

7 3903-1

# GUIA PARA EL INSTRUCTOR



adiestramiento  
de extensionistas  
en comunicaciones

## UNIDAD II - COMUNICACION ORAL

Sección 2 - -

# COMO HABLAR EN PUBLICO

- Conozca su público
- Preparación y presentación de disertaciones



INSTITUTO INTERAMERICANO DE CIENCIAS AGRICOLAS  
DE LA ORGANIZACION DE ESTADOS AMERICANOS

International Cooperation Administration of the United States of America



03900001



GUIA PARA EL INSTRUCTOR

PROGRAMA DE ADIESTRAMIENTO DE EXTENSIONISTAS EN COMUNICACIONES

(ADECO)

UNIDAD II - COMUNICACION ORAL

Sección 2 --

COMO HABLAR EN PUBLICO

- Conozca su Auditorio
- Preparación y Presentación de Disertaciones



El Programa de Adiestramiento de Extensionistas en Comunicaciones (ADECO) fue producido originalmente por el "National Project in Agricultural Communications", East Lansing, Michigan, E.U.A. Registrado en 1956 por la "American Association of Land-Grant Colleges and State Universities". Adaptado por el Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas de la Organización de Estados Americanos, bajo los auspicios de la "International Cooperation Administration" de Estados Unidos de Norteamérica. En la adaptación colaboraron el Proyecto 39 del Programa de Cooperación Técnica de la OEA y las Universidades de Costa Rica y Puerto Rico.

07758

I. I. C. A. - C. I. R. A.  
BIBLIOTECA

COMPRADO A \_\_\_\_\_

PRESEQUIO DE *St. Pina*

FECHA *15.1966* PRECIO \_\_\_\_\_

*I.I.C.A.  
301245  
1966  
2*

Traducción y trabajo editorial de  
Juan E. Díaz Bordenave

UNIDAD II - COMUNICACION ORAL  
Sección 2 — COMO HABLAR EN PUBLICO

INTRODUCCION GENERAL A ESTA GUIA

Esta unidad de instrucción trata principalmente de cómo desarrollar habilidad para analizar el auditorio, y de las técnicas y destrezas necesarias en la preparación y presentación de diferentes tipos de disertaciones que comúnmente se necesita hacer en la labor de extensión. Se compone de las siguientes materias:

1. Conozca su auditorio - Desarrolla conciencia sobre la importancia de realizar un análisis eficaz del auditorio; identifica la información importante respecto al mismo, enseña las maneras de obtener y utilizar tal información.
2. Preparación y presentación de disertaciones - El propósito de este segmento es enseñar a los estudiantes a presentar disertaciones eficaces. La materia incluye los puntos siguientes:
  - a. Tipos especiales de disertaciones, tales como discursos de presentación de oradores, entrega de premios y aceptación de éstos.
  - b. Organización del contenido y preparación para presentar el discurso.
  - c. Elementos de la presentación eficaz de disertaciones.
  - d. Uso de la voz y de las cualidades vocales en una disertación.
  - e. Evaluación en grupo de las disertaciones hechas por los estudiantes.
  - f. Auto-evaluación del uso de la voz en la disertación.
  - g. Aplicación práctica.
  - h. Preparación y presentación de discursos persuasivos.

Cómo utilizar este material: No se pretende que el material y las sugerencias ofrecidas en esta guía para el instructor sean usados al pie de la letra. Posiblemente contiene más materia de la que la mayoría de los instructores deseen emplear. Queda a su propio juicio la selección de la materia a enseñar, los métodos de enseñanza y auxiliares didácticos, y la adaptación de todo ello a la situación específica que se presenta al desarrollar el curso ADECO en su propio país o región.



## CONOZCA SU AUDITORIO

### INTRODUCCION

"Conozca su Auditorio" se ocupa principalmente de estos cuatro principios:

1. Desarrollar conciencia de la importancia del análisis del auditorio.
2. Identificar la importancia de la información sobre el auditorio.
3. Identificar métodos para obtener información del auditorio.
4. Dejar claro cómo usar la información obtenida.

Este segmento pone en práctica activa mucho del material de adiestramiento en comunicaciones que se ha tratado anteriormente, particularmente el material correspondiente a señales fallidas, Cómo Aprendemos y el Proceso de Grupo.

### PROPOSITO DE ESTE TEMA

Usted querrá que sus estudiantes adquieran sólidas bases en los principios fundamentales de "Conozca su Auditorio". Esto significa destacar la importancia de la información acerca del auditorio y el uso apropiado de dicha información.

En este período de instrucción usted como instructor pretenderá conseguir lo siguiente:

1. Relacionar los principios de "Conozca su Auditorio" con las experiencias propias de los estudiantes. Congiga de sus participantes que le indiquen los métodos que ellos han usado, tanto buenos como malos, y utilice estas experiencias para señalar la importancia de los puntos que usted está cubriendo.
2. Provoque entre sus participantes vivas discusiones de grupo en las cuales los principios de "Conozca su Auditorio" puedan ser manejados a través de una sesión de intercambio de opiniones.

### METODOS DE INSTRUCCION

Este tema requiere una combinación de métodos de enseñanza. Usted podrá usar todos, o varios, de los métodos indicados a continuación:

---

Preparado bajo la supervisión de los Drs. A. Conrad Posz y Russell L. Jenkins, Assistant Professors, Communication Skills, Michigan State University.

1. Disertación
2. Discusión en mesa redonda
3. Discusión de preguntas y respuestas
4. Discusión de panel

### AUXILIARES DIDACTICOS

En esta sesión sobre "Conozca su Auditorio" usted necesitará un pizarrón para anotar los puntos de discusión a medida que son presentados. Existe también una hoja impresa titulada "Conozca su Auditorio".

### PARTICIPACION DEL ESTUDIANTE

Esta fase del adiestramiento puede ser llevada a cabo en forma más interesante envolviendo activamente a los estudiantes en el proceso de aprendizaje. Una vez que usted haya presentado los principios básicos de "Conozca su Auditorio" en una breve disertación introductoria, usted querrá probablemente iniciar inmediatamente la sesión de discusión. Una discusión de respuesta circular o mesa redonda es una forma de hacerlo. Un método alternativo es la discusión de panel, en la cual un panel de estudiantes "expertos" contestan preguntas presentadas por los demás.

### TIEMPO NECESARIO

Como en todas las sesiones que se realizan primordialmente a base de discusiones de grupo, es muy difícil determinar un horario que sirva para todas las situaciones. Sin embargo, se sugiere la siguiente distribución del tiempo que quizás pueda servirle para planear su propio horario:

1. "Conozca su Auditorio" -- Sección I
    - A. Disertación . . . . . 10 minutos
    - B. Discusión de preguntas y respuestas . . . 10 minutos
  2. "Conozca su Auditorio" -- Sección II
    - A. Discusión CR-4 o discusión de panel . . . 25 minutos
- Total . . . . . 45 minutos



## ESQUEMA DE PRESENTACION:

### "CONOZCA SU AUDITORIO"

#### OBJETIVOS desde el punto de vista del estudiante --

Como resultado de este período de instrucción, el estudiante debe:

1. Desarrollar conciencia de la importancia de analizar el auditorio.
  2. Estar en condiciones de identificar información importante sobre el auditorio.
  3. Aprender maneras de obtener tal información.
  4. Conocer cómo usar esta información.
- 

#### SECCION I

METODOS DE PRESENTACION: DISERTACION; DISCUSION DE PREGUNTAS Y RESPUESTAS

AUXILIAR DIDACTICO: HOJA IMPRESA: "CONOZCA SU AUDITORIO"

BOSQUEJO DE LA MATERIA:

**SUGERENCIA:** Esta primera fase de "Conozca su Auditorio" puede ser conducida como una breve disertación o conferencia, en la cual usted cubre los cuatro grandes puntos del análisis del auditorio. Se sugiere que usted adapte esta disertación a su auditorio específico. Cierta conocimiento de su auditorio puede usted obtenerlo conduciendo una corta "sesión de discusión" ANTES de su disertación.

A continuación se indica una pauta que usted pudiera seguir para desarrollar este tema; pero si usted cree que hay una manera mejor de hacerlo, no vacile un momento en utilizar ese método.

A. Hacer conciencia acerca de la importancia del análisis de auditorio.

1. Por qué es esto importante?

---

Preparado bajo la supervisión de los Drs. A. Conrad Posz y Russell L. Jenkins, Assistant Professors, Communication Skills, Michigan State University.

- a. Porque así evitará tratar una materia inadecuada para su auditorio.
  - b. Usted no escogerá mal los argumentos en que se apoya su tesis.
  - c. Usted no hablará en forma incomprensible para su auditorio.
  - d. Usted no provocará antagonismo en su auditorio.
  - e. Usted no elegirá un enfoque equivocado para su tópico.
- B. Identificar información importante sobre el auditorio.
1. Cuál información es la más importante?
    - a. Edad del grupo
    - b. Sexo
    - c. Nivel de instrucción
    - d. Tamaño del auditorio
    - e. Tipo de reunión
    - f. Tipo de programa
    - g. Actitud del auditorio
      - 1) Interesado?
      - 2) En favor o en contra del tópico?
      - 3) Razones para reaccionar en favor o en contra de usted?
- C. Cómo obtener información sobre el auditorio?
1. Experiencia
    - a. El nombre del grupo o club donde usted va a actuar puede darle una clave.
    - b. Su experiencia con diferentes grupos.
    - c. Asistencia previa a una de las reuniones del grupo.

## 2. Investigación

- a. Infórmese con la persona que le invitó.
  - b. Solicite información de la directiva o socios del grupo o club.
  - c. Lea literatura escrita acerca del grupo.
  - d. Lea la publicación oficial del grupo.
  - e. Interrogue a otros disertantes acerca del grupo.
- D. Aclarar el uso que se va a dar a la información obtenida del auditorio. (Cómo usar la información sobre el auditorio?)
1. Lea toda la información que usted ha recogido sobre el grupo y luego:
    - a. Prepare su disertación teniendo a su auditorio específico en mente.
      - 1) Cuál es el tamaño del auditorio?
      - 2) Cuál es su nivel educativo?
      - 3) Cuál será su actitud hacia mí?
      - 4) Hacia mi tema?
      - 5) Revise el punto 1.A de su hoja impresa "Conozca su Auditorio", para buscar información adicional que usted desee usar.

Distribuya la hoja "Conozca su Auditorio" y dé a sus estudiantes suficiente tiempo para que la lean y estudien. Usted estará listo entonces para sostener una breve sesión de preguntas y respuestas para aclarar dudas sobre el material entregado.

## SECCION II

METODO DE PRESENTACION: DISCUSION CR-4

AUXILIAR DIDACTICO: PIZARRA

BOSQUEJO DE LA MATERIA:

II-2-A-5

El arreglo es el mismo que para la discusión anterior CR-3. Sin embargo, en la CR-4, cuando a una persona le llega su turno, ella hace una de estas cuatro cosas:

1. Agrega información digna de conocerse sobre análisis del auditorio.
2. Hace una pregunta sobre análisis del auditorio.
3. Relata algo acerca de una situación en la cual hubo resultados indeseables por causa de un inadecuado análisis del auditorio.
4. Cede la palabra a otro.

**SUGERENCIA:** Un método alternativo puede ser una discusión de panel en la cual cinco miembros son elegidos al azar para actuar como un panel de expertos. En este método:

1. Usted escoge su panel.
2. El grupo hace preguntas o presenta situaciones al panel de "expertos".
3. El panel ofrece soluciones, o refiere la pregunta al instructor.

Usted querrá hacer énfasis en la sección 1.A de la hoja impresa, "Conozca su Auditorio". Esta puede ser parte de su período de discusión, que acaba de tener lugar, o bien puede darse especial énfasis a esta sección. Usted deseará discutir estos puntos, o sea, edad, raza, idioma, religión, etc. durante cierto tiempo, relacionándolos con regiones específicas del país; en tal caso usted tendrá probablemente que descansar en las opiniones de sus estudiantes.

Usted puede, si así lo desea, hacer alguna o todas las preguntas siguientes para estimular la discusión de la sección 1.A:

En qué formas puede ser la edad un factor a considerar en el análisis del auditorio?

