

CURSO DE ORATORIA

CURSO de ORATORIA

Módulo N°1:

¿POR QUÉ APRENDER ORATORIA?

Entre las exigencias que impone el mundo actual está el dominio del lenguaje oral.

- Ø La palabra como transmisora eficaz de ideas y de sentimientos.
- Ø La palabra como modo de comunicación.
- Ø La palabra como método para establecer vínculos afectivos, sociales y comerciales.
- Ø La palabra que crea lazos, la palabra que desarrolla conceptos, la palabra que explica, la palabra que transmite órdenes, la palabra que emite puntos de vista, la palabra que vende, la palabra que contacta, la palabra que relaciona.

Como es de público conocimiento, la oratoria es un arte al que, hasta hace poco tiempo se lo vinculaba a un grupo selecto de hombres dotados de talento natural para captar la atención de las masas y mantener un vínculo amoroso con ellos con el fin de persuadirlos y seducirlos mediante el uso afinado del lenguaje. Esta concepción se transformó: **la globalización impone el uso de estrategias comunicacionales y las modernas escuelas de comunicación ponen énfasis en la necesidad de establecer mensajes claros.**

El hombre y la mujer de hoy están expuestos en todo momento y desean causar una impresión favorable en el ámbito laboral, académico y / o afectivo. Esta impresión, no se consigue solo con un buen aspecto, poniendo el énfasis en la apariencia o el look sino también con el dominio de la herramienta más poderosa y acabada: **LA PALABRA.**

La comunicación oral, un acto complejo que involucra a más de un actor, es un trabajo que involucra a todos los hombres del mundo actual.

Ahora bien: **¿todos los hombres tienen talento natural para dicho acto?**

La respuesta es: **No.**

Es más, muchas de esas personas a las que usted admira por su facilidad de expresión lo han conseguido gracias a estudios y esfuerzos. Por ello, **todo hombre está en condiciones de ser un orador, capaz de transmitir un mensaje claro, sin vueltas, con sentido común.** Seguro y confiado en que "sabe lo que dice" y en que esa sapiencia lo habilita para dialogar con sus pares.

¿Dónde se pone en práctica el dominio de la oratoria? En todos los lugares, todos los días y en cada lugar cada día. Los vínculos familiares, afectivos y cotidianos son los que se ven favorecidos de inmediato con esta práctica. Más tarde, si las necesidades lo imponen, pueden irradiarse sobre ámbitos masivos. Esto es, los beneficios se perciben a pequeña y gran escala.

¿Cuáles son las principales funciones de la oratoria?

- Ø Convencer mediante el acto comunicacional
- Ø Persuadir mediante el acto comunicacional

Si un individuo habla bien en público, se dice que es convincente o que es persuasivo. No es una elocuencia vacua sino llena de contenido.

¿A QUÉ LLAMAMOS ORATORIA?

Caben tantas respuesta como acepciones existan, nosotros preferimos obviar aquello de "arte de hablar con elocuencia ante un público" y definirla como una estrategia de relación o una táctica comunicacional.

Oratoria no es exposición, oratoria es una interacción entre un emisor y un receptor. Es un feedback donde ambas partes buscan la concertación, el acuerdo, el encuentro. Si esto no sucede, hay frustración y fracaso.

Preste atención a sus interlocutores. Trate de identificar el tema del que hablan, la profundidad con que lo abordan, los recursos a los que apelan para mantener su interés, los rodeos que lo transforman en tedioso o los detalles que hacen que usted concite su atención. Haga lo propio con los mensajes comunicacionales que recibe en su trabajo y o estudio y con los que le llegan a través de los medios de comunicación. A veces una mensaje trascendente nos parece tedioso si quien lo comunica o emite lo hace con voz monocorde o con términos confusos. Por el contrario, un comentario banal puede parecernos interesante si quien lo comunica lo hace con una entonación agradable, un ritmo entretenido y una sintaxis elegante y correcta.

La oratoria es también una estrategia que apunta a aprovechar el tiempo diciendo lo correcto en la cantidad adecuada de tiempo. Esto hará que el interlocutor no se aburra, no se canse, ni sienta que está "desperdiciando minutos" en una conversación sin provecho.

Para concluir, el orador debe ejecutar su misión (decir o emitir su mensaje) con convencimiento y seguridad sobre su o sus interlocutores en el marco de un proceso oratorio que brinde beneficios a ambas partes. Esto exige que: el orador esté capacitado, que el ambiente o medio sean propicios y que el o los interlocutores estén dispuestos a interactuar y comunicarse.

EL PROCESO ORATORIO COMO PROCESO CREATIVO

El entorno o la atmósfera en la que se desarrolla el proceso comunicativo debe ser apto. Esto significa que, de ser posible, deben buscarse ámbitos donde los ruidos o interferencias sean reducidos a un nivel despreciable.

El feedback entre el orador y su público deben ser eficaces y constantes. La riqueza de la comunicación no se mide solo por la habilidad para emitir un mensaje sino también por la capacidad de recibir el mensaje del interlocutor y proporcionarle una respuesta satisfactoria y efectiva. El orador no debe dudar, debe ver el proceso oratorio como una realidad de la que es protagonista y conductor pero que no existiría sin la retroalimentación con sus interlocutores.

Desde esta perspectiva, el proceso oratorio es un proceso creativo porque se va construyendo sobre la marcha, sobre las palabras del orador y sobre las palabras de los interlocutores. No se trata de un speech aprendido y repetido hasta el hartazgo sino casi de una "miniatura", una pequeña artesanía diseñada y moldeada con atención y paciencia. Un evento único, una circunstancia irrepetible en palabras, en gestos, en ámbito y en actos.

Entonces, una cualidad sobresaliente del orador será su AUTENTICIDAD, su legitimidad, su transparencia, su empatía. El objetivo del orador es, que una vez disparadas las primeras palabras, su interlocutor esté deseoso de saber más, de conocer, de apoderarse del mensaje que el orador tiene para él y para con él.

¿CÓMO SE CLASIFICA LA ORATORIA?

Existen muchas clasificaciones, una de las más frecuentes es:

1. **Sagrada:** Tiene como finalidad la transmisión de la fe y la moral.
2. **Política:** Se divide en parlamentaria y popular. La primera contiene discursos pronunciados en parlamentos que se refieren a temas de Estado. La segunda se manifiesta en las asambleas o mitines políticos.
3. **Forense:** aquella que se pronuncia ante la justicia y se refiere a temas que afectan a la comunidad.
4. **Académica:** comprende temas científicos o artísticos de carácter didáctico.
5. **Informal:** todo acto de hablar en público transmitiendo un mensaje.

¿QUÉ TIPO DE COMUNICACIÓN ES LA MÁS HABITUAL EN ORATORIA?

INFORME (BRIEFING): Informe conciso y objetivo con el propósito de informar acerca de una misión, operación o concepto. Se caracteriza por la exactitud, brevedad y claridad.

CONFERENCIA o CLASE: El propósito es enseñar o informar sobre un determinado tema. Pueden ser *formales*; la comunicación es unilateral, sin participación de los interlocutores como en la clase magistral o *informales*, ofrecidas a pequeños grupos de oyentes que interactúan con el docente, instructor o guía.

