

Material Imprimible

Curso de Oratoria

Módulo 3

Contenidos:

- Tipificación de los discursos
- Características y técnicas del orador
- Discurso atractivo

El discurso

A esta altura sabemos que el discurso es, básicamente, una serie de palabras que se expresan de forma oral y ordenada. Por eso es que su uso se ha vuelto muy necesario en ámbitos tales como la política, las empresas y para los profesionales en general. Además, podemos decir que los discursos representan un género en el cual se desarrolla un tema cualquiera de forma personal y no hay una estructura rígida.

Sin embargo, esto no quiere decir que los discursos no tengan estructuración, porque todo buen discurso debe constar de un orden mínimo, en el que se incluyan los conceptos básicos de introducción, desarrollo y conclusión.

Ahora bien, de acuerdo al tipo de discurso y al mensaje que se quiere transmitir, puede haber variaciones en las formas de coordinar estas etapas. De hecho, los discursos se clasifican a partir de la acción comunicativa que llevan a cabo y según elementos que lo caracterizan en su interior. Por ello existen distintas divisiones que pueden realizarse, nosotros vamos a estudiar, entonces, las más relevantes.

En primer lugar, los discursos pueden dividirse según el tipo de canal por el cual se transmiten. De esta manera nos podemos encontrar con dos tipos básicos: el escrito y el oral. Los discursos escritos son redacciones que deben tener en cuenta categorías gramáticas, vocablos, reglas ortográficas, cohesión y coherencia. Mientras que, como se imaginarán, el discurso oral implica una sucesión de palabras que se expresan oralmente.

Sin embargo, es necesario comprender que, tal como señala la profesora de filología Carmen Llamas Saíz, el medio de transmisión no es la única diferencia que separa a estas dos formas de discurso, porque la oralidad y la escritura son modalidades del lenguaje que se producen y se manifiestan de formas diferentes. Detengámonos, entonces, en algunas de estas diferencias.

Una de las primeras consideraciones que tiene en cuenta la especialista es la inmediatez. Llamas Saíz afirma que “lo oral se caracteriza por la inmediatez comunicativa, que implica simultaneidad de emisión y recepción, pero no copresencia física de los interlocutores”.

En este sentido es que realiza dos categorizaciones: por un lado, la simultaneidad espacial y temporal, que es aquella en la que los interlocutores se encuentran en un mismo espacio y tiempo. Así, se pueden utilizar marcas deícticas, que son aquellas palabras o frases que requieren de información contextual para comprender su significado, cuya referencia no se explicita en el discurso porque es extralingüística. Para comprenderlo

mejor, pongamos un ejemplo. Si el orador dice “miren este vaso”, todos los oyentes sabrán a qué vaso hace referencia. En cambio, si se tratara de un discurso escrito, necesitará de otras referencias para saber qué es lo que hay que observar.

Otra de las cualidades de la simultaneidad espacial y temporal es que no hay necesidad de decir absolutamente todo, porque el discurso se encontrará acompañado, como ya estudiamos, de la comunicación no verbal del orador, de sus gestos, expresiones y tono de voz. Por lo tanto, este tipo de comunicación es aquella a la que nos enfrentaremos a la hora de realizar una exposición oral.

Pero, como dijimos, la oralidad no necesariamente requiere de la copresencia física de los interlocutores... Por eso, pasemos ahora a la siguiente categorización, que es la simultaneidad temporal pero no espacial. Un ejemplo muy sencillo de esto es una conversación telefónica, en la que el emisor y el receptor conversan en un mismo momento, pero se encuentran en lugares diferentes.

Entonces, las marcas deícticas también serán diferentes en este caso, puesto que se pueden hacer referencias temporales de claro entendimiento para las dos partes, como por ejemplo decir hoy, ayer o mañana, pero no así aquellas que sean espaciales porque la otra parte no se encuentra presente. Lo mismo ocurre con el lenguaje corporal que será mucho más acotado, limitándose a ciertas expresiones y tonos de voz.

