UNIVERSIDAD DE PANAMÁ
VICERRECTORIA DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO
CENTRO REGIONAL UNIVERSITARIO DE PANAMÁ OESTE
PROGRAMA DE MAESTRÍA EN LENGUA ESPAÑOLA Y LITERATURA PARA EL NIVEL SUPERIOR

TESIS

LOS DOCENTES DE ESPAÑOL Y LA ENSEÑANZA DE LA ORATORIA EN EL NIVEL SUPERIOR

POR:
LESVIA SAAVEDRA
CÉDULA 7-91-1232

Tesis de posgrado presentada consideración de la Universidad de Panamá, para optar por el título de Magíster en Lengua española y literatura en el Nivel Superior.

PROVINCIA DE PANAMÁ OESTE, LA CHORRERA
2020

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA i
AGRADECIMIENTO ii
RESUMEN EJECUTIVO 1
SUMMARY 2
INTRODUCCIÓN iii
CAPÍTULO 1 - ASPECTOS GENERALES 3
1.1. Planteamiento del problema 4
1.2. Antecedentes del objeto de la investigación 6
1.3. Justificación e impacto (novedad, aporte e importancia) 7
1.4. Objetivos generales y específicos 8
1.5. Hipótesis 8
CAPÍTULO 2 - MARCO TEÓRICO 9
2.1. Orígenes de la oratoria 10
2.2. Géneros de la oratoria: 12
2.3. La importancia de la expresión oral 13
2.3.1. ¿Quién es el orador? 13
2.3.1.1. Características del orador 15
2.3.1.2. Cualidades del orador 15
2.3.2. Selección e investigación del tema 16
2.3.3. Tipos de discurso 16
2.3.4. Discurso para persuadir: 17
2.3.5. Discurso para ocasiones especiales: 18
2.3.6. ¿Qué es una audiencia? 19
2.3.7. ¿Qué se busca en la audiencia? 20
2.3.8. Tamaño de la audiencia 21
2.3.9. Demografía 21
2.3.10. Edad 21
2.3.11. Sexo 22
2.3.12. Factores étnicos. 22

2.3.13. Intereses Regionales y Especializados 22
2.3.14. Creencias y valores 23
2.3.15. Qué hacer con su análisis 23
2.3.15.1. Tacto 23
2.3.15.3. Humor 23
2.3.15.4. Pruebas 24
2.3.15.5. Tiempo 24
2.3.15.6. Elección del tema 24
2.3.15.7. La audiencia en el salón de clase 24
2.4. ¿Por qué hacer un boceto? 25
2.5. Métodos para organizar los discursos 26
2.5.1. Tiempo: 26
2.5.2. Espacio: 26
2.5.3. Tema: 26
2.5.4. Causa y efecto 27
2.5.5. Más allá del boceto 27
2.5.5.1. Introducción - Cuerpo - Conclusión 27
2.5.5.2. Frase del tema 28
2.5.5.3. El boceto de un discurso demuestra los siguientes pasos: 29
2.5.5.4. Después del boceto 29
2.6. Introducción de su discurso 30
2.6.1. ¿Qué es una introducción? 30
2.6.2. Propósitos 30
2.6.3. Tipos de introducciones 32
2.6.4. Anécdota 32
2.6.5. Uso de humor en su anécdota 32
2.6.6. La declaración sorpresiva 33
2.6.7. La pregunta retórica 33
2.6.8. La cita 33
2.6.9. La introducción no verbal 34
2.7. Conclusión de su discurso 35
2.7.1. La anécdota 36

2.7.2. La pregunta retórica 36
2.7.3. La Citas 37
2.7.4. La conclusión no verbal 37
2.7.5. Usos del humor en la conclusión 38
2.8. Persuasión de la audiencia 39
2.8.1. Llamamientos lógicos 39
2.8.2. Razonamiento inductivo 40
2.8.3. Argumento por generalización 41
2.8.4. Argumentos por analogía 41
2.8.5. Argumento por causa y efecto 41
2.8.5.1. Llamamientos personales 41
2.8.5.2. Reputación 41
2.8.5.3. Apariencia 42
2.8.5.4. Identificación 42
2.8.5.5. Experiencia 42
2.8.5.6. Mérito personal 42
2.8.5.7. Llamamientos emocionales o psicológicos 43
2.8.5.8. Refutación y ensayo 44
2.8.5.8.1. Refutación cuantitativa 44
2.8.5.8.2. Refutación cualitativa 45
2.8.6. Formas de apoyo: 45
2.8.6.1. Citas 45
2.8.6.2. Ejemplos e ilustraciones 45
2.8.6.3. Anécdotas 45
2.8.6.4. Comparaciones y contrastes 45
2.8.6.5. Definiciones 46
2.8.6.6. Descripción 46
2.9. Fines de la oratoria 48
2.10. Estrategias de desempeño para un buen orador 49
2.11. Tipos de técnicas 50
2.11.1. Uso y manejo de la voz 50
2.11.2. Método de Autoconfianza 52

CAPÍTULO 3 - MARCO METODOLÓGICO 53
3.1. Metodología 54
3.1.1. Tipo de investigación 54
3.1.1.1 Diseño de la investigación 54
3.1.2. Fuentes de la información 55
3.1.2.1. Fuentes materiales 55
3.1.2.2. Población 55
3.1.2.2.1. Muestra 56
3.1.2.2.2 Tipo de muestra 56
3.2. Variable 57
3.2.1. La variable independiente 57
3.2.2. La variable dependiente 57
3.2.3. La conceptualización 57
3.2.4. La operacionalización: 58
3.2.5. Instrumentalización: 58
3.3. Descripción del instrumento 60
3.4. Validación del instrumento 61
3.5. Tipo de análisis 61
CAPÍTULO 4 63
ANÁLISIS DE DATOS 63
4.1 Análisis e interpretación de los resultados 64
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 82
CONCLUSIONES
RECOMENDACIONES
ANEXOS

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Distribución de la población por edad. 64
Gráfico 2 Distribución población según sexo. 65
Gráfico 3 Licenciaturas participantes en la investigación 66
Gráfico 4 : ¿Siente temor al hablar en público? 67
Gráfico 5 ¿Posee conocimientos sobre redacción de textos argumentativos? 68
Gráfico 6 ¿Alguna vez ha preparado un discurso? 69
Gráfico 7 ¿Conoce temas sobre oratoria, dentro de los cursos de Español a Nivel Superior? 70
Gráfico 8 ¿Posee conocimiento sobre Oratoria? 71
Gráfico 9 ¿Tiene conocimiento sobre las cualidades y características de un orador? 72
Gráfico 10 ¿Conoce las técnicas para presentarse en público a través de la oratoria o argumentación oral? 73
Gráfico 11 ¿Tiene experiencia en disertación en público? 74
Gráfico 12 ¿Existen limitaciones para la enseñanza de la Oratoria a Nivel Superior? 75
Gráfico 13 ¿Le gustaría ampliar sus conocimientos sobre Oratoria? 76
Gráfico 14 ¿Le interesa tomar cursos adicionales sobre oratoria? 77
Gráfico 15 ¿Participaría en un seminario –taller sobre oratoria? 78

DEDICATORIA

A mi madre, a Gerardo Emilio y Edgar Gabriel, quienes han sido mi inspiración para seguir adelante, a Gerardo, quien siempre me ha apoyado en los proyectos profesionales, sin él no hubiese podido culminar con éxito esta etapa de la vida como profesional, a mi nieto Alejandro, quien ha sido mi compañero en esta aventura.

AGRADECIMIENTO

A Dios Todopoderoso, que me ha dado sabiduría, fortaleza y perseverancia para alcanza una nueva meta profesional.

A los profesores quienes me han ofrecido sus conocimientos y orientación para continuar con mi perfeccionamiento profesional., especialmente a la profesora Benilda Fuentes quien con sus atinados consejos nos animó a seguir avanzando hacia una especialización profesional.

A mi asesor el profesor Alonso Londoño, por su atinada orientación.

RESUMEN EJECUTIVO

Este trabajo de investigación se realiza con el objetivo de fortalecer la asignatura del Tronco Común, con técnicas metodológicas, para la enseñanza de la Oratoria, puesto que es un arte que contribuye al desarrollo de las habilidades discursivas y orales de los estudiantes.

Nuestra investigación busca beneficiar a los participantes de las carreras de Periodismo, Educación y español, ya que carecen de conocimiento en el manejo y aplicación de las técnicas modernas para desarrollar la oratoria, tanto en el aula, como en su vida profesional, siendo un limitante para su desarrollo en diversos aspectos del campo laboral.

Es por ello que nos planteamos la pregunta ¿Cómo plantea la asignatura del Tronco Común, Comunicación escrita y oral o Lenguaje y comunicación, la oratoria?

Sabemos que la oratoria es el arte de hablar con elocuencia, de persuadir y animar mediante la palabra a un público o audiencia determinada, con un objetivo específico, que es expresar pensamientos ideas, sentimientos, por lo que se requiere fomentar en el participante un espíritu investigativo, deseos de adquirir nuevos conocimientos los cuales le proporcionarán un acervo cultural cónsono con su formación profesional.

Las habilidades en oratoria de una persona son importantes cuando de convencer, persuadir o atraer público se trata, es por esa razón que es cultivada por los políticos, publicitas, líderes comunitarios o empresariales, así como también figuras públicas, artistas y docentes, etc.

Asimismo, en la educación por competencias, que se da en la actualidad, se hace énfasis en el desarrollo de las habilidades discursivas de los participantes, buscando que estos logren alcanzar sus metas profesionales.

Es necesario ofrecer las herramientas, orientación metodológica, un currículo apropiado, desarrollando la competencia comunicativa y discursiva en los participantes, de las aulas universitarias.

SUMMARY

This research effort is being carried out to strengthen the Common Subject Core through methodologic techniques for teaching Oratory becausethis is an art that contributes to the development of the student's argumental and oral abilities.

Our research is aimed at benefittiny journalism, education and Spanish-language students since they lack knowledge about the implementation of modern techniques to improve oratory in classrooms and their professional life. This blocs their development in their jobs.

This is why we ask ourselves: How oratory views the Common Core -- Written and oral Communication, or language and communication?

We know that oratory is the art of speaking eloquently, of persuading and encouraging while speaking in public to people about ideas and feelings. For this reason it is necessary to raise in the listeners a desire to engage in research and to acquire knowledge to gain a cultural wealth in line with their professional education.

Oratory abilities are important to persuade and atract people. This is why polictician public relation people and community and business leaders as well as artists and teachers, etc., study it.

In the current selection of education sector personnel emphasis is placed on the oratory abilities of applicants in their search for professional goals.

It is necessary that university classrooms offer tools, methodologic orientation, and appropiate curriculums to develop communication and oratory skills.

INTRODUCCIÓN

Esta investigación como trabajo de tesis, denominada, Los docentes de español y la enseñanza de la oratoria en el Nivel Superior, en el Centro Regional de Panamá Oeste, para optar por el título de magíster en Lengua española y literatura, la hemos realizado con el propósito de analizar, los contenidos del tópico de oratoria que deben incluirse en los programas dirigidos a la formación de los profesionales en las carreras humanísticas, en el Nivel Superior.

En el primer capítulo presentamos los aspectos generales que señalan la realidad problemática, el alcance, delimitación, descripción y formulación del problema, las preguntas de la investigación, objetivos e hipótesis, así como también los antecedentes de la investigación, en donde se señalan puntos de vista de investigadores con referencia al tema que nos ocupa.

Mientras que, en el segundo capítulo, se plantea el marco teórico de la investigación, indicando los orígenes de la oratoria de acuerdo a diversos autores, así como también las características de la oratoria en sus orígenes. Además, las pautas para elaborar una pieza de oratoria, los géneros de la oratoria, la importancia de la oratoria. De igual manera se plantea una definición del orador y los diferentes tipos de oradores que podemos conocer, las características de este, ya sean intelectuales y morales. También se presenta la forma en que se debe seleccionar e investigar un tema para disertar, los tipos de discursos; la definición de audiencia, qué busca el orador de ella, sus características generales de la audiencia., así mismo se señalan metodologías para preparar al orador en el uso y manejo de la voz, cómo organizar el discurso y la postura que debe tener al presentar su pieza de oratoria, entre otras.

El tercer capítulo es el del marco metodológico, donde se presenta el tipo de investigación que se realizará, el diseño de la investigación, la muestra y el tipo de muestra utilizada, las variables, además la conceptualización, operacionalización e instrumentación de la investigación. Por ello se plantean los objetivos de las preguntas del instrumento, al respecto se describe el instrumento y la validación del mismo. Igualmente, el tipo de análisis que se dio a las encuestas realizadas.

Finalmente, en el cuarto capítulo, se observa el análisis señalado en el tercer capítulo presentando los cuadros y gráficas correspondientes a cada una de las preguntas planteadas en la encuesta realizada la muestra escogida de los grupos de primer año de las carreras de licenciatura en Periodismo, Educación y español.

CAPÍTULO 1

ASPECTOS GENERALES

Esta investigación se da por la necesidad de perfeccionar la expresión oral de los participantes en carreras tales como: Periodismo, Educación y Español, entre otras. Para ello debemos saber: ¿**Cómo plantea la asignatura del tronco común, Comunicación escrita y oral o Lenguaje y comunicación, la oratoria**?

1.1. Planteamiento del problema (realidad problemática, alcance, delimitación, descripción y formulación del problema. Preguntas de investigación)

Realidad problemática:

Se ha comprobado, en esta investigación que, en los programas del tronco común, de las carreras humanísticas antes mencionadas, no aparece la oratoria, como arte que distingue otras formas del discurso, por lo cual consideramos debe impartirse, para mejorar la asignatura, contribuyendo de esta forma al desarrollo de los participantes y por ende a su desempeño profesional futuro.

Alcance:

Proporcionará a los participantes de las carreras de: Periodismo, Educación y Español y Derecho, metodologías modernas para desarrollar sus habilidades en el campo del arte de la oratoria, en un seminario taller, enriqueciendo así las competencias discursivas y retóricas de los participantes.

Delimitación:

Este trabajo plantea la necesidad de que se ofrezca a los participantes de las carreras de licenciatura en: Español, Periodismo, Educación y Derecho, metodologías y estrategias para la puesta en práctica o la enseñanza de la oratoria, puesto que como profesionales deben perfeccionarse como oradores o poseer una expresión oral fluida, capacidad indispensable para perfeccionar sus competencias discursivas y comunicativas, ya que, como futuros profesionales, deben de poseer una expresión oral fluida.

Descripción y formulación del problema:

Los egresados de las carreras humanísticas, requieren de la metodología necesaria para la enseñanza o puesta en práctica de la oratoria, la cual se hace

indispensable con el objetivo de reforzar las competencias discursivas y orales de los participantes en el proceso educativo universitario.

Formulación del problema

Se carece de información relacionada con la oratoria en el programa de estudio de la asignatura del tronco común denominada: Comunicación oral y escrita o Lenguaje y comunicación, dictadas por el Departamento de Español en las carreras de: Periodismo, Educación, Español y derecho.

En el Departamento de Español, se hace necesario fortalecer la asignatura antes mencionada de técnicas y metodologías, que proporcione a los futuros profesionales las herramientas adecuadas, destinadas a formar futuros oradores, nos hemos interesado en buscar información concerniente, que aporte las pautas para preparar el currículo pertinente, con el propósito de contribuir al proceso de formación continua que permita reforzar a los futuros profesionales y a los egresados, interesados en fortalecer sus competencias, para que al enfrentarse a este reto en el campo laboral logren salir adelante en forma oportuna y con éxito sus diversas cualidades como oradores y profesionales, egresados de una Universidad.

Por lo tanto, investigaremos: ¿Cómo plantea la asignatura del tronco común, denominada Comunicación escrita y oral o Lenguaje y comunicación, la oratoria?

Preguntas de la investigación

¿Cuál es la preparación de los estudiantes universitarios sobre oratoria o argumentación oral?

¿Cuáles son los tópicos sobre expresión oral que hay actualmente en la Universidad de Panamá son suficientes para alcanzar la formación de las competencias de un buen orador?

¿Cómo se plantea la oratoria para las carreras de la Universidad de Panamá?

¿Conocen las técnicas para presentarse en público a través de la oratoria o argumentación oral?

1.2. Antecedentes del objeto de la investigación

Sabemos que la oratoria es el arte de hablar con elocuencia, de persuadir y animar mediante la palabra a un público o audiencia determinada, con un objetivo específico.

Comprendamos como Hamid Amrhar (2017), en su tesis doctoral "Análisis interdiscursivo de la Oratoria Política y la comunicación retórica-comunicativa e interpretación semio-retórica, de la Universidad Autónoma de Madrid, plantea en sus objetivos que: "es esbozar y reflexionar acerca de la competencia y construcción lingüístico-comunicativa de su discurso… entender y analizar su arquitectura, pertinencia y eficacia." (Pág. 10)

Para ello se requiere fomentar en el participante un espíritu investigativo, el deseo de adquirir nuevos conocimientos los cuales le proporcionarán un acervo cultural cónsono con su formación profesional, dispuesto a salir adelante, a preparar textos argumentativos para luego presentar su pieza de oratoria.

Podemos señalar que, Timón, antiguo escritor griego, dijo: "que la elocuencia es la habilidad de conmover y convencer grandes auditorios", estableciéndolo como sinónimo de expresión oral de una persona.

Así se establece también que la oratoria es el género literario, que se presenta en distintas formas, como el discurso, la conferencia, la disertación, el sermón, etc. Se describe generalmente como la capacidad para hablar y exponer sobre un tema según el punto de vista a un público de manera clara, comprensible y llamativa. Esta palabra proviene del latín "orare" que quiere decir: "hablar o exponer en público". Las habilidades oratorias de una persona son importantes cuando de convencer, persuadir o atraer público se trata, es por esa razón que es cultivada por los políticos, publicitas, líderes comunitarios o empresariales, así como también figuras públicas, artistas y docentes, etc.

La oratoria como estructura del discurso es un fenómeno del que ya eran conscientes los antiguos griegos y romanos para quienes la transmisión oral de la información y de saberes era de suma importancia. La oratoria no era entendida como una capacidad con la cual algunos dotados nacían, sino que era algo que debía estudiarse y perfeccionarse de modo permanente. Para lograrlo, la

participación activa en los discursos, diálogos y exposiciones era esencial. Tanto Aristóteles como Cicerón son recordados como ejemplos claves de este tipo de comunicación griega y romana respectivamente. Para ellos el orador se hace, teniendo como base fundamental la lectura, el intercambio de ideas mediante el debate. La oratoria se lleva a cabo con la palabra de modo que entendamos con claridad, impacto, persuasión y entretenimiento el mensaje que el orador quiere transmitir a su auditorio. (Págs. 109 – 116)

Según Maite Moyá (2016) en su tesis doctoral “Habilidades comunicativas y comunicación política” de la Universidad Miguel Hernández, España “concretamente a través de una metodología de entrenamiento de habilidades sociales y competencias comunicativas en el campo político…previenen problemas de conducta o mejoran la comunicación interpersonal” (Pág.9).

Es por ello que se considera necesario ofrecer las herramientas necesarias, con orientación metodológica, un currículo apropiado, para que el desarrollo de la competencia comunicativa y discursiva se logre en los participantes, en nuestras aulas universitarias.

1.3. Justificación e impacto (novedad, aporte e importancia)

El aprendizaje basado en competencias, que establecen las tendencias educativas establecidas en el siglo XXI, busca que los participantes del sistema educativo, desarrollen al máximo y en forma efectiva las competencias comunicativas, orales y discursivas.

La finalidad pedagógica o andragógica de esta estrategia permite fortalecer el aprendizaje de la oratoria, que el participante pase gradualmente de la comprensión y análisis crítico de los argumentos académicos de diversos autores, a construir argumentos propios como medio de aprendizaje haciéndolo una disciplina para su crecimiento personal.

Teniendo en cuenta lo señalado con antelación, es necesario que la Universidad impulse las competencias discursivas de los participantes, así como las de composición escrita argumentativa, dado que se requiere para la redacción de una pieza de oratoria un escrito argumentativo de calidad; los estudiantes

universitarios en su largo proceso de preparación adquieren aprendizaje con diferentes periodos de reflexión y sistematización, porque es de vital importancia la formación de la argumentación oral a la par de la argumentación escrita.

Por ello, nuestra propuesta de intervención es una contribución con la finalidad de fortalecer la enseñanza de la argumentación escrita y oral en la Universidad de Panamá, enfocado en la educación continua, mediante un Seminario-taller.

