



Nombre de alumno: Williams Jose Luis Cruz C.

Nombre del profesor: LUZ MARIA CASTILLO MORENO

Nombre del trabajo: Ensayo de la cuarta unidad

Materia: Comunicación oral.

Grado: 2

Grupo: A

Comitán de Domínguez Chiapas a 05 de abril de 2021.

Índice.

Unidad 4

4.1- El público y sus necesidades.

4.2.- Elocuencia y persuasión.

4.3.- La oratoria y sus características

4.4.- Métodos de exposición: Memorizado, escrito. Bosquejado e improvisado.

La exposición.

4.1 El público y sus necesidades.

CONCEPTO DE DISCURSO

En oratoria se define al discurso como el conjunto de la forma y el fondo del pensamiento que constituyen el mensaje que el orador expresa ante un auditorio. Puede presentarse el discurso como mensajes, ideas y sentimientos al público, a través de palabras, sonidos y símbolos de acciones que el orador selecciona y organiza y que el público interpreta.

El discurso es la armazón fundamental que hace posible que cada uno encuentre la necesaria barrera del goce para constituir un lazo social, por tanto el discurso es una forma de utilizar el lenguaje escrito como verbal y se utiliza para la construcción de un mensaje.

CUALIDADES DEL DISCURSO

El discurso ejerce una acción directa en la reflexión, como expresión exterior del pensamiento, por lo que el discurso es la manifestación del yo, el orador habla con conciencia de lo que dice, con conocimiento del valor y la significación de cada una de las acepciones que expone. Es el discurso un poderoso medio de expresión analítica, porque descompone los elementos de un tema o un juicio presentado al pensamiento del público en su totalidad, aplicando a cada elemento el concepto que lo define, facilitando así el conocimiento de su principio fundamental, de su distinción respecto de otros juicios y conceptos.

Acorde con este objetivo principal, el discurso debe poseer características idóneas que permitan la completa recepción y comprensión de cada una de las palabras y del contexto total y para lograr esos objetivos es indispensable reunir las siguientes cualidades:

- a) **Claridad:** Se entiende la claridad como la debida pronunciación de cada una de las sílabas, las palabras y las oraciones que conforman el texto de un discurso, los cuales deberán emitirse con la adecuada articulación y el justo volumen para ser percibidas claramente; en relación al discurso es preciso ser claro en la forma y el fondo, es decir en cuanto a las palabras y las ideas. Respecto a la claridad se analizan los factores físicos relativos a la pronunciación de las palabras y de las oraciones; el volumen, el tono, la velocidad y la cadencia.
- b) **Precisión:** La precisión en el discurso es el camino más breve para llegar a la comprensión del auditorio y poder crear en él un estado de ánimo coherente con la idea que pretendemos transmitir. Escribir con precisión consiste en expresar únicamente lo que se desea, sin dejar opción a que lo escrito pueda interpretarse de otra forma, por tanto, la precisión requiere de seguridad, se consigue si se tiene bien definido lo que se desea expresar y se conocen bien los términos que van a emplearse.
- c) **Concisión:** Es la brevedad, exactitud y precisión en la forma de expresarse, ya sea por escrito u oralmente. La concisión en el discurso es garantía de comprensión que el auditorio reconoce, valora y agradece, porque no se lleva a efecto la utilización de palabras excesivas.
- d) **Corrección:** Es importante recordar que el discurso es la idea expresada en palabras y que, por consiguiente, la lógica y la sintaxis son las columnas en que debe apoyarse la oratoria, entendiéndose como sintaxis en que se combinan las palabras.
- e) **Convicción:** Al pronunciarse un discurso es imprescindible estar absolutamente convencido de la bondad de la idea, de la verdad de lo que se dice y de las ventajas y beneficios que las palabras llevan al auditorio por conducto del discurso, por lo que para persuadir al auditorio es necesario que el orador empiece a convencerse por sí mismo. La convicción es entusiasmo que se comunica, más que con palabras con actitudes. La convicción es prácticamente la seguridad que tiene el orador de la verdad o certeza de lo que piensa o siente.
- f) **Entusiasmo y acción:** La oratoria es la palabra en acción y, por consiguiente, las fuerzas que la impulsan son el entusiasmo y la convicción. El entusiasmo es la voz que se mueve y conmueve en el auditorio, el entusiasmo es esperanza que se anticipa y la perspectiva es vida que se origina en las palabras.