DISCURSO: Obedecen a alguno de estos tres propósitos: *informar*, *persuadir* o *entretener*. El discurso informativo obedece a un tema específico. El discurso persuasivo, destinado a promover una creencia o la cualidad de un producto. Y, por último, los discursos destinados a divertir o entretener, que tienen como objetivo entretener a los oyentes.

BREVE HISTORIA DE LA ORATORIA

Si bien la oratoria tiene su génesis en Grecia, donde se nutre de la retórica, es en Roma donde conoce su esplendor. La oratoria romana reconoce antecedentes en el discurso de Apio Claudio el Ciego (dictador en el 312 a. de C.), en ocasión de la guerra contra Pirro, no obstante, comenzó a cultivarse como un arte en los años de las guerras púnicas. Durante estos años la oratoria se desarrolló en función a la improvisación, muchos años más tarde recién empieza a registrarse por escrito.

Sin olvidar su trascendencia en la vida política de Roma, es usada como instrumento educativo y cumple un papel vital en el desarrollo de la prosa latina, lo cual conduce al adelanto de la retórica, surgida en Grecia en el siglo V a. de C con la finalidad de sistematizar procedimientos expositivos. En la evolución de la oratoria y de la retórica tiene importancia la helenización de los romanos a partir del siglo II a. de C. Es la época de los Escipiones, de Catón y de los Gracos, en un ambiente de libertad se enfrentan distintas maneras de entender Roma. Las escuelas de retórica griegas podían poner en práctica sus enseñanzas ante el público en el Senado o el foro, tratando temas de actualidad. Entonces, sectores conservadores se opusieron a estas escuelas, esto devino en la expulsión de pretores y filósofos en el 161 a. de C. Los estudios de retórica terminaron imponiéndose y constituyendo la base de la educación de quienes la estudiaban como preparación para la vida política o el ejercicio de las leyes. La retórica transforma la práctica de la oratoria en un arte reglado. Los buenos discursos demandan el conocimiento de los distintos recursos oratorios que se estudian en las diferentes partes de la retórica.

- Ø **Inventio: el contenido de las ideas y de las argumentaciones.**
- Ø **Ordo o dispositio: disposición u ordenación de las ideas del discurso.**
- Ø **Elocutio: trata lo referente a la expresión lingüística del discurso; la elección y colocación de las palabras, el ritmo de éstas, la correcta utilización de las figuras retóricas.**
- Ø **Memoria: pautas para memorizar el contenido.**
- Ø **Pronuntiatio o declamatio: técnicas para declamación.**

Según la finalidad del discurso se distinguían tres géneros de elocuencia:

- Ø **genus laudativum: en discursos pronunciados en ceremonias religiosas.**
- Ø **genus deliberativum: en oratoria política.**
- Ø **genus iudiciale: discursos de acusación y defensa ante los tribunales.**

Con el fin del sistema republicano y la llegada de Augusto al poder, la práctica de la oratoria, privada de las condiciones políticas que la favorecían, desaparece. La oratoria se convierte en pura declamación.

APÉNDICE: CICERÓN

En los primeros decenios del siglo I a. de C. Roma vive un renacimiento cultural, una de sus figuras es Marco Tulio Cicerón.

Hombre de acción y hombre de reflexión, tiene que ser entendido como estadista, orador, estudioso de retórica, filósofo. Fue ante todo un hombre de cultura, admirador de la cultura griega. Nace en Arpino, una pequeña ciudad del Lacio meridional, en el año 106 a. de C. Perteneció a una familia de agricultores, conocida aunque no patricia.

Era conservador en cuestiones de tradiciones y del respeto a las costumbres ancestrales. En su carrera política, debió vencer la resistencia que la nobleza romana ponía al desempeño de las magistraturas por alguien ajeno llegando al consulado y ganándose el derecho a pertenecer al Senado de Roma.

Discípulo de grandes oradores: Marco Antonio y Licinio Craso; y de juristas como Q. Mucio Escévola. A partir del año 81 comienza a intervenir con éxito como abogado en procesos civiles y penales. En el año 79 interrumpe esta actividad y pasa dos años, del 79 al 77, en Atenas y en Rodas, donde frecuentó las enseñanzas de Milón.

De vuelta a Roma inicia su "cursus honorum". Siguió desempeñando las magistraturas hasta alcanzar en el año 63 el consulado. Cicerón se transformó en el máximo valedor de la oligarquía senatorial que lo apoyó. Durante su consulado reprimió duramente el intento de Catilina de hacerse con el poder, lo que le valió el título de "pater patriae".

El momento más duro en la vida política de Cicerón comienza con la formación del triunvirato entre César, Pompeyo y Craso. Los triunviros lo condenaron al exilio. Cicerón soportó mal su alejamiento de Roma que duró poco más de un año (de marzo del 58 a Agosto del 57). Cuando las tensiones entre las dos personalidades fuertes del triunvirato, César y Pompeyo, desembocaron en la guerra civil, Cicerón tomó partido por Pompeyo. El triunfo de César y su posterior dictadura lo obligaron a dejar la vida pública. Desde el triunfo de César (año 49) hasta su asesinato en el 44, Cicerón vive un productivo retiro, dedicado a sus tratados de retórica y filosofía.

La muerte de César lo devuelve a la vida política. Tan republicano como era, Marco Antonio se convirtió en el blanco de sus discursos conocidos como Filípicas. Marco Antonio sitúa en su lista de proscripciones a Cicerón quien fuera asesinado por los soldados de Antonio en diciembre del 43, a la edad de 64 años.

Lo dijo Cicerón

“ La elocuencia, en efecto, es una de las más grandes virtudes. Aunque son todas igualmente virtudes y convenientes, no obstante algunas aparecen más hermosas y con mas brillo que otras; es el caso de esta (la elocuencia) que, abrazando el conocimiento de las cosas, de tal manera explica con palabras los afectos y pareceres del alma, que puede llevar a sus oyentes hacia donde ha aplicado todos sus esfuerzos.

Cuanto mayor es su fuerza, más debe ir unida a la probidad y a una prudencia extrema; si a quienes carecen de dichas virtudes les enseñamos los recursos oratorios, no haremos de ellos oradores, sino que habremos dado armas a personas ya fuera de sí”

(Fuente: "LATÍN: LENGUA Y LITERATURA. C.O.U." María del Carmen PÉREZ ROYO y María Luisa RAMOS MORELL Ediciones La Ñ, Sevilla, 1996)

Módulo N°2:

¿QUÉ CONDICIONES Y APTITUDES DEBE REUNIR EL ORADOR?

A) FÍSICAS:

Ø Voz

- Proyección del orador, con ella el discurso o mensaje se proyecta. Debe ser clara, sonora y acorde a las circunstancias.
 - § Abra la boca con amplitud, evite la rigidez. El tono solo fluye con libertad si la boca está abierta.

Ø Ademanes y gestos

- Movimientos de los músculos de la cara que dan mayor expresión y denotan el estado de ánimo del hablante.
 - § Haga un ejercicio: Cuando se encuentre en una conferencia preste atención a los ademanos y movimientos de brazos y manos del orador, observe si hacen o no más enfático su discurso. También esté atento a los tics y movimientos que lo hacen parecer nervioso o desencajado.