1.4. Objetivos generales y específicos

- **Objetivos Generales:**
  - Analizar los contenidos del tópico de oratoria que deben incluirse en los programas dirigidos a la formación de los profesionales en las carreras humanísticas, en el Nivel Superior.
- **Objetivos Específicos:**
  - Identificar las limitaciones que enfrenta el docente en la enseñanza de la Oratoria.
  - Reconocer las ventajas de la enseñanza de la oratoria en la formación de los profesionales en las carreras humanísticas.
  - Establecer el marco metodológico para la formación de profesionales, en la enseñanza de la Oratoria.

1.5. Hipótesis

La formación de profesionales y la enseñanza de la oratoria en el Nivel Superior, está basada en la carencia de parámetros, técnicas y métodos en los planes de estudio del Departamento de español, para la enseñanza de ésta disciplina.

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO

2.1. Orígenes de la oratoria

La oratoria surge en Sicilia y desenvolviéndose principalmente en Grecia, donde fue utilizada como un instrumento para influir y lograr poder político. Contaban con profesionales denominados logógrafos que se dedicaban a redactar discursos para los tribunales.

El más famoso de estos logógrafos fue Lisias. No obstante, Sócrates creó una prestigiosa escuela de oratoria en Atenas que tenía un concepto más completo y patriótico de la función del orador, que debía ser un hombre instruido y movido por altos ideales éticos a fin de garantizar el progreso del estado. En este tipo de oratoria llegó a estimarse el mejor en su arte a Demóstenes.

De Grecia la oratoria se extiende a la República romana, donde Marco Tulio Cicerón la perfeccionó. Sus discursos y tratados de oratoria nos han llegado casi completos. Durante el imperio Romano, sin embargo, la oratoria entró en crisis por cuenta de su poca utilidad política en un entorno dominado por el emperador, aunque aún se encontraron grandes expertos en ese arte como Marco Fabio Quintiliano; los doce libros de su *De institutione oratoria*, se consideran la cumbre en cuanto a la teoría del género. Empero, como ha corroborado Ernest Robert Curtius en su Literatura europea y Edad Media latina, la Oratoria contribuyó enfáticamente en el campo de la poesía y la literatura en general pasándole parte de sus recursos expresivos y retóricos en exceso.

La oratoria poseía las siguientes características:

- Frecuentes vocativos (llamadas de atención a quienes están escuchando el discurso: los jueces, el pueblo al que se llama «*Quiritas*» o ciudadanos, o bien a la misma persona a quien se acusa).
- Abundante utilización de preguntas retóricas.
- Excesivo uso de la segunda persona del singular.
- Frecuentes cambios de tono, inflexiones en la voz del que está hablando, que en el texto se representan con las exclamaciones, las preguntas, los vocativos.
- Subordinación abundante.

Pautas utilizadas para presentar una oratoria:

- Antes de plantear una intervención es preciso conocer el lugar donde se va a dar la conferencia, para no dejarse llevar por las influencias del mismo. Tanto comportamiento, como presentación, ademanes, trato, lenguaje, postura, deben variar en función del recinto donde nos encontremos.
- La puntualidad y la asistencia son los aspectos más importantes tanto como el hecho de apagar el móvil ante los espectadores, llevar clasificados y ordenados todos los documentos necesarios, no mirar nunca al reloj, cuidar el aliento y el perfume, mirar siempre a los ojos de una persona, y mantener las formas y el tono de la voz.
- Comprobar la superficie de trabajo (atril, mesa). Evite excesivos desplazamientos y realice un guion si tiene que utilizar varios soportes a la vez.
- En una conferencia es importante que el público se lleve cuatro cosas, como mínimo: algo en la cabeza (una idea), algo en el corazón (una emoción), algo en la mano (un resumen) y algo en el estómago.
- Comunica con una postura abierta, cuando transmites alegría utilizas esa postura, eso permitirá que tu audiencia genere mayor confianza contigo.
- Juega con tus emociones, la comunicación y la voz está ligadas.

  Es por ello que Cicerón señaló sobre la oratoria:" Aquel será verdaderamente elocuente que trate las materias humildes con delicadeza, las cosas importantes con solemnidad, y las cuestiones corrientes con sencillez".

Según la cantidad de oradores, se clasifica en:

- Oratoria individual

  Porque hace uso de la palabra, sin la participación de otra u otras personas, se dice que está utilizando la oratoria individual. Esta es quizá una de las formas elocutivas de más arraigo en el ámbito social pues es

de uso obligatorio en todas las medidas y esferas donde el hombre desenvuelve su vida física, afectiva y laboral.

- Oratoria grupal

Se caracteriza por la presencia de dos o más personas en el estrado hablando.

2.2. Géneros de la oratoria:

Originalmente, la oratoria se dividía en varias partes. Anaxímedes de Lampaceo, propuso una clasificación tripartita que asumió después Aristóteles.

Oratoria forense o judicial

La oratoria judicial o forense se ocupa de acciones pasadas. Al género judicial lo califica un juez o tribunal que establecerá conclusiones aceptando lo que el orador presenta como justo y rechazando lo que presenta como injusto. *La definición brindada en el diccionario jurídico elemental de Guillermo Cabanellas, la define como: La exigida o practicada ante los tribunales de justicia, en las vistas o audiencias en que, lista para sentencia la causa, las partes o, con mayor frecuencia, sus letrados, resumen ante el juez o los magistrados los hechos, las pruebas y los fundamentos de Derecho que apoyan su tesis y su petición de condena o absolutoria.*

Oratoria política o deliberativa

La oratoria política se ocupa de acciones futuras. Al género deliberativo o político lo califica el juicio de una asamblea política que acepta lo que el orador propone como útil o provechoso o rechaza lo propuesto como dañino o perjudicial.

Oratoria epidíctica o demostrativa

El género demostrativo o epidíctico se ocupa de hechos pasados pero, al contrario que el género judicial, se dirige a un público que no tiene capacidad para sancionar los hechos mismos, o influir sobre el asunto tratado; sino tan solo de admitir o discrepar sobre la manera de presentarlos que tiene el orador, elogiándolo o criticándolos. Está centrado en el contenido y dominio del público.

2.3. La importancia de la expresión oral

El lenguaje hablado es uno de los más importantes y el método más común que utilizamos para comunicarnos, con él logramos transmitir información a gran distancia, esta debe ser asertiva, clara y puntual, con el interés de lograr el objetivo propuesto. Encontramos diversas formas de expresión oral, tales como: conversación, diálogo, entrevista, relato, descripción, exposición, narración y discurso u oratoria.

La expresión oral que estudiaremos es la oratoria, enfocada en las carreras de la Universidad de Panamá y como esta puede ser perfeccionada, debido a la ausencia de este tema en los planes de estudio del Departamento de Español. La enseñanza de la oratoria en la actualidad es de suma importancia, puesto que todo profesional debe fortalecer esta competencia la cual le permitirá desarrollarse en su área de desempeño.

La oratoria descansa en técnicas y estrategias que permitirán al orador lograr sus objetivos, el cual es convencer a su audiencia o público al que se dirige.

En este trabajo presentaremos las técnicas y pautas para la lograr una aplicación exitosa de la oratoria en nuestra máxima casa de estudios.

2.3.1. ¿Quién es el orador?

La expresión oral dirigida hacia el público, cuya fortaleza descansa en una persona, el orador. Éste enfoca su exposición en diversos temas los cuales van desde el ámbito político, este tipo de orador político se yergue en el pódium o aparece en la pantalla de televisión, presentando sus propuestas a la audiencia. Hay un transmisor y un número indeterminado de receptores. El orador controla el mensaje, preparándolo con anticipación. Se espera que los receptores que escuchen, que vitoreen o rían en los momentos adecuados. Sin embargo, el peso de la comunicación descansa en el transmisor.

El orador debe prepararse en forma adecuada, analizando la audiencia en amplios aspectos intentando apelar a determinadas particularidades que comparte la audiencia. Los candidatos políticos están enterados de que los temas a tratar van de acuerdo al público que al que se dirigen, los asuntos agrícolas con los

agricultores, los asuntos industriales con los trabajadores, y los asuntos económicos con la administración.

Aunque el medio de comunicación no puede identificarse con la audiencia masiva debido a su tamaño y pasividad, los receptores se identifican fuertemente con las exposiciones orientadas a la familia. El político desea ser conocido como padre, como héroe de la guerra o como amigo de la gente común. Vislumbrando con brevedad estos aspectos personales de la vida del transmisor, los receptores se identifican con éste, o por lo menos con los factores que el transmisor astuto desea que se identifiquen.

En la comunicación pública exitosa, la retroalimentación adquiere un patrón y juega un papel importante. Si el discurso posee malas noticias o me enfurece, también puedo levantar el puño, pero la retroalimentación rara vez cruzará espacio entre nosotros. Sin embargo, hablando en términos generales, debemos tener claro que el discurso solo es escuchado por quienes tienen interés en el mismo. En consecuencia, se vuelve de menor importancia la retroalimentación directa e inmediata, el orador debe estar pendiente de los gestos de la audiencia, para percatarse cuando pierde interés en el discurso. Para el orador astuto modificar los métodos para enviar el mensaje, para obtener la retroalimentación en un patrón más aceptable.

Para el orador eficaz la retroalimentación siempre está presente, pero no es tan intensa como en otra clase de comunicación. Hasta el grado en que los receptores se identifiquen, tiene éxito el orador. La política, la ley, la educación y la religión son el baluarte firme de este tipo de comunicación.

Si se aprenden los principios de la comunicación pública, se habrá dominado el método para poner parte del peso sobre el orador. Si domina sus ansiedades, encontrará que comunicándose en ambientes más igualitarios es mucho más fácil, que se domine a la audiencia. Si se prepara para un acto comunicativo que se centra en una sola persona, resulta relativamente fácil prepararse para actos comunicativos que se centren en varias personas. Si funciona en una situación en la cual recibe una retroalimentación mínima, funcionaría todavía mejor cuando exista mayor acogida al mensaje. Si se organiza y presenta sus ideas cuando se

encuentra sólo, debe poder hacerlo mucho mejor en una situación cooperativa. A través de la oratoria pública aprender los principios vitales de la comunicación, y las artes que desarrolle lo ayudarán a comunicarse en todas las demás situaciones.

Todo orador debe entender su tema y los tipos, propósitos y ocasiones para los discursos. Debe aprender a analizar su audiencia. La organización y el boceto son vitales para el proceso oratorio, lo mismo que las introducciones vivaces e interesantes y las conclusiones memorables. Deben dominar las formas de probar sus ideas y de comunicar los hechos, incluyendo pruebas complementarias, estadísticas y ayudas visuales. Existen métodos básicos, probados por el tiempo, para la presentación de un discurso. Otra preocupación para virtualmente todo orador es el miedo a la gente o la ansiedad; no desaparecerá ignorándolo. Por último, una vez que ha terminado su discurso debe evaluarlo.

2.3.1.1. Características del orador

Un buen orador debe poseer cualidades intelectuales, físicas y de valores.

Entre estás podemos mencionar:

a) Intelectuales: el cual debe poseer memoria para recordar situaciones, información, nombres, entre otros datos. Además, imaginación lo que implica la creación de imágenes mentales, así como también escenarios que lo llevarán a crear la pieza de oratoria. También debe ser sensible, empático, con la audiencia, así mismo debe tener iniciativa cualidad personal que inclina a las personas a realizar acciones para alcanzar una ventaja competitiva.

b) Valores morales: Están relacionadas con las costumbres, normas de conducta inculcadas por la familia y que exige la sociedad. Tales como: honradez, puntualidad, congruencia y lealtad.

2.3.1.2. Cualidades del orador

Las cualidades que son importantes en una buena conversación, diálogo o exposición oral u oratoria son la corrección, el tacto, la cortesía, la fluidez y elegancia del lenguaje. Además, aporta a proveer el carácter artístico, el

utilizar los ademanes adecuadamente, y mantener el porte. Si se abusa de estas herramientas se deslucen y se toman como vicios o defectos, la vacilación en la dicción, el temor, la duda al comenzar el tema de la ponencia, el lenguaje inapropiado, las muletillas y aparentar situaciones fuera de lugar y una pobre modulación de la voz.

2.3.2. Selección e investigación del tema

Al seleccionar el tema para nuestro discurso se debe conocer previamente sobre el mismo, dominarlo, generalmente escogemos un tema que llame la atención de la audiencia, pues de ello depende el éxito del orador.

Las fuentes de información e investigación para desarrollar el tema del discurso pueden ser nuestra experiencia, la biblioteca, observaciones informales, así como también encuestas o entrevistas.

Se trata de obtener información de muchas fuentes. Cuando más fuentes de información se consulte, ésta resulta más completa y valedera.

Al obtener información sobre un tema, ponga atención especial que todo lo que agregue de un giro extraordinario a su discurso. Ser diferente sólo por serlo no agrega nada al discurso, es probable que se distinga como truco o artificioso.

Es válido incluir referencias personales. La mayoría somos curiosos respecto a las otras personas, y nos agrada conocer sobre sus vidas. ¿Cuándo es demasiado? Por supuesto no existe ninguna respuesta ni una fórmula. Todo discurso implica una serie de elecciones de tanta información, que logre persuadir, que tanta estadística, cuantas pruebas y así sucesivamente.

2.3.3. Tipos de discurso

Tradicionalmente el objetivo de los discursos va de acuerdo a tres categorías a saber: informativos, de entretenimiento y persuasivos.

El discurso informativo tradicional es aquel en que la audiencia toma asiento y escucha, puede tener una interacción entre las partes, pero esta va a depender de la cantidad de oyentes y la situación en la que se da la pieza de oratoria. Estos se clasifican en dos categorías que son: demostraciones, trata de hacer, probar

talentos que la audiencia es capaz de imitar., este discurso generalmente sigue una secuencia de tiempo, ya que si se está realizando una demostración debe iniciarse con el paso 1, se continua con el paso 2 y así sucesivamente, y los que se refieren a informaciones más abstractas, que aplica las ideas abstractas, definiciones o temas graves necesita de mucha atención por parte de la audiencia. La diferencia entre el discurso informativo y otro tipo de discurso es el énfasis en comunicar información sin que la audiencia haga algo más que comprender la información.

Discurso para entretener:

Los discursos para entretener no exigen mucho de la audiencia, excepto que lo escuche y lo disfrute. Nos espera que unos días se asigne de información, que emprenda una acción o que cambien actitud. Los espectadores deben darse cuenta de que el discurso que entretiene a una audiencia puede aburrir, ofender o pasar desapercibido en otras.

Todo discurso, sin tomar en cuenta su intención, debe tener elementos amenos, tales como el lenguaje, que debe tener vivacidad y energía, para mantener la atención del auditorio. El entretenimiento no quiere decir una simple ligereza. Un discurso para entretener puede tratar temas de más importancia, pero por lo general se hace con énfasis en lo informativo y lo persuasivo.

2.3.4. Discurso para persuadir:

Los discursos persuasivos por lo general manifiestan una posición frente al tema y luego intentan persuadir a la audiencia para que acepte una creencia o valor, o que emprenda una acción específica. Un miembro del clero que intenta convencer a su auditorio de una creencia específica es un ejemplo del primer tipo de persuasión. Si para más adelante y pide al auditorio que se comporte en cierta forma, ese discurso es del segundo tipo.

El discurso persuasivo siempre debe proporcionar información al auditorio, de manera que puedan hacer una elección racional. Los candidatos deben dar razones del por qué son la mejor selección (información) para que puedan emitir su voto a su favor (acción); los vendedores deben informar dos de los méritos del producto que se promueve (información) para convencer a la audiencia de comprar el producto (acción); usted debe decir a sus amigos algo acerca de una película

(información) para convencerlos de que gasten su dinero en ella (acción). Por ejemplo: si está tratando de persuadir a su audiencia para que firme una petición con el propósito de que se arregle algún asunto comunitario, debe decirles por qué se necesita que haya un cambio y por qué ese plan aliviará la necesidad. Si usted es un partidario de que se exija a todos los participantes tomen un curso de comunicación – oratoria (una postura recomendable), debe manifestar los beneficios de tal exigencia.

2.3.5. Discurso para ocasiones especiales:

Ocasionalmente se le puede pedir que pronuncie un discurso en alguna ocasión especial. Si usted es representante de un cuerpo estudiantil, de un grupo eclesiástico o de un funcionario de un club, o está involucrado en alguna organización, se le puede pedir que introduzca alguien, que presente una distinción, que dé la bienvenida a un dignatario, que rinda tributo a alguien o que acepte una recompensa.

Este discurso o pieza de oratoria, debe ser breve, diga lo que tenga que decir y deje que la ocasión prosiga. El auditorio desea escuchar a la persona que usted está presentando, así que preséntela y deje que la atención se fije en ella.

Se necesita transmitir cierta información al auditorio. Puede anotar los logros de la persona, sus éxitos y sus premios. Deseara transmitir información que conecte especialmente al auditorio y al orador - por ejemplo, que el orador fue a su misma escuela.

Es costumbre evitar mencionar el nombre de la persona, sino hasta el final de la presentación. Después de proporcionar la información pertinente, podría concluir, algo como: “Señoras y Señores, el ganador del premio Nobel de Literatura, “Gabriel García Márquez”. El auditorio, el orador y el propósito del discurso determinarán sus objetivos breves. Si se reserva el nombre al final, la audiencia aplaudirá en ese momento, y el invitado puede aparecer durante el aplauso. Si menciona el nombre demasiado pronto, puede resultar confuso.

Todos hemos visto programas de premiación, evite divagar, si recibe un premio, recíbalo graciosamente, agradézcalo a las personas que merezcan reconocimiento por ese honor específico y siéntese. Aumentará su dignidad.

Cualesquiera de estas situaciones de oratoria deben planificarse bien. Se debe mostrar compostura y confianza, y tratar de salvar la situación sin resultar totalmente fuera de tono. En todas las situaciones especiales sea breve y permita que la persona que deba ser el centro de atención sea el foco.

El orador público debe ser capaz de expresar un objetivo en todo discurso con una frase similar a ésta: “cuando termine mi presentación deseo del auditorio _____.”. El espacio en blanco puede ser llenado utilizando un número casi infinito de respuestas tales como:

“entienda la historia y los principios del Braille”

“haga un pájaro sencillo con el origami”

“Vote por mí para tesorero de la clase del primer año”

“Firme mi pretensión para tener más eventos culturales en la ciudad universidad”

“Hacer el derecho divino de los reyes como la única filosofía política que puede salvar a nuestra sociedad”

No se comparte con el auditorio la declaración de los objetivos. Su declaración es para uso privado, debe dirigir todos los puntos del discurso hacia un foco central. Todo en el discurso debe relacionarse en alguna forma con la declaración de los objetivos. (Después, en la presentación, debe desarrollarse una declaración de la tesis dentro del contexto del discurso. La declaración de la tesis puede emanar de la declaración de los objetivos).

2.3.6. ¿Qué es una audiencia?

Una sencilla definición de una audiencia es “cualquier número de personas con las que se comunica o entretiene otra persona o personas. El orador, el cantante, el atleta o el músico son ejemplos obvios de personas que aparecen ante audiencias. Si la comunicación es la esencia de una relación ejecutante.

El tratar de decidir qué estrategia lograr lo máximo en una situación particular con una audiencia en particular se llama “análisis de la audiencia”. Sea que se trate de obtener las llaves del auto de la familia por una noche o de vender tabletas de aspirina a 40 millones de televidentes, se emplea el análisis de la audiencia.

El antiguo filósofo y retórico griego Aristóteles anotaba el análisis de la audiencia como el primer paso para pronunciar un discurso. Puede parecer obvio

que el análisis de la audiencia sea vital para la oratoria de plataforma o para un suceso de medios masivos, pero ¿y respecto a las situaciones de comunicación especializada, en donde la audiencia los singulariza y usted controla el evento?

Para el orador público la audiencia presenta distintos problemas, algunos fáciles de tratar, otros más difíciles. Los expertos en situaciones especializadas deben analizar la audiencia al instante. Sin embargo, el orador público se puede preparar para el auditorio, analizando con anticipación y concluir que estrategia tendrá más efectividad para el propósito. El comunicador especializado trata, auditorios específicos, en tanto que el orador público debe tratar con grandes y variados auditorios con diversos intereses y necesidades. En consecuencia, el orador público debe analizar a la audiencia en términos de tendencias.

2.3.7. ¿Qué se busca en la audiencia?