Qué experiencias ha tenido usted en que la edad haya sido un factor importante?

Religión?

Sexo?

**A CONTINUACION VIENE EL AUXILIAR  
DIDACTICO IMPRESO "CONOZCA SU AU-  
DITORIO" AL QUE SE HACE MENCION  
EN ESTE TEMA.**





# programa de adiestramiento de extensionistas en comunicaciones ADECO

## CONOZCA SU AUDITORIO

### 1. Información valiosa sobre el auditorio

#### A. Intereses y características del grupo

1. Edad: Niños, jóvenes adultos, edad mediana, ancianos, mixto.
2. Raza: Blanca, negra, grupos minoritarios (no negros), extranjeros, mixto.
3. Idioma: Importante sólo si puede existir una barrera de lenguaje.
4. Educación: Primaria, secundaria, universitaria, mixta.
5. Sexo: Hombres, mujeres, mixto.
6. Política: Uno de los partidos políticos, mixto.
7. Nivel económico: Ricos, clase media, pobres, mixto, proporción.
8. Ocupación: Agricultores, profesionales, comerciantes, amas de casa, jubilados, etc.
9. Religión: No solamente iglesia o secta, sino también regularidad de práctica religiosa.
10. Familia: La mayoría casados, solteros, padres, mixto.
11. Comunidad: Que viven en fincas, pueblo, ciudad pequeña, ciudad grande, mezcla.
12. Problemas: Cualquier conflicto interno del grupo, problemas más importantes que están afectando al grupo, principales necesidades actuales del grupo.
13. Tamaño: Cómo de grande será el grupo?
14. Grupos: Logias, fraternidades, clubes, uniones, cooperativas.

#### B. Ocasión

1. Fecha: Hay algo especial relacionado con la fecha de la reunión?
2. Hora: Hay algo especial con respecto a la hora de la reunión?
3. Lugar de la reunión: Tamaño del salón, arreglo de los asientos, iluminación, calor y ventilación, acústica, decoraciones, plataforma o estrado para el orador, atril o podium para el mismo, facilidades para sus ayudas visuales, etc.
4. Tipo de reunión: Propósito de la reunión, quién la patrocina, cuál será la probable atmósfera de la reunión.
5. Tipo de programa: En qué consiste el programa, en qué posición está usted en el programa, si la reunión consiste en una comida, si habrá refrescos, música; si se trata de un foro abierto, hay otros oradores, qué temas abordarán.
6. Programas anteriores: Ha sido su tema u otro similar, presentado al grupo recientemente, por quién, qué dijo.

**C. Actitudes**

1. Hacia su tópico o tema
    - a. Hasta qué punto está el grupo informado sobre su tema?
    - b. Tiene el grupo una actitud favorable, indecisa, u o - puesta con respecto a su tema?
  2. Hacia usted
    - a. Qué tiene usted en común con el grupo? Lo saben ellos?
    - b. Habrá alguno de los siguientes elementos que pueda producir en ellos un efecto favorable o desfavorable?
      - 1) Voz
      - 2) Apariencia
      - 3) Ocupación
      - 4) Manera habitual de hablar
      - 5) Reputación
      - 6) Rango o título
      - 7) Edad
      - 8) Sexo
      - 9) Raza, etc.
    - c. Le conoce a usted personalmente alguno del grupo?
2. Cómo obtiene usted información sobre el auditorio?
- A. Experiencia**
1. El nombre de la organización o club puede darle alguna clave si usted ha observado organizaciones o clubes similares.
  2. Su experiencia con variedad de grupos le dará alguna clave.
  3. Asistir a una de las reuniones del grupo y observar al auditorio.
- B. Investigación**
1. Pida a la persona que le invitó que le suministre la información que usted necesita.
  2. Pida a la directiva o socios del club que le den información.
  3. Lea literatura disponible sobre el grupo.
  4. Lea las publicaciones oficiales del grupo.
  5. Interrogue a otros disertantes que han hablado al grupo.
3. Qué información es la más importante?
- A. Los aspectos más importantes en cuanto a intereses y características son:**
1. Edad del grupo: Niños, jóvenes adultos, gente de edad, mixto.
  2. Sexo: Hombres, mujeres, mixto.
  3. Educación: Nivel de comprensión, vocabulario, etc.

- B. Los elementos más importantes, según la naturaleza de la ocasión son:
    - 1. Tamaño del auditorio: Veinte o un millar?
    - 2. Tipo de reunión: Propósito y carácter formal o informal.
    - 3. Tipo de programa: Además de la presentación qué más hay en el programa y cuánto va a durar?
  
  - C. Las actitudes más importantes son:
    - 1. Está el grupo interesado en el tema que usted va a tratar?
    - 2. Ha tomado el grupo una posición en favor o en contra de su tema?
    - 3. Existen algunas razones para que ellos reaccionen contra usted?
  
  - D. Hay otros aspectos que tienen importancia para grupos y ocasiones particulares.
4. Qué hacer con la información una vez que usted la obtiene?
- A. Adapte sus materiales y su presentación al auditorio.
    - 1. Determine su enfoque del tema.
      - a. Si la mayor parte del auditorio está en favor de lo que usted propone, usted no necesita emplear mucho tiempo en convencerles del valor de su propuesta. Pero si el grupo está en contra:
        - 1) Su enfoque deberá ser, por necesidad, diferente con un grupo de hombres que con un grupo de mujeres debido a diferencias de interés y de experiencia. Por ejemplo, si se trata de promover un programa de recreación para jóvenes en el verano, usted puede discutir con los hombres, sobre el dinero necesario, el ahorro que significa esto para la comunidad por la disminución de la delincuencia juvenil, etc.; pero con las mujeres usted probablemente tendrá más éxito si les pinta un cuadro vívido de hogares necesitados, patéticas necesidades de los niños, etc.
    - 2. Adapte su presentación
      - a. El tamaño del auditorio es importante. En general cuanto más grande es el grupo, tanto más alto y más lentamente usted debe hablar. Con grupos mayores usted también necesita movimientos y gestos más amplios. Con pequeños grupos, actúe con más calma, sea más informal, use en su lugar el estilo de conversación.
      - b. El lenguaje también debe ser ajustado. Ajústelo al nivel educativo, conocimiento que tenga el auditorio del tema, ambiente cultural.

3. **Escoja sus argumentos y material complementario**
  - a. La información recogida sobre su auditorio puede ayudarle a decidir qué ejemplo usar, qué cita mencionar, qué analogía presentar, qué chiste contar.
  - b. Una cita de un autor popular será mas apropiada para un auditorio formado por agricultores que una cita de Goethe.
  - c. Una anécdota o chiste sobre borrachos es más apropiado sustituirla por una historia sobre locos o sordos, frente a ciertos grupos.
  - d. Para hacer las estadísticas más significativas, es mejor ilustrarlas con imágenes relacionadas con los intereses del grupo. Así, por ejemplo, en una reunión de productores de leche, es mejor decir: "Suficiente dinero como para comprar todas las 200 granjas lecheras de este distrito", en lugar de decir: "Suficiente dinero como para comprar 500 cosechadoras combinadas de trigo". Aquello es tal vez mas cercano a la experiencia de sus oyentes. Sobre todo conozca su auditorio y adapte consecuentemente sus datos estadísticos.

## 5. Resumen

- A. Naturalmente, esta serie de hojas sobre el conocimiento del auditorio no es completa.  
Sin embargo, ciertas ideas básicas son importantes:
  1. Es conveniente tener información anticipada sobre el auditorio.
  2. Su disertación debe prepararla teniendo a su auditorio en mente.
  3. Aún así usted puede cometer errores, pero no tantos.

Reproducido por autorización de:  
A. Conrad Posz  
Assistant Professor, Communication Skills  
Michigan State University

## PREPARACION Y PRESENTACION DE DISERTACIONES

### INTRODUCCION

Esta materia trata de los elementos importantes comprendidos en la preparación y presentación de disertaciones. Construye directamente sobre las bases desarrolladas en las sesiones sobre "Conozca su Auditorio". También construye sobre la base del programa entero de Adiestramiento en Comunicaciones, en el sentido de que este tema es la culminación de todo lo que se ha dado antes — trata de la presentación real de su información. Comprende el uso de la comunicación en extensión, la Eficiencia en la Comunicación, Planeamiento de la Comunicación, Cómo Aprendemos y todos los principios de la comunicación.

Sin embargo, el tema "Preparación y Presentación de Disertaciones" se concreta básicamente a lo siguiente:

1. Tipos especiales de discursos.
2. Cómo pronunciar discursos.
3. Ejercicios prácticos.
4. Uso de la voz en oratoria.
5. Preparación y presentación de disertaciones persuasivas.
6. Evaluación y aplicación.

### PROPOSITO DE ESTE TEMA

El propósito de "Preparación y Presentación de Disertaciones" es familiarizar a los estudiantes con tipos de discursos, métodos de pronunciar discursos, uso de la voz, etc. Su objetivo principal es enseñar a los participantes a hacer discursos eficaces.

Los principios de comunicación envueltos en un curso de este tipo son muchos y complicados. En toda oportunidad, en cada período de adiestramiento, debe insistirse en estos principios y destacar su importancia.

En esta sesión, usted querrá hacer lo siguiente:

---

Preparado bajo la supervisión de los Drs. A. Conrad Posz y  
Russell L. Jenkins, Assistant Professors, Communication Skills,  
Michigan State University.

1. Relacionar la "Preparación y Presentación de Disertaciones" con la totalidad del Proceso de la Comunicación que se ha enseñado hasta este punto. Para hacer esto usted necesitará estar bien informado acerca de lo que han dicho los instructores previos sobre los principios de la comunicación, que pueda aplicarse a la preparación y presentación de discursos.
2. Usted querrá enseñar a los estudiantes cómo organizar y desarrollar sus disertaciones, cómo pronunciarlas en forma eficaz, cómo usar sus voces con el máximo provecho y cómo usar la información dada en sesiones anteriores para hacer sus disertaciones más eficaces.
3. A través de un adiestramiento del tipo "hágalo usted mismo", usted podrá lograr que los estudiantes demuestren lo que han aprendido.

### MÉTODOS DE INSTRUCCION

Aquí también, como en las sesiones previas sobre "Conozca su Auditorio" y "La Comunicación en la Entrevista Oral", usted probablemente quiera hacer el mayor uso posible de la participación del auditorio. Se sugiere que algunos (o todos) de los métodos siguientes se usen para aprovechar cabalmente los principios sobre "Preparación y Presentación de Disertaciones":

1. Ejemplos de discursos pobres.
2. Discusión de grupo.
3. Sesiones de preguntas y respuestas.
4. Disertaciones en equipo.
5. Sesiones de trabajo con grupos.
6. Representaciones ensayadas.
7. Práctica en redacción y pronunciación de discursos.
8. Grabaciones en cinta magnetofónica.

### AUXILIARES DIDACTICOS

En este segmento del programa de adiestramiento, usted podrá hacer el mayor uso posible de todos los auxiliares didácticos que le permitan hacer su enseñanza más eficaz. Usted probablemente quiera usar las siguientes:

1. Pizarra
2. Grabadora de cinta



3. Gráfico sobre organización y desarrollo de un discurso.

Además de lo anterior, existen las siguientes hojas impresas para ser distribuidas:

1. Discurso de presentación de un orador.
2. Discurso de entrega de un premio, diploma o título.
3. Discurso de aceptación.
4. Guía para preparar un discurso de 3 minutos.
5. La voz.
6. Sugerencias para oradores.
7. Ética en la persuasión
8. Propiedad del esfuerzo persuasivo.

**PARTICIPACION DEL ESTUDIANTE**

Esta fase del programa de adiestramiento se presta particularmente bien para la participación activa individual y de grupo. Usted querrá sacar el máximo provecho de las discusiones de grupo, discursos individuales, sesiones de trabajo en grupos, dramatizaciones, etc.

**TIEMPO NECESARIO**

Una importante cantidad de información ha de ser cubierta en esta sesión. Un período considerable de tiempo debe por necesidad ser empleado en discusiones de grupo, con los estudiantes participando activamente.