Ø Actitud

- Soltura, buena presentación y predisposición al lucimiento. Autoestima, capacidad para sentirse generador de atracción en sus interlocutores.
 - § Fijese en los individuos de su entorno que captan la atención de los otros: cómo visten, ¿son simpáticos?, qué características de su personalidad destacaría.

B) INTELECTUALES

Ø Lucidez

- La comprensión y el entendimiento por parte del orador del tema a exponer son vitales para que pueda convencer y persuadir a su auditorio, de los pro o los contra de aquello que vende o expone.
 - § Preste atención a la publicidad encubierta en los programas de TV, qué tipo de plus aporta el conocimiento que tiene del producto quien lo anuncia y qué tipo de impresión genera que quien lo presente desconozca sus atributos principales.

Ø Memoria

- Imprescindible a la hora de recordar un discurso escrito y para hilvanar datos relacionados con la temática a la que uno quiere referirse en un discurso espontáneo.

§ Evalúe su memoria y ejercítela. Puede hacerlo a través de cursos de probada eficacia en el mercado, mediante juegos destinados a tal fin, apelando a bibliografía y consultando a un profesional si fuera necesario.

§ Puede, por supuesto, apelar a soportes como: pizarras, computadoras y fichas en una alocución.

Ø Imaginación

- Le servirá para encender a sus interlocutores, para hacer llorar, para emocionar, para concitar atención o para transformar ese discurso en un acto comunicativo único.

C) MORALES:

Ø Honestidad Intelectual

- Probidad y conocimiento de causa a la hora de emitir un juicio de valor.

Ø Carácter

- Voluntad para sostener principios e ideales frente a otros. No hablamos de obstinación sino de convicción.

Ø Serenidad

- Capacidad para poder mantener la tranquilidad ante cualquier eventualidad.

¿Y CUÁLES SON LOS FUNDAMENTOS FONÉTICOS DE UN DISCURSO?

El orador debe saber que en todo acto comunicacional existen por lo menos tres niveles a considerar:

Ø 1. Nivel técnico del acto comunicacional

- Se llama nivel técnico al nivel formado por los factores mecánico-lingüísticos que permiten la transmisión sonora (con carácter audible) del mensaje. Este nivel comprende, *la calidad fonética del mensaje y la carga emotiva-sensitiva que se le puede dar cuando se emplean bien los recursos fonéticos*. Comprende *pronunciación, el timbre de voz, la respiración, el ritmo, el acento de la frase*, y también *la gesticulación, la calidad de la mirada, los movimientos físicos, los desplazamientos y todo aquello que acompaña al acto comunicacional* y que, puede llegar a tener un valor comunicativo más poderoso que las palabras.
- Entonces, la totalidad del mensaje es la sumatoria de las palabras los factores extra lingüísticos que la acompañan.
- El tono y la intención están unidos. Un cambio de tono implica, casi de inmediato, un cambio de significado.

Ø 2. Nivel semántico del acto comunicacional

- Se refiere al significado del mensaje. A la relación existente entre la idea a comunicar y las palabras que representan esas ideas.
- Entonces: *Se debe emplear la palabra adecuada en el momento debido y con el tono e intención apropiados.*

Ø 3. Nivel de dominio del acto comunicacional

- Nos habla del éxito o fracaso que se obtiene con la comunicación. Mediante el mensaje se pretende una determinada conducta en el receptor. Si el nivel de dominio del comunicado falla, la comunicación fracasará. Es el nivel más importante de los tres, podría suceder que los otros dos niveles estuvieran mal empleados pero si se logra el último nivel entonces el acto comunicacional no habrá sido en vano. Este nivel puede darse solo, aunque los otros estén deteriorados.
- Si la comunicación solo llega al nivel semántico y no se logra el nivel de dominio del acto comunicacional, entonces la comunicación se reduce a una información.
- Desde el punto de vista de los niveles de comunicación el emisor debe:
 - § A. Intentar que la emisión sea correcta.
 - § B. Esmerarse en que sea comprensible.
 - § C. Comunicar valiéndose de un mensaje simple, conciso y efectivo.
- **IMPORTANCIA DEL NIVEL DE DOMINIO DEL ACTO COMUNICACIONAL:** La comunicación provoca en el receptor un procesamiento que depende de circunstancias, actitudes o formas de ser que viven en el receptor (diferencia de niveles de comprensión, interés y compromiso con el tema, diferencia de escala de valores diferencias individuales, sociales y culturales), éstas no son controlables por parte del emisor, pero no deben obviarse al momento de analizar los resultados.
- *El significado y la efectividad están inevitablemente restringidos por los límites teóricos de la Exactitud de la transmisión de los símbolos.* (Weaber)

APÉNDICE: PRACTIQUE LA ESCUCHA ACTIVA

¿A qué se denomina escucha activa?

Cada individuo interpreta a su modo la realidad que lo rodea. Cuando alguien nos habla, interpretamos su mensaje desde nuestras experiencias personales, desde nuestra enciclopedia, desde nuestras circunstancias.

Comencemos entonces con una definición básica: Oír es un fenómeno de orden psicológico, oír es un acto pasivo. Escuchar es una capacidad que comprende recibir, atender, interpretar y responder mensajes verbales y otras expresiones como el lenguaje de los gestos y el mensaje corporal. Escuchar no es solo no hablar, escuchar implica una actitud positiva hacia el mensaje que nuestro interlocutor emite.

Se denomina escucha activa al esfuerzo físico y mental de intentar captar la totalidad de un mensaje:

- Ø Su significado correcto**
- Ø La comunicación verbal y no verbal que lo acompaña**
- Ø El feedback que surge a partir de lo que, como receptores, hemos comprendido**

Implica escuchar con atención al interlocutor. Esto nos capacita para entender lo que dijo y hacerle una devolución acertada.

¿Dónde reside la importancia de la escucha activa?

La escucha activa demuestra consideración por el interlocutor e interés por comprender su punto de vista.

- Ø La escucha activa contribuye a crear el clima que todo acto comunicacional necesita para ser.**
- Ø La escucha activa es cooperación y receptividad.**
- Ø La escucha activa nos permite distinguir los temas principales de los secundarios.**

¿En qué consiste la escucha activa?

- 1. Estar concentrado en el mensaje del otro evitando la interferencia de distracciones o ruidos ambientales.**
- 2. Mantener una posición adelantada, con el cuerpo echado hacia quien habla. La vista puesta en quien nos habla.**
- 3. Estar atento a los mensajes no verbales de nuestro interlocutor.**
- 4. Detectar las ideas principales, las palabras claves para comprender el contenido exacto del mensaje. Interrogarse en forma reflexiva acerca de las palabras claves para decodificar con exactitud el mensaje.**

5. **Hacer un feedback que aporte al acto comunicacional. Esto es, que lo resuma, que lo vuelva conciso. Para esto busque el momento oportuno, no interrumpa.**

Módulo N°3:

ORATORIA: PARA QUÉ, CÓMO, DÓNDE, CUÁNDO

La instancia previa. La producción del mensaje

Empecemos de un presupuesto básico: Usted tiene que hablar. Sabe para qué, cómo, dónde, cuándo o tiene, por lo menos, algunos datos al respecto.

