



CAPACITARTE

Es ser líder de tu vida



Curso de Oratoria

Módulo 2

El discurso

Hay tres partes de una ponencia que se deben tener estudiadas y analizadas debidamente:

En primer lugar, 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: 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.

Si se da una imagen ganadora (es con seguridad, firmeza y ganas de vincularse positivamente) se habrá recorrido ya, la mitad de la carrera. Debido a que un inicio bueno hace más fácil mantener la atención de la gente durante toda la conferencia.

Luego se encuentra el nudo y las transiciones: Es importante que el nudo de la conferencia tenga consistencia, y nos referimos a 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, generan un auditorio sereno y enfocado en lo que se dice.

Finalmente, tenemos el cierre. Esta última parte del discurso es, algunas veces, 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. 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.

Aperturas clásicas de un discurso

Continuando con nuestro recorrido teórico analizaremos en las próximas diapositivas, las nueve aperturas clásicas de un discurso.

Si empiezas mal, es muy probable que tu resultado sea no muy bueno, ya que como se dijo en otros módulos, el inicio significa la mitad de la partida. Pero si seguimos una serie de pautas, podemos quedarnos tranquilos en que no va a fallar el inicio de nuestros discursos.

- 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 el orador que la llevará a cabo. Hay muchas formas de empezar la presentación que no sean las típicas, repetitivas y monótonas. No conviene lanzar directamente datos, y menos aún empezar con una introducción plagada de conceptos y contenidos.

En cambio es cautivante para el auditorio presentar al inicio un hecho poco conocido o una estadística novedosa. Obviamente, ese dato tiene que estar relacionado directamente con el mensaje central de la presentación. Mientras más impactante sea dicho dato, mayor será su efecto.

- Otra opción que el orador puede elegir para su entrada es una pregunta que involucre a la audiencia. Si la pregunta está bien elegida y resulta relevante para el tema tratado, evocará una respuesta, involucrará a la audiencia, eliminará barreras, y les hará reflexionar acerca de cómo el mensaje les puede ser de utilidad. 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.

- Contar una anécdota puede ser un recurso interesante para darle comienzo a una charla. En caso de elegir comenzar con una anécdota, es imprescindible ser auténtico. Si se trata de una historia personal, mejor aún porque el público te notará comprometido y también se comprometerá con la charla. 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.
- Si la anécdota es humana, entretenida, sentida, no hace falta que también cause gracia. Si despierta el humor en la gente es un plus, pero lo que se recomienda es no 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. 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 a orador y oyente y crea un vínculo empático entre ellos.
- El orador puede optar por arrancar con un aforismo, dicho o refrán popular. Siempre lo que se elija para introducir el discurso, debe estar íntimamente relacionado con la idea central. Si los usas con inteligencia y oportunamente, harás la charla mucho más entretenida. Con esta técnica te conectas emocionalmente con los recuerdos que la gente evoca con los refranes, y también, hace que la audiencia conecte profundamente con el orador.

- Traer a colación una analogía o metáfora también puede servir para estructurar atractivamente un discurso. Cuanto más sencilla y clara sea la analogía, más entendible será para la audiencia. Una buena analogía puede servir para planear toda la presentación. Algunas analogías resultan tan útiles que no sólo arrojan luz sobre un concepto, sino que llegan a convertirse en plataformas para el pensamiento novedoso y generativo.
- Citar una fuente conocida popularmente es un recurso muy usado por oradores. 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. Esta estrategia no sólo atrapa el interés de tu audiencia sino que brinda credibilidad y respeto del oyente, desde el comienzo del discurso.
- Así como también, 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, puedes mantener la atención continua y resaltar el valor del mensaje que se quiere dejar.
- Finalmente la última pauta opción que analizaremos para las entradas de los discursos son las aperturas combinadas. No está prohibido combinar las aperturas clásicas descritas más arriba. Memoriza esta clave: la apertura que uses, debe tener relación siempre, con la idea central de tu conferencia. Y, por supuesto, la apertura no es sino el principio. Todavía, queda dar todo el discurso por lo que la partida todavía no está ganada.

Estas 9 herramientas que hemos desarrollados son esenciales para no dejar pasar la oportunidad de realizar una buena entrada ante el público. 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.