A continuación se indica un horario en el cual el tema se ha dividido en sus elementos individuales, con el tiempo sugerido para cada uno. Se tiene la esperanza de que este horario sugerido será de utilidad para que usted prepare el suyo propio.

1. Tipos Especiales de Discursos (1 hora)
  - A. Discurso de presentación (instructor) 15 minutos
  - B. Discusión . . . . . 15 minutos
  - C. Discusión — discurso de entrega de premios . . . . . 15 minutos
  - D. Discusión — discurso de aceptación . 15 minutos

2.	Organización y Preparación para Pronunciar el Discurso (2½ horas)	
	A. Disertación en equipo . . . . .	20 minutos
	B. Discusión . . . . .	30 minutos
	C. Sesión de trabajo . . . . .	100 minutos
3.	Pronunciación de Discursos (½ hora)	
	A. Representación ensayada . . . . .	5 minutos
	B. Discusión . . . . .	10 minutos
	C. Exposición en cuanto se usa con ayudas visuales . . . . .	5 minutos
	D. Discusión . . . . .	10 minutos
4.	Práctica (2 horas)	
	A. Sesión de trabajo en grupos . . . . .	60 minutos
	B. Discusión de los discursos pronunciados .	60 minutos
5.	Uso de la Voz en oratoria (½ hora)	
	A. Breve lección . . . . .	15 minutos
	B. Discusión . . . . .	15 minutos
6.	Uso de la Voz (auto-evaluación) (½ hora)	
	A. Sesión de trabajo en grupos . . . . .	15 minutos
	B. Discusión . . . . .	15 minutos
7.	Aplicación práctica (1 hora)	
	A. Discursos de los participantes . . . . .	35 minutos
	B. Discusión . . . . .	25 minutos
8.	Preparación y presentación de disertaciones persuasivas (3 horas)	
	A. Lección . . . . .	20 minutos
	B. Discusión . . . . .	130 minutos
	C. Tareas asignadas: preparar discursos persuasivos de 5 minutos . . . . .	30 minutos
9.	Práctica (2 horas)	
	A. Discursos de participantes . . . . .	45 minutos
	B. Evaluación por participantes e instructor	75 minutos
10.	Evaluación y Aplicación (1½ horas)	
	A. Discusión de grupo . . . . .	<u>90 minutos</u>
	Total . . . . .	14 horas, 30 minutos

## ESQUEMA DE PRESENTACION:

### "PREPARACION Y PRESENTACION DE DISERTACIONES"

#### Tipos Especiales de Discursos

#### OBJETIVOS desde el punto de vista del estudiante --

Como resultado de este período de instrucción, el estudiante debería:

1. Conocer las características de los buenos discursos --
    - a. De presentación de un orador
    - b. De entrega de premios
    - c. De aceptación
  2. Estar en condiciones de identificar cosas que deben evitarse en estos tipos de discursos.
- 

METODOS DE PRESENTACION: EJEMPLOS POR EL INSTRUCTOR; DISCUSION DE GRUPO

AUXILIARES DIDACTICOS: PIZARRA; HOJAS MIMEOGRAFIADAS; DISCURSO DE PRESENTACION DE UN ORADOR; DISCURSO DE ENTREGA DE PREMIOS

#### DISCURSO DE PRESENTACION DE UN ORADOR

#### BOSQUEJO DE LA MATERIA:

Se sugiere que esta sesión se componga de dos partes:

1. Breves discursos de presentación (pobres) a cargo del instructor.
2. Discusión en grupos de estos discursos.

Se acompañan algunos discursos de presentación que se sugieren como típicos de los discursos pobres a menudo pronunciados. Usted querrá usar estos ejemplos u otros que usted encuentre más típicos en la región del país donde usted trabaja o en una situación dada conocida por usted.

---

Preparado bajo la supervisión de los Drs. A. Conrad Posz, y Russell L. Jenkins, Assistant Professors, Communication Skills, Michigan State University.

Usted querrá hacer las siguientes cosas antes de presentar estos discursos:

1. Explicar que usted va a demostrar, con algunos ejemplos, como NO pronunciar un discurso de presentación de un orador.
2. Explicar que a esto seguirá una discusión.

Algunos instructores gustan de pronunciar un típico discurso pobre, para después analizarlo, antes de pasar a otros tipos de discurso. Otros prefieren explicar todos los tipos de discurso primero y luego analizarlos en general. En cualquiera de los casos, usted podría emplear los siguientes ejemplos típicos de discursos de presentación de oradores:

- A. Cuando un orador sustituye a otro: EL PRESIDENTE: "Yo sé que ustedes han estado ansiosos por escuchar esta noche al Dr. González. Pues bien . . . tengo malas noticias. El Dr. González no pudo venir. En su lugar tenemos un sustituto que nos hablará esta noche. Y aquí está ahora . . . el Sr. Uh - el Sr. Eduardo Correa. Espero que les guste!"
- B. Una razón débil para explicar la presencia del orador en el programa: EL PRESIDENTE: "Como ustedes saben, los miembros del comité cultural han venido trabajando como burros todo el año, tratando de organizar buenos programas para ustedes. Los integrantes de ese comité nos hemos quebrado la cabeza pensando en tenerles algo bueno para esta noche. Pensamos primero en una película, o algunas vistas en colores de la última feria ganadera, o alguna otra actividad. Pero . . . bueno, no pudimos encontrar nada que valiera la pena. En consecuencia, el Sr. Julio Fernández les va a hablar a ustedes."
- C. Demasiado largo: EL PRESIDENTE: "Mientras estaba sentado aquí esta noche con este calor (o frío), pensando en el tema sobre el cual nos va a hablar hoy nuestro orador, me acordé de una historia que escuché hace un par de años — (y empieza a contarla y sigue durante 10 minutos). Pero . . . Ah, sí — nuestro orador para esta noche es el Sr. Mario Corrales."
- D. Robando el impacto al orador: EL PRESIDENTE: "Yo sé que ustedes estarán interesados en la disertación de nuestro orador de esta noche. El nos va a hablar sobre la cría de puercos Duroc-Jersey (o algún otro tópico de interés local). Este es un tema sobre el cual

todos ya sabemos bastante. Como ustedes saben, el Duroc es original de — (diez minutos más tarde) — pero, quizás nuestro orador pueda agregar algo que nosotros no sabemos. Después de todo, me dicen que él es una autoridad también. Queda con ustedes, el Sr. Andrés Calvo!"

- E. Presentando al orador como un individuo jocoso: EL PRESIDENTE: (Comienza con una estentórea risotada) "Ja, ja, cuando pienso en este tipo, Tapia, no puedo aguantar la risa! Yo le he oído hablar otras veces y, hermano, es algo serio!! Chistes? El sabe millones! Y aquí está ahora — el divertidísimo Tapia en persona! Un buen aplauso para él, señores!"
- F. Demasiados elogios: EL PRESIDENTE: "Señores, somos muy afortunados en tener con nosotros esta noche a la máxima autoridad nacional en la cría de gallinas Rhode Island Red. Nuestro orador de esta noche se ha ganado renombre internacional por haber actuado como juez en exposiciones de gallinas en Berlín, París, Holanda, Suecia, y sólo Dios sabe en qué lugares más. Yo considero a Juan Pino, hoy aquí con nosotros, como el mejor especialista del mundo en materia de gallinas Rhode Island Red. Y aquí está, esa figura internacional, Juan Pino!"
- G. No presentar al orador o su tópico adecuadamente: EL PRESIDENTE: "Yo no sé gran cosa acerca de nuestro orador para esta noche, y no sé tampoco por qué fue escogido para hablarnos. Pero pronto lo averiguaremos. Aquí está él — el Sr. Rogelio Ferreira. Sr. Ferreira!"

Después que usted haya hecho todas estas presentaciones típicas, usted querrá discutir los muchos errores cometidos en las mismas. Antes de empezar su discusión, distribuya las hojas impresas sobre "El Discurso de Presentación". Usted querrá iniciar la discusión con algunas preguntas típicas como estas:

Qué errores cometió el orador en su presentación del orador sustituto?

Qué hubiera dicho usted?

Cómo introduciría usted a un orador sin, al mismo tiempo robarle el impacto de su exposición?

Cuáles son algunas de las preguntas que un oyente generalmente haría sobre un orador?

Asegúrese de proporcionar la siguiente información:

- A. Quién es él?
- B. De dónde viene?
- C. Tiene preparación?
- D. Por qué debe escucharle el auditorio?

ESCRIBA EN LA  
PIZARRA LAS  
MEJORES MANE-  
RAS A MEDIDA  
QUE LOS ESTU-  
DIANTES LAS  
SUGIEREN

Cuáles son las mejores maneras de presentar a un orador?

- A. Incluya los puntos de A a D mencionados arriba.
- B. Sea breve.
- C. Hable en voz alta y clara.
- D. Planee — prepare — practique su presentación.
- E. Revise la presentación con el orador respectivo.
- F. Ajuste la presentación al tono del discurso que le seguirá.
- G. Averigüe si el orador no objetaría que usted dijera algún chiste sobre él.
- H. Muéstrese entusiasmado con el orador.
- I. Anuncie el título y/o tema del discurso.
- J. Permanezca de pie hasta que el orador haya ocupado su lugar.

#### EL DISCURSO DE ENTREGA DE PREMIO

Distribuya las hojas sobre "Discurso de Entrega de Premio". Usted querrá usar estas hojas como eje de una discusión sobre el "El Discurso de Entrega de Premio".

Para empezar la discusión de este tipo de discurso, usted puede hacer estas preguntas: (tomando como ejemplo la entrega de un premio por alguna actividad conocida por su auditorio):

Por qué es importante explicar quiénes son los donantes del premio?



Por qué usted debe decir al auditorio la razón por la cual el premio ha sido adjudicado a quien lo recibe?

Por qué es necesario enumerar los logros específicos de la persona que recibe el premio?

Qué efecto tendrán los logros del premiado sobre lo que los demás puedan hacer ahora?

Al discutir las cosas que la persona premiada no desea que sucedan, usted puede hacer las siguientes preguntas:

Cuáles son algunas de las cosas que el receptor del premio no desea que sucedan?

Asegúrese de tomar en cuenta los siguientes puntos:

- A. El premiado no desea que se le pida que diga algunas palabras.
- B. No desea decir nada más después de que usted le entregó el premio y le estrechó su mano.
- C. No desea decir cosas no verdaderas acerca de su trabajo.
- D. No desea oír exageraciones acerca de sí mismo o de su trabajo.
- E. No desea que su nombre sea mencionado sino hasta el final del discurso de entrega.
- F. No desea que usted dirija la atención en forma exagerada hacia él y no lo suficiente hacia sus realizaciones.
- G. No desea que su trabajo sea comparado con el de otros que no han recibido premio alguno.

Qué haría usted si fuera el orador?

Asegúrese de cubrir los siguientes puntos:

- A. Disminuir el embarazo del que recibe el premio.
- B. Sea breve!
- C. Sea fluido (no hable entrecortadamente o con pausas muy largas).
- D. Esté seguro de lo que está diciendo.

- E. Sea entusiasta, conciso, oportuno.
- F. Sea exacto.
- G. Inspire a los oyentes.
- H. Evite hacer comparaciones con otros.
- I. Destaque la naturaleza simbólica del premio u obsequio.
- J. Evite mencionar el costo del premio o la dificultad en decidir qué escoger como tal.
- K. Pronuncie su discurso ANTES de llamar a la persona premiada al frente.
- L. Cuando usted empieza a darle el premio, déselo de una vez.

### EL DISCURSO DE ACEPTACION

Es probable que en este caso usted quiera también distribuir primero la hoja mimeografiada sobre "El Discurso de Aceptación", para luego, después que los estudiantes hayan tenido tiempo de echarle una ojeada completa, tener una discusión sobre el "cómo" pronunciar un discurso de aceptación.

