

## Oratoria

### Definición

La oratoria es el arte de hablar con elocuencia, de deleitar, persuadir y conmover por medio de la palabra.

Es el arte de hablar o comunicarse oralmente con otras personas con el objetivo de informarles, enseñarles, instruirles, convencerlas, entretenerlas, venderles algo o persuadirlas a realizar algo en particular.

### Ideas para redactar un discurso

Expresarnos con propiedad para que otros nos escuchen y entiendan es un arte en el que se combinan estilo, libertad y gracia. Un discurso bien elaborado permite mostrar nuestros puntos de vista con eficacia. Para ello es necesario ser lo más claro y conciso posible.

A través de nuestras palabras tenemos que enseñar, recurramos siempre a un dato o comentario que informe a nuestro auditorio sobre el tema que estamos tratando. Pero también, tenemos que distraer y conmover. Busquemos siempre una frase que alivie el clima. Tratemos de sacudir y comprometer. Ningún discurso es realmente efectivo si no apela a la esfera del sentimiento. Como dice **Steimberg**: "la magia de tu palabra puede hacer de todo, nada; de nada, todo".

Antes de ponernos a escribir, tengamos en cuenta aspectos necesarios para la redacción del texto: **motivación** (factor que nos predispone para realizar ciertas acciones o tender hacia un fin), **objetivos** (fin que persigue nuestra acción), **construcción** (disposición y ordenamiento de las palabras en la frase) y **embellecimiento** (hermosear, pulir y refinar).

- A- Motivación:** Es lo que se pone en funcionamiento cuando se desea producir un texto. ¿Qué nos lleva a escribir un discurso? Seguramente el tema sobre el cual expondremos tendrá una significación especial. Es importante poner en claro todos los sentimientos y contradicciones que despiertan en nosotros. También debemos tener en cuenta, a quien se lo vamos a decir, es decir, edad, condición, composición social de nuestra audiencia. Y ponernos en el lugar de ellos: ¿Cuáles serán sus dudas? ¿Les interesa el tema? ¿Cómo puedo motivarlos para que les interese?
- B- Objetivos:** En la redacción del discurso debemos proponernos dos o tres objetivos precisos a cumplir. Por ejemplo, qué queremos informar, cuál es la idea principal que queremos que nuestra audiencia se lleve, qué tema puede abrir una puerta a la reflexión, si queremos convencer o abrir un debate si queremos enseñar algo, etc. Esta formulación de objetivos es una condición necesaria porque si no lo hacemos podemos producir un texto que no sea coherente y que no logre cumplir ningún cometido.
- C- Embellecimiento:** Todo pensamiento puede ser expresado de diferentes maneras. Busquemos la forma más clara y menos rutinaria. Seguramente encontraremos frases de autores conocidos que ya reflexionaron anteriormente sobre el tema y que expresan de una

manera poética o precisa lo que nosotros queremos decir. Recurramos a ellos utilizando las citas que embellezcan nuestro discurso, planteen interrogantes y lleven a la reflexión, pero siempre teniendo en cuenta que van a ser comprometidas. Evitemos el exceso de ornamento. A veces podemos transmitir conceptos con ejemplos de la vida diaria o experiencias vividas o conocidas para lograr un mayor acercamiento del tema a nuestra audiencia.

**D- Construcción:** Para organizar un texto es conveniente que su contenido se estructure alrededor de un tema central que, a su vez, se desarrolle en dos o tres subtemas. Para eso utilizaremos ideas-fuerza que son las que lleva adelante el discurso. No es necesario escribir todo el texto de entrada. A veces es más útil ir anotando las frases u oraciones que se nos ocurren en hojas diferentes. Luego podemos esparcirlas sobre nuestra mesa de trabajo en forma desordenada y de a poco ir uniendo aquellas que expresan una idea principal con las correspondientes ideas secundarias. Entonces, la estructura final debe tener tres partes:

- **Introducción:** Podemos introducir el discurso con una frase de autor conocido. Por ejemplo: “Lo escrito permanece”, decía **Sarmiento**. También, un pensamiento más general que después nos permita continuar con la idea principal. Además, podemos hacer la introducción con una pregunta (por ejemplo: ¿qué hacemos nosotros por nuestra tierra?) y de ese modo llamar la atención sobre el tema que nos ocupa.
- **Cuerpo:** El cuerpo se estructura en base a las ideas principales y secundarias. Para reforzar las primeras es conveniente utilizar ejemplos claros y sencillos que conduzcan a la comprensión de la idea rectora.
- **Conclusión:** Debe nacer fluida y espontáneamente de todo lo que hemos afirmado. Debe ser el punto más elevado de nuestro discurso. El cierre de un discurso es como el acorde final de una canción. Tiene que ser contundente, emotivo y fuerte. Cuando exponemos un tema conflictivo debemos pensar que siempre hay una salida y por lo tanto, nuestra conclusión puede ser una apelación a que las cosas cambien, comprometiendo e involucrando a los que nos escuchan.