Ejemplo:

- Tiene que describir las características de un edificio a un grupo de potenciales inversores.
- Tiene que exponer una propuesta ante el grupo de trabajo del que forma parte.
- Tiene que entretener a un grupo de pasajeros durante un tramo de viaje relatándole las anécdotas del lugar.

Ya puede imaginar el lugar físico, el contexto, los rostros de los oyentes, sus vestimentas, la actitud general hacia lo que usted está comunicando.

Hablar ante un auditorio no es solo pararse y abrir la boca. Hablar ante un auditorio implica poner en marcha un discurso, comunicar ideas y esperar el conflicto.

- ◆ **¿A qué llamamos poner en marcha un discurso? A soltar esa idea que usted quiere comunicar, a instalarla como tema de debate en el grupo al que se va a dirigir.**
- ◆ **¿A qué llamamos comunicar ideas? A transmitir un contenido que usted ha elaborado con un objetivo determinado.**
- ◆ **¿A qué llamamos esperar el conflicto? A la instancia, deseada, en que el texto va al encuentro de la cultura (concepto abarcativo y poderoso) del oyente y confronta con ella para generar preguntas, acotaciones o ideas nuevas.**

Cada oportunidad de hablar en público debe ser vislumbrada como un privilegio y una gran oportunidad. Usted puede comunicar, transmitir, convencer, informar, divulgar.

Ahora bien: ¿cómo comunicar una idea?

- ◆ **No se puede comunicar aquello que no se conoce: busque toda la información posible sobre aquello que piensa tratar, busque los temas colaterales y secundarios que tienen conexión con su tema. Desarróllelos. No es la intención que se extienda demasiado sino que tenga herramientas suficientes como para, llegado el caso, exponer ejemplos, aportar algún dato estadístico o un comentario tangencial que enriquezca la exposición.**
- ◆ **No se puede comunicar aquello que no se puede explicar. Es muy diferente dominar un tema en forma doméstica que estar capacitado para exponerlo ante un grupo de personas.**
- ◆ **Puede escribir el tema que va a desarrollar o puede solo hacer un esquema con los puntos más importantes. Lo que no puede obviar, si es un orador novato, es una**

organización (cuanto menos mental) de aquello que va a exponer. Evite la improvisación, es el primer paso al fracaso.

◆ **Ensaye su exposición: cuantas veces necesite y ante quienes necesite. Ninguna instancia de ensayo está de más.**

El público

¿Qué cosas deben importarle del público al momento de elaborar su alocución?

- ◆ **Importa la homogeneidad o heterogeneidad del público.**
- ◆ **Importa su rango etario, socio económico o cultural en el caso de que pueda unificarse.**
- ◆ **Importa el grado de calificación que tengan con respecto al tema a tratarse.**
- ◆ **Importa la cantidad de receptores que va a tener el mensaje.**
- ◆ **Importa si va a haber o no algún grado de interacción con el público.**

El público no es un adversario. Cada persona del público se acerca es porque el tema les compete o les interesa. Puede formar parte de su rutina laboral, de su enriquecimiento profesional o puede ser un placer personal. Lo cierto es que llegaron por propia voluntad a escuchar al orador.

Entonces, ¿por qué el miedo? Nadie va ir ex profeso a boicotear su tema. El miedo del orador es natural, es la reacción física esperada antes de entrar a escena. Expresa cierta ansiedad que no necesariamente es paralizante, también puede ser una dosis de adrenalina sin la cual no sería posible arrancar con la locución.

Para reducir el margen de incertidumbre debe:

- ◆ **Preparar el tema con seriedad.**
- ◆ **Ensayar el tema y grabar su voz. Esto le dará la pauta acerca de cómo será escuchado por los otros. ¿Modula correctamente las palabras? ¿Habla a un volumen adecuado? ¿Sería conveniente utilizar micrófono? ¿Sabe usarlo?**
- ◆ **Verificar las condiciones de las instalaciones en donde va a hablar: tamaño del auditorio, capacidad física del lugar, acústica, visibilidad.**
- ◆ **Verificar las condiciones de instrumentos si fuera a utilizarlos: micrófonos, retroproyectors, punteros electrónicos, pizarrones, tizas, un pequeño atril para apoyar las propias notas, computadora.**
- ◆ **Asegurarse un método para controlar el tiempo de la disertación (puede ser un reloj de la sala o el reloj del orador).**

- ◆ **Verificar, el día del evento, que lleve consigo las fichas que reseñan su alocución (si es que las hubiera preparado) pañuelos, caramelos y demás elementos personales sin los cuales no le sería posible una adecuada concentración.**
- ◆ **Si va a utilizar material visual de apoyo ensaye su uso. Cómo se colocará usted con respecto al mismo, en qué lugar quedará el público, etc.**

Para reducir el nerviosismo y la incertidumbre puede:

- ◆ **Beber una tisana antes de la exposición. Tómese un pequeño recreo, siéntese en su sillón favorito y bébalo tranquilo.**
- ◆ **Darse un baño con aceites relajantes.**
- ◆ **Conversar acerca de sus miedos con un familiar o un buen amigo.**
- ◆ **Practicar su rutina relajante preferida: haga yoga, medite, vaya a natación. O bien, practique un ejercicio violento que reduzca su nivel de estrés. Usted sabrá cuál es la metodología acorde a su temperamento.**
- ◆ **Por último, piense solo cosas positivas. Véase a usted mismo aplaudido por el público, imagínese hablando pausado y sonriente.**

Cómo redactar el texto de la alocución

Vale la aclaración. La redacción en papel es aconsejable pero no indispensable. Usted puede valerse solo de un punteo de datos o de un mapa mental. Lo que no puede dejar de hacer es prepararse.

En primer lugar debe tener a mano la información que reunió durante la previa, la data bibliográfica precisa, imágenes o gráficos que van a mostrarse durante la disertación y demás contenidos que hacen a su temática.

En segundo lugar, debe tener en cuenta el público al que va a dirigirse y el contexto circundante.

Ejemplo:

- ◆ **Conmemoración de la muerte del fundador de la empresa en momentos de baja productividad cuando el ejemplo vital de aquel visionario puede servir como herramienta motivadora para el personal.**
- ◆ **Exposición de los cuidados de enfermería de una patología determinada a estudiantes del último año que están compenetrados con la misma en la práctica profesional diaria.**
- ◆ **Actualización en física para ingenieros graduados.**

- ◆ **Comentario crítico de un director de cine a un grupo de señoras que se encuentran semanalmente en un club de jubilados.**
- ◆ **Arenga política ante un grupo de afiliados.**

Objetivo de la alocución

Es vital para su alocución que usted tenga claro el objetivo. Este puede ser pedagógico, informativo, etc. Lo que no puede es faltar. No puede no haber objetivo. El objetivo es el que va a guiar el contenido y el tono de su alocución.

Ejemplo:

- ◆ **Comunicar a un grupo de padres los detalles de un viaje de estudios a realizarse en la localidad de Luján.**
- ◆ **Informar a un grupo de accionistas acerca del valor de sus acciones en el mercado.**
- ◆ **Transmitir a un grupo de coleccionistas de piedras preciosas las últimas novedades en el engarce.**

Tema a tratar en la alocución

En función al objetivo usted habrá dispuesto un tema principal y los temas secundarios que se ordenan en torno a ese discurso.