### NOTAS PARA EL INSTRUCTOR

Use la pizarra para anotar los puntos sugeridos por el auditorio. Cuide de anotarlos debajo de los títulos apropiados para evitar confusión. Usted puede usar los siguientes títulos:

- A. "Asegúrese de Hacer las Sigüentes Cosas:"
- B. "Cómo Hacer una Buena Impresión:"

Después que usted ha cubierto los puntos A y B probablemente usted querrá hablar sobre cosas que deben evitarse. A continuación usted puede recurrir a la experiencia de sus estudiantes para que ellos recuerden estos puntos.

SIGUEN A CONTINUACION LOS AUXILIARES  
DIDACTICOS IMPRESOS MENCIONADOS EN  
ESTE TEMA.

**programa de adiestramiento de  
extensionistas en comunicaciones  
ADECO**

UNIDAD II -  
COMUNICACION ORAL  
Sección 2 -  
COMO HABLAR EN PUBLICO

**DISCURSO DE PRESENTACION DE UN ORADOR**

En materia de discursos, ninguno es más importante, ni más objeto de abusos, que el de presentación de un orador. La presentación puede, en muchos casos, determinar que las ideas del orador sean o no aceptadas por el auditorio.

Cuando usted esté preparando su discurso de presentación hágase a sí mismo las preguntas que generalmente se hacen con respecto a cualquier orador:

1. Quién es este sujeto?
  - A. El auditorio generalmente desea saber su nombre.
  - B. Algunos en el auditorio quizás lo conozcan pero muchos no.
  - C. Presente al orador como a alguien que el auditorio gustaría de conocer.
2. De dónde viene.
  - A. Tanto de dónde es originalmente como de dónde viene ahora.
  - B. Esto puede parecer insignificante, pero los oyentes en general gustan de saberlo.
3. Tiene antecedentes como para hablar sobre este tema?
  - A. Escoja de entre las experiencias, capacidades y calificaciones del orador aquellas relacionadas con el tema de que va a tratar.
  - B. Esta prueba ética es necesaria para conseguir una recepción favorable del discurso.
4. Por qué debo yo escuchar?
  - A. Demuestre la necesidad de información sobre esta materia.
  - B. Cree interés por el tema del discurso, trate incluso de crear suspenso.

Cuando usted presente a un orador, usted DEBERIA:

1. Por lo general cubrir los cuatro puntos mencionados más arriba.
2. Ser breve . . . breve . . . breve!
3. Hablar en voz alta y clara (esta es una de las fallas más comunes de todos los oradores!)
4. Planear, preparar y practicar su discurso (otra falta muy común!)
5. Revisar la presentación que usted piensa hacer, con el orador.
6. Preguntar al orador si él aceptaría que usted dijese algo jocoso sobre él
7. Ajustar la naturaleza de la presentación al tono del discurso.
8. Mostrarse entusiasmado acerca del hecho de tenerle como orador.
9. Anunciar el título y/o el tema del discurso.
10. Permanecer de pié hasta que el orador haya ocupado su lugar.

Cuando usted presenta a un orador, usted NO DEBERIA:

1. Usar expresiones trilladas tales como:
  - A. "Esta noche tenemos la suerte de tener . . ."
  - B. "Estamos grandemente honrados por . . ."
  - C. "Nuestro orador de esta noche no necesita presentación . . ."
2. Elogiar excesivamente al orador. Usted puede lograr, si no es cuidadoso, que a él le sea imposible ponerse a la altura de la publicidad que usted le hizo.
3. Mezclar la presentación con anuncios, informes de comisiones, etc.
4. Poner en aprietos al orador:
  - A. Pidiendo excusas por el hecho de que el orador es un sustituto.
  - B. Pidiendo excusas por el hecho de que el orador no es muy conocido.
  - C. Contando anécdotas inoportunas sobre el orador.
5. Robándole el impacto de su discurso.
6. Mirando al orador mientras lo presenta. Sus palabras deben dirigirse al auditorio.
7. Rehacer el discurso después que el orador ha terminado.
8. Pronunciar mal el nombre del orador.

Estas no son reglas estrictas para hacer un Discurso de Presentación. Son solamente sugerencias para ayudarle a usted a preparar su discurso. Su uso puede ayudarle, pero usted debe suministrar el resto.

Reproducido por autorización de:  
A. Conrad Pozz  
Assistant Professor , Communication Skills  
Michigan State University

**programa de adiestramiento de  
extensionistas en comunicaciones  
ADECO**

UNIDAD II -  
COMUNICACION ORAL  
Sección 2 --  
COMO HABLAR EN PUBLICO

**EL DISCURSO DE ENTREGA DE PREMIOS**

Prepare este discurso con mucha anticipación a la fecha de su pronunciación. Practique el discurso de manera que pueda pronunciarlo con facilidad.

**EL AUDITORIO:**

desea saber por qué usted les está tomando su tiempo y haciendo uso de esta ocasión para hacer esta entrega;

desea saber quiénes son los donantes o auspiciadores del premio;

desea que se le mantenga en suspenso sobre quién es el favorecido hasta que usted termina su discurso llamando a la persona que debe recibir la recompensa;

desea saber por qué dicha persona obtuvo la recompensa en vez de alguna otra persona del auditorio; al auditorio no le interesa saber por qué alguna otra persona no obtuvo el premio;

desea saber logros específicos (hechos, cifras, pesos, kilómetros, horas, etc.) que esta persona ha alcanzado;

desea saber la influencia que el trabajo de esta persona tendrá sobre las realizaciones específicas que otras personas podrán hacer en el futuro;

desea saber solamente aquellas cosas que están directamente relacionadas a la obtención de la recompensa; ellos no están interesados en otras obras de la persona premiada ni en actividades de la misma no relacionadas con el premio obtenido;

desea saber por qué este honor es adjudicado a alguien en general, y particularmente a esta persona;

**EL AGRACIADO O EL QUE RECIBE:**

no desea que se le pida que diga unas pocas palabras;

no desea que usted diga cosa alguna después que usted le ha entregado el premio y estrechado su mano;

no desea que usted cuente algún chiste sobre él;

no desea que usted diga cosas que no son verdaderas sobre su trabajo;

no desea oírle decir exageraciones;

no desea que usted permanezca de pie a su lado después que usted le haya entregado el premio y estrechado su mano;

no desea que su nombre sea mencionado sino al final del discurso de usted;

no desea que en su discurso la atención sea dirigida excesivamente hacia él; él preferiría que la atención fuera orientada hacia sus logros;

no desea que usted haga comparaciones entre su trabajo y el de otros que tal vez debieran haber recibido el premio;

desea que usted sonría cuando le hable directamente a él, le pase el premio, estreche su mano, y diga su nombre.

**USTED . . . . EL ORADOR!**

debe disminuir el embarazo de la persona premiada tanto como le sea posible;

debe ser breve pero completo;

debe ser fluido;

debe estar seguro de lo que está hablando;

debe ser entusiasta;

debe ser conciso;

debe ser escuchado por todo el auditorio;

debe ser exacto y completo en su información;

debe hacer su discurso con inspiración;

debe EVITAR comparaciones con otros, que pongan en aprietos a alguno (al que recibió el premio o a otra persona que no lo recibió);

debe ser jovial, sincero, agradable y mostrarse ansioso de entregar esta recompensa;

debe dejar que otra persona haga la entrega del premio si su corazón y su alma no están puestos en este asunto;

debe destacar la naturaleza simbólica del premio u obsequio;

debe evitar la mención de algo relativo al costo del premio o a la dificultad de decidir qué otorgar como tal;



debe pronunciar el discurso antes de llamar al agraciado para que reciba el obsequio; luego dárselo y no mantenerlo esperando. CUANDO USTED EMPIEZA A ENTREGAR EL PREMIO, ENTREGUELO DE UNA VEZ. El que lo recibe no desea alargar su mano más de una vez para recibirlo. El no desea que usted mantenga sus manos sobre el premio después que él haya puesto las suyas en él.

DEBE: SER BREVE - EXACTO - JOVIAL PERO NO CHISTOSO - SINCERO



# programa de adiestramiento de extensionistas en comunicaciones ADECO

## EL DISCURSO DE ACEPTACION

- DE LAS GRACIAS
- SEA HUMILDE
- DE CREDITO A QUIEN CORRESPONDA
- SEA MODESTO

La nota clave de un discurso de aceptación es el agradecimiento:

### ASEGURESE DE:

- agradecer al que hizo la entrega - llamarle por su nombre.
- agradecer al donante (grupo) del premio - use el nombre correcto y completo de la entidad.
- mirar de frente a quien hizo la entrega de ofrecimiento, cuando usted le esté agradeciendo.
- hablar en voz alta, lenta y claramente, de modo que toda la gente presente en el salón pueda oír con facilidad.
- indicar cómo el donante hizo posible que usted realizara lo que hizo para recibir esta recompensa.
- expresar gratitud a aquellos que le pusieron a usted en condiciones de poder merecer este premio.
- dirigir la atención sobre otros disminuyendo su propio valor como individuo. Sea modesto y usted dará la impresión de que usted ve a los demás favorablemente en comparación con usted mismo.

### HAGA UNA BUENA IMPRESION:

- comparando lo que usted ha hecho con lo que usted pudiera haber hecho, y lo que aún falta por hacerse.
- describiendo muy específica y claramente el trabajo que otros hicieron para ayudarle a usted.
- describiendo alguna experiencia divertida o interesante sucedida durante el desarrollo de su trabajo premiado.
- ESTE SEGURO de que la mencionada experiencia no sea tan personal que el auditorio no pueda gozarla, o de que ella no ponga en situación embarazosa a nadie.
- indicando el significado de la recompensa recibida.
- indicando la responsabilidad que se pone sobre los hombros suyos - describa sus sentimientos.
- indicando la determinación que usted posee de ser digno de lo que eso significa - explique qué va usted a hacer.

**El Discurso de Aceptación**  
**Página 2**

atribuya cualquier cosa que se haya hecho, a la cooperación de otros y/o a circunstancias fortuitas.

**TERMINE** con una afirmación breve de la más sincera gratitud.

refiriéndose muy poco al premio en sí. Haga que el grupo sienta que usted está feliz con lo que ellos le han dado, sin referirse a su valor o precio.

**EVITE:**

hablar demasiado largo.

decir demasiadas cosas en términos muy generales.

tratar de decir algo sinceramente si usted teme no poder hacerlo.

dejar la impresión de que este premio es algo "que yo siempre había deseado."

decir al auditorio lo que otros deberán hacer ahora.

dar demasiados antecedentes e historia del proyecto.

detallar demasiados obstáculos de modo que el trabajo que usted hizo parezca haber sido una carga para usted, o que le hizo a usted sudar como un caballo.

evaluar favorablemente el trabajo que usted hizo.

indicando que usted está abdicando de sus responsabilidades y que otros deben tomarlas ahora sobre sus hombros.

convertir su discurso en una conversación personal con la persona que le entregó el premio o con los miembros del auditorio que trabajaron con usted.

**PERO RECUERDE**

**TERMINE PRECISAMENTE CON UNA AFIRMACION BREVE Y SINCERA DE AGRADECIMIENTO.**

Usted tal vez quisiera hacer algunas o todas las preguntas siguientes para estar seguro de que todas las fases del tema se han cubierto:

Por qué debemos asegurarnos de:

- A. Agradecer al que entrega el premio, llamándole por su nombre?
- B. Agradecer al grupo auspiciador?
- C. Dirigir la atención hacia otros?
- D. Mencionar la cooperación de otros?
- E. Indicar cómo el donante hizo posible que usted hiciera el trabajo que hizo para merecer este premio?

Cuáles son las cosas que usted hace para producir una buena impresión y por qué son ellas necesarias?

Asegúrese de que incluya:

- A. Comparar lo que usted hizo con lo que usted pudiera haber realizado.
- B. Explicar específicamente el trabajo de otros.
- C. Describir una experiencia divertida o interesante sucedida durante la realización que le hizo merecer el premio.
- D. Indicar el significado de la recompensa.
- E. Indicar la responsabilidad que ella pone sobre sus hombros.
- F. Indicar su determinación de ser digno de tal responsabilidad.
- G. Referirse muy poco al premio en sí. Mostrarse complacido sin referirse al valor o precio del premio.

