



CAPACITARTE

Es ser líder de tu vida



Curso de Oratoria

Módulo 1

Es sabido que, en la actualidad, la comunicación ha cobrado tal importancia que casi nada del ámbito laboral, se define sin ella. Una buena oratoria para la actividad profesional y personal, y la forma de acceder a un discurso atrayente y persuasivo para cautivar al público, ya sea en el ámbito de las ventas, la docencia, las reuniones de equipo, las presentaciones de producto, o en cualquier área de la vida laboral y personal, se han hecho francamente imprescindibles. Hay personas que nacen con el don de la oratoria y otras mediante el esfuerzo, pueden aprenderla.

El miedo a hablar en público es muy común y puede arruinar las mejores carreras. La buena noticia es que se pueden aprender técnicas oratorias que faciliten dominar el arte de hablar.

Existe una premisa clave que debemos tener en cuenta para mejorar nuestra oratoria: “Es más importante cómo se dice algo que lo que se dice”

Un ejemplo que grafica esta afirmación puede verse a la hora de contar un chiste. El mismo relatado por dos personas puede resultar muy gracioso en un caso, y fatal en otro, según la actitud, el modo de expresarse, las entonaciones y otros recursos de los que disponga y haga uso el orador.

3 estrategias básicas para aprehender esta arte:

Siempre tener a consideración que escuchar favorece la oratoria

Cuanto mejor escuches a tu interlocutor, y comprendas con atención lo que te dice, mejor te expresarás después. Por más locuaz que sea una persona, no resulta un buen orador si no está atento a las preguntas y comentarios que su auditorio le hace.

No saber escuchar predispone mal al otro. Quien no escucha no es bien recibido, resulta egocéntrico y poco interesado. Por eso si se quiere que los oyentes presten atención cuando le toque el turno de expresarse al orador, deberá antes, ser un buen oyente.

En segundo lugar, un buen orador debe continuamente enriquecer su vocabulario.

La única recomendación posible y efectiva para estos casos es la lectura. No existe el abuso de lectura; ya que siempre es poco lo que una persona puede leer. Es útil generar hábitos tales como subrayar las palabras desconocidas, buscarlas en el diccionario e incorporarlas al lenguaje. Disponer de mayor cantidad de palabras para armar un mensaje hará más sólido y firme lo que se pretende comunicar.

Finalmente, La última estrategia consiste en Eliminar las muletillas superfluas que pueblan nuestro discurso. Comúnmente llamadas ripio o latiguillo, son aquellos vocablos innecesarios en un buen orador, que rellenan los espacios ante la duda, el nerviosismo o la inseguridad.

Su abuso hace el discurso reiterativo y da cuenta de un texto no muy bien preparado. Hay que tomar aire entre párrafo y párrafo y así, tranquilizarse para pensar y retomar el hilo sin pronunciar esos ansiosos latiguillos. Lo importante de eliminarlos es que son un elemento distractor para el oyente y hacen que el mensaje no sea claro y contundente.

Tipos de lenguaje

Existen 3 tipos de lenguaje: el verbal, el corporal y el gestual (ambos, no verbales).

Sorprendentemente, hay un predominio del lenguaje no verbal en la efectividad de esa transmisión. Nada vale tener un contenido acertado sino no lo acompañamos con la postura y la actitud adecuadas a lo que se dice, y con los gestos y emociones que corresponden a cada párrafo del discurso.

En fin, lo que se busca es coherencia en el mensaje, coherencia entre lo que se dice, se piensa, se siente y se demuestra. Resulta casi increíble cuando se escucha por primera vez este concepto pero, prácticamente, el impacto de la comunicación no verbal (corporal y gestual) es muchísimo mayor y revela más, sobre la personalidad del orador y sobre el mensaje mismo que la comunicación verbal.

Los tipos de comunicación

Se agrupan en dos grandes bloques:

-La comunicación verbal usa la lengua como código compartido, y abarca la oral y la escrita.

-La comunicación no verbal o para-verbal se apoya en códigos como la emisión e interpretación de los gestos, las inflexiones de la voz, los tonos y las emociones. Este tipo de lenguaje no verbal no sólo aplica a los contenidos que se manifiestan sino, especialmente a las emociones que se transmiten al auditorio. Esas emociones dan cuenta de la seguridad y firmeza o la falta de ellas en el orador.

