

Material Imprimible

Curso de Oratoria

Módulo 4

**Contenidos:**

- El discurso
- Estructuración y segmentos
- Ideas centrales y secundarias
- Planificación

## Introducción

De acuerdo con la Real Academia Española, un discurso es el “razonamiento o exposición de cierta amplitud sobre algún tema, que se lee o pronuncia en público”. Además, como estudiamos anteriormente, se pueden clasificar de distintas maneras, considerando su contenido, su finalidad y su ambiente social, y son sumamente flexibles en cuanto a su estructuración.

De cualquier manera, y como ya hemos dicho, todo buen discurso debe constar de un orden mínimo, en el que se incluyen los conceptos básicos de introducción, desarrollo y conclusión. Es por este motivo que estas tres partes de una ponencia deben ser estudiadas y analizadas debidamente. Por eso, detengámonos en ellas.

En primer lugar, haremos hincapié en el inicio o introducción. Así como cuando miramos una película y los primeros cinco minutos son decisivos para que nos enganchemos, la primera impresión que se tiene del orador, que incluye su imagen, su sonrisa, su simpatía, su modo de caminar, de pararse y de saludar, son decisivos para que lo respetemos y le prestemos la máxima atención.

Es por esto que, si se da una imagen ganadora, es decir, con seguridad, firmeza y ganas de vincularse positivamente, se habrá ganado ya la mitad de la carrera, porque un buen inicio hace más fácil mantener la atención de la gente durante toda la conferencia.

Además, es importante mencionar que, de acuerdo con la especialista Julia Máxima Uriarte, la introducción debe contemplar una serie de características, que son:

- Por un lado, ser breve, pero brindar datos generales que sirvan para explicitar el tema que se desarrollará a lo largo del discurso.
- Luego, como hemos visto, usar un lenguaje que sea de fácil decodificación, excepto para aquellos discursos científicos o especializados.
- Y, además, mantener el mismo estilo que usaremos a lo largo del discurso.

De cualquier manera, es importante poder cumplir con estas pautas, pero sin perder el interés de la audiencia. Entonces, veamos algunas estrategias para lograr nuestro objetivo. Podemos mencionar que al momento de la introducción existen nueve aperturas clásicas de un discurso que podemos utilizar. Si empezamos mal, es muy probable que nuestro resultado no sea muy bueno, y el inicio significa la mitad de la partida. Por ello es recomendable seguir una serie de pautas para no fallar en esta instancia. Veámoslas juntos.

Una de las formas de entrada posible se basa en cautivar a la audiencia. Normalmente, durante los primeros segundos de una presentación, a juzgar por el lenguaje verbal y

corporal que se muestra, el público ya se hace, de manera intuitiva, una idea de cómo será la charla que el orador llevará a cabo. Por eso es que hay muchas formas de empezar la presentación que no sean las típicas, repetitivas y monótonas. Un primer consejo que podemos brindar es que no conviene lanzar directamente datos, y menos aún empezar con una introducción plagada de conceptos y contenidos.

En cambio, sí es cautivante para el auditorio presentar al inicio un hecho poco conocido o una estadística novedosa, aunque obviamente, ese dato tiene que estar relacionado directamente con el mensaje central de la presentación, no se puede elegir azarosamente. Eso sí, mientras más impactante sea dicho dato, mayor será su efecto.

Por eso, como explica el conferencista Sebastián Lora, utilizar esta herramienta sirve para generar curiosidad, lo que despertará el interés en el público y lo hará querer escuchar más. Un ejemplo que pone de esta situación es comenzar el discurso diciendo “estudios recientes confirman que el 80% de la población trabajadora mundial no es feliz con su trabajo”.

Luego, cuando el orador realiza preguntas que hacen partícipe al público, si están bien elegidas y resultan relevantes para el tema tratado, evocarán una respuesta, involucrarán a la audiencia, eliminarán barreras, y les hará reflexionar acerca de cómo el mensaje les puede ser de utilidad.