Cuáles son las cosas que usted debe evitar en su discurso de aceptación? Por qué?

Asegúrese de que su grupo cubra estos puntos:

- A. Hablar demasiado largo.

- B. Decir demasiadas generalidades.
- C. Tratar de decir algo sincero cuando usted teme no poder hacerlo.
- D. Dejar la impresión de que el premio es "algo que usted siempre ha deseado".
- E. Decir a otros lo que ellos deben hacer.
- F. Dar demasiados antecedentes del proyecto.
- G. Detenerse demasiado en los obstáculos encontrados.
- H. Evaluar favorablemente el trabajo que usted hizo.
- I. Indicar que usted está dispuesto a abandonar ahora este trabajo y que otros deben llevar adelante la buena obra suya.
- J. Convertir su discurso en una conversación personal con el que entrega el premio o con algunos miembros del auditorio que han trabajado con usted.

## ORGANIZACION Y PREPARACION PARA PRONUNCIAR EL DISCURSO

OBJETIVOS desde el punto de vista del estudiante --

Como resultado de este período de instrucción, el estudiante deberá:

1. Obtener comprensión de cómo preparar un discurso, y cómo prepararse para pronunciarlo.
2. Estar en condiciones de aplicar esta información.

---

MÉTODOS DE PRESENTACION: DISERTACION EN EQUIPO; DISCUSION; SESION DE TRABAJO EN GRUPO

AUXILIARES DIDACTICOS: HOJAS IMPRESAS PARA DISTRIBUIR; GUIA PARA PREPARAR UN DISCURSO DE 3 MINUTOS; SUGERENCIAS PARA ORADORES

BOSQUEJO DE LA MATERIA:

SUGERENCIA: Usted tal vez encuentre que este segmento de Preparación y Presentación de Disertaciones puede ser manejado mejor mediante una disertación en equipo empleando dos líderes. Un método posible para hacer esto es hacer que uno de los líderes dé la conferencia y el otro haga preguntas pertinentes, al estilo de las entrevistas planeadas de TV y radio (o, invertir los roles ocasionalmente).

Si usted encuentra que tiene solamente un líder competente para este segmento, usted querrá que su auditorio haga las preguntas y que el líder explique y aclare los puntos en su conferencia.

En su disertación de equipo o individual - usted querrá cubrir los siguientes puntos:

### EXAMINE SU TOPICO

- A. Es el tópico apropiado para usted?
  1. Su experiencia?
  2. Su conocimiento?
- B. Es su tópico apropiado para su auditorio?
  1. Su experiencia?
  2. Su conocimiento e intereses?

- C. Es el t3pico adecuado para la ocasi3n?
- D. Es el t3pico apropiado para el tiempo disponible?
  - 1. No hable demasiado largo!

#### HA ESTABLECIDO CLARAMENTE SU PROPOSITO?

- A. Puede usted escribir el prop3sito en una frase?
- B. Ha determinado claramente el tipo de discurso que usted va a hacer?
  - 1. Es su prop3sito entretener?
  - 2. Es su prop3sito obtener alguna reacci3n o acci3n de parte de su auditorio?
  - 3. Es su prop3sito informar?
  - 4. Es su prop3sito convencer a sus oyentes?

#### COMO PREPARAR EL CUERPO DE SU DISCURSO

- A. Dos o tres puntos o ideas principales.
- B. C3mo desarrollar estos puntos principales?
  - 1. Usando ilustraciones (im3genes, gr3ficos, ejemplos ilustrativos, met3foras, etc.)
  - 2. Dando significado a sus ideas.
  - 3. Haciendo sus ideas originales.
  - 4. Dando un tinte personal a sus ideas.
  - 5. Asociando sus ideas con cosas familiares al auditorio.
  - 6. Haciendo que sus ideas sean convincentes.
  - 7. Mostrando que sus ideas ofrecen la mejor soluci3n posible.
  - 8. Haciendo que esas ideas atraigan por su relaci3n con lo que la gente piensa que es bueno o decente.



## COMO PREPARAR SU INTRODUCCION?

- A. Por qué las primeras impresiones son importantes?
- B. Cómo capturar la atención de su auditorio.

## QUE METODOS USAR PARA CAPTURAR LA ATENCION DEL AUDITORIO?

- A. Usa usted titulares y los destaca en forma llamativa?
- B. Usa usted citas de personas conocidas por el auditorio y en las cuales éste cree?
- C. Acostumbra usted a plantear audazmente su problema?
- D. Desafía o reta usted al auditorio?

Ahora es el momento de distribuir sus hojas impresas "Guía para Preparar un Discurso de 3 minutos" y "Sugerencias para Oradores", si es que usted piensa usar dichas hojas. Esto conducirá a una discusión más en detalle sobre el por qué de los diversos puntos contenidos en las hojas.

Después que usted haya discutido ampliamente las hojas repartidas, usted querrá dividir sus estudiantes en grupos de no más de 10 personas cada uno para continuar la discusión. Usted puede hacerlo en la siguiente forma:

- A. Asigne un instructor competente para cada grupo.
- B. Explique por qué los participantes se dividen en grupos de trabajo separados:
  - 1. De esta manera pueden recibir instrucción individual en la preparación de sus discursos de 3 minutos que cada uno pronunciará más tarde.
- C. Lo que se espera que los estudiantes realicen en la sesión de trabajo:
  - 1. Preparación de un discurso de 3 minutos.
- D. Lo que debe hacer cada líder de grupo para ayudar:
  - 1. Responder todas las preguntas que hagan los estudiantes sobre la preparación de los discursos de 3 minutos.
  - 2. Si el tema de los discursos es de libre elección, el instructor ayudará a los estudiantes a organizar el material, siguiendo el plan indicado en la hoja mimeografiada "Guía para Preparar un Discurso de 3 minutos".

## COMO PRONUNCIAR DISCURSOS

### OBJETIVOS desde el punto de vista del estudiante —

Como resultado de este período de instrucción, el estudiante debería:

1. Ser capaz de identificar algunos factores negativos en la pronunciación de discursos.
2. Ser capaz de identificar algunos factores positivos en la misma.
3. Ser capaz de identificar relaciones deseables entre las ayudas visuales y la pronunciación de discursos.

---

MÉTODOS DE PRESENTACION: REPRESENTACION ENSAYADA; DISCUSION

AUXILIARES DIDACTICOS: PIZARRA; OTRAS AYUDAS VISUALES QUE SEAN NECESARIAS PARA DEMOSTRACION; ELEMENTOS QUE SE NECESITEN PARA LA REPRESENTACION ENSAYADA

### BOSQUEJO DE LA MATERIA:

**SUGERENCIA:** Usted querrá empezar su segmento sobre "Cómo Pronunciar Discursos" estableciendo brevemente sus objetivos:

- A. Identificar algunos factores indeseables en la pronunciación de discursos.
- B. Identificar algunos factores deseables en la misma.
- C. Identificar relaciones deseables entre el uso de ayudas visuales y la pronunciación de discursos.

**SUGERENCIA:** Es posible que usted quiera anunciar ahora que hará una pequeña representación en la cual usted desempeñará la parte de un orador pronunciando una breve disertación, o haciendo un pequeño discurso. Como sugerencia, he aquí una serie de características físicas típicas que pueden ser usadas como ejemplos indeseables. Ante todo, no obstante, usted querrá explicar a los estudiantes que a continuación les va a mostrar una serie de factores físicos indeseables que muy a menudo se infiltran en la pronunciación de discursos. Invite a los estudiantes a individualizar todos los errores que usted cometa:

**A CONTINUACION VIENEN LOS AUXILIARES  
DIDACTICOS IMPRESOS: "GUIA PARA PRE-  
PARAR UN DISCURSO DE 3 MINUTOS"; Y  
"SUGERENCIAS PARA ORADORES" A LAS QUE  
SE HACE MENCION EN ESTE TEMA.**



**programa de adiestramiento de  
extensionistas en comunicaciones  
ADECO**

UNIDAD II -  
COMUNICACION ORAL  
Sección 2 -  
COMO HABLAR EN PUBLICO

**GUIA PARA PREPARAR UN DISCURSO DE TRES MINUTOS**

1. **ATENCION** - 25 palabras ó  $\frac{1}{4}$  de minuto.
  - a. Use uno (por lo menos) de los siguientes elementos:  
(1) suspenso (2) conflicto (3) paradoja (4) datos estadísticos sorprendentes (5) un incidente (6) una anécdota (7) preguntas (8) la cita conocida.
2. **TRANSICION** - afirmación que permita pasar de la atención al interés.
3. **INTERES** - 25 palabras o  $\frac{1}{4}$  de minuto.
  - a. Use por lo menos una de las siguientes apelaciones a las motivaciones del hombre; (1) reconocimiento (2) seguridad (3) salud (4) aceptación social (5) poder (6) individualismo (7) adquisición (8) Otras motivaciones que distinguen a los miembros de su auditorio.
  - b. Use uno de los elementos citados en 1-a (no el que fue usado en la parte 1-a de su discurso), para identificar, definir, esclarecer, limitar, etc. el pensamiento del auditorio en preparación para el planteamiento del tema.
4. **TRANSICION** - afirmación que permita pasar del interés al tema.
5. **PLANTEAMIENTO DEL TEMA** - De qué trata el discurso? Asegúrese de que el tiempo para el planteamiento sea adecuado de modo que éste se torne "obviamente" claro para el auditorio - 25 palabras ó  $\frac{1}{4}$  de minuto máximo, menos si es posible.
6. **AFIRMACION DE TRANSICION** para unir el tema al primer punto importante usado para desarrollar este tema.

7-10 El verdadero contenido y desarrollo del discurso - 200 palabras o 2 minutos.
7. **EL PRIMER PUNTO IMPORTANTE** usado en el desarrollo del tema deberá ser aclarado.
8. **DEFINA, AMPLIFIQUE, O EXPLIQUE ESE PRIMER PUNTO** si usted cree que ello es necesario.
9. Use por lo menos dos de los siguientes elementos para desarrollar el punto importante como se dijo más arriba; a - un ejemplo; b - una ilustración; c - una analogía; d - una comparación y/o contraste; e - causa y efecto.

10. **AFIRMACION O DECLARACION GENERAL** reestableciendo el significado del material usado en 9 en cuanto a su relación con 7 y su apoyo en 5.
  - a. Asegúrese de reafirmar a esta altura (no repetir) los importantes conceptos envueltos tanto en 7 como en 5.
11. **AFIRMACION O DECLARACION** para indicar que usted ha concluido "satisfactoriamente" la discusión del problema (tema) y que está por terminar su disertación.
12. **RESUMEN** de la importancia del problema (reafirmación de 3-b) y de los conceptos empleados en 7-10. 10 palabras o 15 segundos.
13. **FINAL** - Una oración o sentencia significativamente escogida, íntimamente relacionada con el propósito y el tema del discurso que pueda consistir de uno de los siguientes tipos o algún otro mejor:
  - a. Una alusión a algún trozo de literatura
  - b. Cita de alguna obra literaria
  - c. Readaptación de algún trozo literario
  - d. Una alusión bíblica
  - e. Cita bíblica
  - f. Readaptación de algún escrito bíblico
  - g. Alusión a algún axioma
  - h. Adaptación de un axioma
  - i. Cita de un axioma
  - j. Todos los elementos anteriores añadiendo citas de gente famosa, inscripciones de edificios, etc.

No es probable que en un discurso corto como éste pueda desarrollarse más de un punto importante. Si usted encuentra difícil cubrir todos los 13 pasos anotados en esta guía su tópico puede necesitar una limitación. Si usted insiste en tratar más de un punto importante, siga los puntos 7-10 para cada punto importante a tratar. Asegúrese de hacer transiciones entre cada punto importante y el siguiente. Es probable que su comunicación no sea considerada como muy efectiva si usted trata de reducir el tiempo dedicado a cada parte según lo indicado más arriba. Haga el mejor uso posible del tiempo adjudicado a cada parte del discurso y asegúrese de introducir cada parte en el orden en que aparece en esta guía. El orden de colocación es importante. **SIGA ESTE ORDEN** — para una comunicación mejor.