Los elementos de comunicación no verbal

En primer lugar está la Kinesia o Kinésica: son todos los movimientos corporales que tienen un significado y que pueden utilizarse tanto para reforzar lo que se expresa mediante comunicación verbal como para contradecirlo. Lo ideal es que refuercen el mensaje verbal.

El estudio de los movimientos kinésicos se ha hecho aislando todos los posibles ámbitos del comportamiento y de esta manera, se estudia cada una de las expresiones que se comunican desde lo no verbal

- La postura, a través de la cual el orador debe transmitir al auditorio, confianza y seguridad, será erguida, de pie, con base firme sobre los pies, y con la cabeza, también erguida. Luego de entablar el primer vínculo con los oyentes, se pueden adoptar otras posturas como sentarse, acercarse más a

los asistentes o incluso, sentarse cada tanto. Todo esto no antes de establecer un vínculo, a través de la presentación, una anécdota, un relato...

- La gestualidad es importantísima, excepto cuando demuestra nerviosismo o incomodidad. Los gestos como las posturas habrán de reforzar el mensaje verbal.
- La expresión facial es la que rinde cuenta de las emociones y logra conseguir una respuesta veloz en el público. Si la expresión de la cara es relajada con una destacada sonrisa que no sea artificial sino genuina, creará una gran conexión y buena disponibilidad para atender a su alocución, por parte del auditorio.
- Hacer contacto visual con cada persona es, junto a la postura, uno de los mejores métodos para captar la atención. Asimismo, es bueno preguntar y obtener información de los presentes para conocerlos y reforzar el vínculo. Cuando se habla de hacer contacto visual, se habla de mirar a los oyentes e involucrarlos en el discurso pero no sostener demasiado tiempo la mirada en algunos de ellos porque se sentirán intimidados. Recordar que es un discurso y no un interrogatorio policíaco, es una buena máxima.
- Es útil desplazarse entre la gente para generar confianza e interés pero sin hacer caminatas en sentido repetitivo (como ir y volver en el mismo lugar), o demasiado bruscas, que lo que en realidad hacen, es distraer la atención.

La Proxémica

Se basa en la forma en que se usa el espacio. Se refiere a una serie de comportamientos no verbales acerca de la estructuración del espacio inmediato de la persona.

En aquello que nos concierne que es la oratoria, diremos que en proxémica se considera el espacio personal y la conducta. Los estudios acerca del espacio personal dice que este es el espacio que nos rodea, al que no permitimos entrar a los otros, a excepción de que

los invitamos o en circunstancias especiales. Ese espacio se extiende hacia delante más que a los lados y a las espaldas. Igualmente, según la cultura donde se esté inmerso, es distinto.

La proximidad física entre los alumnos del grupo, y entre ellos y el orador, debe ser tal que no resulte tan próxima que incomode ni demasiado lejana, que desconcentre. Es bueno que el orador hable por momentos desde el frente, pero que también circule entre los asistentes, para integrarse y reforzar la conexión.

La comunicación verbal

La comunicación verbal es aquella en la que su contenido es solamente, la palabra. Las pautas que debe tener la comunicación verbal para ser eficiente son:

- 1) La claridad, cuando el orador tiene sus ideas confusas se transmite en la expresión y resulta inentendible para los oyentes.
- 2) El conocimiento del target al que se dirige, es decir, adecuar el lenguaje al público que se va a tener. Distintos públicos tienen distintos intereses, formas de expresarse, y conocimientos. Está en la habilidad del orador, poder adaptarse a las necesidades de cada grupo de oyentes.
- 3) Ser breve al hablar, entendido como no usar más de las palabras necesarias. Las expresiones breves son más fáciles de seguir, más persuasivas y comprensibles para el oyente. Hay que recordar que mantener la atención durante largo tiempo es un punto clave en la oratoria, y cuanto más conciso y atractivo es el mensaje, mejor.
- 4) Y finalmente la sencillez; No alardear usando palabras difíciles para impresionar al auditorio. Si no se genera el efecto contrario al que se busca. Es lícito introducir palabras nuevas, desconocidas para el auditorio, pero siempre explicando de qué se trata ese concepto. En cambio, si se habla con términos desconocidos y no se explica su significado, dejará al auditorio confuso y avergonzado por no conocer esas palabras.



CAPACITARTE

Es ser líder de tu vida