

## Docente a cargo

- Prof. Matías Bonfiglio

## Dependencia

Secretaría de Extensión y Cultura. Dirección de Extensión Cultural.

## Fundamentación

En la actualidad una de las claves para lograr nuestros objetivos profesionales es saber comunicarnos en forma oral. En el mercado laboral actual ésta competencia nos permite demostrar qué sabemos, quiénes

somos y ser -finalmente- aquello que hayamos elegido ser. Porque la venta de proyectos, productos o servicios, el ganarnos la atención de los diferentes públicos, aprobar exámenes y mejorar nuestras relaciones dependen de la capacidad de decir y escuchar que cada uno de nosotros sea capaz de poner en juego.

Para la mayoría de los estudiantes de las carreras de grado es necesario completar su perfil de egreso con herramientas para poder “venderse” a sí mismos y esto es cada día más necesario.

En contrapartida a lo que podríamos suponer, en el contexto de un mundo en el que el avance tecnológico y las comunicaciones por medios digitales parecen ampliar nuestras posibilidades, el hablar cara a cara con otras personas sigue siendo un valor fundamental y diferenciador.

Al mismo tiempo, vivimos en un mundo en el que el decir bien, el aprovechamiento del tiempo siendo claros y directos en el uso de la palabra, el demostrar que sabemos y el mostrarnos de un modo adecuado e interesante son cuestiones fundamentales para que podamos recibirnos, encontrar trabajo, mantenernos en nuestros puestos, mejorar nuestras relaciones laborales y hacer carrera. Todos los días tenemos que decir para demostrar qué hicimos y qué sabemos y permanentemente estamos escuchando el decir de otros en la televisión, en youtube, en los blogs, en facebook.

Es así como las nuevas tecnologías, que han vuelto a poner en un lugar protagónico a la palabra oral, no entrenan a sus espectadores para ser protagonistas. El saber, el autoreconocimiento, la capitalización de las ideas y los recorridos personales, entre otras experiencias, puestos en la palabra

hablada es algo sobre lo que cada día es más necesario formarnos. Es por ellos que tenemos que entrenarnos: el decir en público es una situación de exposición en la que por lo general no sabemos qué es lo que hay que hacer con las manos, con el cuerpo, con los elementos que tenemos que usar, no sabemos cómo concentrarnos, cómo trabajar con la ansiedad y los nervios, cómo proyectar la voz y articular mejor, cómo vestarnos, qué palabras elegir, qué no decir, cómo administrar el tiempo, si tenemos que mirar al público o no, entre otros saberes.

## Objetivos

### • GENERAL

- Formar sujetos capaces de orientar su discurso profesional de forma estratégica, reconociendo públicos, definiendo objetivos en el uso de la palabra y utilizando modos de exponer las ideas acordes a cada contexto.

### • ESPECÍFICOS

- Que el estudiante logre:  
Reconocer su cuerpo y su voz como herramientas de comunicación.
- Procurar la incorporación de la respiración costodiafragmática como recurso central de la comunicación oral.
- Valorar los imaginarios individuales y las experiencias personales como fuentes de ideas.
- Experimentar el proceso de elaboración diferentes discursos.
- Vivenciar el "hablar en público".
- Guiar el armado del contenido de presentaciones orales.
- Sencibilizar a los asistentes en relación a la palabra y al alcance de sus vocabularios.
- Entrenar el uso del cuerpo y la voz para optimizar el resultado de las exposiciones orales preparadas.

## Plan de trabajo

### • Contenidos

- **EJE 1: Nociones Generales**  
Particularidades de la comunicación oral: atractivo y complejidad. El valor de la estrategia comunicativa: objetivo, destinatarios, mensaje. La estructura de contenidos: anuncio-digo-repito. La memoria. Cómo y por qué usar imágenes mentales en un texto oral.  
Estructura del contenido. Selección del recorte temático. Definición del eje de la presentación. Relevamiento del material. Síntesis. Valoración de las ideas principales y secundarias. Aplicación de los recursos de estilo,

vocabulario y creatividad. Manejo del tiempo.  
Imágenes mentales. Actitud de comunicación.  
Elementos paralingüísticos: la comunicación no verbal.

- **EJE 2: Respiración**

“Construcción” de una voz profesional: respiración costodiafragmática, proyección, cualidades de la voz, articulación, pausas, entre otros.

- **EJE 3: Entrenamiento**

Ejercicios prácticos sobre el uso del cuerpo: postura, movimientos, la mirada, las manos, desplazamientos, gestos. Cómo mirar, cómo usar las manos, cómo aprovechar mejor los elementos que acompañan el espacio físico donde trabaja el presentador (escenario, sillas, atril, mesas, sillones, pantalla, micrófono, entre otros), presencia. El concepto del espejo.

- **Metodología de trabajo**

- El diseño de la propuesta busca con ejercicios y contenidos teóricos que el asistente aprenda desde el hacer, desde la experiencia, en tanto que el desarrollo de la competencia comunicativa oral y el logro del objetivo de la actividad depende de la práctica, de un alumno protagonista, participe, que elabora sus propios materiales, que pone el cuerpo y la voz en los ejercicios.

## Criterios de acreditación

- **Condiciones para la Promoción**

La metodología demanda una evaluación permanente del alumno, por tal motivo, para acceder a la condición de alumno “Promocionado”, se requerirá la participación en por lo menos un 80 % de las actividades prácticas realizadas.

- **Carga horaria total**

90 (noventa) horas distribuidas en encuentros presenciales semanales.

## Bibliografía

- Bombini, G.- “La Comunicación, el lenguaje en acción” Ed. Longseller -
- Cassany, Daniel - “La Cocina De La Escritura” Ed. Anagrama - Barcelona -1995.
- Tubau, Iván.- “Periodismo Oral, Hablar y escribir para radio y televisión” -Ed. Paidós - 1993.
- Aguilar, María José y Ander Egg, Ezequiel - “Técnicas de la comunicación oral” ; Ed. HV Manitas
- Dale Carnegie - “El camino fácil y rápido para hablar eficazmente” - Ed. Sudamericana - 1964.
- Sergio Rulicki - “Comunicación no verbal” - Granica - 2007.
- Aristóteles - “El arte de la retórica” - Eudeba - 2007
- Alberto Wilensky - “Marketing estratégico” - Temas - 2006.
- Xavier Laborda Gil - “Inteligencia comunicacional, el orador sexy” -Plataforma Actual - 2014.