Reproducido por autorización de:  
Rusell L. Jenkins  
Assistant Professor, Communication Skills  
Michigan State University

**programa de adiestramiento de  
extensionistas en comunicaciones  
ADECO**

UNIDAD II -  
COMUNICACION ORAL  
Sección 2 --  
COMO HABLAR EN PUBLICO

**SUGERENCIAS PARA ORADORES**

1. **Examine el t3pico de su discurso.**
  - A. **Es apropiado para usted?**
  - B. **Est3 el t3pico de acuerdo con su:**
    1. **Capacidad?**
    2. **Conocimiento?**
    3. **Experiencia?**
    4. **Inteligencia?**
  - C. **Es apropiado para su auditorio?**
    1. **Est3 de acuerdo con la experiencia, conocimiento e inter3s de su auditorio?**
    2. **Har3 que el auditorio piense: "Esto me concierne a m3"?**
  - D. **Es apropiado para la ocasi3n?**
    1. **Relacione su material con el prop3sito de la reuni3n en que usted va a pronunciar su discurso.**
    2. **Relacione su material a no ser que espec3ficamente le hayan pedido que hable sobre un tema no relacionado con el objeto de la reuni3n.**
  - E. **Se ajusta al tiempo disponible?**
    1. **No hable demasiado largo!**
    2. **Si el t3pico exige un tratamiento largo, escoja otro t3pico!**
    3. **Los oyentes siempre opinan que no hay peor falta en un orador que el uso excesivamente prolongado de la palabra!**
2. **Establezca su prop3sito claramente.**
  - A. **Escr3balo en una frase!**
  - B. **Sepa adonde va. Planee anticipadamente.**
  - C. **Determine el tipo de discurso que va a hacer. Planea usted:**
    1. **Entretener?**
    2. **Infermar?**
    3. **Obtener acci3n?**
    4. **Convencer?**
  - D. **Haga su prop3sito espec3fico. Despu3s, cuando hable, SEA espec3fico!**
3. **Prepare el cuerpo de su discurso en primer t3rmino.**
  - A. **Empiece por dividir el discurso en segmentos principales.**
    1. **Cualquiera que sea su longitud, divida su discurso en dos, tres o cuatro partes principales.**
      - a. **Cualquier idea bien meditada puede fraccionarse en muy pocos puntos principales o b3sicos.**
      - b. **M3s de cuatro puntos principales confundir3 a su auditorio.**
      - c. **El oyente medio puede recordar s3lo unos pocos puntos b3sicos.**

- B. Desarrolle estos puntos principales y refuérce los:
1. Usando ilustraciones. Ellas ayudan a entender sus puntos. A la gente le gusta más oír anécdotas que discursos. Las anécdotas pueden convertir su discurso en un éxito!
  2. Dando a sus ideas un toque personal. Muestre a su auditorio cómo las ideas suyas les conciernen, ya sea individualmente o como grupo.
  3. Haciendo sus ideas diferentes o poco comunes -- pero no extravagantes. Enfóquelas desde un ángulo diferente, déle al asunto un toque original.
  4. Haciendo sus ideas significativas. Haga que valga la pena que el auditorio lo escuche.
  5. Asociando sus ideas con cosas que ya son familiares para su auditorio o cosas que le interesen al mismo. Empiece con lo que es conocido y de ahí pase a lo que es desconocido o poco familiar. Siempre construya primero los cimientos!
  6. Haciendo sus ideas convincentes. Demuestre su veracidad, si es posible. Use lógica, hechos, opiniones de autoridades y otros ejemplos. Pero, psicológicamente, la gran cosa es lograr que la idea suene razonable . . . solamente entonces la gente la aceptará. Un buen método es mostrar que no existe razón alguna para contradecirla . . . evitando tocar ideas conflictivas que el auditorio pueda tener. Base la atracción de sus ideas en estudios históricos. Muestre que su idea no es algo nuevo, sino que otros ya la han aplicado antes con buen éxito.
  7. Demostrando que su idea es la mejor solución disponible.
  8. Haciendo que la idea esté relacionada con lo que la gente piensa que es verdadero, bueno y decente. Muestre la significación moral de la idea y su batalla estará ganada a medias.
4. Prepare su introducción.
- A. Las primeras impresiones son importantes para el buen éxito de su discurso.
  - B. Conquiste a su auditorio ahora -- en la propia introducción!
  - C. Si su auditorio está vitalmente interesado en su tópico antes de que usted empiece, naturalmente hay menos necesidad de hacer esfuerzos especiales para despertar su atención; pero esté seguro de que ellos están interesados!
  - D. He aquí algunos métodos usados por oradores de éxito para conquistar la atención de su auditorio:
    1. Use una frase inicial llamativa. Usualmente un punto importante tomado de su discurso.
    2. Use una cita. Esto es a menudo eficaz si está relacionado con el resto de su discurso.
    3. Afirme audazmente su problema. Enfrente al auditorio con la tarea instantáneamente. Hágales saber cuál es el problema AHORA. No les deje tratando de adivinar!
    4. Cuente una anécdota. Ella puede ser humorística o seria. Pero debe estar relacionada con el resto de su discurso, en lo posible. PUEDE USTED contar con gracia una historia divertida?



5. Un reto o desafío frecuentemente llamará la atención. Pero tenga cuidado de no herir sentimientos.
  6. Acusaciones al auditorio hechas con buen humor son un buen recurso siempre que se hagan con discreción y tino. Por ejemplo: "Nosotros los Agentes de Extensión tenemos un montón de ideas descabelladas; hoy voy a llamar la atención de ustedes sobre una de las peores de ellas!"
  7. Demuestre como es que usted es una autoridad especial sobre la materia de su discurso. Usted puede por ejemplo discutir la mecanización agrícola. Entonces muéstrole brevemente por qué usted es una autoridad en asuntos de mecanización; pero no permita que el auditorio crea que usted sabe todo lo referente a esa materia!
5. Planee cuidadosamente su conclusión.
- A. Usted debe asegurarse de dejar un buen sabor en la boca de su auditorio.
  - B. Decida qué desea usted que su auditorio obtenga de la conclusión.
  - C. Evite introducir material nuevo en su conclusión.
  - D. He aquí algunos métodos que usted probablemente quiera usar para hacer una buena conclusión:
    1. Resuma el punto o puntos importantes. Asegúrese de que el auditorio recuerde, y lleve consigo, sus puntos importantes.
    2. Use un poema, una anécdota o una cita que resuma la importancia del proyecto o la idea importante del discurso o informe.
    3. Si usted quiere mover el grupo a la acción, he aquí el momento oportuno para pedir dicha acción. Un famoso gerente de ventas dijo: "Un hombre nunca será un buen vendedor mientras no pida a la gente que compré, ya sea directa o indirectamente!"
    4. Usted puede reafirmar los principios que dan razón a la acción.
    5. Una profecía es apropiada. Qué ocurrirá si el plan es adoptado.
    6. Un llamado moral es bueno.
    7. Una pregunta o un problema pueden ser adecuados. Suelen usarse en casos en que el orador no sabe la respuesta, pero desea que el auditorio mantenga su mente abierta sobre el tema, o piense sobre la solución del problema.
    8. Humor? Generalmente la conclusión no es el lugar adecuado para el humor. Este es el lugar en que usted debe emplear toda su habilidad para lograr el propósito del discurso. Si usted puede combinar esta finalidad con algo de buen humor, enfatice el punto importante y luego, sin temor alguno, use humor.

9. La intención personal puede manifestarse ante el auditorio.  
El orador puede revelar el curso de acción que él mismo piensa seguir.

Reproducido por autorización de:  
A. Conrad Posz  
Assistant Professor, Communications Skills  
Michigan State University

Usted querrá incluir los siguientes errores:

- A. Jugar con un lápiz
- B. Balancear el cuerpo
- C. Esconder las manos en los bolsillos
- D. Arreglarse la ropa
- E. Esconder materiales de instrucción
- F. Moverse para adelante y para atrás mientras habla.
- G. Juguetear con el reloj o con dinero
- H. Agitar las manos desmesuradamente.

Después que usted haya registrado en la pizarra todos los factores físicos indeseables individualizados por los estudiantes durante su pequeña representación, usted querrá preguntar a su auditorio qué otros gestos, movimientos en la plataforma, posturas, contactos con el auditorio, etc. les han molestado durante su exposición, o en su experiencia anterior. Traiga a colación algunas de las experiencias de los estudiantes en este campo.

Una vez que usted haya discutido las diversas características indeseables en la pronunciación de discursos, usted querrá probablemente terminar la sesión mencionando brevemente algunas características deseables. Probablemente usted tenga interés en obtener la lista de estas características deseables de los mismos estudiantes.

Usted querrá comentar sobre las características deseables, haciendo preguntas tales como las siguientes:

Por qué debe hablar directamente a su auditorio?

Cómo debe usar los gestos para enfatizar ciertos puntos?  
Dé ejemplos.

Qué entiende por mantener el aplomo durante la pronunciación de un discurso?

Cómo puede la pérdida de aplomo enajenar el interés de su auditorio? Puede dar ejemplos en los cuales esta situación ha acontecido?

Usted dice que un orador debe presentar una apariencia correcta. Qué entiende usted por ello?

Decimos que un orador debe aparecer entusiasta y alerta. Cuáles son algunas formas de aparecer entusiasta? Alerta?

Usted querrá escribir esas características deseables en el pizarrón a medida que son sugeridas por sus estudiantes, de modo que ellos puedan tomar nota de las mismas.

## LOS DISCURSOS Y LAS AYUDAS VISUALES

Usted querrá empezar su sesión sobre la Relación entre la Pronunciación del Discurso y las Ayudas Visuales en una forma parecida a la siguiente:

"Habrá más tarde una discusión sobre el uso de ayudas visuales en discursos, lecciones, discusiones, etc. En este momento nos interesa solamente una fase: el acto de pronunciar un discurso y su relación con las ayudas visuales."

Usted querrá hacer una breve demostración de la relación entre el acto de pronunciar el discurso y las ayudas visuales. En este caso usted puede encontrar de valor la siguiente información. En lo posible tenga las siguientes ayudas visuales a mano durante la demostración:

- A. Pizarra
- B. Gráficos y diagramas
- C. Objetos reales
- D. Fotobanda con proyector
- E. Portafolio gráfico
- F. Franelógrafo
- G. Ayudas especiales

NOTA: Si usted no desea usar realmente las ayudas visuales en sí, hable brevemente sobre cada tipo y mencione las cosas que se deben hacer y las que no se deben hacer en relación con la parte física de la pronunciación de discursos usando ayudas visuales.

En todo caso, usted querrá asegurarse de que se cubran los siguientes puntos. Ellos se aplican generalmente a cualquier ayuda visual que se use:

- A. No hable mirando hacia la ayuda visual, hable mirando al auditorio.
- B. No use ayudas visuales para substituir la lección, úselas para complementar su exposición o discusión.
- C. Cubra todas las ayudas visuales que no esté usando.
- D. No señale con su brazo cruzado a través de la ayuda visual, pues al hacerlo usted oculta la ayuda visual de la vista de su auditorio.
- E. Esté seguro de lo que va a hacer, luego hágalo con tranquilidad.
- F. No hable sobre cosas diferentes de las que está ilustrando.

Usted querrá obtener la opinión de su auditorio sobre otros puntos relacionados con el aspecto físico de la pronunciación de discursos usando ayudas visuales.

## SESION DE EJERCICIO PRACTICO

OBJETIVO desde el punto de vista del estudiante --

Como resultado de este período de instrucción, el estudiante debería:

Mejorar su habilidad para hablar en público eficazmente.