De cualquier manera, estas dos categorizaciones se diferencian completamente del discurso escrito, que, de acuerdo con la especialista, “no implica simultaneidad ni de emisión ni de recepción, así como tampoco está unido a la copresencia física de los interlocutores. Por ello, desde el punto de vista lingüístico, el empleo de deícticos se realizará de un modo diferente: las referencias siempre habrán de explicitarse en el texto; además, habrá de tenerse en cuenta que solamente la palabra transmite lo que queremos decir, puesto que no vamos a poder recurrir a elementos de carácter paralingüístico”.

Uno de los primeros elementos que menciona Carmen Llamas Saíz para diferenciar a los discursos orales de los escritos es la espontaneidad, entendiéndolo por ello a un discurso que no tiene preparación y que se construye sin pensar. Esto es propio de aquella comunicación oral con la que nos encontramos en nuestra cotidianidad, cuando hablamos personal o telefónicamente con alguien.

Como se imaginarán, en un discurso escrito esto no sucede porque el propio hecho de escribir nos lleva a organizar nuestras palabras, tener la capacidad de releer, borrar o modificar aquello que pusimos. Entonces, si bien puede nacer de un acto espontáneo, como puede ser en la actualidad mandar un mensaje de texto, la realidad es que será mucho más organizado que una conversación hablada.

Ahora bien, como dijimos en reiteradas oportunidades, si bien una presentación o exposición tendrá ciertos elementos espontáneos que surgirán como consecuencia del momento mismo del discurso, todo lo que nosotros tengamos para decir deberá ser planificado y organizado, por eso, si bien más adelante nos centraremos mucho más en este aspecto, es que generalmente se combinan ambos elementos: el discurso se elabora de manera escrita y, luego, se presenta oralmente.

Luego, otra característica es el conocimiento de los interlocutores. Seguramente recuerden que habíamos mencionado que, cuando elaboramos un discurso, debemos adecuarnos a la audiencia. Por lo tanto, llegaremos a nuestra exposición conociendo distintas cualidades del público y nuestro discurso estará adaptado a él, así como, a su vez, nuestra audiencia sabe a quién va a escuchar. Con los discursos escritos esto no sucede porque están dirigidos a un público mucho más amplio, por lo que, si es demasiado específico, se corre el riesgo de dejar a ciertas personas afuera, pero, si es muy sencillo, aquellos que buscan un saber especializado no le encontrarán valor a ese texto.

Por último, nos encontramos con la dialoguicidad y cooperación. Esto tiene que ver con que, a diferencia de lo que ocurre con la escritura, la oralidad da la posibilidad de una interacción con las personas que se encuentran presentes en el mismo espacio temporal que nosotros. Por eso es que, no solo podemos dialogar con ellas, sino que también colaboran a la formación de nuestro discurso. Pensemos como muchas veces una pregunta sirve como disparador para abordar ciertos temas o cómo podemos tomar ejemplos aportados por el auditorio para que se comprenda mejor nuestra exposición.

Tipificación del discurso

La distinción entre oral y escrito no es la única con la que nos podemos encontrar en los discursos, por lo tanto, ahora veremos algunas otros de los elementos que los diferencian. Uno de ellos es su tipificación según la función del lenguaje primordial que tienen, es

decir el fin que el mensaje realmente persigue. En este caso específico los principales subgrupos serán: el discurso informativo y el expresivo.

El discurso informativo tiene como objetivo principal dar a conocer una información o transmitir un mensaje objetivo basado en datos y hechos referentes, concretos y precisos. Usualmente, se expresa en tercera persona, que es normalmente impersonal, e incluye en su expresión un lenguaje técnico. Además, en este tipo de discurso el emisor expresa sus propios conocimientos del mundo que lo rodea, aplicando una intensión de referencia. Sin embargo, a diferencia de lo que estuvimos estudiando anteriormente, en este caso no hay lugar para la intromisión subjetiva del orador.