- g) Uniendo las cualidades anteriores, se da cohesión a la acción presente anclándola con la experiencia y con el propósito que guía la acción futura. Toda acción es hija de un proyecto, el cual tiene un propósito. No hay posibilidad de alcanzar una meta sin el motor que se llama entusiasmo. Este es el estado anímico que guía y nutre la acción. Ya que, si se hace algo, hay que hacerlo bien y poniendo en este hacer la dosis de entusiasmo necesario para que el accionar sea abundante.

ANÁLISIS DEL PÚBLICO.

Para un orador es fundamental estudiar a su auditorio calculando sus creencias, gustos, grado de inteligencia, etc. y percibir el grado de heterogeneidad que lo compone; no es lo mismo hablar para un público diverso y heterogéneo que para un público de adeptos y esta realidad la podemos comprobar en los discursos políticos: es muy diferente que el orador se dirija a un público diverso y que se encuentra en un espacio público donde puede acudir cualquiera a que ese mismo orador pronuncie su discurso en un recinto cerrado donde tan solo asisten sus adeptos pues éstos están dispuestos a apoyarle a poco bien que lo haga.

CARACTERÍSTICAS

Hablar en público implica una gran responsabilidad, aun cuando sólo se hable ante un número reducido de personas, o ante un auditorio inmenso, sea en la situación que sea. Por lo que es conveniente que el presentador tenga una idea concreta de cómo es el público con el que se va enfrentar, por ejemplo: Edad, profesión, clase social, status político o religioso. El análisis del público es el estudio específico de este último para el cual se pronunciará un discurso, así mismo la adaptación del público es el proceso activo que consiste en relacionar el material del discurso directamente con el público. Puede que el público sea siempre el mismo, en cuyo caso apenas tendrá motivos de preocupación; pero cuando el presentador se ha preocupado de saber ante quién va hablar, el público lo detecta casi inmediatamente y le agradece, ya que se siente más a gusto, como un invitado importante y eso mejora la relación entre el presentador y el auditorio.

Por lo tanto, es importante hablar de cada una de las características del Auditorio:

- **Tamaño del auditorio:** El auditorio debe medirse con objetividad, es decir, saber exactamente cuántas personas, de qué sexo, edad y otros datos concretos darán al elocuente una confianza en sí mismo que ninguna otra cosa le aportará, para ser más entendible se ve el camino o no se ve, se avanza con confianza o con temor. El tamaño el auditorio en sí mismo no es un problema, lo es el hecho de encontrarse de golpe con uno de tamaño inferior o superior al esperado, ya que cuando se sabe de antemano con que se va encontrar, se prepara, aunque solo sea mentalmente y entonces crecen las posibilidades de éxito. En cuanto se tiene todos los datos el orador tiene que hacer una valoración justa y no caer en el error de creer que un auditorio pequeño es más fácil de manejar o menos peligroso que uno numeroso. Es muy importante saber que cuando mayor sea el público, más alto tendrá que hablar, cuantas más filas, más tendrá que

esforzarse para que los de detrás lo vean mejor, cuando más desconocido sea el auditorio, más tendrá que esforzarse en ganarse su confianza, es decir, que cuando más pequeño sea el auditorio más le costará crear ambiente.

Por consecuencia hacerse una idea clara del tamaño del auditorio ayudará a dominarlo, sin antes olvidar que es una cuestión mental ya que el público debe cuantificarse en el cerebro del presentador que es la mejor forma de controlarlo.

- **Interés del Auditorio:** Cuando se tenga que hacer una presentación, es importante indagar si el público ha asistido voluntariamente o, al contrario, lo ha hecho por obligación. A veces, por diversos motivos, suele encontrarse con una audiencia forzada, por lo que no ayuda precisamente a mejorar la concentración, ni la atención, por lo tanto, el orador se tendrá que esforzar más. Es relevante recordar que a nadie le gusta hacer cosas por imposición, ya que el tener un público bajo esas características puede ser una verdadera tortura para algunas personas, ya debido a que si está a disgusto no prestará atención y si no lo hace molestará y distraerá a los demás y el orador no podrá evitarlo. Por lo tanto, hay que hacer lo posible por convertir a la audiencia en un grupo que se sienta a gusto con el orador, haciendo que el final de la audiencia haya sido concurrida voluntario y gustosamente.