El orador siempre debe analizar por qué una audiencia está allí y que es lo que espera. La expectación de la audiencia y sus deseos pueden alterar la forma en que aborde el tema. Un auditorio que espera un discurso ligero e informativo puede resultar irritado en un discurso persuasivo respecto a un tema serio, incluso si está de acuerdo con la posición del orador. A la inversa, un auditorio que espera una discusión seria de un tema serio puede aburrirse, cuando mucho, con una presentación ligera y entretenida. Sin embargo, en un salón de clases, la audiencia estará abierta a virtualmente cualquier tema, y la naturaleza informativa o persuasiva del discurso puede determinarse por la asignación. En ocasiones puede desear que su audiencia en el salón de clases represente a un auditorio más específico; después de unos cuantos minutos de lenguaje en extremo técnico, el auditorio típico de un salón de clases puede aburrirse sencillamente porque no pueden entender.

El humor de un auditorio también puede afectar la presentación, usted va a pronunciar un discurso persuasivo sobre un tema en el cual se ha mostrado poco interés. Se necesitará mucha más preparación, humor, anécdotas interesantes y otros auxiliares para lograr el interés que lograría hablando sobre un auditorio motivado y con interés en el tema a tratar.

2.3.8. Tamaño de la audiencia

Quizá el factor más fácil de descubrir por anticipado para el orador sea el tamaño de la audiencia. El auditórium, arena o salón en donde se vaya hablar limita el tamaño de audiencia viva.

Las profesiones tradicionales de los oradores público –educación, jurisprudencia, religión y política, por lo general también tienen un tamaño de audiencia predeterminado. Algunos clérigos hablan ante congregaciones de veinte o treinta personas, y en tanto que otros lo hacen ante miles, pero cada uno conoce lo grande que será la congregación en un momento dado. La audiencia máxima del profesor en un aula por lo general está determinada por las políticas de las entidades educativas, en el auditorio de una escuela que acoge a más de 500 personas, o en algún estadio o plaza que acomode a 3000. El abogado sabe que el juez y los doce jurados componen el auditorio que realmente cuenta.

Hablar en los medios electrónicos representa una gran carga para el comunicador. Las audiencias de televisión se elevan de pronto a miles, a cientos de miles e incluso millones. La responsabilidad del orador ante la audiencia se multiplica mucho cuando están implicados estos medios. El orador puede ver sólo a un puñado de personas en el estudio, cada una de las cuáles está ocupada haciendo algo más que ponerle atención. Muchos de los otros factores para análisis de la audiencia que debe de tomar en cuenta un orador suelen llamarse “demográficos”.

2.3.9. Demografía

Se deben examinado muy bien los antecedentes de edad, sexo y étnicos, así como el nivel socioeconómico del grupo a quien se le disertará, se han programado esos hechos, con lo que se llama demografía, en computadoras altamente sofisticadas. Seleccionar una audiencia muestra a la que se ajuste al perfil demográfico, observa los intereses y necesidades de la misma, y luego hace su pronóstico a partir de esa muestra. Se deben conocer muchos hechos demográficos respecto al grupo para hacer el pronóstico acertado.

2.3.10. Edad: una importante faceta de análisis de la audiencia en el nivel general de edades. Muchas audiencias estarán mezcladas con una amplia gama de

edades, pero muchas tendrán una tendencia general que puede afectar al discurso. Este debe enfocarse de acuerdo a la edad de los participantes en la audiencia, tomando en cuenta sus intereses de acuerdo a la misma.

2.3.11. Sexo: aunque en la actualidad estamos cambiando nuestras opiniones estereotipadas respecto al sexo, el sexo de una audiencia puede aún determinar la forma en que el orador la abordará. Hoy la mayor parte de las audiencias tendrán una combinación de sexos, pero todavía quedan áreas en donde los sexos están separados, como las organizaciones sociales y los grupos atléticos.

Se debe utilizar un lenguaje aceptable para ambos sexos, sin hacer cambios obvios en la actitud, marcando su posición en forma imparcial u objetiva.

2.3.12. Factores étnicos. Los antecedentes étnicos de una audiencia pueden incluir raza, religión y nacionalidad. Lo importante que sea la composición étnica variará con el tema. Actualmente, la población se ha vuelto muy consciente del respeto hacia los factores étnicos. A medida que se han convertido en más sofisticados y menos estrechos de pensamiento, eliminando los chistes étnicos y los prejuicios en los discursos públicos, aunque no en los privados.

Las áreas de interés que tienen más atractivo para un grupo étnico que para otro aún existen. Se debe ser cuidadoso, hacer una investigación minuciosa con referencia a los diversos grupos éticos y muy especialmente con los que se va a tratar, con el propósito de evitar confrontaciones innecesarias con la audiencia en cuestión.

2.3.13. Intereses Regionales y Especializados: la televisión ha eliminado muchas diferencias regionales, pero no todas. Los agricultores no estarán interesados en una discusión sobre los salarios en la industria de la construcción, en tanto que un debate sobre los subsidios a la agricultura puede aburrir a los que se desenvuelven en el sector hotelero o turístico, por ejemplo.

Con frecuencia se confunden los factores étnicos y los regionales. El intercambio de niños para lograr la integración racial en las escuelas y la continua controversia sobre el aborto. El intercambio de escolares obviamente tiene raíces raciales, pero es antes que otra cosa una preocupación de las grandes áreas urbanas. El aborto, que tiene estrechas ligas religiosas, se convierte en algo más

que un punto de discusión en los grandes grupos religiosos que han tomado una fuerte oposición en el tema, por ejemplo.

2.3.14. Creencias y valores: las creencias y valores de una audiencia también pueden afectar las estrategias del orador; también pueden estar ligados a los factores étnicos o a la edad. El orador debe ser cauteloso al tratar temas que despiertan opiniones encontradas, o puede usar más emoción y proyectar más personalidad ante una audiencia que simpatice con sus opiniones.

Se debe tener el valor de expresar convicciones. Un análisis cuidadoso puede ayudarlo a que la audiencia sea más receptiva.

2.3.15. Qué hacer con su análisis: puede usar su análisis de la audiencia en muchas formas para planificar un discurso efectivo.

2.3.15.1. Tacto: siempre deberá ser sensible a los fuertes sentimientos e intereses de los receptores. La mayor parte de las audiencias tolerarán opiniones distintas si son presentadas en forma racional y con respecto a los sentimientos de la parte contraria. Antagonizar y desconocer a una audiencia parece tonto. Su análisis de la audiencia puede ayudarlo a planificar su discurso en el que se diga lo que se necesita expresar tan firme como inofensivamente como sea posible.

2.3.15.2. Vocabulario: el análisis de la audiencia, en especial respecto a las edades, debe afectar su vocabulario. Este debe ir de acuerdo a la edad y el nivel educativo también desempeña un papel en el lenguaje, lo mismo que los factores étnicos y regionales.

2.3.15.3. Humor: el humor puede ser una buena herramienta para el orador si lo pueda aplicar bien, pero debe ser temperamental de acuerdo a la demografía. Una historia que provoca en un grupo grande de carcajadas (o por lo menos algunas sonrisas) puede perderse por completo con otro grupo. El orador inteligente alterna las anécdotas en diversas situaciones. Este espacio puede ser llenado, dependiendo de la ocupación dominante de la audiencia.

2.3.15.4. Pruebas: la clase de prueba y el énfasis en ellas también variarán con las audiencias, pero esta información debe darse en dosis pequeñas explicando los métodos con más meticulosidad.

2.3.15.5. Tiempo: la composición de la audiencia también puede determinar el tiempo que dure su discurso. Siempre y cuando el tema sea de interés para la misma.

2.3.15.6. Elección del tema: no obstante, es probable que para el efecto que más importancia tenga el análisis de la audiencia será la elección del tema y la forma de manejarlo. En teoría todo tema puede hacerse interesante para cualquier audiencia por un orador diestro y bien preparado, pero esto implica, entre otros factores, un meticuloso análisis de la audiencia.

2.3.15.7. La audiencia en el salón de clase: una de las ventajas de pronunciar discursos a la misma audiencia una y otra vez es que no necesita evaluar la constancia. La audiencia en su clase, para un docente, sigue siendo esencialmente la misma durante el término. Un buen proyecto de clase sería hacer un cuidadoso análisis demográfico de la misma. Edad, equilibrio sexual, antecedentes étnicos, razones para estar en la escuela y los intereses vocacionales serían alguno de los factores a considerar

Existe otra gran ventana en aparecer repetidas veces al frente la audiencia del salón de clase. Cada una de las personas en esa audiencia, excepto el instructor, se enfrenta a problemas similares. La audiencia de un aula por lo general es más comprensiva, bondadosa y amistosa con la que establecerá contacto, ya que en forma individual y como grupo desean que tenga éxito. Saben que se encuentran en el mismo barco que usted. Le serán corteses porque desean que sea acorde con ellos. Rara vez hay alguna audiencia antagónica para un orador, a menos que la reputación de éste la predisponga, pero la audiencia del salón de clases es aún menos agresiva porque, a diferencia del orador en una

situación normal, cada miembro de la audiencia tendrá que enfrentarse tarde o temprano al “gigante de los mil ojos”.

2.4. ¿Por qué hacer un boceto?

Aunque un discurso difícilmente es la receta para un pastel, la organización y el boceto son asimismo vitales para el producto terminado. Sirven varios propósitos para el orador, cada uno importante en grados variables para cualquier discurso.

De un modo casi todos los profesores de oratoria han escuchado este comentario después que un estudiante termina de hablar, es necesario mencionar que, si un discurso está bien organizado, todos los elementos que el orador desea cubrir están incluidos en el orden adecuado. Olvidar un punto de importancia en un discurso puede ser desconcertante y puede arruinar su esfuerzo. La audiencia sentirse burlada y el orador queda desencantado. Por supuesto, es necesario que anote algo por escrito, esa manera tendrá un apoyo visual cercano. Además de cerciorarse de que, está incluyendo las ideas necesarias y todos los hechos, el boceto lo ayudará para lograr el efecto máximo. Se puede pensar que podemos seleccionar varias ideas de inmediato en nuestro pensamiento, pero sí trabaja con tres ideas la visualización le permitirá organizarlas en una secuencia que tengan impacto en la audiencia.

Por último, se puede utilizar el boceto para organizar las tarjetas de notas para la presentación o como ayuda nemotécnica.

El boceto puede ser de vital importancia tanto para el orador común para el escritor, pero no debe ser lo final en sí mismo. Practicar los bocetos como de la forma apropiada ofrece un poco más que experiencia en la forma. Por otra parte, los bocetos para organizar sus pensamientos pueden ser la faceta aislada más importante de la preparación del discurso, aparte del pensamiento en sí .

La audiencia también se beneficia mucho con una organización clara. Cuando escuchamos a un orador, no podemos ver las palabras o la conexión entre las ideas. Debemos confiar en el orador para que nos lleve de un pensamiento a otro con facilidad, con el menor ruido o interferencia posible.

2.5. Métodos para organizar los discursos

En las situaciones de oratoria se aplican tres tipos básicos de patrones organizacionales: patrones basados en el tiempo, en el espacio y en el tema.

2.5.1. Tiempo:

La mayor parte de las tareas o artes que demuestra un orador siguen un patrón de tiempo. La receta del pastel debe seguir la secuencia temporal (una palabra elegante para tiempo), o terminará con un terrón de algo incomible. Lo mismo es cierto para informar de un experimento científico, para decir la forma de cumplir determinadas tareas o para describir el funcionamiento de una máquina. Una secuencia de tiempo es el más fácil de los patrones para reconocer y organizar.

2.5.2. Espacio:

Las estaciones espaciales también proporcionan un patrono organizacional integrado. El diseño de una casa es un boceto organizacional. El lugar está organizado en espacialmente para intimidad y conveniencia. A menudo existe una relación estrecha en el espacio y en tiempos.

2.5.3. Tema:

Un tipo más difícil de boceto es el tópico, porque no se encuentra con las relaciones integradas de tiempo y espacio. Aunque las relaciones no son tan obvias, usted puede definir su plan de estudios escolares por tema, dividiendo lo cómo sigue:

1- Requisitos generales de la educación
   a- Matemáticas
   b- Ciencia
   c- Español
2- Especialización
   a- Requisitos
   b- Asignatura colectiva
3- Menores
   a- Requisitos
   b- Asignatura electiva

Debajo de cada tema puede anotar los subtemas, tales como los cursos que satisfagan las matemáticas o los requisitos de las ciencias.

Los bocetos matemáticos por lo general no son tan fáciles de reconocer u organizar como el ejemplo del plan de estudio. El orador debe arreglar los temas de manera que (1) el orden tenga sentido; (2) que los puntos de más importancia tengan el énfasis adecuado; (3) que la audiencia pueda entenderlos. Los conceptos matemáticos pueden construirse a lo largo de varias líneas, defendiendo con el propósito y estilo de la comunicación.

2.5.4. Causa y efecto. Una relación de causa y efecto exige un boceto causal. Por lo general, la causa se anota primero seguida por el efecto.

Secuencia para discursos más persuasivos, la secuencia motivada de Monroe formar un boceto estándar:

- Capte la atención de la audiencia
- Establezca una necesidad definida
- Satisfaga esa necesidad
- Dé a la audiencia oportunidad de visualizar la solución
- Sugiera la acción que deba emprender la audiencia.

Un discurso que intenta persuadir a la audiencia para que deje de comer alimentos fritos podría seguir esta secuencia:

A. Muestre fotos de personas excedidas de peso.
B. Utilice información estadística; cite referencias médicas. (Establezca la necesidad).
C. Discuta la eliminación de alimentos fritos de la dieta; sea específico respecto a las calorías y a la salud. (Satisfaga la necesidad).
D. Describa la vida sin alimentos fritos; dé estadísticas y citas adicionales. (Visualice la situación).
E. Presente dietas sustitutas; pídale que las utilicen por un tiempo especificado. (Sugiera la acción).

2.5.5. Más allá del boceto

2.5.5.1. Introducción - Cuerpo - Conclusión

Los planes para organizar y hacer el boceto son sugerencias; hay muchas formas más de planificar el cuerpo del discurso. Sin embargo, todo discurso también debe tener una introducción que presenta al cuerpo, y una conclusión que le siga. En esencia, todo discurso sigue el mismo patrón:

1- Introducción
2- Cuerpo
3- Conclusión

Los principales temas caen de cada uno de los encabezados principales, formando el cuerpo lo más importante.

Existe un axioma muy simplificado que utilizan algunos profesores de oratoria para describir el patrón básico: Dígales los que les va a decir. Dígalo. Dígales lo que les dijo. Esperemos que sus discursos no sean tan obvios en su estructura. Básicamente, informar a la audiencia cuál es el tema y haga que se interesen en él, luego profundice su exposición del tema y, por último, vuelva a examinar sus ideas para plantearlas con firmeza en la mente de la audiencia.

2.5.5.2. Frase del tema

Otro plan que siempre se debe utilizar es una frase del tema, una frase que describa su propósito básico. Por lo general, la frase del tema se presentará al final de la introducción o al principio del cuerpo. Si utiliza demasiado pronto la frase del tema, la introducción puede no despertar el interés de la audiencia. Si es demasiado tarde y su auditorio se confunde y puede no seguir la secuencia de su pensamiento. Cerca del principio del cuerpo del discurso se debe decir la frase del tema.

La frase del tema sirve al mismo propósito en un discurso que en un escrito. Al transmisor lo ayudará a mantener encarrilado el discurso; sirve como orientador para asegurar que todo dentro del discurso está relacionado a una idea central, modo y parecido a la declaración de principios.

2.5.5.3. El boceto de un discurso demuestra los siguientes pasos:

1- Discursos de 4 a 7 minutos.
2- Tratada como una forma de comunicación.
3- Informativo
4- Debe tener alguna demostración
5- Debe ir acompañado de un boceto

A principios del discurso necesitará captar la atención de los miembros de la audiencia y convencerlos de que el tema tendrá cierto significado para ellos, pero por ahora, la selección de los temas principales es la primera tarea a la que se enfrenta. Después de una seria consideración el tiempo que le dedique dependerá en parte de su familiaridad con el tema.

2.5.5.4. Después del boceto

Una vez que hayan terminado su boceto, su tarea sólo está concluida en parte. Dependiendo de lo bien que conozca su tema y lo confiado que se sienta frente a una audiencia, puede desear utilizar el boceto como el esqueleto para encarnar su discurso palabra por palabra.

La organización es vital para la preparación y presentación de un discurso, como lo es también para la vida diaria. Básicamente, son tres los patrones para la organización de los discursos: temporales, espaciales y, los más importantes, temáticos. Para algunos discursos informativos se puede ir de la causa al efecto.

No importa cómo se organice, debe contar con una introducción, un cuerpo y una conclusión.

Aunque hay mucha forma de hacer bocetos, todo discurso debe tener cierto patrón organizacional. La que se elija para un discurso específico dependerá del tipo de discurso y del propósito. El boceto debe ayudar a organizar el discurso completo. Es una vía, un mapa para mantener encarrilado al orador y para cerciorarse de que todas las ideas y el material necesario quedan cubiertos durante la preparación del discurso. Incluso si usted está tan completamente familiarizado con su

tema que crea que no necesita un boceto se recomienda, anotar con sencillez tres o cuatro ideas.

A partir de esa lista se puede decidir otros aspectos del tema que no se le habían ocurrido. El boceto es para el discurso terminado, lo que el esqueleto es para el cuerpo, es necesario proporcionar apoyo y forma.

2.6. Introducción de su discurso

Ahora que se ha seleccionado el tema, que ha analizado a su audiencia, que se ha organizado y ha hecho su boceto con el material todo lo meticulosamente posible, se enfrenta a uno de los aspectos más difíciles de la comunicación pública que es iniciar. Se debe hallar esa primera idea, redactarla y así, presentar el tema ante un grupo. Se requiere imaginación y mucha creatividad para diseñar una buena introducción. Algunas personas son más ingeniosas o astutas que otras.

2.6.1. ¿Qué es una introducción?

Hoy día, no existe una forma específica para introducir un discurso. La introducción puede ser una palabra, varios párrafos o cualquier cosa intermedia. La introducción antecede al cuerpo del discurso, pero, de un modo, fluye al cuerpo tan sutilmente que la audiencia no se da cuenta del cambio.

La introducción puede ser tan larga o tan corta como sea necesario, dentro de los límites de tiempo. Si a usted se le asigna un discurso de cinco minutos, parecería absurdo dedicarle 4 minutos a la introducción. Una buena introducción puede consistir en una frase o en varios párrafos. Sí cree que se está excediendo demasiado, cámbiela, pero no caiga en las introducciones obvias, carentes de interés y débiles.

2.6.2. Propósitos

Una de las funciones de la introducción es sencillamente captar la atención de la audiencia. La necesidad de captar la atención varía de acuerdo con la situación.

Una vez que el orador captar la atención de la audiencia, debe enfocarse en el tema. La introducción debe conducir suavemente al tema.

Si aceptamos la premisa de que cuando la audiencia se identifica con el orador, se efectuará una comunicación más completa, entonces la introducción ofrece esa función. Los oradores deben establecer su interés por los asuntos que interesan al auditorio, definiendo un terreno común para identificación. Mediante la selección de palabra, ademanes físicos y señales no verbales, los oradores así mismo permiten conocer algo sobre ellos. Por supuesto, los oradores avanzados, sólo permiten conocer lo que desean que conozcamos o lo que creen que debemos saber, pero incluso estas señales ayudan en el propósito de la comunicación.

Los oradores también utilizan la introducción para presentar sus credenciales y antecedentes, para que confiemos en ellos. Las audiencias influyen sobre la información con más facilidad de alguien que esté calificado para proporcionar esa información.

La introducción también puede proporcionar alguna información histórica necesaria. Por último, una introducción ayuda a fijar el humor, en especial para un discurso tétrico o humorístico.

En resumen, la introducción sirve a los propósitos siguientes:

1- Captar la atención de la audiencia
2- Conducirla al tema
3- Ayudar a la audiencia a identificarse con el orador
4- Establecer la confianza en el orador
5- Proporcionar los antecedentes necesarios

Cualquier introducción que se emplee debe apelar a una o más emociones, impulsos o actitudes que prevalezcan en la audiencia. El impulso puede ser tan sencillo como el innato deseo humano de conocer algo sobre otras personas o cosas.

Como es natural, no se pueden captar todos esos llamamientos en una introducción, pero por lo menos señalarán que seguirán llamamientos más elaborados. La mayoría de las personas desea ser socialmente aceptables.

2.6.3. Tipos de introducciones

Examinemos cinco tipos de introducciones. La anécdota, la declaración inicial, la pregunta retórica, la cita y la introducción no verbal.

2.6.4. Anécdota

La anécdota es una historia corta que ilustra un punto específico. Puede ser seria, humorística, real o ficticia, pero siempre debe tocar un punto aplicable y apelar a las emociones de la audiencia, así como a su intelecto. Si la historia es cierta, enfatiza de los hechos del incidente. Mencione fechas y lugar específicos. Hará más creíble su historia, aunque no sean totalmente necesarios para ella.