Luego, el discurso informativo también se conoce también como referencial, porque hace referencia a la procedencia de la información que se da a conocer. De esta manera, si nuestra exposición implica un discurso de este tipo, será fundamental que tengamos en cuenta todos aquellos datos de relevancia que le darán sentido a nuestro mensaje. Para ello se pueden citar fuentes, acudir a textos relacionados con el tema a tratar y mencionar a distintos especialistas en la materia.

En cambio, el discurso expresivo tiene como fin primordial transmitir los sentimientos del orador sobre un tema determinado. Por lo tanto, el lenguaje técnico no será tan necesario y existe un campo semántico más lírico. Por mencionar un caso, esta forma discursiva se utiliza mucho en exposiciones motivacionales o de autoayuda. Entonces, la subjetividad del orador aparecerá como un elemento más del discurso, lo que implica que, a diferencia del discurso informativo, el uso de la primera persona sea frecuente.

Habiendo estudiado los discursos informativos y expresivos, es momento de detenernos en otras posibles diferenciaciones, porque ya sea que se trate de uno o del otro, pueden tener, a su vez, distintos fines discursivos. Veamos, entonces, estas posibilidades. Por un lado, nos podemos encontrar con un discurso motivacional, que es aquel cuyo fin es motivar e impulsar a un determinado grupo a la realización de una idea, concepto o acción determinada. Este tipo de discurso es muy frecuente en el ámbito deportivo, por ejemplo.

Luego, otra posibilidad es el discurso apelativo, que intenta influenciar al oyente para persuadirlo a hacer determinada cosa. En este caso, su elaboración hace uso del modo verbal imperativo y de oraciones interrogativas. Además, prima la segunda persona, tanto

del plural como del singular, y oraciones exhortativas que evidencian el cometido del mensaje.

Ahora bien, no hay que confundir este último con el discurso netamente publicitario. Este tipo tiene como objetivo ofrecer y vender algún servicio, producto o idea. Por lo tanto, un discurso publicitario debe ser atractivo para llamar la atención de los oyentes y precisar de toda la información necesaria para que no pase desapercibido nada importante para generar la acción.

Veamos ahora otra posible categorización que se realiza teniendo en cuenta el modo de construcción de los discursos. En primer lugar, mencionaremos al discurso narrativo. Se trata de aquel que expone una serie de hechos a través de una trama y argumento. Es por este motivo que suele aparecer en textos literarios, pero también en el ámbito periodístico y en los noticieros. En cuanto a su estructura podemos destacar que contiene un inicio, nudo y desenlace, por lo que a lo largo de todo el discurso presenta una intriga que mantiene al receptor atento, ya que hasta el final no conoce el desenlace.

El discurso narrativo se puede utilizar para introducir el discurso o en el medio del relato, para matizar la oratoria con anécdotas o hechos que, en un tono de narración, llegan de manera más cálida y adecuada al público.

Luego, el discurso expositivo busca explicar de manera concisa, clara y objetiva una temática en particular. La estructura de estos discursos también está compuesta por una introducción, en la que se aclara el tema que será tratado, un nudo y, finalmente, un resumen o epílogo donde se repasan las principales nociones que se expusieron.

Por último, el discurso argumentativo podemos decir que lleva a cabo la función de persuadir al destinatario acerca de una determinada cuestión, a través de su comprensión lógica. Por eso, los argumentos a los que atiende el emisor deben ser respaldados de manera racional, presentándose coherente al entendimiento del receptor. Esto quiere decir que el interlocutor debe percibir que se le trasmite una verdad universal. Es por este motivo que la estructura de este tipo de discursos se compone de una tesis o idea a demostrar, que se plantea al principio, y luego se exhiben los argumentos que generan la conclusión en la que se reafirma la idea inicial con las justificaciones racionales expuestas.