- **Auditorio Conocido o Desconocido:** Es importante conocer que no se habla igual con una persona conocida que con otra desconocida, por lo que el presentador debe situarse a la altura de las circunstancias, es evidente que con los conocidos, el grado de confianza se mayor e incluso necesario para mantener una buena relación, teniendo un trato cálido y no un distanciamiento. El público cuando ingresa en una sala, coloca todos sus sentidos en funcionamiento, su sensibilidad se agudiza, sus oídos se abren y sus ojos no pierden detalle, el público está más atento cuando es nuevo que cuando no lo es, ya que lo nuevo despierta curiosidad y eso se traduce en una mayor expectativa.

- **Auditorio de Impacto Continuo:** No es más que impactar continuamente a la audiencia, que (eliminar) es un trabajo complicado y difícil de llevar a cabo, por lo que es necesario que el orador demuestre al público que le quiere, que se preocupa por él, que no piensa en otra cosa y que es de máxima importancia para él. Para poder entender esta característica es bien importante conocer el significado de impactar, que es lanzar mensajes de afecto a la audiencia y hay que hacerlo de forma insistente, teniendo la seguridad de que, en cuanto deje de hacerse, la comunicación quedará cortada, es decir, que impactar es llamar la atención, decir cosas nuevas e interesantes que provocan sorpresa, que se expresa con gestos de extrañeza, pero nunca de indiferencia.

- **Agenda de Presentación:** Es importante entregarles una pequeña agenda o guion de lo que va a ocurrir en la sala de presentación, es más que nada entregar un pequeño documento impreso con una información mínima la cual preparará al público a aceptar

el discurso con más facilidad e incluso es bueno para el presentador, ya que esto hace que su trabajo sea menos complicado.

A lo antes descrito el acercamiento del presentador hacia el público debe realizarse en tres etapas, que son.

- Fase de observación y primer contacto, en esta fase el orador debe demostrar respeto, humildad y cercano.
- Estrechar lazos, es la de ganarse el respeto de la audiencia.
- Estrechar lazos, es la de ganarse el respeto de la audiencia.

4.2 Elocuencia y persuasión

¿En qué consiste la elocuencia? La elocuencia tiene dos propósitos que identifican su condición auténtica: el de convencer y el de conmover. Estas características definen muy bien el objetivo para el cual existe. El hombre elocuente, con su estilo, utiliza el instrumento de su voz fluida para comunicar determinado pensamiento y sembrar ideas en el auditorio congregado para escucharlo. La improvisación de las palabras es espontánea y si acaso súbita o repentina, y brota del caudal de su ilustración para decir lo que siente y lo que se propone.

Quienes han pretendido salirse de los escenarios para los cuales han sido dotados por su capacidad natural o porque han pulido sus ambiciones y adiestrado sus mentes y facultades para brillar en ellos, han tenido que resignarse a salir de los recintos con la pesadumbre de no haber podido reinar en la tribuna. En ningún escenario basta que la expresión esté iluminada por faros de moral o de verdad. Es necesario que la tesis y el propósito de exponer el motivo formalicen un mensaje transmitido por una garganta educada para emitir las palabras con un ritmo triunfal. La elocuencia florece entre lo que se expresa —el mensaje—, cómo se lo expresa —la voz— y quién lo escucha —el auditorio—. Estos tres elementos constituyen los pilares del arte de habla.