Sin embargo, en esta fase inicial es mejor no usar el recurso de hacerlos participar levantando la mano, ya que el público aún no está realmente en tema. Lo mejor es romper el hielo con una pregunta retórica, significativa y provocadora que los deje enganchados, intentando elaborar una respuesta a futuro.

De lo que se trata es de involucrar al público haciendo una pregunta que los haga reflexionar, pero, como en este caso, no se espera que respondan, sino que basta con hacerla y luego seguir con nuestra presentación. Pero lo que logramos con este recurso, es que la audiencia sienta mayor interés porque ya los hemos hecho partícipes de nuestra exposición.

La siguiente posibilidad que veremos es la de empezar contando una anécdota, que es un recurso sumamente interesante para darle comienzo a una charla. Pero hay que tener en cuenta que, en caso de elegir comenzar de esta manera, es imprescindible ser auténtico. Si se trata de una historia personal, mejor aún, porque el público notará que estamos comprometidos y él también se comprometerá con la charla.

Lo que sucede con esta herramienta es que una buena anécdota crea inmediatamente empatía con el público. Tiene la habilidad de lograr que un tema lejano o abstracto para el oyente se transforme en algo más concreto que lo conecte con el orador y su relato.

Ahora bien, muchas veces se piensa que, si se va a contar una anécdota, es necesario que sea graciosa. Pero es importante remarcar que no es necesario teñir todo de humor. Si la anécdota es humana, entretenida, sentida, no hace falta que también cause gracia.

Por supuesto que si despierta el humor en la gente es un plus, pero lo que se recomienda es no buscar la risa desesperadamente, porque se puede provocar el efecto contrario. No todo el mundo resulta gracioso, por eso tampoco se recomienda empezar con un chiste, ya que puede llegar a ser contraproducente para la imagen del presentador y el respeto del público.

Sin embargo, no abusar del humor no quiere decir prescindir de este recurso. Desde una óptica ligada con las neurociencias, la risa es un ejercicio muscular, y se trata de una técnica respiratoria que sirve para liberar endorfinas. La sensación socio-afectiva de placer y de gratitud que la risa ocasiona, resulta un estimulante psíquico que acerca al orador y al oyente, y crea un vínculo empático entre ellos. Entonces, debemos pensar si el tema a tratar amerita una apertura humorística o si es preferible desistir de ese recurso, así como evaluar si lo que diremos realmente puede resultar gracioso para la audiencia o si quedará como algo forzado.

Continuemos con otra de las posibilidades. El orador puede optar por arrancar con un aforismo, dicho o refrán popular, siempre teniendo en cuenta que lo que se elija para introducir el discurso, debe estar íntimamente relacionado con la idea central. Si los usamos con inteligencia y oportunamente, la charla resultará mucho más entretenida.

Esta opción es efectiva para la introducción porque permite que las personas se conecten emocionalmente con los recuerdos que se evocan con los refranes, por lo que también hace que la audiencia conecte profundamente con el orador.

La siguiente posibilidad que analizaremos es la de traer a colación una analogía o metáfora. Por empezar, definamos qué es. De acuerdo con el especialista Iván Carnicero, “la analogía es una figura lingüística que utiliza una relación simbólica entre dos conceptos”. Así, por ejemplo, si decimos “ella nadaba como una sirena”, estaremos haciendo uso de este recurso. De lo que se trata es de acercar a la audiencia en aquellos conceptos que son más bien lejanos, usando la comparación con aspectos que sean más sencillos o fáciles de comprender.

Eso sí, cuanto más sencilla y clara sea la analogía, más entendible será para la audiencia. Lo que ocurre es que una buena analogía puede servir para planear toda la presentación, de hecho, algunas resultan tan útiles que no sólo arrojan luz sobre un concepto, sino que llegan a convertirse en plataformas para el pensamiento novedoso y generativo.