Ideas principales y secundarias

La idea en torno a la cual gira la información se llama dominante. Pero, hay que distinguir: de todas las ideas dominantes, no todas son las principales. También, están las ideas secundarias.

La idea principal, en torno a la cual deberás organizar tu discurso, expresa una información básica para el desarrollo del tema que se toque en la presentación. Las ideas secundarias expresan detalles o asuntos derivados del tema principal. A menudo, estas ideas amplían o ejemplifican la idea principal

Hablando 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.

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 quede al oyente, lo haga reflexionar, buscar más información o tenga la necesidad de continuar escuchando a ese orador en una próxima conferencia que toque el tema.

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. Las ideas secundarias en cambio funcionan como complemento de la idea central. Su contenido es importante y aporta valiosa información; 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. Todo discurso debe tener ideas secundarias que permitan conectar aún más las ideas principales del orador con el auditorio al que se dirige.

¿Cómo 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 secundarias, aportan una estructura lógica a esa exposición oral.

Tener en cuenta que una idea principal es aquella que en el caso de suprimir el resto del párrafo sigue teniendo el mismo valor y el mismo significado por sí misma. En cambio, no ocurre lo mismo con el resto de ideas (ésas son las secundarias). Refuerzan el concepto central pero si las quito, igual se sigue entendiendo el mensaje (por eso se dice que es superflua).

Proceso de unión

Nos centraremos en 5 métodos que permiten realizar este proceso de unión entre el principio y el final de un discurso.

- 1) El primero se basa en un modelo de Pregunta / Respuesta y tiene 2 modos de manifestarse.

La primera variante de este tipo se da cuando al comenzar, después de un corto bloque se puede ir lanzando una pregunta a la audiencia que aún está fría. Debe ser una pregunta cerrada (aquellas que se contestan por sí o por no), de forma que puedas hacer un recuento aproximado pidiendo que levanten la mano para responder. Sería muy bueno que la pregunta estuviera relacionada con el cambio que esperas lograr en la audiencia. Cuando concluyas la charla, haz otra vez la pregunta y cuenta las respuestas. Si has hecho bien tu trabajo, la diferencia entre la respuesta del inicio y la respuesta del final, deberá ser notable. Con este recurso se consigue poner de manifiesto el éxito de la presentación pero también tiene 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 puedes lanzar una pregunta al auditorio, pero esta vez abierta (aquella que expresan mucho más que un sí o un no). Es útil que el público no conozca la respuesta así aparece un componente de misterio que atrapa la atención. Es bueno que al final vuelvas a hacer la pregunta y ver si la responden ahora sí, con certeza. Así veras, basándote en lo que acabas de exponer, si se pone de manifiesto que han logrado un aprendizaje.

2) Al segundo proceso lo denominaremos modelo de Historia / Resolución.

La presentación se inicia narrando una historia relacionada con el tema que vas a tratar. Es útil contar una historia (si es posible personal) donde el protagonista debe tomar una decisión relacionada con el cambio que se plantea.

En el desenlace, la historia debe terminar en éxito para reforzar la idea de que la decisión que se propone es correcta. También se puede ir recuperando la historia a lo largo de la presentación, para que la audiencia vaya asimilando el mensaje durante toda la charla.

3) El tercer método de unión es mediante la Promesa/ y cumplimiento de la promesa

Se basa en enganchar hasta el final del discurso a los oyentes con una promesa. Ésta, se deberá cumplir antes de dar por terminada la conferencia y tiene que tener algún tipo de relación, su resolución, con el mensaje que la charla quiere transmitir, ya sea con un dato estadístico relevante o alguna solución que se develará hacia el cierre.

4) ¿Y si lanzas una frase provocativa que genere incompreensión en la audiencia? A este cuarto proceso de unión lo denominamos, Incompreensión / Compreensión

Por ejemplo, si tienes que presentar un producto nuevo puedes decir: "Este desodorante no es el más económico, más bien es el más caro". Esto desconcertará a

la audiencia, que estará esperando el cliché (frase hecha) de que tu producto es el más barato. El desconcierto inicial va a favorecer que te quieran seguir escuchando. Al final, retomas la frase que provocó a la gente y repítela, ya con otro sentido claro, porque habrás rondado esta frase durante toda la charla con los conceptos clave relacionadas a ella.