Para finalizar con la serie de tipificaciones que estuvimos realizando, según el fin específico del discurso, en esta ocasión lo analizaremos en sus aspectos socioculturales,

es decir según los ambientes sociales que rodean a la ponencia. Aquí entran los discursos técnicos o profesionales, los discursos formales y los familiares.

Por empezar, es importante señalar que los discursos técnicos, que son aquellos que se utilizan en profesiones y oficios, utilizan un argot determinado. Esto quiere decir que el lenguaje y las conceptualizaciones con las que se conforma el discurso son específicos de ese medio.

Luego, en el discurso formal el mensaje es culto, es decir, de cultura letrada, por lo que no tiene expresiones coloquiales ni regionalismos. Apela a un público con un determinado status que pueda comprender dichos formalismos. En cambio, el discurso familiar se puebla de lenguaje no formal y coloquial, e importa más el mensaje que se da que las formas. Esto se debe a que hay una relativa cercanía entre el orador y el receptor que le permite usar este tipo de discurso.

Por último, los discursos pueden diferenciarse según los fines estéticos que tengan. Existen, entonces, discursos cuyo contenido lírico es casi nulo, mientras que hay otros que pueden clasificarse dentro de la categoría de discurso poético, que son aquellos que expresan los sentimientos del emisor a través de un lenguaje con fines esencialmente estéticos. Para ello se usan vocablos polémicos, sorprendidos, que el lector u oyente no se esperan, adjetivaciones propias de quien habla o escribe, y la subjetividad. Además, cabe destacar que son frecuentes los recursos poéticos de diferentes grados de complejidad.

Ahora bien, otra posible categorización refiere al momento de elaboración del discurso, porque es moldeado según el ámbito y contexto en el que será brindado, sea político, empresarial, jurídico o religioso. Veamos cada uno en detalle. Los discursos políticos son aquellos enfocados a este ámbito, y pueden darse o no dentro del entorno electoral. En estos casos, los oradores expresan sus ideas y propuestas en los principales problemas sociales, económicos y políticos.

Otra variante de discurso político, es el que lleva a cabo quien ya ejerce el poder, como puede ser el presidente, los distintos gobernantes o concejales, y están destinados a informar y persuadir a los integrantes de una determinada comunidad o sector. También, hay que considerar con el mismo enfoque a los discursos diplomáticos, que buscan mejorar las relaciones que un país tiene con otras entidades estatales o supranacionales.

Hay que tener en cuenta, en estos casos, que el orador que se prepare para un discurso político, debe tener a consideración que los medios de comunicación le dan una amplia difusión, sea positiva o negativamente.

Continuemos con los discursos empresariales. Habitualmente, los da un personaje de gran importancia dentro de una empresa, ya sea el gerente, el dueño o un ejecutivo. Generalmente, se enfocan en agradecer a los equipos por el esfuerzo realizado, para informar ascensos, felicitaciones o fiestas de fin de año.

Luego, los discursos jurídicos son aquellos que se desarrollan en el ámbito jurídico, y están enfocados a la búsqueda de la resolución de asuntos legales. Son comunes en audiencias en donde se desarrollan juicios o actuaciones legales, de manera oral. Algunos abogados utilizan artilugios retóricos para el convencimiento de la autoridad, que puede ser un juez o los jurados, independientemente de la cuestión jurídica, ya que suelen apelar a sentimientos de empatía o antipatía por parte de las autoridades, jurados y asistentes. Este tipo de discurso jurídico deriva del derecho romano, y en la actualidad se encuentra ampliamente difundido en los países en donde los juicios se realizan de manera oral, sea en forma total o parcial.

Por último, el discurso religioso o sermón, es aquel que está enfocado en cuestiones de tal índole. A través de ellos, se expresan ideas religiosas, como la moral y los beneficios espirituales que obtienen los individuos dentro de una comunidad consagrada. En este caso, los discursos se enfocan a que la gente piense en los preceptos que cierta religión dicta, así como influye en los diversos ámbitos de la vida dentro y fuera de la iglesia.