En cambio, si nuestra analogía es compleja y tan abstracta que no llega a visualizarse aquello a lo que hacemos referencia, o que la tenemos que explicar por su complejidad, no sólo no cumpliremos con nuestro objetivo, sino que, además, la audiencia se sentirá desorientada y no entenderá lo que quisimos decir. Por eso es que, en el material complementario, encontrarán algunos ejemplos para comprender mejor de qué se tratan y evitar caer en aquellas que generen dificultad.

Siguiendo con las ideas para lograr una introducción que sea cautivamente, otra opción, ampliamente utilizada, es citar a una fuente conocida popularmente. Ahora bien, una buena cita no tiene porqué recurrir a grandes personajes, basta con referirse a una fuente prestigiosa y autorizada, que obviamente, como ya se dijo, se refiera al tema central de la conferencia. Lo que aporta esta estrategia es que no sólo atrapa el interés de la audiencia, sino que también brinda credibilidad y respeto del oyente, desde el comienzo del discurso.

A su vez, plantear una retrospectiva es una herramienta que permite captar la atención del público arrancándolo del presente y llevándolo hacia adelante o hacia atrás en el tiempo. Mediante este contraste, podremos mantener la atención continua y resaltar el valor del mensaje que se quiere dejar.

Esta herramienta es muy utilizada en la literatura y en el cine porque sirve para comprender mejor lo que sucede en el presente. De hecho, los famosos flashbacks no son más que eso. Entonces, sirven para explicar las causas o los motivos del tema que vamos a tratar y sirven para que el oyente entienda por qué hablamos de cierto tema.

Finalmente, la última opción que analizaremos para las entradas de los discursos son las aperturas combinadas. No está prohibido combinar las aperturas clásicas descritas más arriba, de hecho, ya pudimos apreciar que eso sucede en algunos de los ejemplos que mostramos. Lo importante es memorizar la siguiente clave: la apertura que usemos, siempre debe tener relación con la idea central de la conferencia. Pero no debemos olvidar que la apertura es solamente el principio, todavía queda dar todo el discurso, por lo que la partida todavía no está ganada.

Hasta el momento, conocimos 9 herramientas que son esenciales para no dejar pasar la oportunidad de realizar una buena entrada ante el público. Y, aunque se haya

mencionado anteriormente, no está de más repetir que cuando hacemos una presentación, los primeros minutos, y hasta los primeros segundos, de una presencia frente al público son decisivos.

Otra estrategia que capta la atención de los presentes es quedarse en silencio durante los primeros segundos del discurso, lo que en general puede causar incertidumbre, intriga o, incluso, gracia. De esta manera, esa primera parte, que descoloca un poco al público, cobra sentido cuando nos damos cuenta de qué va a ser la charla.

Por otro lado, teniendo en cuenta que muchas de las exposiciones actuales cuentan con un apoyo tecnológico, podemos acudir a esta posibilidad para el inicio. Una opción, ampliamente utilizada, es la de empezar mostrando una foto. Por supuesto que, como venimos diciendo, tiene que tener algún grado de conexión con el tema a tratar, pero su utilización puede ser un excelente punto de partida para llevar hacia una reflexión e, incluso, para hacer partícipe a la audiencia. También se puede acudir a un video de Youtube para causar el mismo efecto.

Otra posibilidad es la utilización de Power Point. Supongamos que, por ejemplo, queremos empezar con una cita famosa. Entonces, una opción es escribirla en Power Point, siempre teniendo en cuenta que debe estar entre comillas. Además, podemos escribir el nombre del autor e incluso podemos agregar su imagen. De esta manera, a la vez que decimos la frase que elegimos, podemos contar con ese soporte visual.

Así como establecimos determinadas pautas y dimos algunas recomendaciones para lograr el objetivo de la introducción, también es fundamental detenernos en aquello que no es aconsejable hacer. Una de las primeras cosas a mencionar es empezar leyendo un texto. Esto es por varios motivos. En primer lugar, porque produce la sensación de que no está preparado el material que se va a presentar, lo que, automáticamente, reduce la credibilidad de la audiencia.

