica, financiera, estadística, legal, entre otras.” Esto nos da a entender que la contabilidad cuenta con un orden, puesto que son separadas las funciones, según su desempeño, además de que estas funciones permitirán que se pueda cumplir exitosamente el objeto de la contabilidad.*

## 2.. 4.3 La conclusión de una exposición académica:

Según Braun (2012), manifiesta: “(...) constituye una parte imprescindible. Es la manera correcta de terminar el trabajo e indicar a los lectores a dónde se ha llegado” (p. 40). Puesto que los finales abruptos o inesperados producen la sensación de que la exposición está incompleta o es improvisada. Ejemplo:

*En conclusión, las nuevas exigencias de control generan la necesidad de contar con un marco metodológico para organizar las actividades de auditoria y así definir las pautas y los controles a considerar en las futuras actuaciones de auditoria. De esta manera la tecnología contribuye al mejor control interno de las organizaciones en los procesos de auditoria. Pero a la vez el uso también puede generar riesgos y consecuencia en las organizaciones empresariales públicas Por tanto es de vital importancia saber utilizar de la mejor manera. Y por último culminare una frase del célebre distinguido profesor estadounidense Stephen Covery (2015) quien señala que... “La tecnología reinventará los negocios, pero la relación humana seguirá siendo las claves del éxito”*

## PLANIFIQUE SU EXPOSICIÓN

Durante la planificación de la exposición académica debemos tener en cuenta tres aspectos:



**1. La elección del tema.** El tema. Debe ser formulado como una frase nominal. Es importante que el tema no sea muy general, sino que sea delimitado para poder abordarlo en la exposición y se transmita información precisa en torno a este. Ejemplo:

- La inflación
- Las exportaciones
- La política económica

¿Qué aspectos debemos tener en cuenta para elegir un tema?

- Debe desarrollar un tema de actualidad.
- Existen razones suficientes para ser presentado.
- Debe ser apropiado tanto para los participantes como para los integrantes del equipo.
- Existe información suficiente para profundizar en él.

**2. Determinación de los objetivos.** Los objetivos. Son definidos como las metas o fines, lo que se pretende alcanzar con nuestra exposición académica. Estos deben ser redactados con verbos en infinitivo y deben ser alcanzables, no utópicos. Ejemplo:

- Informar sobre el incremento de la inflación en el Perú.

**3. Análisis del auditorio.** El auditorio. El análisis del auditorio es imprescindible para el desarrollo de una exposición académica, porque se debe evaluar lo siguiente:

- Edad y sexo de los participantes
- Intereses de los participantes
- Nivel de conocimiento que posean sobre el tema
- Posibles reacciones frente al tema

## ORGANICE SU EXPOSICIÓN

En esta etapa se debe organizar, jerarquizar y determinar la información que se incluirá y usará en la exposición.

## USO DE RECURSOS EN UNA EXPOSICIÓN ACADÉMICA

Los recursos audiovisuales constituyen una alternativa muy importante para lograr que nuestras exposiciones no se vuelvan unilaterales y aburridas, sino que se constituyan como verdaderos espacios para comunicar un tema investigado. Los recursos que podemos utilizar en una exposición académica son:

- a) **RECURSOS IMPRESOS:** Son los recursos que utilizan como elementos básicos la imprenta y el papel. Figuran en este grupo: los folletos, dípticos, trípticos, etc., sobre el tema de exposición.
- b) **RECURSOS AUDIOVISUALES:** Son los que se valen de las ondas electromagnéticas y sofisticados equipos de transmisión para enviar mensajes a distancias considerables. En este grupo destacan: la televisión y el cine. En una exposición puede emplearse un pequeño video a manera de motivación.
- c) **RECURSOS ELECTRÓNICOS O VIRTUALES:** También denominados medios virtuales. Es un conjunto de tecnologías que satisface las necesidades de toda la comunidad mundial. Estos medios apoyan altamente la exposición ya que podemos comunicar de forma más significativa el tema utilizando la computadora y la internet. Podemos presentar los puntos de interés de la monografía a través del PowerPoint utilizando para ello una data show; así también podemos seleccionar pequeños espacios virtuales de la internet



que demuestren información de interés al momento de la exposición.

### PAUTAS PARA LA ELABORACIÓN DE DIAPOSITIVAS

La máxima efectividad de una diapositiva de texto se logra cuando esta se ajusta a las siguientes exigencias:

- El título debe ser corto (no más de siete palabras).
- El mensaje debe tener un máximo de siete líneas.
- Las palabras por línea no deben ser más de siete.
- La distribución debe ser simple y abierta.
- El texto debe ser legible desde la parte final del auditorio.
- Los bordes deben ser amplios alrededor de todo el texto.
- Se debe transmitir sólo una idea por cada diapositiva.
- Los gráficos, figuras, fotografías deben reforzar las expresiones (palabras).

Las combinaciones monocromáticas (un solo color sobre un fondo neutro de otro color) pueden ordenarse, según la efectividad y legibilidad del texto, de la forma siguiente:

- Letras negras sobre fondo blanco
- Letras negras sobre fondo amarillo
- Letras rojas sobre fondo blanco
- Letras verdes sobre fondo blanco
- Letras blancas sobre fondo rojo
- Letras blancas sobre fondo verde
- Letras blancas sobre fondo azul
- Letras amarillas sobre fondo negro
- Letras naranjas sobre fondo negro.