2.6.5. Uso de humor en su anécdota

El humor puede ser un método poderoso para captar la atención de la audiencia siempre y cuando:

1- El humor se relacione con el tema

2- El humor que se use sea en realidad chistoso

3- El orador sepa cómo manejar y sincronizar el humor

A menudo los oradores comienzan su discurso con anécdotas que no tienen nada que ver con el tema y sólo es una forma divertida de captar la atención. Entonces el orador debe principiar la introducción después de la anécdota.

Como segunda condición, lo que es peor para una historia ocurrida es que se suponga que es graciosa, o que haga estallar en carcajadas al orador y a la audiencia en ataque de bostezos.

Por último, si va a usar el humor, conozca su historia y la forma de narrarla. Sólo debe tratar de interesar a la audiencia en su tema. Por supuesto, no importa lo bien que maneje el humor, lo apropiado y lo grandioso que sea para el tema, el humor nunca deberá utilizarse para ridiculizar a personas o grupos. Lo último que desearía hacer como orador es ofender a la audiencia, imposibilitándola a que se identifique con usted en tanto llega a entrar en el fondo de su tema.

Como es natural, el humor no necesita limitarse a las anécdotas. Casi cualquier tipo de introducción puede utilizarlo. En manos diestras, puede ser un filoso cuchillo que penetre de lleno en el problema.

2.6.6. La declaración sorpresiva

La introducción con una declaración sorpresiva principia con una frase tan desusada que obliga a la audiencia a poner atención. El mayor peligro con la declaración sorpresiva es que puede tener un valor de impacto, pero poco o nada tiene que ver con el discurso en sí. Si la declaración o acción sólo sorprende, sin ninguna relación con el tema que se trata, es un truco. Las artimañas son una forma rápida y fácil de hacer que una audiencia esté en armonía con la parte importante de su presentación.

2.6.7. La pregunta retórica

La pregunta retórica, a diferencia de una pregunta ordinaria, no requiere una respuesta formal. Cuando los oradores inician con preguntas retóricas, en realidad están diciendo, “piensen en eso”.

En ocasiones un orador formula la pregunta que requiere una contestación, tales preguntas son malas aperturas porque consumen tiempo, y los resultados pueden ser distintos a los que espera el orador.

Sin embargo, la pregunta retórica sencillamente capta el pensamiento de la audiencia. La pregunta retórica, igual que cualquier otra introducción, debe estar relacionada con el tema. La pregunta retórica puede parecer fácil, pero sí va a tener impacto y a captar la atención de la audiencia, debe ser bien meditada e ir al punto.

Cuanto más serios sea el tópico, más impacto tendrá la pregunta retórica para atraer la atención de la audiencia. Sin embargo, en cualquier ocasión que emplee la pregunta retórica, deberá hacer una pausa después de la pregunta, y permitir que la audiencia piense sobre el asunto durante uno o dos segundos.

2.6.8. La cita

Otra introducción efectiva para algunos discursos es el un uso de material citado. Sus propios antecedentes literarios ponen límites a su habilidad para utilizar citas. Una cita al principio de un discurso debe tener las mismas cualidades que cualquier trozo memorable de literatura: fuerza, belleza, emoción y propiedad. Debe ser lo bastante larga para cumplir su propósito, pero lo bastante corta para no

restarle mérito al contenido de su discurso. En ocasiones, al citar es necesario alterar un tanto la cita con el fin de proporcionar la información necesaria para que la cita tenga un sentido completo. Con la prosa, las alteraciones son una práctica aceptable, pero con la poesía casi nunca se puede alterar una sola palabra, aun cuando no se tiene que citar el poema completo.

2.6.9. La introducción no verbal

La introducción no verbal en realidad presenta la introducción. En algún lugar a lo largo de la línea un discurso debe resultar verbal de lo contrario es obvio que no se dio un discurso. Y el orador simplemente podría idear un conjunto de señales, para usar el idioma del béisbol, antes de principiar hablar sobre el tema.

Una introducción no verbal no tiene que ser una pantomima o un baile. Una pintura o fotografías podrían también servir de introducción a un discurso. Desvelando una jaula que contengan un águila harpía podría ser una forma dramática de iniciar un discurso, sobre tema ecológico. El acto de exhibir un conjunto de aparatos o accesorios, captar la atención de la audiencia y sirve como forma de introducción, lo mismo que escribir algo en el pizarrón ante una clase. Debe considerar cualquier escenario con preparación que se haga ante su auditorio como parte de una introducción no verbal, porque guste o no lo será.

Si el antiguo proverbio que dice la primera impresión es la que dura, es válida entonces la importancia de la introducción la cual establece la primera impresión de la audiencia sobre el orador y el discurso. Una buena introducción le otorgará la benevolencia de la audiencia y va a ser receptiva a sus ideas. Una mala introducción logra exactamente lo opuesto, haciendo difícil que el discurso tenga éxito.

Aunque se examinaron por separado cinco tipos de introducciones, se pueden usar en combinación. Cualesquier de ellas se beneficiará con el humor, pero siempre deberá usarse con prudencia. Como cualquier otro aspecto de una introducción, el humor debe estar relacionado de un modo directo al tema. Sin tomar en cuenta el tema, el tipo introducción y el orador, la introducción debe gustar a la audiencia. Debe atraer la atención hacia el orador y hacia el tema. Sin la atención

de la audiencia, el discurso deja de ser comunicación y en vez de ello se convierte en un acto sin importancia para nadie, excepto para el orador.

2.7. Conclusión de su discurso

Al ser elegido un tema que agrada a la audiencia, se ha dedicado meses o días en una cuidadosa preparación, refinando su organización hasta hacerla exacta y poderosa. Su información es completa y las pocas áreas del tema que no había dominado con anterioridad, los ha investigado en forma exhaustiva, eliminando todos los puntos débiles. Su evidencia es completa y sus fuentes son irreprochables. Su introducción es soberbia y su lógica deslumbraría. Luego de que se haya terminado el cuerpo de su discurso, observé a su audiencia. ¡Los tiene!

Un discurso sin final, un final planificado, es como una comida sin postre. También el orador debe dejar a la audiencia con un buen sabor de boca, esto es, con un resumen bien planificado de las ideas y una conclusión al discurso.

Una vez que hayan terminado su discurso, necesita refrescar la memoria de su audiencia haciendo un resumen de los puntos principales. La mayoría de nosotros no puede retener durante mucho tiempo grandes cantidades de información detallada. En un discurso persuasivo de diez minutos puede presentar docenas e incluso cientos de trozos de información. Parte de esa información será en palabras o números y estará reforzada con ayudas visuales. Parte de ella será menos obvia, tales como los datos no verbales que refuerzan el mensaje verbal. Sin tomar en cuenta la forma en que presenta sus ideas, inundará a la audiencia con grandes cantidades de información, de la cual no duda puede ser retenida incluso por el escucha más atento. El resumen debe repetir la información de más importancia.

En tanto pronuncie el cuerpo de su discurso, la audiencia acepta o rechaza las ideas que presenta. Si citas estadísticas, las acepta o las rechaza, basada en el sentido que usted dé a éstas, su propia credibilidad. La audiencia no necesita recordar de dónde proviene la estadística, si aceptan la fuente como creíble cuando se presentó por primera vez. Tampoco necesitan recordar que parecía sincero al presentar la información. Ni siquiera es necesario que sus oyentes recuerden los detalles de la estadística, sí puede recordar los sustancioso y su implicación. Por lo

tanto, en su resumen no repita los detalles, sino solo recapturó el significado y la importancia de tales detalles. La audiencia necesita que se le recuerde el punto que quería lograr, no como lo logró. Sí aceptaron su información a principio, la aceptarán otra vez en el resumen.

El resumen trata principalmente con la sustancia intelectual. Sí se refiere a llamamientos emocionales, estos deben reducirse a los argumentos más lógicos. En todo caso, el resumen trata sólo con los puntos principales. Parte del propósito del boceto es identificar sus partes principales. Debe reiterar y subrayar estos pocos puntos en el resumen. Puede desear volver a introducir las ayudas visuales que acompañaron a una idea específica, pero por lo general basta con el mensaje verbal.

Una buena regla general para los resúmenes es contar con una o dos frases para cada punto principal en su boceto. Debido a que la mayoría de los discursos tienen de 2 a 5 puntos principales, el resumen por lo general tendrá no más de 6 a 8 frases. Algunas formas de conclusión son:

2.7.1. La anécdota

Una anécdota es una conclusión especialmente buena y puede unir a las dos. Los discursos más ligeros pueden hacer buen uso de la anécdota, aunque ésta también puede utilizarse en los discursos más serios. El largo de la anécdota dependerá de largo del discurso en sí. Uno de los peligros de usar una anécdota como conclusión se encuentra en que sea demasiado larga y se convierta en aburrida. Si puede evitar tal trampa, puede ser una forma efectiva para concluir el discurso.

2.7.2. La pregunta retórica

La pregunta retórica también es un buen método para llevar a buen término un tema dejando a la audiencia a reflexionar sobre ésta. La pregunta retórica se presta para los temas más serios. Debe orientar el pensamiento de la audiencia a lo largo de líneas definidas con claridad.

Algo que evitar para una conclusión es: “¿alguna pregunta?” Por lo general, resultan dos condiciones de esa pregunta. Si la audiencia responde a su solicitud, puede perder el hilo de sus pensamientos. Si no se responde, queda sorprendido y

un silencio embarazoso cierra su presentación. Al hacer esta pregunta se demuestra debilidad, implica que no ha cubierto todo lo que debía y deja la puerta abierta a los problemas. Y lo más importante, en una conclusión; es cuando muchos una parada y cuando menos una desviación. No la use.

2.7.3. La Citas

La cita literaria viene con vida y dramáticamente presentada puede ser una de las formas más poderosas de concluir un discurso. Después de todo, no representa ningún gasto para obtener ayuda escrita de la Biblia, de Cervantes o de algunos otros autores famosos. Usted tiene la oportunidad de usar la palabra de alguien que está reconocido como un artista de la palabra. Por supuesto, siempre deberá dar crédito al autor cuya palabra está utilizando, reconociendo a alguien cuyo talento cree que es lo bastante bueno como para utilizarlo.

La Biblia proporcionar un tesoro de citas para un discurso, pero, como cualquier otra fuente requiere un conocimiento previo. Al abrir la Biblia o a Cervantes, aleatoriamente, no suponga que se encontrará una cita ideal para su discurso, sobre un tema específico, debe buscar una concordancia entre ambos. Otro problema al emplear la Biblia en una institución secular resulta de las varias traducciones usadas por diferentes grupos religiosos. La mayoría de las versiones son similares, pero donde hay diferencias, cada un grupo cree que su versión es la correcta. Las fuentes para sus citas solo están limitadas por sus conocimientos de la literatura y su recurso. Recuerde, hay diccionarios de citas en la mayor parte de las bibliotecas de consulta. Estos libros tienen índice de citas por temas y los mejores cubren casi todo.

2.7.4. La conclusión no verbal

El final no verbal se suele presentar con poca frecuencia y debe ser planificado meticulosamente. Los mensajes no verbales por lo general acompañan y refuerzan el mensaje verbal. Utilizado con propiedad, puede proporcionar conclusiones dramáticas y poderosas. Un ejemplo excelente de una conclusión no verbal se presentó en un salón de clases donde un joven entró con muletas, vendas de alrededor de la cabeza, su brazo en cabestrillo y una pierna enyesada. Su discurso

fue un llamamiento a la razón. Pedía que la gente no juzgara las cosas por su apariencia. Tituló su discurso" las cosas no siempre son lo que parece".

La conclusión no verbal va muy en boga con el discurso de demostración. Después de una serie de pasos para demostrar un proceso, el orador muestra como conclusión el producto terminado.

2.7.5. Usos del humor en la conclusión

Por lo general el humor no es tan vital para una conclusión como lo es para una introducción. Al principio de la presentación del orador debe establecer la armonía con la audiencia. El orador que no la establece al llegar a la conclusión, queda en hondas dificultades de todas maneras. Por supuesto, si el tono del discurso es ligero, un humor ligero sería apropiado. Si desea utilizar humor en una conclusión, tenga cuidado que sea inofensivo, de manera que sus ideas dominen la mente de su auditorio. El uso de humor en la conclusión debe cumplir con las siguientes reglas:

1- Debe estar relacionado al tema
2- Debe ser gracioso para todos
3- El orador debe saber cómo manejarlo y aplicarlo

Hay muchas formas de terminar un discurso, y se suelen usar dos o más en conjunción para aumentar el efecto. Todo discurso necesita una conclusión fuerte a continuación de un resumen completo y detallado. Las necesidades del discurso, del orador y de la audiencia han dado énfasis a lo que se expone en el resumen y en proporción a la conclusión.

Por lo general, un discurso básicamente informativo no necesita la profundidad de emoción en la conclusión que requiere un discurso persuasivo. Dependiendo de la complejidad del tema, los discursos requieren cantidades variables de resumen. Sin embargo, debe incluir tanto el resumen como la conclusión con el fin de completar el mensaje y para evitar lo embarazoso de sólo dejar de hablar. Se busca que la audiencia debe tener una sensación de terminación con orden para que se relacionen los pensamientos. Evite el débil cliché de finales tales como "Gracias", "¿alguna pregunta?" o "Bien, creo que eso es todo". Escriba el resumen de su conclusión palabra por palabra, dándoles tanto énfasis como a la introducción. Sí

se utiliza uno o más de los métodos anotados o algo completamente distinto, haga que su resumen y conclusión reflejen ideas en la forma más completa posible.

El buen aspecto de la buena conclusión de un discurso debe dejarnos satisfechos por completo. Al mismo tiempo, sigue el antiguo consejo teatral, “Déjelos deseando más”.

2.8. Persuasión de la audiencia

Ya sea que pronuncie un discurso ante una audiencia de millones por la radio o vendiendo alimentos para pájaros a un cliente individual, como orador se verá enfrentado con el problema de sostener sus afirmaciones, de establecer su derecho a hacerlas y de convencer a la audiencia de que las acepte.

2.8.1. Llamamientos lógicos

Razonamiento deductivo: un silogismo propio enuncia su premisa principal o, como dice en matemáticas, un supuesto. Luego enuncia una premisa menor más específica. A partir de estos dos enunciados podemos sacar la conclusión, como parte del silogismo, la forma lógica recibe el nombre, nuevamente en griego antiguo, de entimema (reflexión). Observé que el entimema no es tan exacto como el silogismo. La premisa mayor del silogismo debe ser universal.

Siempre que tratamos con el futuro, tratamos con posibilidades, ya sea que utilicemos el silogismo o el entimema. Por ejemplo, sabemos que en toda la historia registrada el sol ha salido toda la mañana. Por la ciencia y la experiencia podemos pronosticar que el sol saldrá mañana en la mañana a una hora determinada, pero debido a que es futuro, puede registrarse algún fenómeno impredecible que impida la salida del sol. Sin embargo, la probabilidad de la salida del sol parece tan fuerte, que la mayoría de nosotros no se preocupa.

El razonamiento deductivo siempre es parte de un enunciado amplio y general a una conclusión más estrecha y específica. Básicamente, existen tres variaciones en el silogismo o en las que están determinadas por las palabras claves en la premisa mayor. La premisa mayor, ya sea que se declare o no, que implicará bien sea (1) todos, (2) si o sea que…o. La premisa que trata con todos definirá o

categorizar a algo; la premisa sea trata con el tiempo y la probabilidad; y la premisa sea que…o refinar a y eliminará las elecciones.

2.8.2. Razonamiento inductivo

El razonamiento inductivo hace con exactitud lo opuesto del deductivo; comienza con hechos específicos y desarrolla una premisa general; es quizá mucho más abierto para conclusiones ilógicas que el deductivo. En cualquier momento que presente un argumento, éste debe tomar una forma que el lector o el oyente puede entender con facilidad. Aquí, argumento o no significa gritar y estar en desacuerdo, sino una forma de presentar un llamamiento persuasivo y racional. Para que el argumento tenga sentido para el oyente, debe progresar de una idea a otra con suavidad. Como es natural, ningún patrón organizacional funcionaria en todo momento.

El educador y filósofo John Dewey, definió cinco pasos que deben tomarse en cuenta para la solución de un problema:

1- Reconocer el problema o la necesidad
2- Examinar y definir el problema
3- Buscar nuevas soluciones
4- Compara y probar esta soluciones
5- Seleccionar la mejor solución

Estos pasos se pueden presentar con rapidez en una emergencia o lentamente, como en el intento de resolver una cuestión política o científica. Un orador pasa por esos pasos, pero algunos pueden ser difíciles para su presentación a una audiencia. El proceso de Dewey describe la forma en que pensamos en un problema, más que en la forma en que presentamos a otros el problema y la solución.

En un intento para incorporar parte de la filosofía de Dewey, en un patrón persuasivo para hablar Alan Monroe creó la Secuencia Motivada, una forma todavía muy afectada en la actualidad.

2.8.3. Argumento por generalización

El razonamiento inductivo en el cual la conclusión se deriva de un cuerpo de evidencia recibe el nombre de generalización.

2.8.4. Argumentos por analogía

Otra forma de razonamiento inductivo es el razonamiento por analogía. Al usar una analogía, comparamos dos cosas que son similares pero que tienen bastante en común para que saquemos conclusiones. Se presentan problemas al utilizar analogías cuando sacamos conclusiones similares de situaciones que son demasiado distintas, o cuando sencillamente desechamos los factores que no son similares.

2.8.5. Argumento por causa y efecto.

Un tipo final de razonamiento inductivo ese razonamiento causal, o sacar una conclusión por una relación de causa y efecto.

Para probar su razonamiento, trate de reducirlo a sus términos más simples, como declaraciones en una frase. Luego examínela cuidadosamente para ver si es lo que se piensa o hace lo que se desea que haga. Si el razonamiento pasa la prueba, úselo para persuadir a su audiencia.

2.8.5.1. Llamamientos personales

Aunque podría parecer fácil establecer su credibilidad, debe reconocer que diferentes factores están involucrados en diferentes audiencias y situaciones. El testimonio utilizando experiencias previas o de otros, el lenguaje de la calle, ya sea sobre los horrores y degradación experimentada bajo la influencia de la droga, por ejemplo, tiene mucho más impacto que el lenguaje científico de los hechos fisiológicos que producen otros expertos. El establecimiento de pruebas personales asume cuatro formas básicas que son: reputación, apariencia, experiencias e identificación comunes, y el mérito personal.

2.8.5.2. Reputación: la reputación de un orador está relacionada con el respeto y el carácter amistoso de la audiencia. Es probable que el orador haya establecido cierta reputación antes que comience el discurso

y el saludo puede ser amistoso u hostil. La mayor parte de la audiencia es amigable, respetuosa y apoyan a la mayoría de los oradores, por lo menos al principio del discurso, a menos que el orador tenga una gran reputación que vaya contra la actitud de la audiencia.

2.8.5.3. Apariencia: un área en el que todo orador puede utilizar para establecer su prestigio personal es la apariencia. El orador siempre debe vestir en forma apropiada para la ocasión y para la audiencia. La apariencia podría ser adecuada para cierta audiencia y en determinadas situaciones. La limpieza y la pulcritud no necesitan ser costosas. Adecuado es la palabra clave para la ropa que se use.

2.8.5.4. Identificación: el orador ayuda a establecer la comunicación con una audiencia utilizando el llamamiento personal de la experiencia como: puesto que para cada tipo de audiencia debe adecuarse el planteamiento de la oratoria, demostrando así que se identifica con la misma.

2.8.5.5. Experiencia: la experiencia y la reputación personal podrían parecer contradictorias. El tema, el orador y la situación dictada en sumo grado se debe poner énfasis en la experiencia o reputación personal del orador.

La mayoría desea que unos expertos sepan más que nosotros, pero que también entiendan los temores y ansiedades de la audiencia, puesto que también ellos son humanos.

Los llamamientos personales, la experiencia y la reputación, en realidad apelan a distintos intereses: la experiencia ayuda a establecer a la persona como un ser humano al que no podemos relacionar, en tanto que la reputación establece la credibilidad de la persona en un tema específico

2.8.5.6. Mérito personal: el mérito personal o prestigio como individuo es mucho menos tangible y fácil de reducir a una fórmula. En todo su discurso deseará mostrar pruebas de las características a las cuales pueden responder las personas en forma favorable, como la modestia, el

sentido del humor, sinceridad y consideraciones para otra persona. Incluso el tema más serio pronunciado en una atmósfera sombría, debe comprender algunas de estas características y rasgos personales. El orador exitoso por lo general las exhibe constantemente, pero en forma sutil.