Pero, también, porque marca una distancia con el público, debido a que la vista muy pocas veces será dirigida a él, ya que estará más enfocada en el texto. Recordemos que, cuando hablamos de la comunicación no verbal, el contacto visual era un punto fundamental para lograr la cercanía con las personas. Entonces, si nuestra mirada no va a estar concentrada en ellas, lo único que ganaremos será distanciarnos.

## **Nudo**

Es momento de continuar con la siguiente parte que constituye un discurso, y con esto nos referimos al nudo y las transiciones. Cuando llegamos a esta instancia, es importante

---

que el desarrollo de la conferencia tenga consistencia. Es decir, que los diferentes contenidos que se han preparado se desarrollen de modo natural, bien entrelazados por transiciones y sin saltos bruscos. Saber pasar de un tema a otro, relacionar una diapositiva con otra y no dudar de cuál es el concepto que sigue, genera un auditorio sereno y enfocado en lo que se dice. Veamos entonces algunas pautas para lograr nuestro objetivo.

Dentro del contenido del discurso deberemos desarrollar una idea central. Esta idea, en torno a la cual gira la información, se llama dominante. Pero ojo, hay que saber distinguir que, de todas las ideas dominantes, no todas son las principales. También están las ideas secundarias. Analicemos sus diferencias.

La idea principal, en torno a la cual se deberá organizar el discurso, expresa una información básica para el desarrollo del tema que se toque en la presentación. En cambio, las ideas secundarias expresan detalles o asuntos derivados del tema principal. De hecho, a menudo estas ideas amplían o ejemplifican la idea principal.

Entonces, cuando hablamos de comunicación oral, las ideas principales de un mensaje pueden no ser claramente expresadas si el orador no tiene en claro qué mensaje quiere transmitir, y si no acompaña su mensaje con las condiciones oratorias de las que se habló anteriormente.

Por eso es importante comprender que la idea principal de un mensaje es siempre lo más relevante a comunicar, lo que no debe ser pasado por alto por el oyente. Es el corazón del discurso, aquello que le queda al interlocutor, que lo hace reflexionar, buscar más información o que sienta la necesidad de continuar escuchando a ese orador en una próxima conferencia en la que se toque ese tema.

Pero, como dijimos, a pesar de que la idea principal es la estrella del discurso, existen ideas "satélites", ideas secundarias, muy valiosas para reforzar el concepto clave y aportar matices. Por lo tanto, como funcionan como complemento de la idea central, su contenido es importante y aporta información valiosa. Sin embargo, en caso de suprimirse estas ideas, el mensaje que se quiere comunicar no se ve afectado.

Por ende, su funcionamiento se basa en un desglose de un tema madre o una ejemplificación práctica del mismo. Y, si bien su ausencia no cambia el contenido, todo discurso debe tener ideas secundarias que permitan conectar aún más las ideas principales del orador con el auditorio al que se dirige.

Entonces surge la siguiente pregunta: ¿cómo hacemos para identificar la idea principal del texto? Distinguir la idea principal de aquellas secundarias es uno de los puntos más importantes en la oratoria. Precisamente, saber diferenciar claramente cuáles son los puntos destacados de la exposición y qué ideas son complementarias, aportan una estructura lógica a esa exposición oral.

Por lo tanto, una de las primeras pautas a tener en cuenta es que una idea principal es aquella que, en caso de suprimir el resto del párrafo, sigue teniendo el mismo valor y el mismo significado por sí misma. Esto se debe a que, si quitamos el resto de ideas que refuerzan el concepto central, igual se sigue entendiendo el mensaje, por eso se dice que son superfluas.

Entonces conocer cómo se estructura el discurso es una herramienta útil para no estancarse en plena exposición. Pensemos que quedarse en blanco suele ser uno de los miedos más frecuentes entre quienes quieren mejorar su oratoria.