## **La duración de un discurso**

Esta depende de la época que nos toca vivir. En otros tiempos, la gente escuchaba largos discursos con atención. Actualmente, los medios de comunicación nos han acostumbrado a la velocidad de información. Diferentes mensajes se suceden de un momento para otro, casi sin darnos tiempo para reflexionar. Por lo tanto, ha disminuido el tiempo de concentración. Los discursos modernos deben adecuarse a esta realidad. A veces, es preferible decir menos cosas, pero que queden en la memoria, a desarrollar numerosos temas que se pierdan en el olvido.

Se deben tener en cuenta otros factores, además, como edad promedio de nuestra audiencia o circunstancia en que se va a pronunciar. Por ejemplo, un discurso escolar no debe superar los 3 minutos. Según algunos autores hay

que pensar en 5 minutos cuando se va a hablar antes o después de una cena o almuerzo.

**“El orador ha de considerar lo que se dice, cómo se lo dice y cuándo, hablando de tal manera que pruebe su tesis, deleite y convezna”.**  
**Cicerón**

## **¿Cómo decir un discurso?**

Antes que nada, el discurso que vamos a decir nos tiene que convencer a nosotros. Sólo así expresamos autenticidad y seguridad.

Un discurso con convicción es un discurso que se hace oír. Muchas veces pensamos que “la voz no nos favorece”, “no nos van a escuchar”. Si sabemos claramente lo que queremos decir y lo hacemos con matices e inflexiones, nos escucharán. No hay nada más aburrido que hablar con monotonía.

Marquemos en el texto los párrafos que queremos resaltar y donde debemos poner más energía. Dentro de ese párrafo debemos ir intensificando las oraciones para que la última quede en un nivel superior de expresividad.

Tengamos presente que un final de oración, dicho en voz muy grave y a veces imperceptible nos quita fuerza para comenzar la oración que sigue. Cada una debe escucharse desde el principio hasta el punto final.

Si tenemos buena memoria, tratemos de estudiar lo que vamos a decir, ya que ningún discurso leído equiparará en emoción al que se dice sin leer. Si pensamos que nos vamos a olvidar algún párrafo tengamos el discurso escrito a mano, en carillas y separado en párrafos y con letras grandes.

Nuestro auditorio nos está mirando. Miremos nosotros también. Aunque estemos leyendo, despeguemos la vista del papel para conectarnos con los que nos están escuchando. **La mirada también es comunicación.**

## **Principios para una buena dicción**

Es necesario tener en cuenta **tres aspectos básicos**:

### **LECTURA FONÉTICA:**

- Para mejorar la dicción la lectura en voz alta es una buena alternativa. El objetivo es hacer una buena articulación y vocalización de las palabras, cuidando una correcta respiración y una buena administración del aire.
- Otra alternativa para cumplir es ejecutar ejercicios de articulación. Por ejemplo abrir bien la boca separando cuidadosamente las sílabas, recalcando exageradamente su emisión. Es un deletreo silábico.
- La correcta administración del aire permitirá que los finales de las palabras sean nítidos y claros.
- Como el aire que inspiramos va a ser el combustible para una correcta pronunciación, es necesario respirar en los comienzos de cada frase o párrafo, de modo que no tenga que detenerse a la mitad para recuperar el aliento.
- La lectura debe ser respetuosa de los signos de puntuación. Esto permitirá que el aire de administre correctamente, además de darle el sentido que corresponde al texto.

## **LECTURA SINTÁCTICA:**

- Una vez que hemos tenido en cuenta las recomendaciones fonéticas, es necesario prestar atención a conseguir una buena entonación, para darle el sentido que quiere expresar el texto.

