

GUÍA CLASSROOM N°7 IV MEDIOS DISCURSO PÚBLICO: ASPECTOS TEÓRICOS

NOMBRE: _____ 4° _____

Fecha desde 19 al 30 de octubre.

contenido: unidad de discurso público

objetivos:

- 1-Conocer las características generales del discurso, su contexto y estructura.
- 2-Investigar tipos de discurso público en diversas fuentes de información.
- 3-Seleccionar la información y organizarla para análisis de texto discursivo.

OA 8: Investigar sobre diversos temas para enriquecer sus lecturas y análisis, o para responder interrogantes propias de la asignatura:

- Seleccionando fuentes e información según criterios de validez y confiabilidad.
- Procesando la información mediante herramientas digitales o impresas.
- Comunicando sus hallazgos por medio de géneros (escritos, orales o audiovisuales) del ámbito educativo.
- Haciendo uso ético de la información investigada por medio de recursos de citación y referencia.

OA14. Valorar la escritura como una actividad creativa y reflexiva de expresión personal, que permite organizar las ideas, presentar información, interactuar con la sociedad y como una oportunidad para construir y plantear una visión personal del mundo.



Los discursos públicos pueden ser escritos u orales, desarrollan un tema de interés general para un gran número de personas. Su emisor está investido de autoridad, y su finalidad más importante es convencer al auditorio que lo recibe, llevándolo a tomar una determinada actitud o postura frente a lo que se expone.

Algunos tipos de situaciones orales en las cuales se hace uso del discurso público, son: debates, foros, discursos emitidos ante una audiencia, conferencia, etc.

Respecto a los textos escritos, éstos adquieren la característica de públicos cuando son elaborados para un receptor colectivo. A modo de ejemplos, tenemos: ensayos, artículos, textos de opinión, etc.

I.- ESTRUCTURA

La estructura básica utilizada para este tipo de discurso es:

a) Introducción o exordio: corresponde a la unidad discursiva que plantea el tema, explicita la situación en la cual se produce (que puede considerar tanto el lugar en el cual se desarrolla el proceso comunicativo como los antecedentes que llevan a hacer referencia al tema planteado) y motiva a la audiencia a través de recursos persuasivos (lógico – racional o emotivo), que involucren al receptor en el discurso.

b) Exposición: desarrollo del tema planteado, presentando argumentos, hechos, recursos discursivos, elementos no verbales (como gráficos, cuadros), etc., que permitan mantener la atención del auditorio y posibiliten comprender el tema. Aquí es importante considerar aspectos como la claridad en la exposición de las ideas, el orden de desarrollo de los diferentes aspectos del tema para no confundir y el tipo de receptor al cual va dirigido para determinar el nivel de profundidad de las ideas y el lenguaje a utilizar. En síntesis, como en un discurso dirigido a un gran número de personas, se deben considerar una serie de factores y de recursos, que permitan que el público entienda lo que se expone.

c) Conclusión o peroratio: unidad discursiva que cierra el discurso. En general, se tiende a hacer una síntesis de lo expuesto, rescatando aquellos aspectos más importantes, y se apela a que los receptores tomen una posición favorable frente a lo manifestado.

Para poder realizar un buen discurso público, es importante que las ideas y argumentos queden claramente expresados, sólo así es posible su comprensión total por parte de los receptores. Por esta razón, hay que considerar algunos aspectos respecto a la forma en la cual se elabora:

- a) **La intención:** el emisor de un discurso público puede tener diversidad de intenciones al emitir su mensaje. Entre ellas se encuentra: informar, convencer, exponer, lograr acuerdo o aprobación, etc. Esta intención puede estar explícita o implícita en el texto, siendo importante que el emisor la considere cuando se elabora el discurso.
- b) **Propósito o finalidad:** se relaciona con la intención y corresponde al objetivo que se persigue a través del discurso público. Debido a que considera temas de interés general, involucra a los receptores, comunicándoles determinadas concepciones o interpretaciones de la realidad como el fin de que el auditorio se comprometa con lo postulado o provocando una reflexión que los lleve a tomar decisiones o a adherirse a determinadas actitudes o comportamientos.
- c) **Organización de las ideas:** a partir del planteamiento del tema, las diversas ideas que configuran el discurso deben organizarse en orden de importancia, entregando justificaciones adecuadas, que permitan a los receptores entender cuál es la posición que se plantea. Es importante evitar las divagaciones, incoherencias e ideas inconclusas, pues todo esto atenta en contra del discurso, impidiendo una adecuada comprensión por parte del auditorio.
- d) **Uso de formas discursivas:** en los discursos se integran diversas formas discursivas, dependiendo de la finalidad que busca:
 - **Argumentativa:** domina el propósito de persuadir, crear conciencia sobre algún tema o problema, concitar adhesión para una causa o proyecto y convencer al receptor. Sus elementos estructurales son: tesis, argumentos, conclusión.
 - **Descriptiva:** predomina la descripción de personas, lugares, cosas, situaciones, acciones o emociones, intentando la representación de estos en la mente del receptor (imágenes mentales).
 - **Epidíctica:** Poseen el propósito de rendir tributo u homenaje a personas, ya sea vivos o muertos, que resultan trascendentes dentro de la historia de una comunidad específica.
 - **Expositivo:** Tiende a la entrega de información sobre situaciones, hechos, logros obtenidos, etc. Este tipo, se inclina hacia la neutralidad y la objetividad, entregando, ordenadamente, elementos que faciliten al público la comprensión y conocimiento del tema tratado.
- e) **Relación jerárquica emisor – receptor:** la relación que se establece entre ambos es asimétrica. El emisor está investido de autoridad (por su cargo o conocimientos), mientras que el receptor está recibiendo nueva información.