El tema principal forma parte del objetivo de la alocución: aquello que se quiere comunicar para lograr tal cosa. Los temas secundarios son aquellos que sirven al propósito de nuestra disertación.

Recuerde usar un lenguaje apropiado y pertinente.

Que su alocución se caracterice por el buen uso de la lengua :

- ◆ *Uso de nexos coordinantes.*
- ◆ *Nomenclatura precisa*
- ◆ *Sin ambigüedades*
- ◆ *Uso correcto del género y número*
- ◆ *Empleo del ritmo*

Tiempo estimado para la alocución

Pueden ser solo unos diez minutos si se trata de la previa del ingreso a un teatro en la que se va a introducir al grupo con respecto a las características arquitectónicas del lugar. Puede ser más de una hora si se trata de una clase magistral.

Debe tenerse muy presente este ítem para que no falte tema en función al tiempo estimado de exposición al momento de exponerlo y para que no quede material básico, que hace a la información primaria que no haya sido desarrollado.

Lugar donde va a desarrollarse la alocución

En una plaza, en una iglesia, en un centro barrial, en un aula. Los lugares imponen condiciones que les son propias y que pueden generar variantes en el tono de un discurso y en la forma de abordar la temática.

APÉNDICE: QUIÉN LE ESTÀ ESCRIBIENDO LOS CURSOS A LAVAGNA

<http://old.clarin.com/diario/2003/11/17/p-01110.htm>

Desde el martes pasado, en el sitio del Ministerio de Economía (www.mecon.gov.ar) se puede ver una llamativa guarda armada con ochenta pequeños globos terráqueos: sobre un fondo verde apagado, en cada uno resalta en el centro el continente americano, de un ostensible verde limón. La ornamentación enmarca un breve texto titulado "Comprendiendo y explorando el futuro". Después se lee lo que parece ser una cita, aunque no se identifica a su autor: "La vida es incomprensible si no se mira hacia atrás, pero al mismo tiempo la vida hay que vivirla hacia adelante", dice.

Título y texto pertenecen a Roberto Lavagna. Tal vez, también la cita. Todo está presentado como "introducción" a tres discursos del ministro. Uno es del 7 de octubre, en la comida de la Fundación Mediterránea. Otro del 6 de noviembre, en el Encuentro de Industriales en Rosario. Y el tercero es del 7 de noviembre, en el Coloquio de IDEA.

Con algunas diferencias bien marcadas, según la composición de los auditorios, los tres discursos y la introducción parecen integrar la misma matriz. La pretensión es que los mensajes sirvan para crear conciencia sobre que se está ante la oportunidad de gestar una etapa, si se quiere refundacional, de la Argentina, en la que el ministro ya se ha reservado un lugar. Tal vez por eso es que en la llamada introducción, aludiendo a la cita sobre "la vida", él dice que hay que prestarle atención simultáneamente al pasado, "para comprender", y al futuro "puesto que allí hay que actuar".

Mezcladas con referencias a "la década pérdida del 80" y a "la década desperdiciada del 90", alusiones al endeudamiento desenfrenado, críticas a la tablita de Martínez de Hoz y al tipo de cambio fijo y descripciones, también críticas, sobre los comportamientos de los empresarios, en sus tres discursos aparece otro elemento significativo: las citas. Entre otras, las hay de Arturo Frondizi, del poeta Paul Valery, del escritor mexicano Carlos Fuentes y hasta de Rene Thom, el científico francés que intentó explicar matemáticamente las catástrofes y plantó las bases de la teoría del caos. A algunas las usó contra quienes auguraban hiperinflación y colapso del sistema financiero, a otras para sostener la necesidad de recrear la cultura del desarrollo y el progreso.

Tal fue el despliegue de oratoria y sentencias filosóficas del ministro, que un ejecutivo que asistió a la reunión de la Mediterránea y a IDEA llegó a preguntar: "¿Quién le está escribiendo los discursos a Lavagna?".

Alguien que desde hace tiempo frecuenta el mundo de los negocios, acercó una pista: "Yo sé que quien suele tirarle ideas es Luis Pico Estrada, pero no creo que le escriba los discursos. Me parece que los escribe el propio Lavagna". Hombre de mundo, culto, ex periodista, ex interventor en Canal 7 en tiempos de Onganía, ya pasando los 70 años, de Pico Estrada se dice que, efectivamente, es afecto a las citas y a los giros filosóficos.

Hay, empero, dos frases que parecen claramente de Lavagna, porque están animadas de ese sello refundacional que el ministro quiso imprimir a sus mensajes. Una, pronunciada en IDEA,

dice: "Se puede, podemos, hacer un país serio", con las palabras hacer y serio subrayadas. Con la segunda, cerró el de la Mediterránea: "Hubo una Argentina que pudo ser y no fue. Ahora hay que construir una Argentina que va a ser".

Módulo N°4:

EL ACTO EN CUESTIÓN

Presentación:

Lo ideal es que una persona de su entorno o de la entidad convocante presente al orador. No es necesario que sea una presentación demasiado larga. Basta con que repase sus datos personales y aquellos antecedentes de su CV que son pertinentes a la ocasión.

Por supuesto, el orador debe agradecer al presentador apenas toma la palabra y, a continuación saludar al público. Si lo desea, puede completar los datos brindados por el presentador con algún detalle adicional o una nota de color. Este momento es vital porque puede determinar ritmos, tonos y formas de la alocución. Porque establece el primer contacto, la primera mirada abarcadora del orador a su auditorio.

Es conveniente mostrarse:

- ◆ **Profesional sin abusar de tecnicismos**
- ◆ **Seguro sin ser pedante**
- ◆ **Cordial sin ser agobiante**
- ◆ **Sonriente sin estar exultante**
- ◆ **Natural, la espontaneidad es la clave.**

En cuanto a su vestimenta:

- ◆ **La vestimenta debe estar de acuerdo al lugar, el público y el horario del día.**
- ◆ **La extravagancia queda fuera de catálogo a menos que se trate de un encuentro de gente de diseño.**
- ◆ **El aseo y el cuidado personal es la norma.**
- ◆ **Procure sentirse cómodo con su ropa.**

Soportes:

- ◆ **Si va a utilizar pantalla o pizarra, asegúrese de que esté donde todos puedan verla.**
- ◆ **Si va a emplear fichas, no pase todo el tiempo mirándolas, eso creará la sensación de que está leyendo todo. Escríbalas en letra clara y grande, de un solo lado. Trate de evitarlas si va a hablar menos de cuarenta minutos.**

Tono de la alocución

No es lo mismo hablar con la sobriedad que exige una Junta Médica que con el sarcasmo que quizás permita un enardecido discurso de barricada. Cada alocución tiene un tono que está determinado por las circunstancias que rodean la alocución.

Dicción

La mayoría de las personas experimenta dificultades de dicción. Para solucionarlas, si se reconocen causas físicas, debería apelar a los servicios de un médico especializado. En otras ocasiones, a un entrenamiento actoral.