5) Finalmente, el último modelo es el de Recuperar el recurso usado en el inicio.

Cuando empieces puedes lanzar 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 puedes recuperar y usarlo como trampolín para proyectar tu mensaje. La idea es dar la sensación de cerrar un círculo.

Cierre de un discurso

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 recordar que nuestra búsqueda es siempre impactar con al finalizar un discurso.

Según sea la naturaleza de la ponencia, podremos usar una de estas opciones, o una combinación de ellas para dar un cierre a nuestra presentación de forma memorable para el auditorio, que recuerde no sólo el contenido sino esencialmente al orador.

Los recursos más importantes que podemos utilizar son:

- Retomar el inicio, es decir volver a la idea o anécdota contada en la introducción y que dio paso al desarrollo del discurso le dará al público la sensación inconsciente de que llega el cierre.
- Sugerir una reflexión; 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.

- **Incitar a la acción:** Convocar al público a realizar una acción relacionada con la idea central del discurso y que le reportará una utilidad o beneficio. Es útil previamente, hacer un ejercicio o dinámica de grupo donde la gente tome consciencia de lo importante de accionar y de no quedarse en la intención o la teoría, solamente. Aquello que se vivencia dará más posibilidades de tomar acción en algún momento, pasada la exposición oratoria.
- **Recapitular contenidos.** En ocasiones, ya sea presentación de productos, charlas de pre-venta o 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.
- **Enamorar al oyente del mensaje que queremos dejar en él.** Además del plan de acción que deberemos dejar en el participante de nuestra charla, plasmar una imagen de un futuro cercano con los cambios que hará por haber participado de esa charla 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.
- **Dejar al oyente con ganas de seguir escuchando al orador:** No “gastar todos los cartuchos” en una sola ponencia. Se puede adelantar un atisbo de lo que sería una ponencia próxima o de lo que el oyente puede encontrar en un blog o en un libro escritos por el orador. Dejar siempre un concepto no del todo desarrollado en la actual presentación para que el auditorio tenga ganas de buscar más información por otros medios o de asistir a un próximo evento del orador.

Planificación del discurso

La planificación es la etapa más delicada del proceso comunicativo y la que mayor rigurosidad conceptual debe poseer. 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 el oyente. Para la estructuración de un discurso, hay que tener en cuenta el tema principal, los temas secundarios y los temas de apoyo.

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. Esos temas auxiliares, acompañados de las emociones, resultan muy importantes para definir lo argumentativo del discurso.

Cuando tengas estas ideas en orden, podrás preparar un ensayo escrito sobre el discurso que se va a dar así como el material que entregarás como respaldo.

Hay ideas que se sugieren realizar de acuerdo a la temática que va a abordar:

- Introducción de una hipótesis de trabajo
- Presentación de una serie de preguntas, que se intentará desarrollar durante la exposición
- Exposición de un relato corto que se adapte al problema.
- Presentación de un fragmento de video que impacte al oyente.
- Armar una dinámica inter-grupal
- Elaborar un diagnóstico de entrada, sobre preconceptos de los oyentes.

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 causaría un impacto negativo en la audiencia. Tampoco, habrá que abusar de los recursos audiovisuales. 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.

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 de desarrollo de la conferencia.

Cuando llegues 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.

Tips para un discurso atractivo

Se debe crear un vínculo afectivo entre el orador y el auditorio, a este aspecto lo llamaremos “conectar”. Se logra entrando con una sonrisa franca y sintiendo de verdad lo que se transmite; dejando de lado poses artificiales o la soberbia académica. Hablar desde el corazón y dar una buena imagen e impresión de entrada, hará que se gane la confianza del auditorio. Esos primeros minutos de conexión son decisivos en el éxito o fracaso de la charla.

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. Autores, fuentes, líneas de trabajo, estarán presentes en la charla. En lo que se refiere a contenido, no vale “improvisar”. El público lo notará de inmediato y le retirará todo apoyo y atención. Aquí radica la importancia de realizar una buena argumentación que sustente mi discurso.

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