4.3 La oratoria y sus características.

CONCEPTOS GENERALES SOBRE ORATORIA El concepto Oratoria tiene dos sinónimos de uso frecuente, la retórica que deriva de la palabra griega *rhétor*, la cual designa al arte del bien decir, de embellecer la expresión de los conceptos, de dar lenguaje escrito o hablado, la eficacia adecuada para deleitar, persuadir o conmover; y la elocuencia como la facultad de hablar o escribir de modo efectivo para encantar, inquietar y convencer a los demás mediante el manejo dialéctico de argumentos lógicos, para que asuman la conducta que se sugiere, de tal forma que no se sientan sometidos u obligados a hacer por la fuerza lo que se les dice, sino que lo realicen por propia

voluntad, porque realmente lo quieran hacer, puesto que están convencidos de que así debe de hacerse. La oratoria es persuasión, honradez y convicción. La manipulación mediante la palabra, el engaño y la intimidación, no es oratoria, es charlatanería, es falacia, ya que se tiene que convencer con la verdad, por consiguiente, el auténtico orador hace de la palabra un instrumento de la verdad. —Todo por la fuerza de la razón; nada por la razón de la fuerza. La oratoria es el arte de hablar con elocuencia, es decir, de expresarse eficazmente mediante la palabra dialogada, ante cualquier auditorio y en cualquier circunstancia.³ La oratoria consiste en lograr que la gente se convenza por la fuerza de la razón y de la verdad, y se conmuevan por las emociones y sentimientos, ya que la palabra es un importante medio de comunicación, pero, además, es una fuerza incontenible que puede conmover, conducir, orientar, convencer y educar.

Una forma de la oratoria es, sin duda, la que se practica cuando se platica entusiasmadamente con un grupo de amigos o cuando se escucha el relato de algo que sucedió. En ambos casos, la expresión discutida fue el vehículo eficaz de la comunicación, y eso es, precisamente, la oratoria, la comunicación verbal elocuente.

La Oratoria no es una disertación ordinaria, las ideas se presentan de una forma original, clara, organizada, lógica y estética, para producir el efecto de la argumentación que es el talento de hablar o de escribir para entusiasmar al público a quien se dirige, se eleva el nivel común y causa un efecto emotivo y único a quien lo escucha, por lo que un hombre de fuerza e inteligencia extraordinaria puede no ser más que un cero en la sociedad si no sabe hablar.

El hombre es el único ser viviente que habla, siendo la palabra uno de los dones más extraordinarios que posee. El ejercicio efectivo de la palabra se apoya en dos bases: la naturaleza y la educación. Todas las personas tienen la cualidad de comunicarse con sus semejantes, la mayoría tiene la ventaja de poderlo hacer mediante el término dialogado y aunque esto pudiera ser sencillo, no todos lo hacen con eficacia, pues la facultad elocutiva requiere, como cualquier otra facultad del hombre, cultivo y formación, ya que la oratoria es el testimonio externo de un alma profunda.

Su objetivo es persuadir con sus argumentos a todos sus oyentes.

CARACTERÍSTICAS DE LA ORATORIA: 1. Según el Orador: ♣ Conocimiento: tener el mayor conocimiento sobre el tema que escogerá para ser manifestado. ♣ Integridad: el orador debe ser íntegro. ♣ Confianza: el orador debe tener plena confianza de sí mismo. ♣ Destreza y Habilidad: un orador debe tener destreza y habilidad frente a su público.

2. Según el punto de vista físico: ♣ La voz: pues definitivamente debemos de hacer uso de un adecuado timbre de voz. ♣ El cuerpo del orador: tener una postura correcta, estar vestido adecuadamente y utilizar gestos y mímicas acorde con las palabras que pronunciamos.

3. Según el punto de vista Intelectual y Emocional: ♣ Clara y Entendible: la oratoria se debe de manifestar de manera clara, entendible y precisa para un mayor éxito comunicativo. ♣ Impactante y fácil de recordar: la oratoria necesariamente debe ser impactante para captar la atención del público y de ésta manera les sea fácil de recordar. ♣ Conmovera y Persuasiva: debe ser conmovedora, transmitir al público la posición de tu tema tratado. Por otro lado, persuasiva, porque debes convencer al público de tus argumentos. ♣ Entretenida: no aburrir al auditorio.

CARACTERÍSTICAS DE LA ORATORIA:

1. Según el Orador: ♣ Conocimiento: tener el mayor conocimiento sobre el tema que escogerá para ser manifestado. ♣ Integridad: el orador debe ser íntegro. ♣ Confianza: el orador debe tener plena confianza de sí mismo. ♣ Destreza y Habilidad: un orador debe tener destreza y habilidad frente a su público.