2.8.5.7. Llamamientos emocionales o psicológicos

En la actualidad, la mayoría de las personas reconocen que, aunque los seres humanos responden a la razón, también tenemos otro impulso que suelen pisotear la lógica. El orador de éxito apela a la necesidad de la audiencia, tanto a las racionales como a las psicológicas.

Varios teóricos definen nuestras necesidades en forma diferente. Abraham Maslow, formuló una jerarquía de necesidades, insistiendo en que deben satisfacer las necesidades más básicas antes que se pueda considerar la siguiente necesidad de la escala o jerarquía:

1- Las necesidades fisiológicas – nutrición, descanso, aire, sexo, etc.
2- Necesidades de seguridad – protección contra peligros extremos
3- Necesidades de amor o de pertenecer – ser aceptado por otros, el grado de status, aprobación de actos, etc.
4- Necesidades de aprecio –sensación de ser adecuado, de seguridad, competencia y amor propio.
5- Autorrealización –plenitud, realización del potencial, creatividad.

El orador debe apelar a los motivos y aspiraciones que reflejen el mejor lado de nuestras personalidades. Más que apelar a los prejuicios raciales o étnicos de una audiencia, el orador debe apelar al autor respecto más que a la avaricia, al lucro y realización personal.

Algunas de las motivaciones que pueden convertirse en llamamientos efectivos en un discurso son:

1- Riquezas
2- Poder
3- Conformidad

4- Placer
5- Aceptación
6- Comodidad
7- Confianza
8- Atracción
9- Amor propio

En cada una de ellas puede abordarse en forma positiva o negativa para bien o para mal. Los oradores deben utilizarlas exclusivamente para buenos propósitos.

2.8.5.8. Refutación y ensayo

Sin importar la forma de argumentación que emplee el orador, siempre existe el insistente problema de qué hacer con los argumentos en contra. La propuesta de cómo hacerles frente, no solo para que la audiencia pueda tomar sus decisiones, sino también porque por lo general la audiencia responde en forma más favorable a un argumento, que se enfrenta a los argumentos en contra más que el que los ignora. Así se evitan los argumentos en contra, la audiencia puede pensar que son las alternativas más aceptables.

¿Cómo se refutaron los argumentos en contra? Primero, reconociendo su existencia. El mismo hecho de reconocer que existen argumentos en contra indica que usted los conoce y que no les teme. Sin embargo, el solo reconocimientos de ellos no los hará desaparecer o probar su falta de méritos relativos. Así, cuando usted dice “ser que los que se oponen a este plan ofrecerán en esto o lo otro como alternativa”, estará mejor preparado para lanzar un contra ataque sobre tal o cual alternativa.

2.8.5.8.1. Refutación cuantitativa: un método de refutación es demostrar que el punto puede tener valor, pero que, tomado en una escala mayor con una cantidad más grande de datos, el argumento en contra se derrumba. La refutación cuantitativa ópera bien contra los tipos de razonamiento sea que, o todo o nada.

2.8.5.8.2. Refutación cualitativa: un medio aún mejor y más seguro de refutación viene de comprobar la calidad de su material. Si cita a alguien, cerciórese de que esa persona es la mejor fuente posible de información sobre ese tema. Lo mismo se aplica la estadística y que tan recientes la información. Por último, puede y debe probar su argumento o un argumento encontrar examinando atentamente su razonamiento y este de otros.

2.8.6. Formas de apoyo:

Como quiera que proceda para apelar a tu audiencia y para refutar los argumentos en contra, siempre necesitaran apoyar lo que dice. Incluso el reporte más informativo debe persuadir a quienes lo escucharon para que acepten los hechos e ideas que presenta ofreciendo información de apoyo. El razonamiento es una forma vital de apoyo; las estadísticas.

2.8.6.1. Citas: citar una autoridad puede ser una forma excelente para apoyar sus propias opiniones. Por supuesto, una autoridad debe ser una autoridad en el tema que se trata. El llamamiento a una autoridad nunca debe tomar el lugar del pensamiento sólido ilógico; en vez de ello debe reforzar y apoyar ese pensamiento.

2.8.6.2. Ejemplos e ilustraciones: los ejemplos de las ilustraciones pueden ser medios excelentes de argumentos de apoyo. Cualquier generalización depende de una serie de ejemplo de ilustración.

2.8.6.3. Anécdotas: a menudo las anécdotas son humorísticas, pero pueden ser serias. Un orador que quiera que la audiencia actúe sobre algo que ya se ha acordado pero que ha sido perezosa o descuidada para llevarlo a cabo, puede narrar la historia del mal jugador de golf cuya bola cayó en un hormiguero.

2.8.6.4. Comparaciones y contrastes: las ideas semejantes se pueden comparar y las diferencias pueden contrastarse. El orador establecerá comparaciones y contrastes siempre que eso conduzca a un entendimiento más claro de la situación. La analogía, que implica

semejanzas, necesita de una forma de apoyo para que tenga un sentido completo para todos los oyentes.

2.8.6.5. Definiciones: las definiciones pueden parecer innecesarias en un discurso ante sus iguales, pero pueden ser vitales. En todo discurso que se refiera a información técnica, se deben definir los términos técnicos para que todos los entienda. Primero debe analizar su audiencia para determinar las expresiones que necesite definir sin aburrir un ofender a su audiencia, suponiéndole menos conocimientos de los que en realidad posee. Por lo general será seguro definir los términos técnicos, la jerigonza peculiar a un campo específico, o a las palabras que se refiere a otras formas de datos altamente específicos.

2.8.6.6. Descripción: por último, cualquier argumento resultará beneficiado por la descripción, en un lenguaje vivido que haga que la audiencia establezca imágenes en su propia mente. Puede haber observado que algunos de estos métodos de apoyo se traslapan o incluso depende uno del otro. Una anécdota se beneficiará con una descripción vívida. La ilustración puede ser vital para una comparación un contraste. La ilustración es importante para la generalización, y la comparación es vital para la analogía. Recuerde que la forma de apoyo no es de tanta importancia como tener apoyo. Los puntos principales de su discurso deben ser reforzados y apoyados por uno o más de estos métodos, como deben ser los sub puntos de importancia. Todas las formas trabajan simultáneamente para ayudar a la audiencia a entender sus afirmaciones y argumentos. Sin apoyo, todo lo que se tiene es una serie de declaraciones que la audiencia puede o no aceptar. Con apoyo, la audiencia tiene una base para seguir y aceptar sus ideas y conclusión.

El orador se enfrenta constantemente al hecho de tener que apoyar las declaraciones que forman la sustancia del discurso. La mayoría de nosotros formamos parte de una audiencia con más frecuencia que como oradores y, como receptores, haríamos bien en examinar con atención los argumentos de apoyo del transmisor y sus pruebas. Como oradores

oyentes, estaremos mejor informados y seremos más selectivos si insistimos en más profundidad que los pensamientos y rechazamos las ideas superficiales y falta de apoyo.

El orador debe convencer a su audiencia y apoyar las ideas con argumentos lógicos y bien razonados. Sea que el razonamiento inductivo o deductivo no es tan importante como que sea productivo. Además, el orador debe establecer la credibilidad como persona digna de ser escuchada sobre un tema en particular. Por último, las emociones y las necesidades de la audiencia deben recibir tanta atención como su racionalidad y disposición para aceptar al orador. Los tres factores trabajan juntos y pueden representar en una variedad casi infinita de patrones. Sin embargo, todos estos factores dependen de la honradez, de la integridad y, más que todo, de un pensamiento claro.

Sea que el discurso ha satisfecho las normas para el pensamiento, si ha presentado el material en forma tal que vaya de un pensamiento digerible a otro, y si lo ha hecho aplicable a la situación de la audiencia, atacando los contra argumentos y apoyando bien sus ideas, ahí la probabilidad de que convenza por lo menos a un segmento de su audiencia. Algunos oyentes cerrarán las puertas a la lógica y al razonamiento e insistirán en apegarse a ideas preconcebidas. Sin embargo, usted podrá llegar a aquellos que han dejado abierta sus mentes e incluso a abrir algunas que estén cerradas. Cuanto más enérgico sean sus apoyos y llamamientos, mejores probabilidades tendrá de convencer a su audiencia.

Si un discurso acerca del personal o lugares, las fotografías, transparencias o incluso las películas de movimientos pueden ayudar. La fotografía o retrato adecuado pueden fijar del humor para un discurso, lo mismo que él sólo mostrar a quién o de qué esté hablando. Los discursos donde se tratan asuntos abstractos como política, ley, filosofía o religión, requieren mucha imaginación para buscar ayudas visuales. Los discursos políticos a menudos se refieren a dinero, porcentajes, estadística, también pueden utilizar gráficas y cartas.

2.9. Fines de la oratoria

En propiedad cuatro son los fines de la oratoria:

1. Persuadir:

Involucra convencer a otras personas de que las resoluciones y opiniones son las apropiadas y moverlas a la acción de acuerdo con ellas. La persuasión se orienta a la voluntad de los receptores, por ello podemos decir que “es la habilidad de convencer a nuestros semejantes para que tomen una decisión o hagan una acción determinada”.

2. Enseñar:

Alcanza la labor de facilitar, a alumnos o discípulos, instrucciones y cultura general a través de la palabra hablada. La oratoria se ubica según el compromiso y la capacidad de los receptores, su objetivo es notificar no sólo las noticias cotidianas sino, va más allá; compartir conocimientos de todo tipo por medio de un emisor y/o facilitador, ya sea de manera formal; en los centros de enseñanza de distintos niveles o, ya sea de manera informal; esto es en el hogar, la calle o la comunidad.

3. Conmover:

Comprende la búsqueda de estímulos por medio de la oratoria, algunos sentimientos, pasiones y emociones de las personas que escuchan nuestras palabras. Si logramos convencer a nuestro público podemos cautivarlo y lograr sean empáticos con nuestros sentimientos.

4. Agradar:

Agradar es instaurar perfección con la palabra hablada; es decir, promover en el alma ajena emoción, encanto con propósitos explícitos. La oratoria como esparcimiento se ubica en campo del sentimiento.

2.10. Estrategias de desempeño para un buen orador

Autoconocimiento

Los grandes oradores saben emplear recursos como la retórica y la oratoria para construir discursos que funcionen.

Se esfuerzan en dominar estos elementos para reinventar técnicas antiquísimas, valiéndose de herramientas modernas y centrándose siempre en la identificación de sus habilidades y personalidad.

Estilo

Poseer una personalidad poderosa nos diferencia de los demás como si fuéramos un sello único.

Todos tenemos una identidad, aunque es muy común que por el nerviosismo o el miedo a hablar en público ella se diluya al momento de pisar un escenario.

No necesitas ser una persona graciosa o caerle bien a todo el mundo (aunque ser cálido es una cualidad que atrae). Lo que importa es ser auténtico, determinado y cercano: los asistentes buscan esa intimidad con los ponentes.

Pasión

¡Pasión es hacer aquello por lo que se trabajaría sin cobrar un céntimo! Es la clave del por qué se hace algo poniendo en perspectiva los valores personales.

Un ponente ha de transmitir su pasión al momento de hablar en público para inspirar a los demás y para dejar grabado un mensaje especial en los asistentes.

Inventiva

Un orador necesita crear presentaciones y discursos de forma clara, interesante y simple. Se puede ser un buen orador sin ser creativo, pero para hablar en público como los grandes ponentes es indispensable ser inventivo.

Conexión

Esto se trata, nada más y nada menos que de entender cuáles son los puntos con los que se pueden crear vínculos con la audiencia.

Claridad

Para hablar como un gran orador es importante omitir el lenguaje confuso o con terminologías especializadas.

Es conveniente usar metáforas que ayuden a recrear una idea en la mente de los asistentes y mantener, al mismo tiempo, un discurso simple usando frases cortas.

Seguridad

No hay tener miedo al ridículo o a fallar. Ser seguro significa estar dispuesto a cometer errores como cualquier otra persona.

Ten en cuenta que no existe la presentación perfecta: cada ponencia es una nueva aventura y es importante, para nuestra tranquilidad, mantener a raya al juez que llevamos dentro.(https://mba.americaeconomia.com/articulos/reportajes/ocho-consejos-para-mejorar-la-habilidad-de-hablar-en-publico)

2.11. Tipos de técnicas

La confianza y seguridad personal del orador es un estado psicológico producto de su competencia, conocimientos y habilidades, las cuales adquirirá de acuerdo a las técnicas que se apliquen en el desarrollo de los aprendizajes, lo que le permite enfrentarse a situaciones adversas y salir airoso de ellas.

2.11.1. Uso y manejo de la voz

1. La voz: Es la base de la expresión oral. Una buena voz facilita la labor del orador. La voz humana debe tener las siguientes características:

   a) Tono: Es la altura musical de la voz. Las voces humanas se clasifican según el tono en agudas o graves, existiendo tonos intermedios. El tono más adecuado para la oratoria es el de barítono.

b) Timbre: Es el matiz personal de la voz. Hay voces bien timbradas y agradables y otras roncas o chillonas, etc.

c) Cantidad: Es la duración del sonido. Suele depender de las características del idioma, los hábitos lingüísticos de las regiones o países, la psicología del orador, etc.

d) Intensidad: Es la mayor o menor fuerza con que se produce la voz.

Según los especialistas, la voz de un orador debe reunir los requisitos de calidad, alcance, intensidad, claridad, pureza, resistencia y flexibilidad. Algunos de ellos son innatos, pero otros se pueden adquirir a través de la práctica.

2. La respiración

Para la oratoria, una respiración diafragmática es la más aconsejada, ya que permite inspirar más aire y utilizar el diafragma al momento de hablar. Este tipo de respiración permite hablar con claridad y facilidad, sin peligro de quedar afónico.

3. La articulación y la fonación

La articulación es la pronunciación clara y distinta de las palabras. La mala pronunciación de consonantes o vocales, o una pronunciación a medias, dan como resultado una mala expresión oral.

4. La impostación de la voz

Impostar la voz significa fijar la voz en las cuerdas vocales para emitir el sonido sin vacilación ni temblor. Es hablar sin esfuerzo y con naturalidad. La impostación de la voz suele estar a cargo de médicos foniatras, profesores de canto y otros especialistas. (https://sites.google.com/site/lagranoratoria/la-gran-oratoria/tecnicas-de-oratoria/definiciones-y-tecnicas)

2.11.2. Método de Autoconfianza

El artículo refiere el Método de enseñanza de la Oratoria, con la técnica llamada “de autoconfianza” que he instituido por la doctora Claudia Preci, la cual lleva trabajando hace más de 20 años en la Universidad de Palermo, en otras instituciones y en el ámbito privado y oficial. Esta metodología consiste en detectar las fortalezas y debilidades del alumno para trabajarlas y superarlas en un proceso individual llevado a cabo mediante una serie de exposiciones que debe realizar en clase, con consignas establecidas y con objetivos concretos en cada una. Desde el principio, se ve en el alumno su potencial y se fija una meta a alcanzar, a la que se lo hará llegar mediante presentaciones ante sus compañeros, la devolución personalizada del desempeño en las mismas y la relación que establezco con ellos para lograr su autoconfianza. (https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=484&id_articulo=10165).

.

CAPÍTULO 3

MARCO METODOLÓGICO

3.1. Metodología

3.1.1. Tipo de investigación

El enfoque de la presente investigación será descriptivo, veamos como lo define Fidias Arias (2012), la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en el nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere. (Pág.24)

Señala además que este tipo de investigación tiene como misión observar y cuantificar la modificación de una o más características en un grupo, sin establecer relaciones entre ellas. Quiere decir que cada característica o variable se analiza de forma independiente. (Pág.25)

Hemos escogido este enfoque, porque se emplearán los métodos teóricos (Marco conceptual) y empíricos, (encuesta) utilizando el método de análisis, que logra caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalar sus características y propiedades. Combinado con ciertos criterios de clasificación y sirve para ordenar, agrupar o sistematizar los objetos involucrados en el trabajo indagatorio, ya que se logra determinar y establecer la problemática y estar en oportunidad de utilizar diversas técnicas didácticas para dictar la cátedra de Oratoria o Expresión Oral, permitiendo el desarrollo del pensamiento crítico o analítico a los participantes de la carrera de español.

3.1.1.1 Diseño de la investigación

Al tratarse de un trabajo de sobre técnicas didácticas, la investigación es documental, cualitativa, ya que para la observación del desarrollo de las diversas técnicas de la enseñanza de la Oratoria. Señalamos que la investigación es documental apoyados en el punto de vista de Fidias Arias (2012) veamos a continuación: la investigación documental es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresos, audiovisuales o electrónicos. Como en toda

investigación, el propósito de este diseño es el aporte de nuevos conocimientos. (Pág.27)

Veamos la forma como hemos organizado nuestras variables:

G: los estudiantes de las escuelas de Español, Periodismo y de la Facultad de Educación.

X: Aplicación para la enseñanza de la Oratoria del Centro Regional de Panamá Oeste.

O: Mejora del desempeño de los estudiantes en la oratoria, expresión oral.

3.1.2. Fuentes de la información

Fidias Arias (2012), establece que "documento o fuente documental: es el soporte material (papel, madera, tela, cinta magnética) o formato digital en el que se registra y conserva una información". (Pág.27)

3.1.2.1. Fuentes materiales

Sabemos de antemano que las fuentes son aquellas que nos proporcionan información, por lo que podemos indicar que nuestras fuentes materiales son: entrevista a docentes y la encuesta a estudiantes, consideradas fuentes primarias, así como también utilizaremos libros, tanto impresos como digitales, así como también tesis de posgrado impresas y digitales, estas son consideradas fuentes secundarias.

3.1.2.2. Población

Fidias Arias (2012), define el concepto de población como el conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio.

Además, define población finita:

Agrupación en la que se conoce la cantidad de unidades que la integran. Además, existe un registro documental de dichas unidades. (Pág. 81)

La población objeto de nuestra investigación son los estudiantes que cursan la asignatura del tronco común denominada comunicación escrita y oral o Lenguaje y comunicación.

3.1.2.2.1. Muestra

Fidias Arias (2012), nos explica que la muestra resulta cuando por diversas razones imposibles de abarcar la totalidad de los elementos que conforman la población accesible, se recurre a la selección de una muestra. La muestra es un subconjunto representativo y justo que se extrae de la población accesible.

En este sentido una muestra representativa es aquella que por su tamaño y características similares a las del conjunto, permite hacer inferencias, o generalizar los resultados al resto de la población con un margen de error conocido. (Pág. 84)

En nuestro caso las muestras serán los estudiantes de la asignatura denominada Tronco Común, primer año, de la Escuelas de Español, Periodismo y de la Facultad de Educación.

3.1.2.2.2 Tipo de muestra

Según Fidias Arias (2012), Para seleccionar la muestra se utiliza una técnica o procedimiento denominado muestreo. Existen dos tipos básicos de muestreo: probabilístico o aleatorio y no probabilístico.

a) Muestreo probabilístico o aleatorio: es un proceso en el que se conoce la probabilidad que tiene cada elemento de integrar la muestra.

   a.1) Muestreo al azar sistemático, se basa: en la selección de un elemento en función a una constante K. De esa manera se escoge un elemento, cada K veces.

   a.2) Muestreo estratificado: consiste en dividir la población en subconjuntos cuyos elementos posean características comunes, es decir estratos homogéneos en su interior.

Para nuestra investigación escogimos el muestreo estratificado, ya que la muestra presenta las características señaladas en el concepto anterior.

b) Muestreo no probabilístico: es un proceso de selección en el que se desconoce la probabilidad que tienen los elementos de la población para integrar la muestra. Este se clasifica en:

b.1) Muestreo causal o accidental: es un proceso que nos permite elegir arbitrariamente los elementos sin un juicio o criterio preestablecido.

b.2) Muestra intencional: En este caso los elementos son escogidos con base a criterios o juicios preestablecidos por el investigador. (Págs. 85-86)

3.2. Variable

Según Fidias Arias (2012), "variable es una característica o cualidad; magnitud o cantidad, que puede sufrir cambios, que es objeto de análisis, medición, manipulación o control de una investigación" (Pág.57)

3.2.1. La variable independiente, según Hernández Sampieri (2012) "Es aquella característica o propiedad que se supone ser la causa del fenómeno estudiado. En investigación experimental se llama así, a la variable que el investigador manipula. Que son manipuladas experimentalmente por un investigador" (Pág. 94).

3.2.2. La variable dependiente, según Fidias Arias (2012) "son aquellas que se modifican por acción de la variable independiente. Constituyen los efectos o consecuencias que se miden y que dan origen a los resultados de la investigación". Pág.59.