Existen también técnicas sencillas que podrían auxiliarlo:

- ◆ **Articule bien. Mírese a un espejo mientras habla y fíjese cómo mueve la boca.**
- ◆ **No hable con la boca cerrada.**
- ◆ **No masculle palabras.**
- ◆ **Abra la boca con confianza.**
- ◆ **Proyecte su voz hacia el auditorio.**
- ◆ **Elija una velocidad y un volumen acordes al lugar, a la cantidad de personas, etc.**
- ◆ **Si tiene algún acento en particular, no lo evite. Si usa algún modismo característico que no impide la comprensión ni es un nombre técnico, no se concentre en evitarlo. Evite en cambio aquellos errores de dicción que hacen que su disertación pierda nivel.**

El uso del cuerpo

No es usual pararse frente a un auditorio. Esa incomodidad se expresa a veces en el manejo del cuerpo.

He aquí un par de recomendaciones simples:

- ◆ **Conserve el cuerpo en equilibrio. Apóyese en los dos pies.**
- ◆ **No se acomode la ropa delante de su auditorio. No manipule el cuello de la camisa. No se quite y ponga el saco. No se quite las arrugas.**
- ◆ **Si conoce la escena, planifique sus desplazamientos: ¿va a mostrar una filmina? ¿va a caminar hacia un atrio? ¿tiene que esquivar sillas o mesas? ¿a qué distancia va a estar el público?**
- ◆ **No se esconda detrás de su cabello. No practique actitudes defensivas.**
- ◆ **No se arroje sobre un atrio ni sobre la mesa.**
- ◆ **No hable de espaldas al público.**

- ◆ **No juegue con los objetos que tiene en sus manos.**

APÉNDICE: LOS NO DEL ORADOR

Consideraciones adicionales:

- ◆ **NO** llegue tarde, por ningún motivo, es una falta de respeto. Tome los recaudos necesarios para estar en el lugar con la debida anticipación.
- ◆ **NO** toque temas religiosos, políticos o que puedan ser interpretados como discriminatorios si la temática no lo requiere. Tampoco haga chistes o comentarios sobre este particular.
- ◆ **NO** hable demasiado rápido ni demasiado lento. La velocidad que se le imprima a la alocución tiene que ver con la extensión del mismo.
- ◆ **NO** pretenda innovar si no conoce el público, ni el lugar. En estos casos, es preferible ser moderado.
- ◆ **NO** se empantane en sus ideas ni se atasque en los conceptos. Sea claro y nítido. Si quiere ser comprendido, sea sencillo sin ser elemental.
- ◆ **NO** trate de acallar una opinión en contra. Si el público difiere con su opinión, invítelo a expresarse y aproveche la controversia para dejar sentada su posición sin confrontar. Recuerde que usted es el expositor.
- ◆ **NO** sea víctima de la coyuntura. Si el clima donde debe disertar está tenso, permítase una leve dosis de humor para relajar a su auditorio.

Módulo N°5:

USTED ES EL ORADOR

Ya nos referimos al miedo como la lógica respuesta fisiológica del hombre que va a “entrar a escena”, el hombre que va a irrumpir en el escenario para exponer su alocución. En ese contexto, el miedo es solo un factor, ni decisivo ni condicionante. Es más, si se quiere es un pequeño colaborador que nos obliga a estar atentos, a no dejar nada librado al azar.

Piense en su presencia en el ámbito de la exposición:

¿Habría alocución sin usted?

¿Sabe por qué razones fue convocado o elegido para exponer?

¿Quiénes lo convocaron?

El orador: el hombre indispensable

- ◆ El “yo” del orador:
 - ◆ **No olvide que usted es el centro de la escena: el disparador del feedback, el que ordena el discurso.**
 - ◆ **Piense y viva el momento con intensidad. Disfrútelo.**
 - ◆ **Tenga plena conciencia de que usted domina un tema (por eso ha sido invitado) y que en esta oportunidad que le han brindado va a compartir sus conocimientos o su experiencia con su auditorio.**
 - ◆ **Refuerce su estilo.**
 - ◆ **Piense en aquello con lo que se identifica. En sus conocimientos, en sus valores, en aquello que ha permitido que usted esté donde está, preparándose para hablar ante otros.**
 - ◆ **No se sienta culpable por ser el centro de atención. No se disculpe. No arranque ni remate su alocución con perdones innecesarios. No abuse del pudor.**
 - ◆ **Piense en cómo le gustaría que su alocución sea recordada y dispare el deseo.**
 - ◆ **No deje que ningún pensamiento negativo se interponga entre usted y la gente que quiere escucharlo.**
 - ◆ **No olvide atar todos los cabos sueltos de la temática a desarrollar antes de entrar a la sala.**
- ◆ **Recuerde que, a veces, basta con un gesto o con una mirada para dominar la situación. Usted puede hacerlo.**

Todo el tiempo y en todo lugar dirigimos mensajes no verbales. Nos frotamos las manos, entornamos los ojos, movemos las piernas, echamos el cuerpo hacia atrás, nos encogemos de hombros. Nuestros mensajes no verbales son interpretados por el entorno. Los espectadores son los receptores de ese mensaje.

Aproveche esta posibilidad para que sus gestos y sus miradas marquen momentos y tiempos.

- ◆ **¿Cuándo va a comenzar a hablar?**
- ◆ **¿Cuándo necesita que la atención sea exclusiva?**
- ◆ **¿Cuándo pueden distenderse un poco?**
- ◆ **¿Cuál es la instancia ideal para las preguntas?**
- ◆ **¿Cuándo dará por terminada su alocución?**

Los ojos mirando al atril o al papel transmitirán inseguridad en su auditorio. Las miradas vagas, dispersión. Una mirada frontal entre el orador y su auditorio es signo de apertura: el orador brinda su alocución y espera recibir una respuesta.

◆ **Los sonidos del silencio**

Use el silencio para definir momentos específicos de su alocución. Diga mediante el silencio:

- ◆ **Ahora voy a empezar a hablar.**
- ◆ **Si alguien quiere hacer una pregunta...**
- ◆ **Espero que terminen de hablar entre ustedes para retomar mi alocución...**
- ◆ **Es tiempo de despedirse.**

◆ **Una cuestión de estilo**

Si bien la oratoria se rige por estilos determinados, estableceremos como estilo, a nuestros fines, la impronta con que el orador define su alocución.

La alocución está marcada por la voz y la palabra del orador. El uso que el orador haga de ellas es la que impone un estilo, una modalidad, una forma.

El estilo es un sello de originalidad y honestidad intelectual y ética con la que el orador se presenta ante su público.

Sea ambicioso. Apunte a la excelencia y a la belleza. No solo para esta alocución sino para su vida. Si la excelencia y la belleza tienen lugar en su vida cotidiana, en su forma de pensar y en su forma de decir, un enorme paso ya ha sido dado.

Lo que resta es darle energía a esa impronta y lanzarla con fuerza, con convicción al encuentro con el público.