## **SUGERENCIAS PARA CREAR UNA PRESENTACIÓN EFICAZ**

- 1. Reduzca el número de diapositivas.** Para comunicar un mensaje claro y mantener la atención y el interés del público, reduzca el número de diapositivas de la presentación al mínimo (10 a 12 diapositivas).
- 2. Elija un tamaño de fuente adecuado para el público.** Elegir el tamaño de fuente más adecuado lo ayuda a comunicar el mensaje. Recuerde que el público debe leer las diapositivas desde cierta distancia. En términos generales, un tamaño de fuente inferior a 30 puede resultar demasiado difícil de ver para el público.
- 3. Simplifique el texto de la diapositiva.** Desea que su público lo escuche mientras realiza su exposición, en lugar de que lean la pantalla. Use viñetas o frases cortas, y procure incluir cada una de ellas en una línea, es decir, sin ajustar el texto.

Algunos proyectores cortan las diapositivas por los bordes, por lo que es posible que las frases largas no se muestren totalmente.
- 4. Use controles visuales para ayudarse a expresar el mensaje.** Las imágenes, los gráficos y los elementos gráficos SmartArt dan pistas visuales para que el público recuerde. Agregue imágenes significativas para complementar el texto y los mensajes de sus diapositivas.
- 5. Cree etiquetas para los gráficos y diagramas que sean comprensibles.** Use sólo el texto que sea necesario para que los elementos de etiqueta de los gráficos o diagramas sean fácilmente comprensibles.
- 6. Aplique fondos de diapositiva sutil y coherente.** Elija una plantilla o un tema atractivo y coherente que no sea demasiado vistoso. No querrá que el fondo o el diseño desvíen la atención de su mensaje.

- 7. Compruebe la ortografía y la gramática.** Para ganarse y mantener el respeto del público, compruebe siempre la ortografía y la gramática de su presentación. Consulte con un diccionario.

**Liderazgo.** El liderazgo es el conjunto de habilidades gerenciales o directivas que un individuo tiene para influir en la forma de ser o actuar de las personas o en un grupo de trabajo determinado, haciendo que este equipo trabaje con entusiasmo hacia el logro de sus metas y objetivos. También se entiende como la capacidad de delegar, tomar la iniciativa, gestionar, convocar, promover, incentivar, motivar y evaluar un proyecto, de forma eficaz y eficiente, sea éste personal, gerencial o institucional.

Según Max Weber existen tres tipos puros de liderazgo:

- a) **Líder carismático:** es el que tiene la capacidad de generar entusiasmo. Es elegido como líder por su manera de dar entusiasmo a sus seguidores. Tienden a creer más en sí mismos que en sus equipos y esto genera problemas, de manera que un proyecto o la organización entera podrían colapsar el día que el líder abandone su equipo.
- b) **Líder tradicional:** es aquel que hereda el poder por costumbre o por un cargo importante, o que pertenece a un grupo familiar de élite que ha tenido el poder desde hace generaciones. Ejemplos: un reinado.
- c) **Líder legítimo:** Podríamos pensar en "líder legítimo" y "líder ilegítimo". El primero es aquella persona que adquiere el poder mediante procedimientos autorizados en las normas legales, mientras que el líder ilegítimo es el que adquiere su autoridad a través del uso de la ilegalidad. Al líder ilegítimo ni siquiera se le puede considerar líder, puesto que una de las características del liderazgo es precisamente la capacidad de convocar y convencer, así que un "liderazgo por medio de la fuerza" no es otra cosa que carencia del mismo. Es una contradicción *per se*, lo único que puede distinguir a un líder es que tenga *seguidores: sin seguidores no hay líder*

## Habilidades en un líder

- Comunicación verbal: una persona con fuerte liderazgo es capaz de saber informar y comunicar lo que quiere a su equipo.
- Escuchar: la habilidad de escuchar permite al líder entender los problemas de las personas de su entorno, anticiparse a sus dudas y responder sus preguntas.
- Persuadir a las personas de buen liderazgo no piden a sus seguidores que simplemente sigan sus órdenes en forma ciega o vehemente. Primero los convencen que algo es bueno y se debe hacer.
- Usar el pensamiento crítico: sobre todo para tomar decisiones y resolver problemas. Los buenos líderes miden las acciones y posibles soluciones de acuerdo a sus costos y beneficios.

- Delegar trabajo: incluso si tienen todo el conocimiento práctico para cada tarea, lo cual es poco probable, las personas de fuerte liderazgo saben que es más productivo asignar trabajo a aquellos que pueden hacerlo igual de bien o mejor.
- Organizar: los líderes fuertes tienen la habilidad de ordenar sus tareas y las del resto para hacer un trabajo eficiente.
- Asumir la responsabilidad: los de fuerte liderazgo no solo asumen sus propios actos, sino los de su equipo. No culpan a otros por sus propios errores, y comparten los errores de otros.