3.2.3. La conceptualización

Que Hernández Sampieri (2012), define como el intercambio de información psicológica o de cualquier tipo a cerca del objeto de investigación, estableciendo

reglas para su interacción, pág.95, mientras que Fidias Arias lo define como: "el proceso mediante el cual se transforma la variable de conceptos abstractos a términos concretos, observables y medibles, es decir dimensiones e indicadores". (Pág. 63)

3.2.4. La operacionalización:

Se comprende como el conjunto de procedimientos o actividades que todo investigador debe realizar para el logro del desarrollo de su investigación. Para Fidias Arias (2012) indica que "la palabra "operacionalización" no aparece en la lengua hispana, este tecnicismo se emplea en la investigación científica para designar al proceso mediante el cual se transforma la variable de conceptos abstractos a términos concretos, observables y medibles, es decir, dimensiones e indicadores". (Pág. 63)

3.2.5. Instrumentalización:

Para Fidias Arias (2012) "un instrumento de recolección de datos es cualquier recurso, dispositivo o formato (en papel o digital), que se utiliza para obtener, registrar o almacenar información." (pág. 69)

A continuación, planteamos nuestra perspectiva sobre el problema, las variables y su conceptualización, operacionalización e instrumentalización, requeridos para el avance de esta investigación:

Problema/variable **Problema** ¿Cómo plantea la asignatura del tronco común, Comunicación escrita y oral o Lenguaje y comunicación, la oratoria?	**Conceptualización**	**Operacionalización**	**Instrumentalización**
Variable independiente Aplicación de técnicas para la enseñanza de la Oratoria.	**Variable independiente** Utilización de diversas técnicas tales como: manejo de la expresión corporal y oral, redacción de textos argumentativos, expresión gestual, dominio del escenario para que los estudiantes logren desarrollar su competencia discursiva.	Señalar a través de: la planificación Tipos de técnicas Taller de uso y manejo de la voz, teatro (gestos, dominio del escenario, etc. Redacción de textos argumentativos Observación Calidad Procedimiento Características Recursos	Encuesta para los estudiantes
Variable dependiente Mejora del desempeño de los estudiantes en la oratoria, expresión oral.	**Variable dependiente** Desarrollo de las habilidades y capacidades de los estudiantes tales como: postura corporal, argumentación, dicción, oralidad, etc.	Verificar el cumplimiento de las actividades y Niveles de responsabilidad	

OBJETIVOS DE LAS PREGUNTAS DE LOS INSTRUMENTOS

OBJETIVOS	ENCUESTA
Identificar las limitaciones que enfrenta el docente en la enseñanza de la Oratoria.	1- ¿Posee conocimientos de Oratoria? 2- ¿Conoce cómo se plantean los temas sobre la Oratoria, dentro de los cursos de Comunicación escrita y oral a Nivel Superior?
Reconocer las ventajas de la enseñanza de la oratoria en la formación de los profesionales en las carreras humanísticas.	3- ¿Conoce las cualidades y características de un orador? 4- ¿Cuenta la Universidad con condiciones apropiadas para la enseñanza de la Oratoria a Nivel Superior?
Establecer el marco metodológico para la formación de profesionales, en la enseñanza de la Oratoria.	5- ¿Conoce las técnicas para presentarse en público a través de la oratoria o argumentación oral? 6- ¿Le interesa tomar cursos donde le ofrezcan técnicas para la Oratoria?

3.3. Descripción del instrumento

Fidias Arias (2012) nos explica que, se define la encuesta como una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de si mismos, o en relación con un tema en particular.

Que la encuesta puede ser oral o escrita. La encuesta oral se fundamenta en un interrogatorio cara a cara o por vía telefónica, en el cual el encuestador pregunta y el encuestado responde. Contraria a la entrevista, en la encuesta oral se realizan pocas y breves preguntas, porque su duración es bastante corta. Sin embargo, esto permite al encuestador abordar una gran cantidad de personas en poco tiempo. (pág. 72)

Como instrumento de investigación utilizaremos una encuesta, la cual estará dirigida a los estudiantes de la escuela de español, periodismo y educación.

3.4. Validación del instrumento

Fidias Arias (2012) explica que “el nivel de medición se define como el tipo de escala que permite asignar un grado o valor a una variable.

De dicha escala depende la técnica estadística que puede emplearse en el análisis de los datos obtenidos.”

Nivel de medición nominal

Es la escala que adoptan las variables cualitativas la cual consiste en la clasificación en dos o más categorías, las cuales no tienen vinculación entre sí. (pág. 66)

Nivel de medición ordinal

Escala en la que se establece en orden jerárquico entre variables cualitativas o categorías. En esta escala no se indica la magnitud de la diferencia entre las categorías ni se aplican las operaciones matemáticas básicas. Al igual en el nivel nominal, únicamente se realizan distribuciones de frecuencias absolutas y relativas (porcentajes), en cada categoría. (pág.65)

3.5. Tipo de análisis

En este trabajo de investigación realizaremos el análisis de estadística descriptiva, para cada variable por distribuciones de frecuencias, específicamente por polígonos de frecuencia. La definición que nos da Hernández Sampieri (2012), es la siguiente: Los principales análisis estadísticos que pueden hacerse son: estadística descriptiva para cada variable (distribución de frecuencias, medidas de tendencia central y medidas de la variabilidad), la transformación a puntuaciones z, razones y tasas, cálculos de estadística inferencial, pruebas paramétricas, pruebas no paramétricas y análisis multivariados.

- Las distribuciones de frecuencias contienen las categorías, los códigos, las frecuencias absolutas (número de casos), los porcentajes, los porcentajes válidos y los porcentajes acumulados.
- Las distribuciones de frecuencias pueden presentarse en forma gráfica.
- Una distribución de frecuencias puede representarse por medio del polígono de frecuencias o de la curva de frecuencias.
- Las medidas de tendencia central son la moda, la mediana y la media.
- Las medidas de la variabilidad son el rango (diferencia entre el máximo y el mínimo), la desviación estándar y la varianza.
- Otras estadísticas descriptivas de utilidad son la asimetría y la curtosis.

  Las distribuciones de frecuencias también se pueden graficar como polígonos de frecuencias Los polígonos de frecuencias relacionan las puntuaciones con sus respectivas frecuencias. Es más bien propio de un nivel de medición por intervalos o razón. Los polígonos de frecuencias representan curvas útiles para describir los datos. Nos indican hacia dónde se concentran los casos (personas, organizaciones, segmentos de contenido, mediciones de polución, datos de presión arterial, etc.) en la escala de la variable; más adelante se hablará de ello. En resumen, para cada una de las variables de la investigación se obtiene su distribución de frecuencias y se grafica (histograma, gráfica de barras, gráfica circular o polígono de frecuencias. (Pág. 284-285).

CAPÍTULO 4

ANÁLISIS DE DATOS

4.1 Análisis e interpretación de los resultados

Procedimientos para el análisis de la información

Con los resultados de las encuestas aplicadas a estudiantes de las licenciaturas en Educación, Periodismo y Español, llevaremos a cabo un análisis de los datos recopilados el cual se expone a continuación.

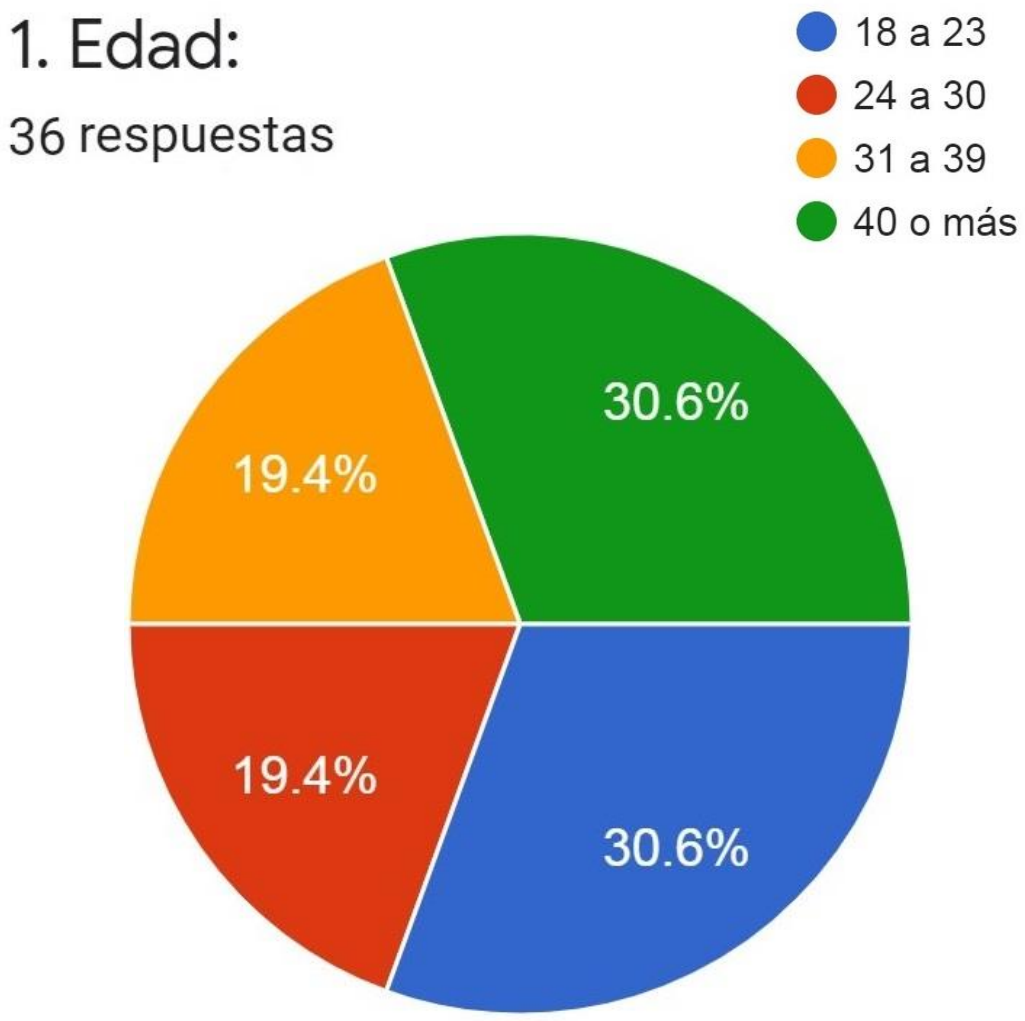


Gráfico 1 Distribución de la población por edad.

Podemos observar que la edad de los participantes oscila en su mayoría entre jóvenes menores veinticuatro años y mayores de cuarenta.

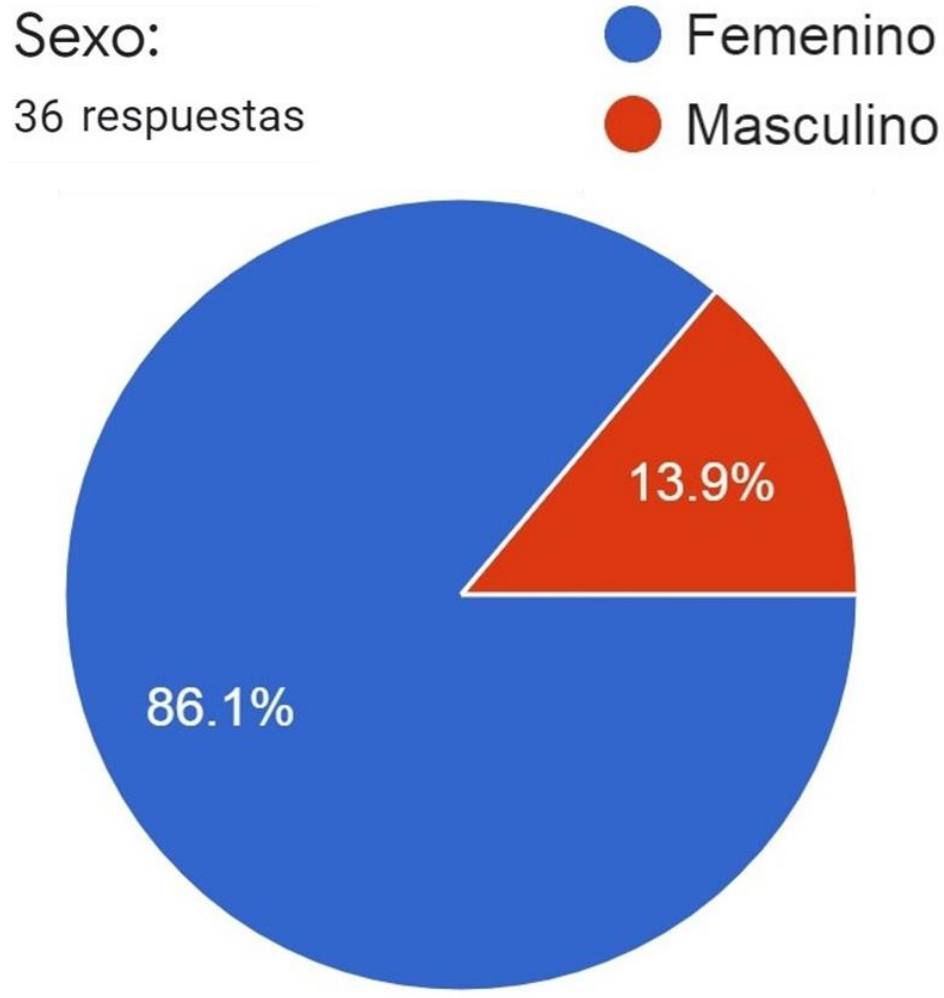


Gráfico 2 Distribución población según sexo.

La población participante en su mayoría es del sexo femenino.

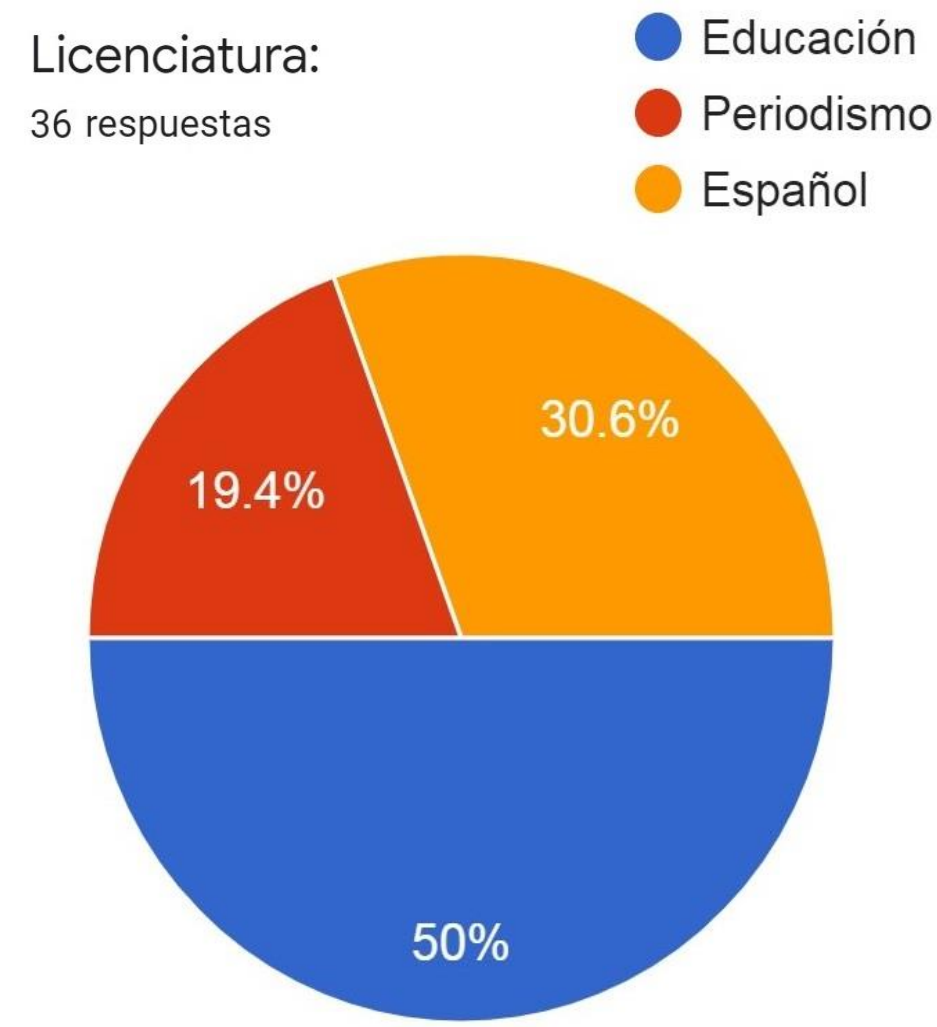


Gráfico 3 Licenciaturas participantes en la investigación

.

La mayor cantidad de participantes son estudiantes de la facultad de Educación, mientras que la menor cantidad es de la escuela de Periodismo.

2. ¿Siente temor al hablar en público?

36 respuestas

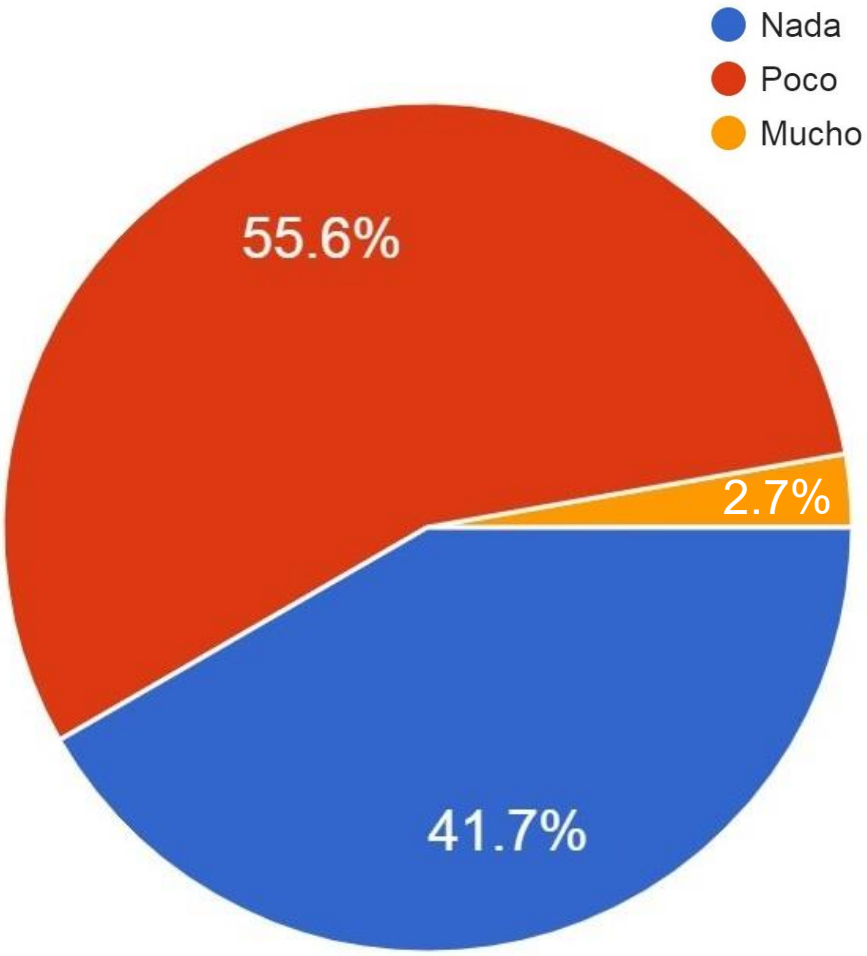


Gráfico 4 : ¿Siente temor al hablar en público?

Muy pocos participantes sienten temor al hablar en público, lo cual va de acuerdo con las licenciaturas que estudian, puesto que en ellas es importante tener dominio de la expresión oral, frente a un público.

3. ¿Posee conocimientos sobre redacción de textos argumentativos?