Es importante señalar que cada tipo de discurso tiene un tiempo y lugar específico en el cual su uso es recomendado. Asimismo, en diferentes sociedades estos discursos tendrán distinto peso y desigual reconocimiento de validez.

Estilo oratorio

Además de una idea concreta, y un mensaje claro y bien construido, todo orador debe velar por construir un estilo oratorio. Por eso es que, más allá de tener ideas claras y conceptos para compartir con el auditorio, es necesario tener un conocimiento apropiado del lenguaje que se va a utilizar.

Por eso, en esta ocasión nos detendremos en algunas características que se deberían resaltar. Por empezar, cabe destacar que cada orador tiene un estilo diferente que se va

conformando con la propia personalidad y la experiencia. De cualquier manera, el buen orador es aquel que vence la tentación de caer en la soberbia intelectual. Para esto no hay que usar conceptos rebuscados o palabras complejas, que en lugar de hacer quedar como inteligente al orador que las pronuncia, lo distancia de las personas que se sienten menospreciadas.

Como ya mencionamos en oportunidades anteriores, obviamente un orador puede y debe introducir vocablos nuevos. Pero hay que tener en consideración que este tipo de discurso deberá ser claro y preciso y, si se tiene la necesidad de introducir nuevas palabras y conceptos, es necesario clarificarlas para que todos compartan el contenido, y que quede en claro cuáles son las ideas principales.

Ahora bien, hay diferentes métodos en oratoria, algunos más recomendados que otros, pero que sin embargo tienen la posibilidad de coexistencia. Veamos. La lectura es un método que tiende a desaparecer por lo aburrido que puede resultar escuchar a una persona leer un texto, sobre todo si es muy largo. De cualquier manera, si se utiliza en determinadas ocasiones, como discursos políticos o religiosos, la lectura tiene algunas ventajas. Podemos mencionar que permite un estilo más literario, a la vez que previene errores y lagunas.

Sin embargo, hay que tener en claro que el discurso escrito no puede ser muy extenso. Asimismo, deberá ser redactado con la precaución de que está destinado a ser leído públicamente. Pero nunca hay que olvidar que esta estrategia será válida en ciertos casos, mientras que en otros no. Por ejemplo, es impensable utilizarla en un discurso de tipo motivacional, porque le quitaría credibilidad al mensaje que el orador quiere dar.

El siguiente método que analizaremos, es el memorizado. Como bien su nombre lo indica, es aquel en el que el orador aprende de memoria y luego recita, parodiando una improvisación. Pero hay que tener cuidado con esto, porque este tipo de elocuencia no resulta muy bien recibida, salvo que el orador sea un excelente actor que pueda ser capaz de jugar una improvisación falsa.

Continuemos, ahora, con el improvisado, que es la estrella entre los discursos, la forma superior de la elocuencia. Esta técnica impresiona, persuade y conmueve al público, justamente porque la audiencia admira, de inmediato, la superioridad intelectual del orador, el dominio de sí mismo, las dotes de liderazgo, inteligencia emocional y conducción de grupos.

Ahora bien, dentro del discurso improvisado hay dos variantes: una, es la absoluta, por la cual el orador es interpelado para que hable de repente, sin preparación previa. La otra, es aquella en la que el orador es invitado previamente, y puede preparar su discurso con antelación.

Lo importante, que siempre debemos tener en consideración a la hora de preparar y presentar un discurso, es que la mejor forma de elocuencia se refiere a una conversación adaptada al lenguaje y forma de ser y de actuar del orador, donde deberían aparecer las cualidades interpretativas y la frescura, porque esto permite que suenen como nuevas las ideas que han sido preparadas y asimiladas, pero sin miedo a estancarse en la improvisación.