Un par de definiciones:

Estilo:

1. m. Punzón con el cual escribían los antiguos en tablas enceradas.
2. m. gnomon (• del reloj de sol).
3. m. Modo, manera, forma de comportamiento. Tiene mal estilo.
4. m. Uso, práctica, costumbre, moda.
5. m. Manera de escribir o de hablar peculiar de un escritor o de un orador. El estilo de Cervantes.
6. m. Carácter propio que da a sus obras un artista plástico o un músico. El estilo de Miguel Ángel. El estilo de Rossini.
7. m. Conjunto de características que individualizan la tendencia artística de una época. Estilo neoclásico.
8. m. Gusto, elegancia o distinción de una persona o cosa. Pepa viste con estilo.
9. m. Bot. Columna pequeña, hueca o esponjosa, existente en la mayoría de las flores, que arranca del ovario y sostiene el estigma.
10. m. Dep. Cada una de las distintas formas de realizar un deporte. Prueba en estilo mariposa.
11. m. Mar. Púa sobre la cual está montada la aguja magnética.
12. m. Arg. y Ur. Composición musical de origen popular, para guitarra y canto, de carácter evocativo y espíritu melancólico.
13. m. Ur. Baile popular que la acompaña.

Belleza:

1. f. Propiedad de las cosas que hace amarlas, infundiendo en nosotros deleite espiritual. Esta propiedad existe en la naturaleza y en las obras literarias y artísticas.
2. f. Mujer notable por su hermosura.

Armonía:

1. f. Unión y combinación de sonidos simultáneos y diferentes, pero acordes.
2. f. Bien concertada y grata variedad de sonidos, medidas y pausas que resulta en la prosa o en el verso por la feliz combinación de las sílabas, voces y cláusulas empleadas en él.
3. f. Conveniente proporción y correspondencia de unas cosas con otras.
4. f. Amistad y buena correspondencia.
5. f. Mús. Arte de formar y enlazar los acordes.
6. f. El Salv. curiosidad (• deseo de saber o averiguar algo).

Energía:

1. f. Eficacia, poder, virtud para obrar.
2. f. Fís. Capacidad para realizar un trabajo. Se mide en julios. (Símb. E).

Módulo N° 6:

LA IMPROVISACIÓN: TODA UNA TÉCNICA

¿Qué hacer cuando se acaban las palabras? ¿Desde dónde retomar cuando la pregunta de alguno de los participantes nos desvió hacia temas tangenciales? ¿Y si es invitado a hablar en una circunstancia en la que no estaba preparado? En esos momentos, no queda otra alternativa que improvisar.

Puede:

- ◆ **Agregar un comentario de cierre a lo que dijo su interlocutor de turno.**
- ◆ **Cerrar el concepto con una idea que enlace con la idea central.**
- ◆ **Narrar una experiencia profesional que vincule temáticas.**
- ◆ **Narrar una experiencia personal que vincule temáticas.**
- ◆ **Enlazar con el concepto principal de un orador anterior.**
- ◆ **Apelar a la cita de un autor reconocido que aborde la temática.**
- ◆ **Apele a ideas accesorias.**
- ◆ **Retome a partir de un ejemplo.**

Volvamos al mismo concepto: Nadie lo hubiera invitado a hablar si usted no lo mereciera. Usted es el elegido y está en condiciones de afrontar el desafío. Conserve la calma. No se apure. Eche mano al sano estrés que lo librá de esta emergencia trayendo a su memoria aquello que quiere decir.

Si lo desea, puede entrenarse para improvisar a través de técnicas actorales.

APÉNDICE: IMPROVISACIÓN LECTURA

http://www.elindependiente.com.mx/articulos.php?id_sec=9&id_art=3041&id_ejemplar=

Improvisados profesionales en escena

Improbables es el montaje reciente de la Liga Mexicana de la Improvisación, grupo dedicado a desarrollar en escena una técnica tan rigurosa como arriesgada en cada representación.

Juan Hernández

Se anuncia como Improbables, pero no se trata de una montaje teatral convencional en el que los actores se aprenden el texto y el director organiza la puesta en escena, tampoco es una historia que se representa cada semana con personajes establecidos; la naturaleza del espectáculo, en este caso, es distinta: 14 actores de la Liga Mexicana de la Improvisación, con trayectoria en el campo profesional, dirigidos por Alberto Lomnitz, toman el foro La Gruta del Centro Cultural Helénico, los martes, a las 20 horas, para correr la aventura riesgosa de inventar la obra de teatro con el recurso único pero suficiente de un entrenamiento riguroso en la “técnica impro”.

Aunque el estreno oficial de Improbables será el 18 de noviembre, la Liga Mexicana de la Improvisación ofrece funciones de preestreno; el martes pasado, siete de los 14 actores improvisaron el montaje de Romeo y Julieta, de William Shakespeare, consiguiendo una delirante comedia de la tragedia original del dramaturgo inglés. El espectáculo fue único e irrepetible porque cada semana la obra a improvisar será distinta.

La “técnica impro” se empezó a trabajar en México hace 12 años con la Liga Latinoamericana de Improvisación. En esa agrupación artística, el director de teatro Alberto Lomnitz fungía como entrenador. “Ese proyecto no duró, pero la gente que se había formado ahí seguía con ganas de hacer cosas de improvisación. Hace como dos años se juntaron actores destacados para hacer la Liga Mexicana de Improvisación y me llamaron para que dirigiera el primero de sus espectáculos, Trattaria de Improvizzo. Desde entonces a la fecha se han integrado a la liga como 50 actores más. Es un boom”, explica Lomnitz.

Cuando los actores salen a escena, “conocen, en términos generales, la trama de la obra que van a representar, pero tienen que inventar las escenas en el momento. En el caso de Improbables se trata de un trabajo muy fuerte de improvisación con máscaras”, añade.

El director de escena asegura que este tipo de trabajo está inspirado en la manera de trabajar de la antigua Comedia del Arte. “Tenemos la creación de las máscaras, el resumen de la trama, las pequeñas rutinas cómicas que las máscaras desarrollan, todo eso viene de la Comedia del Arte del Renacimiento, que es el origen de la comedia actual, desde los payasos de circo hasta Chespirito”.

Lomnitz considera que el teatro de improvisación “tardó en entrar en México”. Y es que en Inglaterra y Canadá se practica desde hace 20 años. Según el teatrista, se trata de un género que goza “de enorme popularidad en el mundo, sin embargo en nuestro país lo que hacía falta era un grupo de actores profesionales que trabajaran en serio con la ‘técnica impro’, para ofrecer

espectáculos nuevos cada vez, como lo está haciendo ahora la Liga Mexicana de la Improvisación”.

Agrega que la improvisación forma a los actores, “les da una agilidad mental tremenda. La adrenalina que siente el actor improvisando, no la experimenta, por lo menos no de manera tan continua, en otro género, porque con la ‘técnica impro’ implica hacer de cada función un estreno. Es arriesgarse y probar. De repente hay representaciones en las que todo va mal y el espectáculo se cae”.

La palabra improvisación se ha relacionado con “hacer las cosas al aventón”, pero en el caso del teatro es todo lo contrario: “Aunque lo que se hace en el escenario es improvisado, se ensaya mucho con la ‘técnica impro’ para lograr que si las cosas van bien sean brillantes y si por el contrario, algo no funciona, evitar que el espectáculo se vaya a pique. El poder improvisar es un asunto muy poco improvisado, requiere de mucho entrenamiento”, asegura Lomnitz.

El objetivo de la improvisación es que la gente no crea que lo que ve es improvisado, “o que es algo que se está inventando en el momento. Lo interesante de esto es que el espectador puede volver cada semana a constatar que jamás se repetirá un espectáculo”.