## **LECTURA EMOTIVA:**

- Dar vida propia a cada palabra permite mantener la intensidad y la inflexión de la voz. Lo ideal es variar la rapidez de la exposición de acuerdo al pensamiento o sentimiento que se desean transmitir (por ejemplo, ritmo lento cuando se razona o se exhorta). Estos contrastes de ritmo rompen la monotonía y hacen agradable en discurso, crean un clima especial dando emoción y vida. Además de estos ejercicios a través de lectura, hemos de señalar, por último, que el mejor ejercicio de dicción es hablar en voz alta con un lápiz entre los dientes. Permitirá que el aparato fonador se descontracture, logrando después una mejor vocalización.

## **Importancia del público**

Un discurso o una conferencia bien preparada y concebida, puede ser un fracaso si no se ha tenido en cuenta al auditorio. No basta que los que forman parte del auditorio **oigan** (acto pasivo, más o menos automático), es preciso que **escuchen** (esto es que presten atención y que quieran comprender). Para ello, el emisor debe emitir un mensaje teniendo en cuenta el receptor. En otras palabras, el orador se ha de adaptar al auditorio.

Esto significa que hay que informarse acerca del auditorio ante el cual habrá que pronunciar la conferencia. Esta información previa, que debe tenerse de los destinatarios del mensaje es indispensable para organizar el discurso en lo que hace al nivel de contenido (la mayor o menor profundidad en el tratamiento de los temas y en el modo de abordarlos) y la forma de presentación. Cuando uno es invitado a hablar ante un grupo, más aún cuando se trata de un público que puede ser más o menos numeroso, debe obtener esa información acerca del posible auditorio recabándola de aquellos que organizan la conferencia.

En cada intervención pública que se hace, uno siempre se dirige a un público determinado real y concreto. No a un público abstracto. Por ello hay que conocer algo de sus vidas, de las reacciones y de las aspiraciones de la gente a quienes se va a dirigir. Esto no se averigua en libros. Es necesario tomarse el tiempo suficiente para informarse sobre el auditorio que se tendrá en frente, tomando dos consideraciones:

### **a-¿Qué se tiene que conocer acerca del auditorio?**

- Número de personas (tamaño de la audiencia).
- Edad.
- Sexo.
- Procedencia y origen.
- Condición social.
- Situación económica.
- Estudios.

- Profesión y ocupación de la mayoría.
- Nivel cultural.
- Mentalidad e inclinaciones.
- Religión, creencias y valores.
- Pertenencia o no a asociaciones.
- Costumbres y modos de vida.
- Centros de interés: problemas o preocupaciones que predominan entre quienes forman parte del auditorio.

### **b-¿Qué tipo de análisis tenemos que hacer de nuestro público?**

En general, hay que hacerse algunas preguntas sobre el auditorio que uno tendrá pero, si se trata de un discurso con un propósito de persuasión o convencimiento, se necesita saber mucho más del público que cuando se trata de un discurso puramente informativo. Las preguntas pertinentes, en cuanto guía para obtener información útil, pueden ser las siguientes:

- ¿Qué interés razonable espero del auditorio ante el tema? ¿Por qué este público está aquí dispuesto a escucharme sobre este tema concreto?
- ¿Qué conocimientos posee el auditorio acerca del tema de la conferencia?
- ¿Qué actitudes puedo esperar de los oyentes ante el tema del discurso y la forma de enfocarlo (favorable, neutra, hostil)?
- ¿Qué conceptos o expectativas tiene el posible auditorio acerca del conferenciante? La reputación del orador es un arma de doble filo, ya que atrae positivamente a un público, pero al mismo tiempo crea grandes expectativas que a lo mejor no pueden satisfacerse.
- ¿Cómo es el local en que se pronunciará la conferencia (favorable o poco favorable para la comunicación)?
- ¿Qué distancia física habrá entre el orador y el auditorio?

### **Características del público**

Si bien hay una serie de aspectos o caracteres específicos de cada público en concreto, otras características son comunes a todo auditorio. Son las siguientes:

- ❖ Normalmente, la actitud inicial de un público es amigable, respetuosa y expectante. Esta expectativa puede ser en relación con el tema de la conferencia o con la personalidad del orador. Si la gente va a una conferencia es porque espera aprender algo de quien va a hablar o del tema que se va a desarrollar. Se excluyen aquí las circunstancias en las que “hay que asistir” a una conferencia por compromiso.
- ❖ El público, en general, se interesa por aquellos asuntos que conciernen o se relacionan con su vida. Si el conferenciante trata cuestiones ajenas a los intereses de su público, éste comienza a desconectarse y puede terminar en un aburrimiento general.
- ❖ Todo público reacciona como una entidad psicosocial con modalidades propias y diferentes de los individuos que forman parte de ese auditorio, considerados aisladamente. Cuando la gente se congrega en grupos o

asambleas es susceptible en gran medida de excitaciones emocionales y de contagio emotivo.