Luego, es importante unir el principio con el final del discurso. Este recurso da la imagen de una oratoria sólida y refuerza la credibilidad y el lazo de confianza entre el auditorio y quien realiza la presentación. Por eso nos centraremos en 5 métodos que permiten realizar este proceso de unión entre el principio y el final de un discurso.

El primero se basa en un modelo de pregunta-respuesta y tiene 2 modos de manifestarse. La primera variante se da cuando, al comenzar, después de un corto bloque se puede hacer una pregunta a la audiencia que aún está fría. Debe ser una pregunta cerrada, es decir, aquellas que se contestan por sí o por no, de forma que se pueda hacer un recuento aproximado pidiendo que levanten la mano para responder.

Lo que sería muy bueno es que la pregunta estuviera relacionada con el cambio que esperamos lograr en la audiencia, porque cuando concluya la charla, podemos hacer otra vez la pregunta y contar las respuestas. En ese momento, lo que debería suceder es que haya una gran diferencia entre la respuesta del inicio y la respuesta del final. Por eso es que con este recurso se consigue poner de manifiesto el éxito de la presentación. Sin embargo, también encierra un grave riesgo: si la presentación ha sido un fracaso también se reflejará en la respuesta del final.

La otra variante consiste en que, después de haber roto el hielo, también se le haga una pregunta al auditorio, pero esta vez abierta, es decir, aquella que permite que el interlocutor se explaye en la respuesta. Para esto es útil que el público no conozca la

respuesta, así aparece un componente de misterio que atrapa la atención. Al igual que en el caso anterior, es bueno que al final volvamos a hacer la pregunta y ver si la responden ahora sí, con certeza. De esta manera podremos ver, basándonos en lo que acabamos de exponer, si se pone de manifiesto que han logrado un aprendizaje.

Al segundo proceso lo denominaremos modelo de historia-resolución. En este caso, la presentación se inicia narrando una historia relacionada con el tema que vamos a tratar. Tengan en cuenta que es de utilidad contar una historia, en la medida de lo posible personal, donde el protagonista deba tomar una decisión relacionada con el cambio que se plantea. Y luego, en el desenlace la historia debe terminar en éxito, para reforzar la idea de que la decisión que se propone es la correcta. Y otra posibilidad es ir recuperando la historia a lo largo de la presentación, para que la audiencia vaya asimilando el mensaje durante toda la charla.

Pasemos, entonces, al tercer método de unión, que es mediante la promesa y cumplimiento de la promesa. Esto se basa en enganchar hasta el final del discurso a los oyentes con una promesa de resolución, como ocurre en muchos casos en los que se comienza haciendo una pregunta y afirmando que más adelante se conocerá la respuesta. Entonces esa promesa se deberá cumplir antes de dar por terminada la conferencia, y tiene que tener algún tipo de relación con el mensaje que la charla quiere transmitir, ya sea con un dato estadístico relevante o alguna solución que se develará hacia el cierre.

¿Y qué creen que ocurrirá si utilizamos una frase provocativa que genere incompreensión en la audiencia? A este cuarto proceso de unión lo denominamos, incompreensión-compreensión. Por ejemplo, supongamos que tenemos que presentar un producto nuevo y decimos: “este desodorante no es el más económico, más bien es el más caro”. Esto desconcertará a la audiencia, que estará esperando el cliché de que tu producto es el más barato. Lo que sucede es que ese desconcierto inicial va a favorecer que el público quiera seguir escuchando. Entonces, al final podemos retomar la frase que provocó a la gente y repetirla, ya con otro sentido claro, porque habremos rondado esta frase durante toda la charla con los conceptos clave relacionadas a ella.

Finalmente, el último modelo es el de recuperar el recurso usado en el inicio. Entonces, cuando empezamos podemos hacer una pregunta retórica, explicar una curiosidad, contar una anécdota, citar algún personaje famoso, decir un refrán o dicho popular, utilizar una metáfora, o plantear una dinámica. En cualquier caso, hacia el final, lo

podemos recuperar y usarlo como trampolín para proyectar nuestro mensaje. La idea es dar la sensación de cerrar un círculo.