36 respuestas

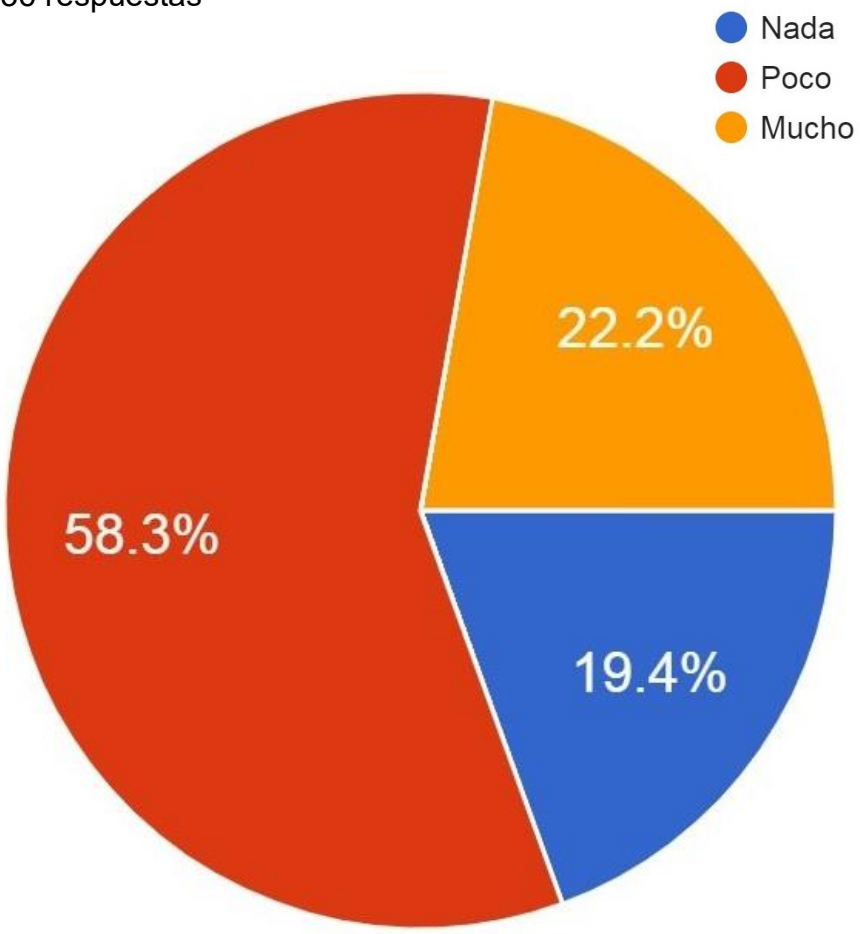


Gráfico 5 ¿Posee conocimientos sobre redacción de textos argumentativos?

Se observa que la población encuestada en su mayoría posee poco conocimiento sobre la redacción de textos argumentativos.

4. ¿Alguna vez ha preparado un discurso?

36 respuestas

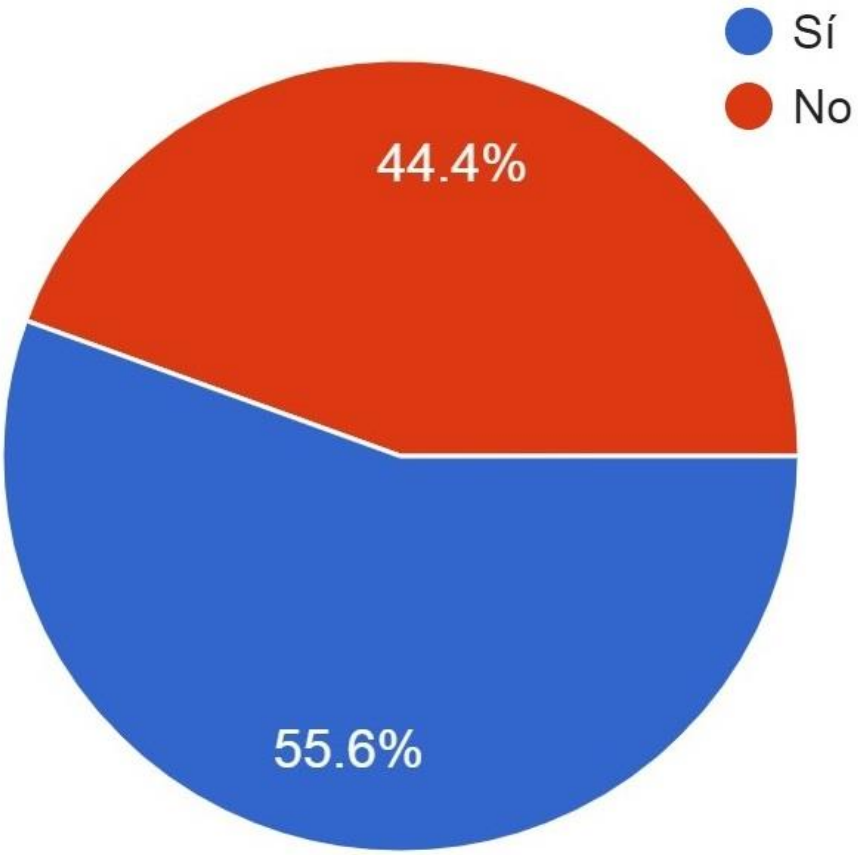


Gráfico 6 ¿Alguna vez ha preparado un discurso?

La mayoría de los participantes han redactado un discurso.

5. ¿Conoce temas sobre la Oratoria, dentro de los cursos de Español a Nivel Superior?

36 respuestas

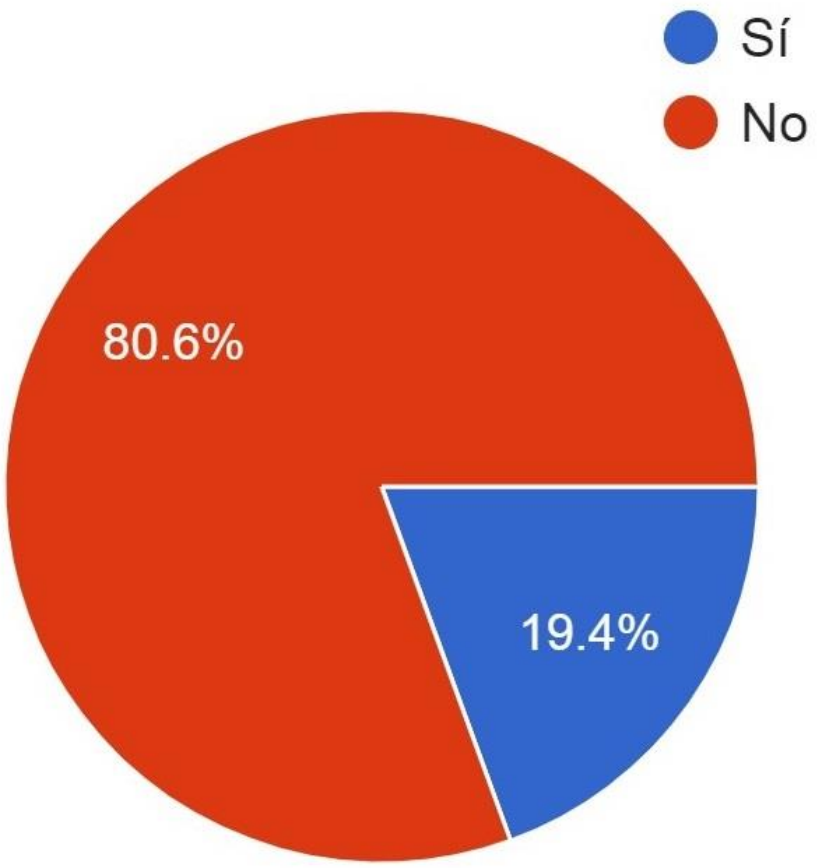


Gráfico 7 ¿Conoce temas sobre oratoria, dentro de los cursos de Español a Nivel Superior?

La mayoría de la población encuestada reconoce que los cursos de español a Nivel Superior, no presentan temas sobre Oratoria.

6. ¿Posee conocimiento sobre Oratoria?

36 respuestas

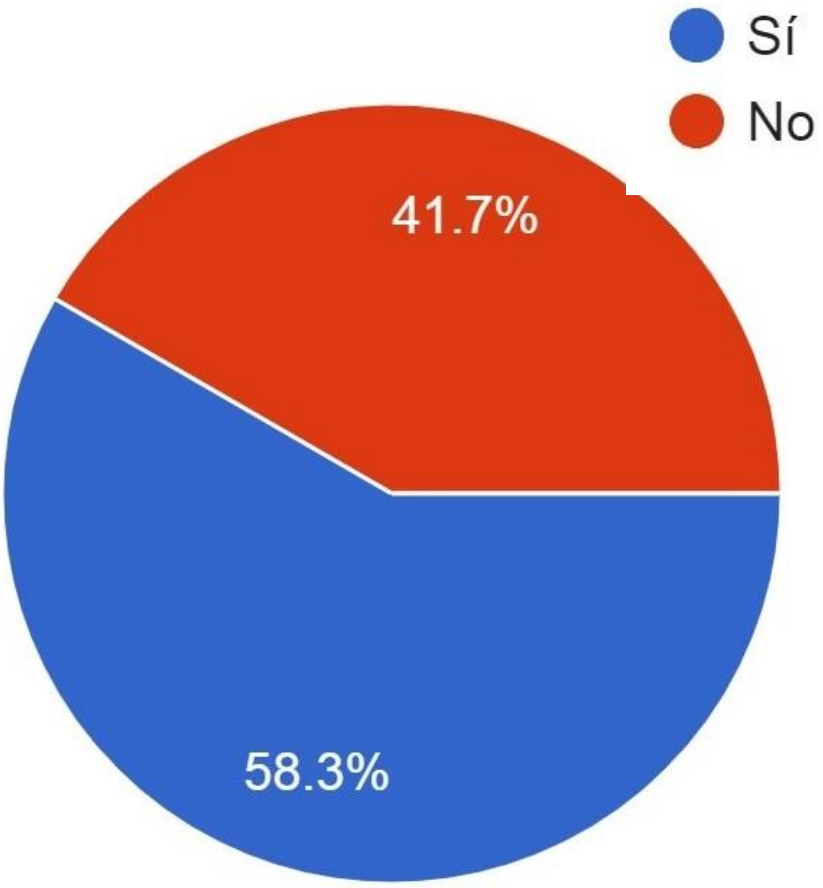


Gráfico 8 ¿Posee conocimiento sobre Oratoria?

Al igual que en la respuesta a la pregunta No.4, la mayoría de la población encuestada posee conocimiento sobre Oratoria.

7. ¿Tiene conocimiento sobre las cualidades y características de un orador?

36 respuestas

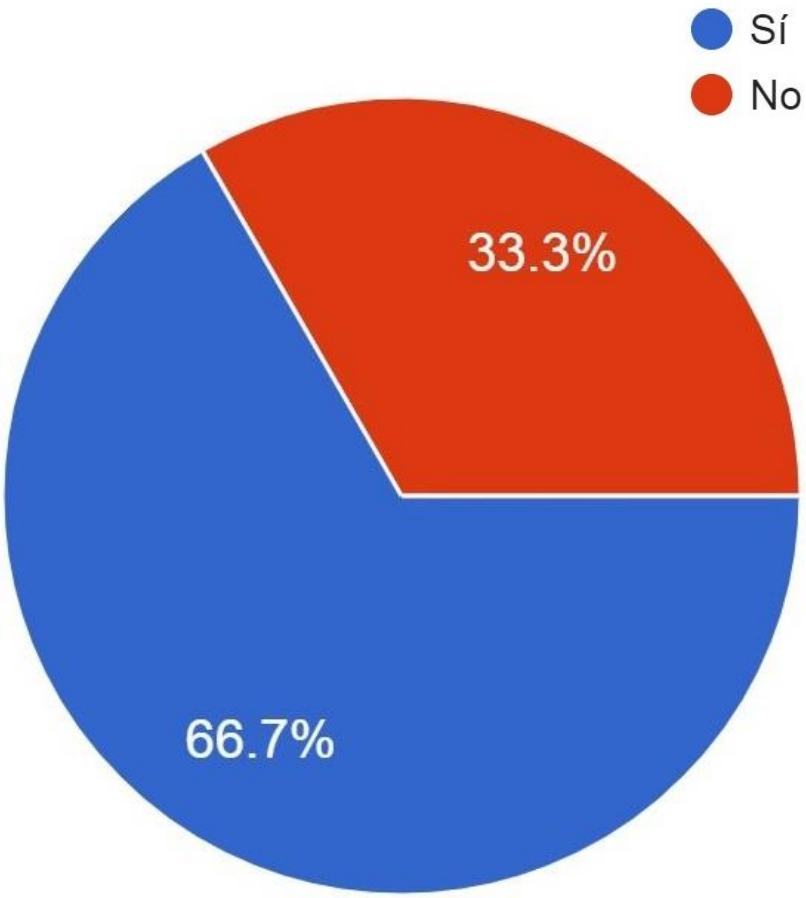


Gráfico 9 ¿Tiene conocimiento sobre las cualidades y características de un orador?

También se observa en la encuesta, que la mayoría posee conocimientos sobre las cualidades y características del orador.

8. ¿Conoce las técnicas para presentarse en público a través de la oratoria o argumentación oral?

36 respuestas

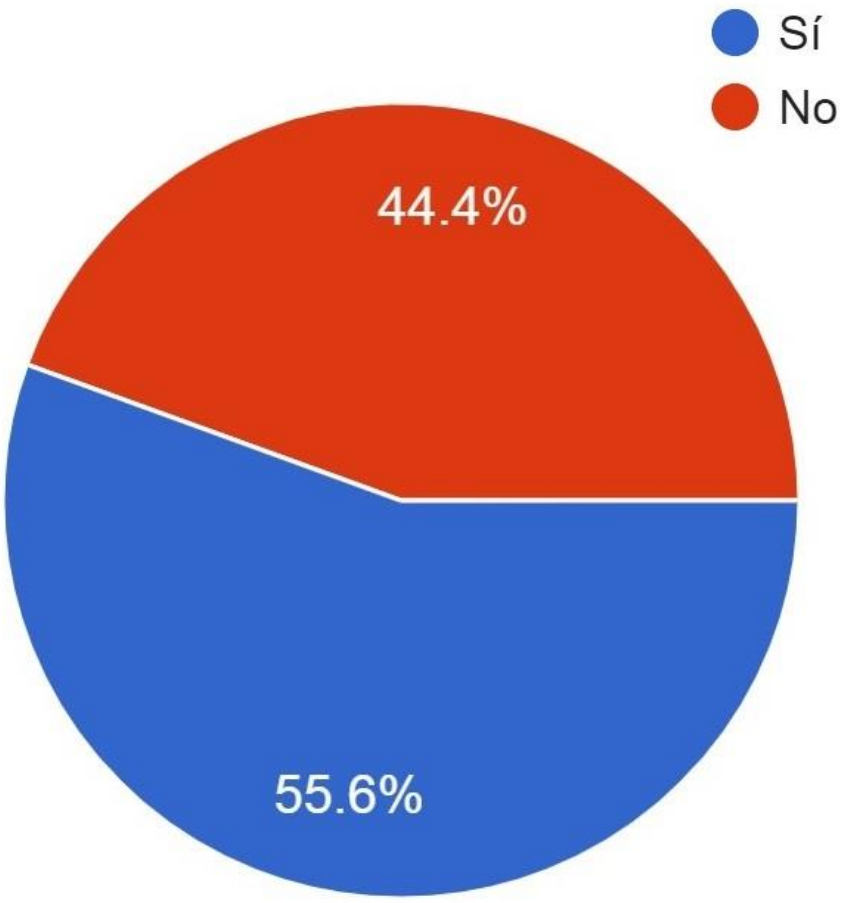


Gráfico 10 ¿Conoce las técnicas para presentarse en público a través de la oratoria o argumentación oral?

Así mismo se observa que tienen conocimientos en su mayoría sobre las técnicas para presentarse en público a través de la oratoria o argumentación oral.

9. ¿Tiene experiencia en disertación en público?

36 respuestas

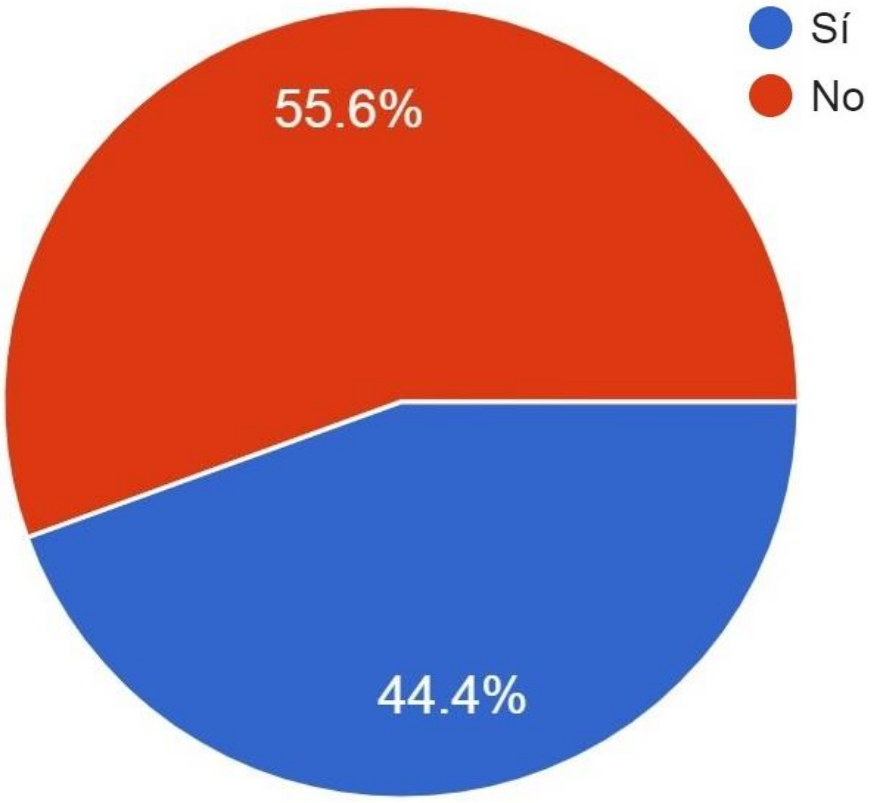


Gráfico 11 ¿Tiene experiencia en disertación en público?

La mayoría de la de los participantes no tienen experiencia en disertación en público.

10. ¿Existen limitaciones para la enseñanza de la Oratoria a Nivel Superior?

36 respuestas

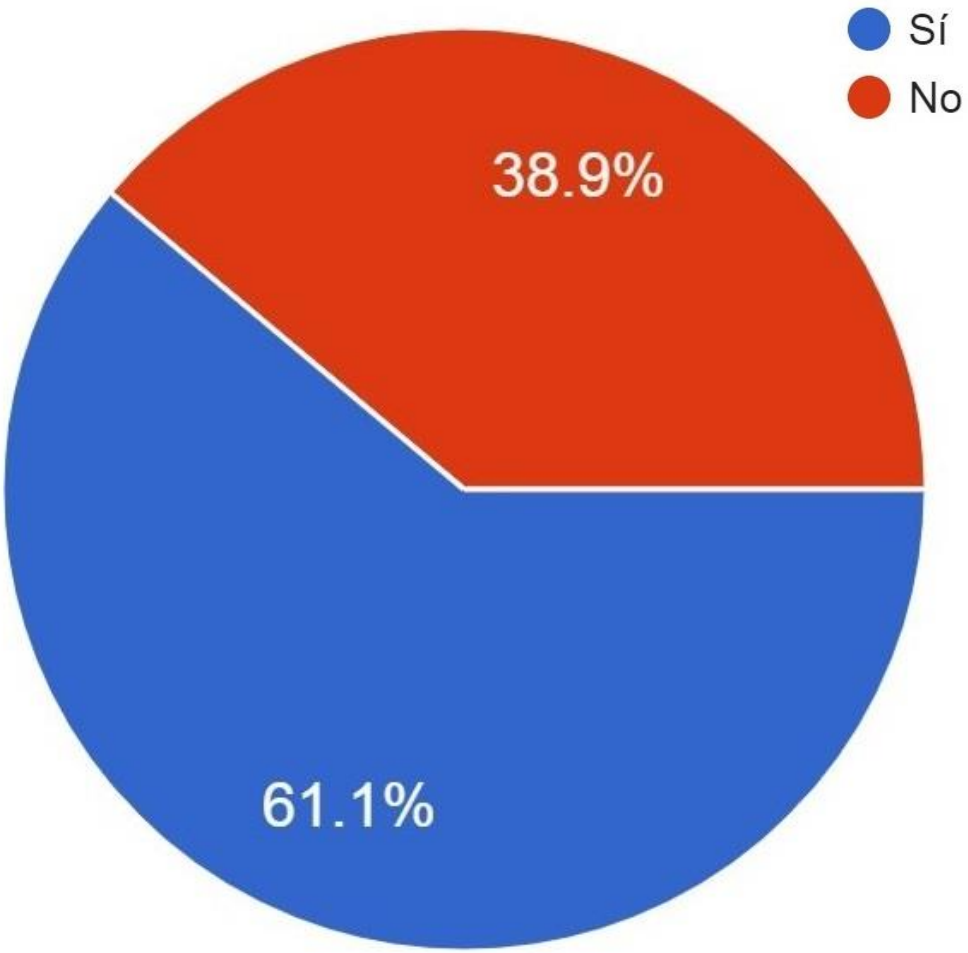


Gráfico 12 ¿Existen limitaciones para la enseñanza de la Oratoria a Nivel Superior?