- ❖ Normalmente, la gente se resiste consciente o inconscientemente a salir de su modo de pensar, sentir y querer; por eso el conferenciante ha de tener en cuenta el nivel de conciencia y de conocimiento en que se encuentra la gente.
- ❖ Por último, todo orador ha de tener en cuenta que entre su público habrá gente indiferente, retrógrados y, a veces, una cierta cantidad de personas en actitud antagónica al orador. En el desarrollo de una conferencia, es muy probable que uno se encuentre con tres categorías de oyentes:
  - ✓ Los que estarán de acuerdo con lo expuesto en la conferencia.
  - ✓ Los que asumirán una actitud más o menos neutra o de indiferencia.
  - ✓ Los que no aceptarán las ideas, sugerencias o análisis presentados.

Difícilmente se puede contentar plenamente a todos, en especial si se trata de un público numeroso y heterogéneo.

El orador puede influir sobre el público, por persuasión o por autoridad, o bien por una mezcla de ambas, aunque, cuanto más adulto y más maduro sea el auditorio, menor será la influencia de autoridad.

Todo público merece el respeto del orador, quien de algún modo tiene ante él una tarea pedagógica. Y esta tarea pedagógica implica una responsabilidad, expresada fundamentalmente en preparar bien el tema y en desarrollarlo de la mejor manera posible.

## **El auditorio y los fenómenos de psicología de masas**

La oratoria es un fenómeno psicosocial que debe comprenderse como tal. Cualquiera que sea la finalidad del discurso o conferencia (informar, distraer, persuadir o convencer) la tarea del orador consiste en crear estímulos en los oyentes a través de las palabras, la voz, la acción y otros recursos específicos (ilustraciones, proyecciones de diapositivas, etc.). Estas ayudas visuales se han de utilizar cuando la índole de la conferencia lo permita. Pero, en lo que aquí nos interesa destacar, juega un papel decisivo el auditorio mismo. En él y por él, se pueden crear el clima y el ambiente para vivir determinados sentimientos.

## **El diálogo posterior a la conferencia**

Cada vez es más frecuente abrir un coloquio o diálogo con posterioridad a la conferencia, a fin de que el público, asumiendo también un cierto protagonismo, tenga oportunidad de expresar sus puntos de vista, de preguntar y también de dar respuestas.

Esto es muy conveniente. Da oportunidad para que todos se enriquezcan con el intercambio, se aclaren dudas, se mantienen expresiones o afirmaciones, se corrijan malas interpretaciones. Un diálogo o coloquio posterior a la conferencia permite detectar los resultados de la descodificación hecha por los receptores, con lo cual el conferenciante

puede corregir las distorsiones que se han producido, ya sea por malas interpretaciones o por una explicación insuficiente o inadecuada.

Para el conferenciante, el coloquio posterior a la conferencia es útil, ya que le ayuda a saber en qué medida ha abordado el tema adaptándose al auditorio, o bien, si ha estado tratando cuestiones que para nada se relacionaban con los problemas e inquietudes de quienes escuchaban.

## **Decálogo del orador**

- ❖ Sé el orador siempre.
- ❖ Tu misión: iluminar y esclarecer.
- ❖ Rol e imagen involucran un todo.
- ❖ Hablar por y para el otro.
- ❖ Entre el emisor y el receptor un puente.
- ❖ No es lo que se dice sino cómo se lo dice.
- ❖ La palabra permite la idea.
- ❖ La expresión da vida a la palabra.
- ❖ La estructura: espina dorsal del discurso.
- ❖ Las palabras deben ser pronunciadas con convencimiento.

## **Bibliografía**

- Echeverría, Rafael: "Ontología del lenguaje". Editorial Dolmen. Santiago de Chile. 1995.
- Xifra, Jordi: "Planificación estratégica de las relaciones públicas". Editorial Paidós. Argentina. 2005.
- Scheinsohn, Daniel: "Más allá de la imagen corporativa". Editorial Macchi. Argentina. 1997.