### Cierre

Si bien ya estuvimos analizando algunas maneras de redondear nuestra presentación, es necesario que nos adentremos en detalle en el cierre. Pensemos que esta última parte del discurso, algunas veces, es lo único con lo que la gente se queda. Así que, si se tiene una introducción excelente, pero se descuida el cierre, no se tendrán buenos recuerdos de aquella ponencia. De hecho, si el cierre decae, es altamente improbable que vendamos un producto, un servicio o una idea. Entonces, la idea es apuntar a un cierre que deje al auditorio reflexionando, con ganas de seguir escuchando sobre el tema e inspirados para la acción.

Por eso es que esta parte cobra tanta importancia. Porque, incluso si la situación fuera al revés, es decir, si se realiza una mala primera parte del discurso, un buen cierre puede significar el momento en el cual remontar la ponencia. Por ello se hace necesario estudiar las claves de cierre para recomponer un inicio nervioso o débil. Cabe remarcar que nuestra búsqueda siempre es la de impactar al finalizar un discurso.

Por empezar, es importante señalar que, según sea la naturaleza del discurso, podremos usar una de estas opciones, o una combinación de ellas, para dar un cierre a nuestra presentación de forma memorable para el auditorio, para que recuerde, no sólo el contenido, sino esencialmente al orador.

Para esto, los recursos más importantes que podemos utilizar son:

- Por un lado, como ya dijimos, podemos retomar el inicio, es decir volver a la idea o anécdota contada en la introducción y que dio paso al desarrollo del discurso. Usar esta estrategia le dará al público la sensación inconsciente de que llega el cierre.
- Otra posibilidad es la de sugerir una reflexión. Es decir, antes de llamar a la acción, se puede lanzar una idea que se pueda elaborar mentalmente, sin por ello recurrir todavía a la acción. Tener que desarrollarla en su mente hace que el público valore diferentes actitudes frente a un concepto y que pueda adoptar otros puntos de vista que, hasta el momento, no se había planteado.
- Luego, la siguiente opción sí es incitar a la acción, es decir, convocar al público a realizar una acción relacionada con la idea central del discurso, y que le reportará

una utilidad o beneficio. Para ello, es útil hacer un ejercicio previamente, o una dinámica de grupo, donde la gente tome consciencia de lo importante de accionar y de no quedarse en la intención o la teoría, solamente. Pensemos que aquello que se vivencia dará más posibilidades de tomar acción en algún momento, pasada la exposición oratoria.

- También podemos recapitular contenidos. En ocasiones, ya sea en aquellos casos de presentación de productos, de charlas de preventa o de discursos, es útil refrescar los puntos clave de la ponencia como si se tratara de un resumen, y cómo se va apuntando siempre al mensaje central.
- Además, es fundamental enamorar al oyente del mensaje que queremos dejar en él. Por eso, además del plan de acción que deberemos dejar en el participante de nuestra charla, tendremos que plasmar una imagen de un futuro cercano con los cambios que hará por haber participado de esa ponencia e internalizado determinadas ideas. Esto bastará para que el germen del cambio se instale en el asistente y quiera incorporar de alguna manera los contenidos nuevos que ha aprendido. Con esta instancia se cumpliría uno de los fines clave de la oratoria, que es el de persuadir.
- Y, por último, siempre hay que tener en consideración la posibilidad de dejar al oyente con ganas de seguir escuchando al orador. Es decir, no debemos “gastar todos los cartuchos” en una sola ponencia. Se puede adelantar un atisbo de lo que sería una charla próxima o de lo que el oyente puede encontrar en un blog o en un libro escritos por el orador. Entonces, de lo que se trata es de dejar siempre un concepto no del todo desarrollado en la actual presentación, de manera que el auditorio tenga ganas de buscar más información por otros medios, o de asistir a un próximo evento del orador.