2. Según el punto de vista físico: ♣ La voz: pues definitivamente debemos de hacer uso de un adecuado timbre de voz. ♣ El cuerpo del orador: tener una postura correcta, estar vestido adecuadamente y utilizar gestos y mímicas acorde con las palabras que pronunciamos.

3. Según el punto de vista Intelectual y Emocional: ♣ Clara y Entendible: la oratoria se debe de manifestar de manera clara, entendible y precisa para un mayor éxito comunicativo. ♣ Impactante y fácil de recordar: la oratoria necesariamente debe ser impactante para captar la atención del público y de ésta manera les sea fácil de recordar. ♣ Conmovera y Persuasiva: debe ser conmovedora, transmitir al público la posición de tu tema tratado. Por otro lado, persuasiva, porque debes convencer al público de tus argumentos. ♣ Entretenida: no aburrir al auditorio.

Tipos de oratoria

V, 1 Oratoria Social Denominada también oratoria sentimental, ceremonial o augural. Es la que tiene por ámbito propio, las múltiples ceremonias en las que le toca participar al ser humano en general; sean estas en el hogar, comunidad o a nivel institucional, académico o laboral.

V, 2 Oratoria Pedagógica Es el arte de transmitir conocimientos y cultura general a través de la palabra hablada. Denominada también didáctica o académica. Su objeto específico es enseñar, informar o transmitir conocimientos. Utilizada por los profesores, catedráticos y educadores.

V, 3 Oratoria forense: Esta tiene lugar en el ejercicio de la ciencia jurídica. Se le conoce también como Oratoria Judicial y es utilizada en exclusiva, en el ámbito de la

jurisprudencia para exponer con claridad y precisión los informes orales de jueces, fiscales y abogados.

V, 4 Oratoria Política: Busca exponer o debatir todas las cuestiones relacionadas con el gobierno de la actividad pública, pero partiendo de los principios e ideas políticas que ostenta el orador. Es utilizada en épocas electorales para persuadir y convencer a los votantes.

V, 5 Oratoria Religiosa: Llamada "homilía" u oratoria "sacra". Es el arte de elaborar y disertar sermones a partir de la palabra de Dios, plasmada en la Biblia u otros libros religiosos. Trata sobre asuntos de fe y religión. Usada por los predicadores, curas, pastores y misioneros.

V, 6 Oratoria Militar: Está abocada al ámbito castrense (Fuerzas Armada y Fuerzas Policiales.) tiene por objeto instruir la defensa y el amor por la patria y estimular las virtudes heroicas en los soldados. Los discursos en este tipo de oratoria son casi siempre leídos, pocas veces son espontáneos.

V, 7 Oratoria Artística: El objetivo es producir placer estético. Involucra crear belleza con la voz, de modo que regocije el espíritu de los oyentes. Es usado por cantantes y artistas: teatrales, cineastas y televisivos. Asimismo, lo utilizan los animadores, maestros de ceremonia y locutores radiales.

V, 8 Oratoria Empresarial: Denominada "Management Speaking"; es empleada por los hombres de negocios; empresarios, gerentes, vendedores y relacionistas públicos. Su esencia lo constituyen las relaciones humanas y la persuasión, para lograr el cumplimiento de los fines y objetivos corporativos.

Los fines de la oratoria

Es importante precisar que la oratoria, como toda ciencia o arte, tiene una serie de propósitos que anhela alcanzar a través de su práctica efectiva. Estos propósitos que también podemos llamar fines, han sido materia de debate desde los tiempos antiguos. Rememorar la diversidad de opiniones en torno a los fines de la oratoria, sería caer en una bizantina y fatigosa enumeración.

La divergencia de opinión suele tener sus orígenes en el tiempo y en el espacio geográfico en el que le toca desarrollarse. En esencia cuatro son los fines de la oratoria.

Persuadir

Implica convencer a otras personas de que nuestras opiniones e ideas son las correctas y moverlas a la acción de acuerdo con ellas. Involucra también la motivación para que otros realicen lo que en el fondo muchas veces no quieren hacer. Es el caso del vendedor que busca por medio de la persuasión que los clientes se sientan motivados a comprar sus productos o servicios. La persuasión se orienta a la voluntad de los receptores, por ello podemos decir que "es la actividad de convencer a nuestros semejantes para que tomen una decisión o hagan una acción determinada".