Se observa en la investigación que los encuestados consideran que hay limitaciones para la enseñanza de la oratoria en el Nivel Superior.

11. ¿Le gustaría ampliar sus conocimientos sobre la oratoria?

36 respuestas

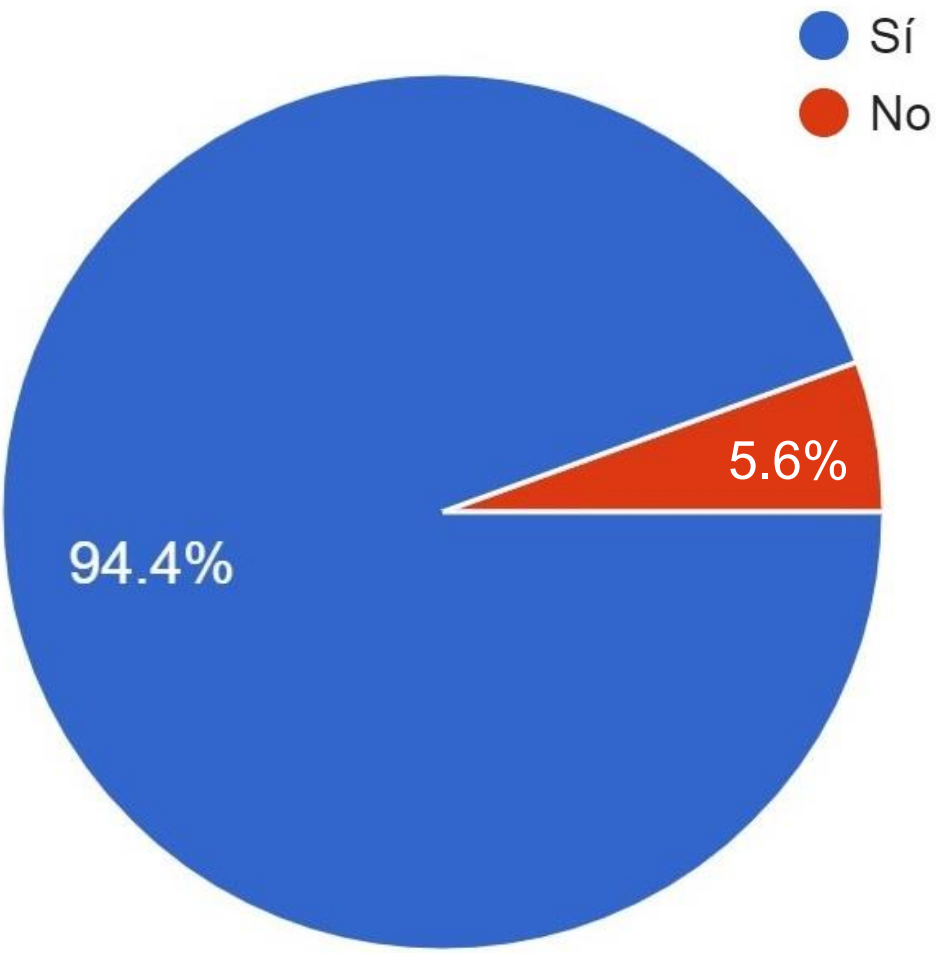


Gráfico 13 ¿Le gustaría ampliar sus conocimientos sobre Oratoria?

En su mayoría de los encuestados le gustaría ampliar sus conocimientos sobre la oratoria.

12. ¿Le interesa tomar cursos adicionales sobre Oratoria?

36 respuestas

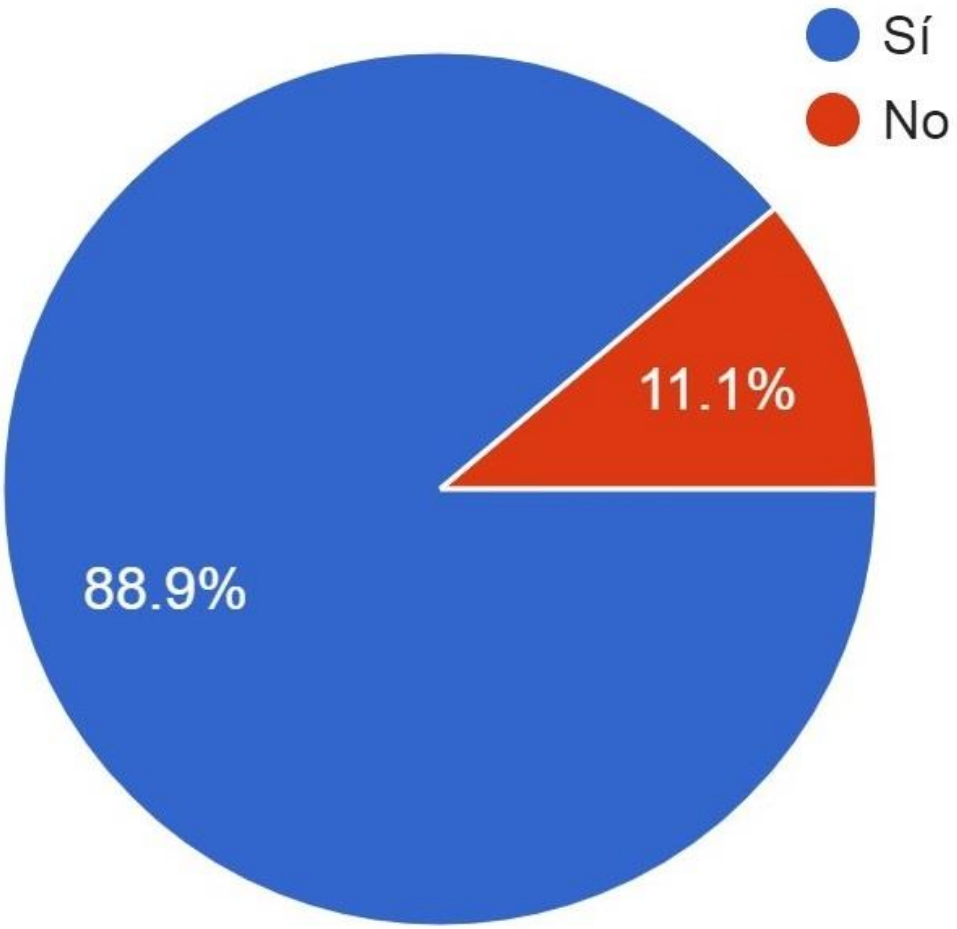


Gráfico 14 ¿Le interesa tomar cursos adicionales sobre oratoria?

A la mayoría de la población que participó en la investigación le gustaría tomar cursos adicionales sobre oratoria.

13. ¿Participaría en un seminario – taller sobre Oratoria?

36 respuestas

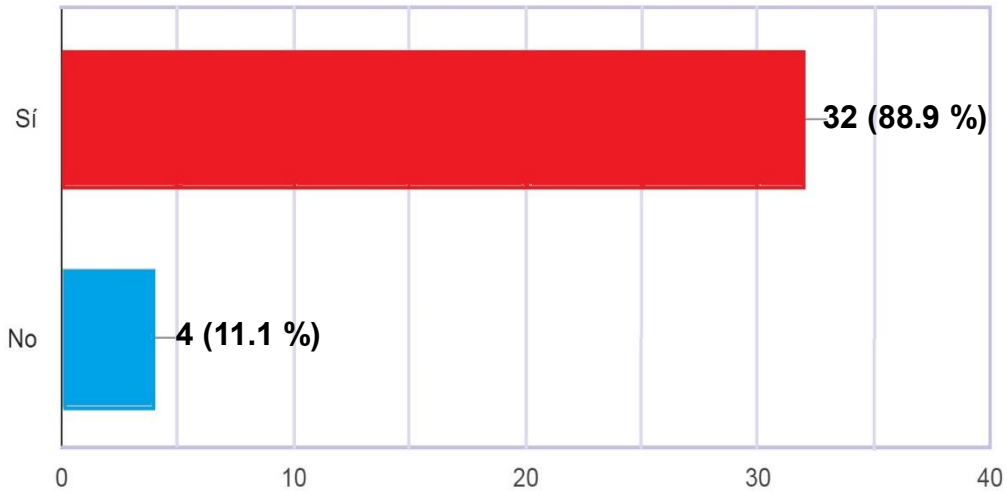


Gráfico 15 ¿Participaría en un seminario –taller sobre oratoria?

Igualmente, la mayoría señala que participarían en un seminario-taller sobre oratoria.

CONCLUSIÓN

Después de este estudio investigativo se puede concluir lo siguiente:

No hay dudas de que los estudiantes universitarios carecen de preparación sobre oratoria o argumentación oral, puesto que, los contenidos programáticos de las asignaturas del Tronco común en el área humanística no contemplan estos tópicos.

Se observa la carencia de contenidos teóricos en los programas, tan necesarios para la formación académica de los estudiantes de las carreras de Periodismo, Español. Educación y Derecho, acordes a las necesidades de un profesional que respondan al desarrollo las competencias en expresión oral y escrita.

Este estudio revela que no hay dominio de las técnicas de la oratoria por parte de los estudiantes universitarios, lo cual es tan necesario para todo profesional como futuros líderes dentro del contexto social y profesional del país.

En este Siglo XXI es imprescindible el dominio de la oratoria como competencia académica en cuanto a la transferencia de conocimientos de todo profesional egresado de una universidad, de manera que, con ello, contribuye al desarrollo de las ciencias y las tecnologías como base fundamental de progreso en toda sociedad.

Sin dudas, los programas del Tronco común del Departamento de Español, denominadas Comunicación oral y escrita o Lenguaje y comunicación, carecen de temas que aborden teorías sobre la oratoria, así como las técnicas y metodologías, sobre la enseñanza de la oratoria, que doten a los futuros profesionales de las herramientas adecuadas, destinadas a formar futuros oradores y formadores de oradores.

Esta investigación revela la necesidad de que la formación continua, sea una herramienta indispensable en la formación profesional de los participantes de las

carreras de Periodismo, Español, Educación y Derecho; a través de programas de mejoramiento continuo para fortalecer la oratoria, dado que la encuesta aplicada en este estudio refleja que los estudiantes, son conscientes de la necesidad de estos conocimientos para el desempeño profesional eficaz.

Durante el análisis de la encuesta, pudimos percatarnos que el 58% de los participantes de esta, poseen poco conocimiento sobre la redacción del texto argumentativo, así como el 55.6% no han experimentado la disertación en público, por lo que plantean la necesidad de adquirir más conocimientos sobre este tema.

Además, el 61.1% de los encuestados consideran que hay limitaciones para la enseñanza de la oratoria en el Nivel Superior, dado que actualmente no es tema de estudio en las carreras objeto de nuestra investigación en la Universidad de Panamá.

Asimismo, el 80.6 % de los encuestados reconoce que los cursos de español a Nivel Superior, no presentan temas sobre Oratoria, lo cual deja en la formación de ellos un enorme vacío, porque egresan si esa competencia tan valiosa para un mejor desenvolvimiento profesional.

Mientras el 96% los participantes en la encuesta, indicaron que les gustaría participar en un seminario-taller sobre la oratoria, ya que carecen de este conocimiento y lo consideran importante para su formación profesional.

La oratoria constituye toda una disciplina indispensable en la vida de todo profesional, ya que contiene una serie de técnicas que permiten al individuo desenvolverse elocuentemente en la expresión oral, aparte de que conlleva a todo profesional a tener éxito en el momento de transferir conocimientos a través de la expresión oral.

RECOMENDACIONES

Luego de realizada esta investigación se recomienda que:

Los programas del Tronco común del Departamento de Español, denominadas Comunicación oral y escrita o Lenguaje y comunicación, contemplen en su programa de estudio, técnicas y metodologías, que proporcione a los futuros profesionales las herramientas adecuadas, destinadas a formar futuros oradores.

Se implementen herramientas que doten a los estudiantes de las carreras objeto de esta investigación, para que puedan dominar las técnicas de la argumentación oral y escrita, que distinguen a líderes formadores de mentes de nuestro país, para que cuentan con un aval universitario que los acredite como idóneos para tal fin.

La formación continua, sea una herramienta indispensable en la formación profesional de los participantes de las carreras de Periodismo, Español, Educación y Derecho.

Reforzar la redacción del texto argumentativo, así como también la disertación en público, con un seminario-taller sobre la oratoria.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ander-Egg, Ezequiel. (2006) Hablar en público… y saber comunicarse. Buenos Aires: Humanitas.

Álvarez; María Eloísa (1988) Frases célebres de todos los tiempos. Panamá: América, S.A.

Ayala Blanco, Fernando (2012) El poder de la retórica. Buenos Aires: Longseller.

Carnegie, Dale; Cianaglini, Jorge. (1981). Cómo hablar bien en público e influir en los hombres de negocios. México: suramericana.

Catta René-Salvatore. (1979). Cómo hablar en público. 3ª ed. Bilbao: Mensajero.

Cohen, Edwing; Vasseur Walls, Alfonso. (1984). El arte de hablar en público. México: CECSA.

Cruz, Camilo F. (1988) ¿Cómo comunicarnos en público con poder, entusiasmo y efectividad? Bogotá: Ecoe.

Doolittle, Robert J.; Vasseur Walls, Alfonso. (1990). Hable profesionalmente: guía práctica. México D.F.: CECSA

Fernández Labriola, Rodrigo (2012) ¿Cómo hablar en público? Buenos Aires: Longseller.

García-López, L. J., inglés, C. J. y García-Fernández, J. M. (2008). «Exploring the relevance of gender and age differences in the assessment of social fears in adolescence. » *Social Behavior and Personality*, Barcelona: Anagrama.

García-López, L. J., Diez-Bedmar, M.B., & Almanza-, Moreno, J.M. (2018) «From being a trainee to being a trainer: helping peers improve their public speaking skills. » *Journal of Psychodidactics*. Barcelona: Anagrama.

Hernández Sampieri, R- (2006) Metodología de la investigación. Cuarta edición. México: Mc Graw Hill.

Método Montessori. https://es.wikipedia.org/wiki/Método_Montessori

Monroe, Alan H., Ehninger, Douglas. (1973). La comunicación oral: técnica y arte del discurso y del informe. Barcelona: Hispano europea.

Niño Rojas, Víctor Miguel (2011) Competencias en la comunicación hacia las practicas del discurso. Bogotá: Ecoe.

Pollard, C. A. y Henderson, J. G. (1988). «Four types of social phobia in a community sample. » *The Journal of Nervous and Mental Disease*, Buenos Aires: Amorrortu.

Prochnov, Herbert V.; Sánchez Cámara, Florencio. (1960). Tratado de oratoria: el arte de expresarse. México: Continental.

Puret, Ives; Peltant, Sara; Gamarra, Vicente. (1981). Saber hablar en cualquier circunstancia. Madrid: Mensajero.

Ramírez Peña, Luis Alfonso. (2008). Comunicación y discurso: La perspectiva polifónica en los discursos literarios, cotidianos y científicos. Bogotá: Cooperativa Editorial Magisterio.

Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española (2014). *Diccionario de la lengua española* (23. ª Ed.). Madrid: Espasa.

Urueta, Jesús; Ajam, Maurice. El arte de hablar en público: estudio psicológico del orador. (1923) París: Librería de la Vda. De Bouret.

Vega A., Araujo N. y Reyna A. (2015). La enseñanza de la argumentación escrita en la universidad. México: Revista mexicana de Investigación educativa.

Voloj Pereira, Juan Carlos. (1983) Oratoria: entrenamiento básico. Panamá: Voloj Voloj.

ANEXOS

UNIVERSIDAD DE PANAMÁ
COMITÉ DE BIOÉTICA (CBUP)

Panamá, 6 de noviembre de 2020
Nota Nº CBUP/220/2020

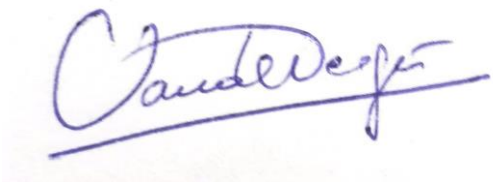
Investigadora
Lesvia Saavedra
Maestría en Lengua Española y Literatura para el Nivel Superior
Facultad de Humanidades
Centro Regional Universitario Panamá Oeste
Universidad de Panamá

Estimada investigadora,

Los miembros del Comité de Bioética de la Universidad de Panamá CBUP, aprobaron la versión 4 de su protocolo de investigación titulada: "**Los docentes de español y la enseñanza de la oratoria en el nivel superior"**.

Le recordamos que debe entregar un resumen de los resultados finales de esta investigación.

Atentamente.



Dra. Claude Vergès
Presidente CBUP

cc. Dr. Janzel Villalaz Director
de Investigación
Vicerrectoría de Investigación y Postgrado

cc Dra. Norma D. De Andrade
Directora de Postgrado
Vicerrectoría de Investigación y Postgrado

2020: “Año del Trabajo en Pro de los Objetivos para el Desarrollo Sostenible”



CONSENTIMIENTO INFORMADO

Este formulario de Consentimiento Informado, se dirige a los estudiantes del

Centro Regional de Panamá Oeste, que cursan el primer año de las carreras de Periodismo, Educación y Español, que cursan la asignatura del Tronco común, denominada Comunicación escrita y oral o Lenguaje y comunicación.

Soy la licenciada Lesvia Saavedra, con cédula 7-91-1232, estoy realizando esta investigación, para presentar la tesis "Los profesores de español y la enseñanza de la oratoria en el Nivel Superior", que trata de la importancia de la enseñanza de la oratoria en las carrera humanísticas, lo que permitirá a los participantes, adquirir destrezas y habilidades en este arte, buscando contribuir con un Seminario-taller sobre herramientas metodológicas para la enseñanza de la oratoria, puesto que la oratoria es el arte de hablar con elocuencia, de persuadir y animar a mediante la palabra a un público o audiencia determinada, con un objetivo específico; la misma me permitirá optar por el título de Magister en

Lengua Española y Literatura, para el Nivel Superior, bajo la dirección del Doctor Alonso Londoño, por lo tanto, les solicito su colaboración para responder la encuesta que se les proporcionará posteriormente.

Los resultados y datos obtenidos se utilizarán exclusivamente para el desarrollo de la investigación que nos ocupa, e incluirlos en la tesis de maestría "Los docentes de Español y la enseñanza de la oratoria en el Nivel Superior."

El participante puede retirarse del proyecto en cualquier momento, aunque haya

dado su aprobación en el CI.



Cualquier pregunta aclaratoria, puede comunicarse a mi celular 6269-7007 o al correo lesvias28@gmail.com

Agradecida,

Lesvia Saavedra

Investigadora

_____

Participante cédula



UNIVERSIDAD DE PANAMÁ

VICERRECTORIA DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO
CENTRO REGIONAL UNIVERSITARIO DE PANAMÁ OESTE
FACULTAD DE HUMANIDADES

ENCUESTA

PROYECTO DE TESIS

Los docentes de español y la enseñanza de la oratoria en el Nivel Superior

Indicaciones: Lea cuidadosamente las preguntas respondan colocando la información solicitada. Coloque una X, en su respuesta.

Objetivo: Analizar los contenidos del tópico de oratoria que deben incluirse en los programas dirigidos a la formación de los profesionales en las carreras humanísticas, en el Nivel Superior.

1. Edad: _____ Sexo: _____ Nivel _____
2. ¿Siente temor al hablar en público? Nada ____Poco ____ Mucho ____
3. ¿Posee conocimientos sobre redacción de textos argumentativos? Nada ____Poco ____ Mucho ____
4. ¿Alguna vez ha preparado un discurso? SI_____ NO_____
5. ¿Conoce temas sobre la oratoria, dentro de los cursos de Español a Nivel Superior? SI _____ NO_____
6. ¿Posee conocimientos sobre oratoria? SI _____ NO_____
7. ¿Tiene conocimiento sobre las cualidades y características de un orador? SI_____ NO_____
8. ¿Conoce las técnicas para presentarse en público a través de la oratoria o argumentación oral? SI_____ NO_____
9. ¿Tiene experiencia en disertación en público? SI_____ NO_____

10. ¿Existen limitaciones para la enseñanza de la oratoria a Nivel Superior?	SI_____	NO_____
11. ¿Le gustaría ampliar sus conocimientos sobre la oratoria?	SI_____	NO_____
12. ¿Le interesa tomar cursos adicionales sobre oratoria?	SI_____	NO_____
13. ¿Participaría en un Seminario-Taller sobre oratoria?	SI_____	NO_____



Agradecemos su colaboración