II.- FACTORES DE LA COMUNICACIÓN

- **Emisor:** corresponde a una persona que posee autoridad para emitir el discurso, ya que esto lo hace válido ante quienes reciben el mensaje. Además de una persona, el emisor puede ser una institución, que también debe cumplir con la característica de autoridad. Por ejemplo, comunicados del Gobierno de Chile.
- **Receptor:** corresponde a un receptor colectivo o público. Es un grupo de personas que reciben, como conjunto, el mensaje. Si bien en el discurso, o en la parte introductoria, se puede destacar a algunos (por ejemplo: Señor Presidente, Señores Ministros, señoras y señores, el discurso va dirigido a la totalidad.
- **Tema:** corresponde a temas de interés público o general. El tema debe guardar relación con aquello que es de interés para el grupo al cual va dirigido.
- **Situación:** es emitido en situaciones formales, que cumplen con cierta ritualidad (por ejemplo: presentación del exponente, aplausos, silencio del auditorio mientras el exponente habla, etc.).
- **Código:** se utiliza un nivel formal y culto, haciendo uso de recursos verbales, no verbales y paraverbales, los que permiten enfatizar, aclarar, informar, destacar diversos aspectos del tema, etc. La correcta utilización del código implica considerar el tipo de emisor. Por ejemplo: no se pueden utilizar términos técnicos y de poco uso para hablar frente a personas que no manejen el tema. El lenguaje debe adecuarse a los oyentes, pues de lo contrario no se entenderá.

ACTIVIDADES:

- 1.
 - a) Investiga en variadas fuentes de información los tipos de discurso público.
 - b) Luego selecciona la información para definir de manera completa y detallada de cada tipo de discurso.
- 2-Observar y Leer los discursos de Charles Chaplin y de Martín Luther King, en los siguientes links:
<https://www.youtube.com/watch?v=EuiB-jDkoo0>
<https://www.youtube.com/watch?v=3cFTJ9q5ztk>
- 3-Completa los recuadros con la información solicitada
- 4-Anota las fuentes consultadas al final del recuadro

III.- TIPOS DE DISCURSOS PÚBLICOS

A) <u>Comunitario:</u>
B) <u>Político:</u>
C) <u>Ceremonial o conmemorativo:</u>
D) <u>Religioso:</u>
E) <u>Fuentes Consultadas:</u> 1- 2-



IV- ANÁLISIS DE DISCURSOS PÚBLICOS

<u>A-“Tengo Un Sueño”(Martín Luther King)</u>
1- ¿Quién es el emisor del discurso y quiénes son sus interlocutores (tipo de público o receptores)
2- ¿Cuál es el mensaje central entregado a la audiencia?
3-¿Cuál es el registro de habla utilizado (formal o informal) y qué palabras o frases llaman más tu atención y por qué?
4-¿Cuál es el contexto histórico y social de este discurso?
5-¿A qué tipo de discurso corresponde?
6-¿Qué reflexión final te deja este discurso?

<u>B- “El Gran Dictador” (Charles Chaplin)</u>
1-¿Quién es el emisor del discurso y quiénes son sus interlocutores(tipo de público o receptores)
2- ¿Cuál es el mensaje central entregado a la audiencia?
3-¿Cuál es el registro de habla utilizado (formal o informal) y qué palabras o frases llaman más tu atención y por qué?
4-¿Cuál es el contexto histórico y social de este discurso?
5-¿A qué tipo de discurso corresponde?
6-¿Qué reflexión final te deja este discurso?

Durante las próximas semanas deberán trabajar en un proyecto que consta de tres etapas, que serán parte de las próximas guías classroom clases online (Meet).

Cada una de ellas será evaluada, para llegar a una calificación final, cuando se entregue el trabajo de cierre del proyecto.

El proyecto consiste en redactar un discurso público de un tema de interés personal; para ello deberás recopilar información para expresar tu punto de vista de manera fundamentada.



PRODUCCIÓN DE DISCURSO PÚBLICO

Evaluación de proceso

ETAPA 1

19 al 30 OCTUBRE

1. Observar y responder análisis orientado en guía 6 discursos públicos de Martin Luther King, "tengo un sueño" y de Charles Chaplin, "El gran dictador".
2. Investigar tipos de discursos: ceremonial o conmemorativo, comunitario, político y religioso.
3. Enviar investigación y análisis de vídeos.

ETAPA 2

02 al 13 NOVIEMBRE

1. Escribir y enviar borrador:
 - a) Postura o tesis por defender.
 - b) Argumentos.
 - c) Contexto.
 - d) Tipo de discurso.
 - e) Situación de enunciación.
 - f) Estrategias persuasivas:
 - 1 pregunta retórica.
 - 1 Exhortación.
 - 1 apelación al receptor.
 - g) Estructura.
 - h) Título.

ETAPA 3

16 al 27 NOVIEMBRE

1. Escribir el discurso final en Word, en párrafos aplicando los contenidos tratados en las guías número 6 y 7; enviar a la plataforma en la fecha indicada.
- 2- Leer en voz alta a tus compañeros y profesora vía meet o grabar un audio con tu discurso y enviar a la plataforma.