2. Enseñar

Comprende la acción de transmitir, a alumnos o discípulos, conocimientos y cultura general a través de la palabra hablada. Esta transmisión pedagógica se realiza en sesiones académicas, debates o incluso, en una plática común. Aquí la oratoria se orienta a la inteligencia de los receptores, su propósito es comunicar no sólo las noticias cotidianas sino, va más allá; transferir conocimientos de todo tipo por medio de un emisor y/o profesor, ya sea de manera formal; en los centros de enseñanza de diferentes niveles o, ya sea de manera informal; esto es en el hogar, la calle o la comunidad.

4.4 Métodos de exposición.

Tipos de oradores. Hay tres clases de oradores:

LOS QUE IMPROVISAN SIN SABER LO QUE VAN A DECIR. El improvisador nato tiene bagaje cultural. Sobre las cosas más sencillas puede desarrollar una disertación importante y válida, que emocione y convenza. En Colombia se destaca Eduardo Santos como el improvisador más elocuente, castizo, ameno y culto. No era orador de escenario abierto sino de recinto cerrado. Su raciocinio discurre como un surtidor que no se detiene. Si el tema es de importancia universal, lo sublima; si es insignificante, lo magnifica. El arte de la improvisación es eminentemente temperamental. El improvisador está siempre listo a hablar sobre el tema que aparezca sobre el tapete. Su presencia en la tribuna es natural por su comportamiento un tanto desaliñado y espontáneo. Tiene cultura, ha leído mucho y es dueño de ademanes que acompañan armoniosamente la expresión y marcan su ritmo. Posee también una percepción intuitiva del ambiente de su auditorio y sabe despertar o acicatear su interés. Además, su voz, lejos de zumbar de manera monocorde, sube o desciende por escalas y tonalidades ceñidas a los vaivenes del desarrollo de la alocución. En el arte de hablar de manera improvisada existe un factor irremplazable: la memoria. Político, catedrático u orador sin memoria quedará sepultado en un estruendoso fracaso.

El memorioso cuenta anécdotas, relata historias, hace alusiones, cita fechas, enuncia nombres, reconstruye episodios en medio de la admiración general de su audiencia. Recordar o retener es facultad necesaria para sacar a colación y enaltecer o deplorar cualquier suceso que se viva según su índole. Durante el discurso se debe apelar a la memoria como recurso valioso para sustentar el argumento que se exponga a la atención de la audiencia. El improvisador de plaza abierta agita los brazos y alza la voz, utiliza términos sorprendentes y altisonantes y sus ojos se tornan aguileños. La emoción de la concurrencia lo inspira porque es, precisamente, el combustible de su discurso.

LOS QUE MEMORIZAN LO QUE VAN A DECIR Y LO RECITAN.

El orador que aprende de memoria lo que va a exponer, se introvierte en su cerebro y se concentra plenamente en recuperar lo que ha almacenado. El tiempo de memorización desempeña un papel importantísimo. Si lo que va a recitar es reciente, hay gran probabilidad de olvidarlo en el momento porque no se ha fijado en las estancias de su cerebro con la suficiente antelación para poder decirlo sin pensar. Por mucha facilidad que tenga para aprender de memoria, el orador que recita corre el riesgo de que, por el olvido de una mera palabra guía, se desgrane todo el rosario que había hilvanado.

En cambio, el que aprende de memoria con bastante anticipación lo que va a decir, y lo repite a menudo, como un ejercicio, no lo olvida una vez llegada la hora de la verdad, pues lo habrá retenido mentalmente. Expresa sin titubear lo que grabó en su mente, ya que no lo piensa, vale decir, lo ha mecanizado.

El que pronuncia de memoria un discurso es, en el fondo, un actor o un autómatas que engaña al público. Unas veces se precipita, otra se detiene en actitud pensativa, como buscando el término adecuado, todo para dar la sensación de que improvisa. Recita con ademanes teatrales, no espontáneos. Su elocuencia es hija de la memoria, no de la invención. Es hombre del pasado, no del momento. No se le puede interrumpir porque pierde el hilo de la sucesión de palabras que ha —instaladoll en su mente.