La “técnica impro” está basada en juegos y ejercicios para ayudar a los actores “a escucharse, a estar atentos a lo que los demás están proponiendo y a seguirse la corriente. Ésa es la esencia de la improvisación, poder jugar juntos, no llevarse la contra. Eso se dice fácil pero es muy difícil lograr, requiere de entrenamiento continuo para estar dispuesto a ir donde el compañero proponga. Si el compañero te dice: ‘hola perrito’; en ese instante te conviertes en un perrito, no puedes llevar la contra. Las propias ideas y genialidades no sirven en este tipo de trabajo. La improvisación requiere de un abandono muy grande del ego”.

Módulo N° 6:

¿CÓMO SOBREVIVIR A UN MOMENTO TENSO?

Lo “No previsto”

Las circunstancias que no pueden ser previstas son múltiples. Daremos algunos ejemplos:

- ◆ **Una notebook que no funciona.**
- ◆ **Una tormenta que demora a los participantes en un lugar donde no hay perchero para dejar impermeables.**
- ◆ **Un puntero electrónico que no funciona.**
- ◆ **Un corte de luz.**
- ◆ **Una taza de café caliente que se derrama sobre sus fichas.**

Lo único que puede ayudarlo en estas ocasiones es: conservar la calma, tratar de entender la nueva situación que le impone lo “no previsto” y ver cómo y desde dónde comienza o retoma su alocución.

Las interrupciones

Si se trata de interrupciones eventuales de diferentes participantes, sepa que el que no está manejando la situación como corresponde es usted. En este caso, con respeto, marque su posición.

No sea brusco. No confronte. Algunos gestos incómodos pueden ser poco democráticos.

Apenas sorteada la interrupción, vuelva a su alocución.

Si se trata de un tema muy complejo y las interrupciones son pedidos de aclaración, evalúe el lenguaje de su alocución. Si es el adecuado, determine si las preguntas son pertinentes y oportunas para ese momento de la alocución, de ser así, respóndalas. Si no lo son, ofrezca a sus interlocutores una tanda final de preguntas y respuestas.

Si se trata de la interrupción puntual de una persona que está en desacuerdo con lo que usted expone, los caminos a seguir son:

Invítelo a que se exprese

Manifieste las razones que lo llevan a sostener su exposición. Hágalo con frases conciliadoras como: “Es muy importante lo que usted me acota pero...” o “También pensé en eso, no obstante...”

Si se trata de una interrupción que reincide o se sostiene, solicite a quien lo interrumpió que se quede unos minutos, una vez terminada la exposición, para que usted le brinde los pormenores y fuentes que avalan su trabajo.

En ningún caso deje de escuchar las críticas con el mismo humor de siempre y con su misma actitud pero jamás deje que quien lo rebate se quede con la última palabra. Con cordialidad y humor refuerce su posición.

La falta de atención

La extensión de su texto puede conspirar contra la atención así como también la presencia de ruidos que escapan a su control como: una obra en construcción o vías de ferrocarril cercanas. El exceso de material gráfico puede conspirar contra la atención hacia aquello de lo que usted está hablando. El material gráfico mal diseñado, también puede conspirar contra la atención o desviarla de lo fundamental.

Módulo N° 7:

EL CIERRE

Preguntas y respuestas. Debate.

Puede tratarse de una alocución convencional de tipo cerrado. En ese caso el orador, como en una clase magistral, será el que marque el fin del evento una vez que termine de exponer su tema. Otra posibilidad es que se trate de una alocución más abierta donde, al final, los disertantes puedan exponer sus dudas e inquietudes.

Si estuviera ante un debate, el orador debe officiar de moderador, debe evitar que quienes quieren tomar la palabra se superpongan y debe ordenar y orientar las temáticas en torno a las cuales se disertará. Esto exige un manejo de grupos que no todo orador, por bueno que sea, posee. Si esta situación escapa a sus posibilidades, evítela.

Si se trata de una ronda de preguntas finales, estipule un tiempo y un modo para formularlas. Trate de que no pregunten siempre los mismos y que las preguntas sean concretas. Sea puntual en las respuestas. No pierda de vista el tema tratado y ofrezca otra instancia de respuesta si la pregunta escapa a él.

Cierre

Avise cuando se vaya aproximando al final. Use frases como:

- ◆ *Resumiendo...*
- ◆ *Como corolario...*
- ◆ *Para terminar...*
- ◆ *Quedan dos preguntas más...*

Trate de cerrar con una mirada compiladora del argumento expuesto o con un resumen informal de aquello que ha expresado. Agradezca a los asistentes.

La crítica

Una vez finalizada la alocución pida a alguno de los presentes que le dé una opinión crítica de su alocución.

Si su intervención fue grabada o filmada, no deje de verla. Mírela como si se tratara de otro:

- ◆ **¿Percibe gestos de nerviosismo?**
- ◆ **¿Cómo gesticula?**
- ◆ **¿Cómo articula sus palabras?**
- ◆ **¿Cuál es el manejo que hace del cuerpo?**
- ◆ **¿Luce muy estructurado?**

◆ **¿Está bien vestido y bien peinado?**

◆ **¿Y el auditorio? ¿Están atentos e interesados?**

Recuerde que la crítica no es un ejercicio impiadoso sino su base de datos para mejorar. Cada alocución que termina en la vida del orador, es solo la antesala a la próxima.

Fuentes y Bibliografía recomendada

Di Bartolo, Ignacio. **Cómo hablar en público. Manual de oratoria contemporánea.** Corregidor. Buenos Aires. 1998
Saavedra Fuentes, Marcelo. **El debate como estrategia de aprendizaje (el aula como una nueva ágora)**
www.rae.es
www.elindependiente.com.mx/articulos.php?id_sec=9&id_art=3041&id_ejemplar=
<http://old.clarin.com/diario/2003/11/17/p-01110.htm>

AUTOR: Lic. Gerardo Woscoboinik

Nota: Gerardo Woscoboinik es Licenciado Nacional en Administración de la Educación Superior, especialista en

marketing, imagen y comunicación, diplomado en metodología de la investigación. Profesor a cargo de las materias

principios de marketing, marketing de servicios, e investigación de mercados en la Licenciatura en Comunicación de

la Universidad de Morón. Profesor de posgrado en la Maestría de Negocios de la UTN a cargo de las materias

Planeamiento Estratégico y Comercialización Estratégica en las regionales Haedo, Trenque Lauquen, Río Grande y

Ushuaia.

Titular de las cátedras de Marketing, en la Carrera: Asesor en Imagen y Organizador de Eventos. del C.O.E. - Centro Organizadores de Eventos. (A-1373)

Dicta cursos presénciales en la Asociación Civil de Ceremonial, Protocolo y Organización de Eventos de la Argentina. (I.G.J. 904/00)

Autor de los libros, Desafíos Comunitarios, ALADI MERCOSUR la integración Regional, y Marketing de Emprendimientos Deportivos.

Laura Alejandra Bravo
Editora Literaria
editorabravo@netscape.net

Ediciones Libertad
Alejandro Schejtman
Edita y Publica
www.cdcurso.com.ar
Leopoldo Marechal 1140 (1414)
48473400/0770

CABA ARGENTINA