---

METODOS DE PRESENTACION: SESION DE TRABAJO EN GRUPO, DISCUSION

BOSQUEJO DE LA MATERIA:

**SUGERENCIA:** Usted probablemente quiera empezar esta sesión de práctica con todo el grupo junto. En su breve introducción a esta fase de ejercicio práctico usted querrá hacer lo siguiente:

Explicar lo que piensa hacer:

- A. Dividir al grupo en cuatro secciones: los mismos grupos que se formaron antes para la sesión de trabajo sobre preparación de discursos de 3 minutos.
- B. Presentar a los líderes de grupos, que son instructores auxiliares del curso ADECO.
- C. Explicar a los estudiantes que ellos deben pronunciar los discursos de 3 minutos que han preparado previamente en su sesión de trabajo.
- D. Explíquesles que ellos van a:
  1. Pronunciar sus discursos.
  2. Ser evaluados y criticados a continuación.
  3. Recibir instrucciones para mejorar sus respectivos discursos.
  4. Calificar cada discurso con notas de 1 a 10.
  5. Que el mejor orador de cada grupo representará a sus compañeros en una sesión posterior. Este orador seleccionado hará la misma exposición que hizo en la sesión de trabajo ante una sesión general de todos los participantes. Esta sesión tendrá lugar más tarde.

6. El orador que obtenga el segundo puesto en cada grupo preparará un discurso de presentación para presentar al mejor orador de su grupo.
7. Explique que cada grupo contará con una grabadora de cinta magnetofónica para grabar todos los discursos.

**NOTAS PARA LIDERES (INSTRUCTORES) DE GRUPO:**

1. Permita y estimule la evaluación de cada discurso, por parte del auditorio.
2. Trate de crear una atmósfera de libre participación en el grupo.
3. Cuando usted tenga su grupo reunido, explique cómo se calificará a los oradores.
4. La calificación de cada orador se hará por voto escrito.

En su carácter de líder de grupo usted querrá formular las siguientes preguntas antes de que la votación tenga lugar:

Fue claro el discurso?

Resumió bien su idea el orador?

Fue el discurso apropiado para el auditorio?

Fue su tipo de discurso apropiado para la ocasión?

Desarrolló el orador sus puntos principales y los sostuvo adecuadamente?

Usó gestos físicos, o manierismos, que aumentaron o empeoraron la calidad del discurso? Usó más tiempo del que le fuera adjudicado (3-4 minutos)? Fue convincente? Fue su voz sincera, entusiasta?

## USO DE LA VOZ

**OBJETIVO** desde el punto de vista del estudiante —

Como resultado de este período de instrucción, el estudiante debería:

Ser capaz de diferenciar el uso deseable y el uso indeseable de la voz en la pronunciación de discursos y el efecto correspondiente.

---

**MÉTODOS DE PRESENTACION:** CINTA GRABADA CON "USO DE LA VOZ"; DISCUSION

**AUXILIAR DIDACTICO:** GRABADORA DE CINTA MAGNETOFONICA

**BOSQUEJO DE LA MATERIA:**

**SUGERENCIA:** Usted probablemente deseará consultar con un profesor de vocalización y de dicción, para la preparación de una cinta magnetofónica sobre "Uso de la Voz". O bien puede usted preparar y pronunciar un breve discurso mediante el cual usted ilustra el uso de la voz. En todo caso, las cosas que usted deseará ilustrar son las siguientes:

- A. Tono fundamental.
  - 1. La voz que el auditorio espera de la edad y el sexo del orador.
- B. Límites mínimo y máximo de variación de la voz.
- C. Variación de tonalidad.
- D. Pronunciación clara.
- E. Uso del volumen de voz.
- F. Agrupamiento de palabras para mantener juntas las unidades de pensamiento.
- G. Cambios de velocidad al hablar.
- H. Evitar los hábitos defectuosos del hablar habitual.
  - 1. Muletillas tales como "ah", "este"; pronunciaci-ones peculiares; uso de regionalismos descono-cidos para el auditorio, etc.



Después de que sus estudiantes hayan escuchado su grabación, o su discurso demostrativo, usted probablemente querrá mantener una discusión en la cual ellos señalen los puntos deseables e indeseables ilustrados en el discurso.

Usted querrá hacer todas o algunas de las siguientes preguntas para estimular y dirigir la discusión:

El orador era un hombre, de unos \_\_\_\_\_ años de edad. (Si se ha usado la cinta). Tenía el orador la voz que ustedes esperarían de un hombre de su edad?

Cómo varió la tonalidad de su voz?

Agrupó él sus palabras para mantener la unidad del pensamiento?

Pronunció claramente las palabras?

Cómo usó los cambios de velocidad para hacer su discurso más eficaz?

Evitó hábitos defectuosos del hablar habitual?

Si no los evitó, cuáles de ellos les fastidiaron a ustedes?

## USO DE LA VOZ (AUTOEVALUACION)

### OBJETIVOS desde el punto de vista del estudiante —

Como resultado de este período de instrucción, el estudiante debería:

1. Adquirir consciencia de cómo suena nuestra voz para los demás.
  2. Ser capaz de identificar las mejoras necesarias en el uso de su propia voz.
- 

MÉTODOS DE PRESENTACION: SESION DE TRABAJO; DISCUSION

AUXILIAR DIDACTICO: GRABADORA DE CINTA MAGNETOFONICA

### BOSQUEJO DE LA MATERIA:

**SUGERENCIA:** Después que usted haya terminado su sesión sobre "El Uso de la Voz", usted puede dividir de nuevo a su grupo en grupos de trabajo separados. Si usted ha grabado los discursos preparados anteriormente, sus grupos debieran ser ahora los mismos que antes, con los mismos líderes de grupo. Antes de dividir los grupos usted deberá explicar el propósito del trabajo en grupos:

- A. Escuchar los discursos de 3 minutos grabados.
- B. Los estudiantes y el instructor sugerirán formas de mejorar la voz y su uso.
- C. Explicar que convendría que los estudiantes tomaran notas de los puntos más importantes.
- D. Que los estudiantes sepan que tienen que explicar por qué piensan ellos que son necesarias las mejoras que sugieren.

### NOTAS PARA LOS LIDERES (INSTRUCTORES) DE GRUPO

Usted puede hacer preguntas "rompe-hielos" como las siguientes para que la pelota empiece a moverse:

Cuál es su crítica general sobre el discurso?

Varió eficazmente la tonalidad de la voz?

Agrupó sus palabras para mantener la unidad del pensamiento?

Fue su pronunciación mala o buena?

Notó en su manera de hablar hábitos defectuosos que le distrajeran a usted de lo que el orador estaba tratando de decir?

Si fue así, cuáles fueron dichos hábitos defectuosos?

Usted mismo probablemente querrá sugerir otras mejoras, o tal vez usted quiera invitar a expertos en oratoria a que asistan a esta sesión para que expresen sus opiniones profesionales sobre los estudiantes. Si los estudiantes imaginan por sí mismos formas de mejoramiento, ellos retendrán mejor la información adquirida.

## APLICACION PRACTICA

### OBJETIVOS desde el punto de vista del estudiante --

Como resultado de este período de instrucción, el estudiante debería:

1. Aprender la aplicación práctica, mediante la observación de buenos discursos.
2. Aprender la aplicación práctica observando la demostración de tres tipos especiales de discursos y evaluando luego su eficacia.

---

METODOS DE PRESENTACION: DISCURSOS DE LOS ESTUDIANTES; ANALISIS POR EL INSTRUCTOR

### BOSQUEJO DE LA MATERIA:

Comience la sesión explicando lo que usted se propone hacer:

- A. Presentación de cuatro discursos ganadores del primer puesto en las sesiones de trabajo previos.
- B. Cada orador es presentado al grupo total mediante un discurso de presentación a cargo de la persona de su grupo que salió en segundo puesto en el concurso de discursos.
- C. El auditorio calificará los 4 discursos mediante votación de manos levantadas.
- D. Un representante del Servicio de Extensión (o del grupo auspiciador) pronunciará el discurso de entrega de premio y ofrecerá el premio (elegido con anticipación) al orador triunfador.
- E. El orador triunfador recibirá el premio y pronunciará un discurso de aceptación.
- F. Una vez que todo esto ha sido hecho, usted analizará los discursos.

Después que usted haya explicado lo que usted se propone hacer, realice su plan. Se sugiere la posibilidad que este plan se desarrolle durante un almuerzo. Si esto no es posible, simule esta situación, tanto como le sea posible, en el salón de clases. Si usted desea grabar los discursos en cinta magnetofónica para usarlos en su análisis final, hágalo. Usted puede detener la grabadora en el punto que va a criticar. Esto permite a los estudiantes escuchar la parte exacta del discurso que usted está analizando.

## PREPARACION Y PRESENTACION DE DISCURSOS PERSUASIVOS

OBJETIVOS desde el punto de vista del estudiante --

Como resultado de este período de instrucción, el estudiante debería:

1. Ser capaz de diferenciar entre discursos expositivos y discursos persuasivos, así como su pronunciación.
2. Ser capaz de examinar consideraciones éticas en la persuasión.
3. Ser capaz de identificar ciertas falacias en la persuasión.
4. Aprender a examinar la propiedad del esfuerzo persuasivo (a la luz del tiempo, lugar, conocimiento, ocasión, comprensión, etc.)

---

MÉTODOS DE PRESENTACION: DISERTACION; DISCUSION; EJERCICIO DE PREPARAR DISCURSOS PERSUASIVOS DE CINCO MINUTOS, PARA UNA SESION ULTERIOR.

AUXILIARES DIDACTICOS: HOJAS IMPRESAS PARA DISTRIBUIR TITULADAS "ETICA EN LA PERSUASION", "PROPIEDAD DEL ESFUERZO PERSUASIVO", "LA VOZ".

BOSQUEJO DE LA MATERIA:

**SUGERENCIA:** Usted podría dividir su sesión sobre "Preparación y presentación de discursos persuasivos" en la siguiente forma:

Una lección que cubra el siguiente material:

**A. PROPOSITO**

1. Influir sobre la conducta de otros.
2. El propósito primario puede ser despertar entusiasmo, promover interés, conseguir aceptación de sus proyectos, obtener aprobación de un programa o idea, etc.
3. La meta debe ser despertar un entusiasmo duradero, del tipo de entusiasmo que no desaparecerá cuando sobrevenga la presión de otras actividades.

**B. POSIBLES VIAS PARA ALCANZAR LA MENTE DEL OYENTE**

1. El Razonamiento (o proceso del pensamiento en el ser humano)

- a. Centre la atención del oyente sobre evidencias, hechos, cifras, autoridades en la materia, lógica, para fundamentar sus afirmaciones.
  - b. Haga un desarrollo progresivo y cuidadoso desde lo que usted proclama hasta la verdad de sus afirmaciones.
  - c. Recuerde -- el hombre no es primordialmente una criatura de razón. Aristóteles dijo: "Todos los actos del hombre son necesariamente el resultado de siete causas: azar, naturaleza, compulsión, hábito, razón, pasión, deseo". Nota: Sólo una de estas causas está relacionada con la razón del hombre.
  - d. Todo apelativo hecho exclusivamente a la razón, no acompañado por un llamado a la emoción, es un apelativo débil.
2. La Emoción (o resortes psicológicos o deseos)
- a. La motivación se origina en la tendencia básica de los seres humanos a creer lo que ellos desean creer y a negar lo que ellos desean negar, a pesar de la lógica o de la razón.
  - b. Quintiliano dijo: "Las pruebas, es cierto, pueden inducir a los jueces a considerar el caso suyo como superior al de su oponente, pero el apelar a la emoción hará más, porque ella les hará desear que nuestro caso sea el mejor. Y lo que ellos desean, eso también creerán".
  - c. Para persuadir, es necesario despertar y/o crear deseos, porque solamente mediante el deseo la gente es conducida a creer o a actuar.
  - d. Las autoridades discrepan sobre cuáles son las necesidades o deseos básicos del hombre; sin embargo, puede decirse que:
    - 1) Cuatro necesidades básicas son: "Yo quiero vivir, yo quiero prestigio, yo quiero variedad y yo quiero una compañera".
    - 2) Seis deseos básicos: Autoconservación, reproducción, fortalecer o preservar el propio ego, mantener el status quo, cambiar, y promover el bien común.