### **Planificación**

Para finalizar, y a modo de resumen, podemos decir que la planificación es la etapa más delicada del proceso comunicativo, y la que mayor rigurosidad conceptual debe poseer. Esto tiene que ver con que el orador debe tener en claro que su misión es hacer pensar y reflexionar muy profundamente sobre el contenido conceptual del discurso, que debería ser riguroso, pero también agradable, para el hablante y para el oyente.

Entonces, para la estructuración de un discurso, hay que tener en cuenta el tema principal, los temas secundarios y los temas de apoyo. Pensemos que el tema principal lleva a los conceptos clave, los que se jerarquizan, mientras que las ideas secundarias, y los temas de apoyo tienen que actuar como hilos conductores al tema principal. De esta manera, esos temas auxiliares, acompañados de las emociones, resultan muy importantes para definir lo argumentativo del discurso. Por lo tanto, una vez que tengamos estas ideas en orden, podremos preparar un ensayo escrito sobre el discurso que se va a dar, así como el material que entregaremos como respaldo.

Algunas ideas son:

- En principio, debemos hacer una introducción de una hipótesis de trabajo.
- Luego, podemos presentar una serie de preguntas, que se intentará desarrollar durante la exposición.
- De esta forma, podremos comenzar con la exposición de un relato corto que se adapte al problema.
- Y podemos pensar en presentar un fragmento de video que impacte al oyente.
- Después está la posibilidad de armar una dinámica intergrupala.
- Para que, finalmente, estemos en condiciones de elaborar un diagnóstico de entrada, sobre aquellos preconceptos de los oyentes.

Luego, en lo relacionado con el desarrollo del corpus o ideas principales del discurso, es imprescindible variar los métodos de exposición, para que la presentación no se vuelva aburrida y monótona lo que, como sabemos, causaría un impacto negativo en la audiencia.

Pero tampoco habrá que abusar de los recursos audiovisuales, porque, si bien los recursos tecnológicos dan muchas posibilidades, hay que utilizarlos de forma justificada y medida para que no ocasionen el efecto de distracción que impedirá retener el contenido clave.

Y, para finalizar, es imprescindible dejar conclusiones claras y precisas. Es útil para ello escribir un cronograma de exposición. Es decir, elaborar un mapa conceptual con los principales temas a desarrollar, que puede servir como guía para el orden del desarrollo de la conferencia. Pero tengamos en consideración que, cuando lleguemos al cierre, no es necesario alargarlo más allá de lo previsto buscando reconocimiento. Si el discurso ha sido rigurosamente preparado, con seguridad se lo recordará.

---

### Discurso atractivo

Para generar un discurso atractivo, en primer lugar, se debe crear un vínculo afectivo entre el orador y el auditorio. A este aspecto lo llamaremos “conectar”. Esto se logra entrando con una sonrisa franca y sintiendo de verdad lo que se transmite, dejando de lados poses artificiales o la soberbia académica.

Siempre tengan presente que hablar desde el corazón y dar una buena imagen e impresión de entrada, hará que se gane la confianza del auditorio. Por eso es que esos primeros minutos de conexión son decisivos en el éxito o fracaso de la charla.

Luego, no podemos olvidar que toda alocución oratoria debe sustentarse en hechos que se basen en una conclusión lógica. Es decir, todo lo que se dice tiene que tener una buena base y datos empíricos demostrados. Por eso es que autores, fuentes o líneas de trabajo, estarán presentes en la charla. Lo que hay que considerar es que, en lo que se refiere a contenido, no vale “improvisar”, porque el público lo notará de inmediato y le retirará todo apoyo y atención. Aquí radica la importancia de realizar una buena argumentación que sustente nuestro discurso.

Y, finalmente hay que mencionar la importancia de realizar correctas analogías. Esta se basa comparar o relacionar varias razones o conceptos, objetos o experiencias, apreciando y señalando características generales y particulares, pero sin caer en la complejidad que haga que el oyente se quede más preocupado pensando qué quisimos decir que en lo que efectivamente estamos diciendo.