- 3) Ocho deseos básicos: Autoconservación y seguridad, propiedad, poder, liderazgo y reputación, afecto, sentimientos (derecho, honor, etc.), gustos, aventura.
  - 4) Existen muchas listas parecidas a las anteriores.
    - e. Para influir sobre otros, usted debe estudiar y construir sobre tales deseos.
    - f. Para influir sobre otros, usted debe mostrar cómo lo que usted está proponiendo ayudará al oyente a satisfacer los deseos que usted ha despertado.
3. La Racionalización (dar una razón aceptable, antes que la razón verdadera)
- a. En la persuasión, usted busca lo que una persona quiere hacer, o bien desarrolla en ella tal deseo; después le proporciona una razón lógica para hacerlo.
  - b. Además: cuando esté apelando a motivos egoístas, acompañe estos estímulos con motivaciones más elevadas.

#### C. CARACTERISTICAS DEL CONTENIDO

1. Sea concreto y específico.
  - a. En lugar de decir: "Una enorme suma de dinero, \$150.000", diga: "\$150.000 pesos o sea lo suficiente para comprar 50 tractores nuevos".
  - b. En lugar de decir cuantas toneladas de granos se produjeron en su municipio, diga -- "bastante como para llenar 1000 vagones de ferrocarril, o un tren de diez millas de largo".
2. Use el contraste
  - a. Muestre lo grande o lo pequeño de una misma cosa.
  - b. Al presentar un ejemplo de fracaso continúe con uno de buen éxito.
3. Use frases vividas y palabras llenas de vida.
  - a. Un ejemplo: "Hay escritura para la lectura y escritura para la basura". "Una cosa es usar las relaciones públicas y otra cosa es abusar de ellas".

- b. Experimente con metáforas y similitudes.
  - c. Use palabras que muestren acción.
  - d. Use palabras y frases que pinten escenas.
  - e. Use palabras que sean claras.
  - f. Use palabras y frases que muevan las emociones y la imaginación.
4. Utilice un "slogan"<sup>+</sup> como el elemento clave, cuando sea posible.
- a. Si usted puede expresar el corazón de su discurso con un slogan, repita ese slogan varias veces.
  - b. Ejemplos: "Más maestros que soldados", "O el Brasil acaba con la hormiga, o la hormiga acaba con el Brasil", "El petróleo es nuestro", "La pausa que refresca", "Sea panameño, hable en castellano y cuente en balboas", "Ni millones ni limosnas: queremos justicia".
5. Use motivaciones fuertes según lo discutido anteriormente en el punto B.

#### D. POSIBLES PLANES DE ORGANIZACION:

1. La "secuencia de la motivación" es un posible plan.
- a. El paso Atención:  
Haga que el auditorio sienta — Yo quiero escuchar.
  - b. El Paso Necesidad:  
Haga que el auditorio sienta — Algo debe hacerse.
  - c. El Paso Satisfacción:  
Haga que el auditorio sienta — Esto es lo que debemos hacer para satisfacer la Necesidad.
  - d. El Paso Visualización:  
Haga que el auditorio sienta — Puedo verme a mí mismo gozando de la satisfacción de hacer esto.

<sup>+</sup> Frase corta y expresiva, pegadiza o fácil de recordar, que se usa en propaganda para sintetizar el mensaje y entregarlo en forma penetrante y duradera.



- e. **El Paso Acción:**  
Haga que el auditorio sienta — Yo lo haré.
2. Otro plan se denomina "Ley del oyente para la organización".
- a. Paso del "Huelo Fuego" (Excitación)  
Con sus palabras inicie un fuego — El auditorio empieza a pensar "Huelo Fuego" (se excita)
  - b. Por qué inició este señor esto?  
El auditorio se está preguntando por qué inició usted "el fuego"; por ello tiene usted que construir un puente para ligar el interés del auditorio.
  - c. "Por ejemplo"—  
Ahora, refiérase a casos concretos; dé "por ejemplos"
  - d. "Y de ahí?"  
Pida acción. El auditorio estará pensando: "Qué espera él que haga yo?"
3. Otro plan es el orden "Solución de Problema"
- a. Paso de atención — despierte al auditorio.
  - b. Plantee el problema, explique su origen y significado.
  - c. Proponga una solución para el problema.
  - d. Solicite acción.
4. Existen muchos otros planes.

Al disertar sobre las consideraciones éticas en la persuasión, usted querrá probablemente mencionar y discutir lo siguiente:

- A. Diga siempre la verdad.
- B. Sepa de qué está hablando.
- C. Respete los derechos de ambas partes a ser escuchadas.
- D. Sepa cuándo ser y cuándo no ser persuasivo.
- E. Consulte la hoja impresa sobre "Ética en la Persuasión", para mayores detalles.

Distribuya la hoja impresa sobre "Ética en la Persuasión" y dé suficiente tiempo para que sus estudiantes lean y asimilen su contenido. Después es posible que usted quiera tener una discusión sobre la ética de la persuasión.

He aquí una serie de preguntas que usted podría hacer sobre este asunto:

1. Cuando decimos, "Diga siempre la verdad", qué queremos decir exactamente?
2. Queremos significar que debemos decir la verdad aun en ocasiones en que puede no ser necesario?
3. Significa ello que debemos ser brutalmente francos hasta el punto de antagonizar con el auditorio?
4. Estamos siendo realmente persuasivos cuando debilitamos nuestra posición dando "el otro lado de la medalla" (o la posición contraria a la nuestra?)
5. Puede usted dar ejemplos de lo que significamos al decir "saber cuándo ser y cuando no ser, persuasivos?"
6. Quién debe determinar lo que es bueno para una persona o un grupo?

Al hablar de las falacias que deben evitarse en la persuasión, usted puede usar los siguientes ejemplos, u otros de su propia escogencia, para ilustrar ese punto:

1. Analogía --

a. No constituye prueba.

Usted puede decir: "He aquí un ejemplo de analogía: Debido a que un Estado en algunos aspectos se parece a una persona, éste deberá también, crecer, debilitarse y morir".

b. Si usted usa la analogía, ofrezca otra prueba.

2. Dilema -- una situación que no tiene salida.

He aquí dos tipos de dilemas: "Ha dejado usted de golpear a sus caballos?" De todas maneras usted admitirá haber castigado a sus caballos!

El orador dice: "Hay dos soluciones. La primera es mala. Por consiguiente, usted deberá aceptar la otra".

3. Generalizaciones apresuradas

a. Es la muestra observada demasiado pequeña para justificar la conclusión a que se ha llegado?

"Todos los agricultores del distrito NN del país XX crían Herefords; por consiguiente, es correcto decir que todos los agricultores del país XX crían Herefords".

b. Hay excepciones al hacer una generalización?

"Algunos agricultores en el país XX pueden estar criando solamente Angus Negros. Por consiguiente, nuestra afirmación sobre los Herefords puede no ser cierta".

c. La muestra observada puede no ser representativa del grupo total.

"Si una muestra de todos los criadores de ganado del país ABC demuestra en un estudio que ellos crían Herefords, no se probará necesariamente que la raza Hereford es la mejor, ya que los criadores de ganado del país ABC son diferentes de los del país MNO".

4. Relaciones causales equivocadas.

a. Un evento que sigue a otro en el tiempo no es necesariamente causado por el primer evento.

"El hecho de que un ternero murió después de una tormenta no es razón para creer que la tormenta causó la muerte del animal".

b. Frecuentemente se adscriben efectos a causas no necesariamente capaces de producir los resultados que se le atribuyen.

"El hecho de que una sequía causó que la cosecha de un agricultor fuese pobre, no es razón para creer que las sequías siempre hacen que las cosechas sean pobres".

- c. Puede hacerse algo para evitar que el efecto se produzca o tenga lugar?
5. Estadísticas que mienten --
- a. Asegúrese de que las unidades comparadas sean realmente comparables.
- b. Asegúrese de que las estadísticas comparadas cubren un período de tiempo suficiente.
- c. Use solamente estadísticas que cubren un suficiente número de casos.
- d. Use el promedio correcto para dar medidas típicas de grupo. Media, mediana, modo.
- e. Asegúrese de que la cantidad medida es un índice de la cosa sobre la cual usted está presentando información.
- "Supongamos que las royas han causado una cosecha pobre. Podría usted haber obtenido una cosecha mejor de trigo si usted hubiera plantado una variedad resistente a las royas?"
- "Hay en las librerías un libro titulado "Cómo Mentir con Estadísticas!"
- "Sería correcto decir, por ejemplo, que si las heladas ocasionan cosechas pobres de naranjas -- por consiguiente, la helada es mala para papas también?"
- "Usted ciertamente no diría que porque 125 personas perdieron su vida en Año Nuevo del año pasado, 125 personas perderán sus vidas cada Año Nuevo".
- "Porque los registros muestran que 18 niños de cada 50 perdieron sus vidas cuando contrajeron la poliomielitis, no quiere decir que la mortalidad nacional por polio es de 36 por ciento!"
- "Si usted dice que el ingreso agrícola promedio en un cierto distrito fue de \$25,000 por año, usted estaría en lo cierto. Pero representa esa cifra lo que usted realmente quiere significar, si un agricultor hace \$100.000 y el resto alrededor de \$2,000?"
- "El hecho de que el maíz híbrido en cierta región rinde un promedio de 5 toneladas por hectárea no significa que todo el maíz de esa región rendirá 5 toneladas por hectárea".

6. Argumentar yéndose por las ramas para esquivar el punto principal.
- a. Un método es confundir el tema en discusión con el hombre o los hombres envueltos en dicho tema. "Usted ciertamente no diría que porque Kruschev es gordo y desgarbado, y porque usa expresiones campestres, que él es un ignorante".
- b. Otro método es tratar de obtener aceptación de una idea alabando al interlocutor. "Usted diría: 'Todos ustedes tienen inteligencias superiores a las normales, de modo que yo sé que ustedes estarán de acuerdo conmigo cuando digo que . . .'".
- c. Otro método es querer probar algo recurriendo a la autoridad, costumbre, o tradición, en lugar de depender de la razón. "Mi padre obtuvo buenas cosechas cultivando sus campos con arado de madera. De modo que el arado de madera es bueno para todos nosotros".
- d. Argumentando en favor de un punto distinto de aquel que está en discusión. "Yo digo que la rotación de cultivos es buena. De modo que es mejor sembrar maíz a golpes que a chorrillo, si usted quiere obtener muchas toneladas por hectárea".
- e. Apelando al prejuicio y a la pasión, en lugar de la razón. "Todos estamos de acuerdo en que apelando al prejuicio y a la pasión ciertamente se motivará a la gente, pero eso no es un argumento sano. Hemos oído quizás expresiones como éstas: 'No podemos permitir que estos soplores del gobierno quieran hacernos cambiar nuestra forma de trabajar. Qué se creen ellos, jovencitos insolentes que piensan que lo saben todo!'"

- |   |  |
|---|--|
| 7. El enfoque de "procesión"                      | "Vayamos todos con el grupo! Si todos están haciendo esto, debe ser bueno!"  |
| 8. Silogismos falaces                             | "Todos los demócratas creen en la ayuda a los países subdesarrollados. El Presidente Eisenhower cree en dicha ayuda. Luego Eisenhower es demócrata". |
| 9. Puras mentiras                                 | "Este programa puede revolucionar nuestra agricultura en menos de dos años!"   |
| 10. Opinión personal afirmada como hecho o verdad | "Yo digo que las vacas de este lugar no sirven para nada!"   |

Usted probablemente querrá discutir el tema de las falacias a evitar en persuasión, con cierto detenimiento. Trate de obtener algunos buenos ejemplos de sus estudiantes y luego haga que los otros decidan si aquellos son buenos ejemplos o no.

Usted querrá incluso grabar una corta dramatización en la cual algunos de los ejemplos mencionados sean usados. Luego desafíe a sus estudiantes a ver quién de ellos identifica mayor número de falacias.

A continuación, usted puede hablar sobre cuándo usar la persuasión. Usted puede establecer una situación hipotética y luego hacer que sus estudiantes contesten las preguntas que siguen. Reparta ahora las hojas sobre "Oportunidad del Esfuerzo Persuasivo".

Es éste el momento adecuado para ser persuasivo?

Es ésta la ocasión oportuna?

Es éste el lugar oportuno?

Tiene la gente suficiente conocimiento sobre el tema?

Tiene la gente suficiente comprensión del tema?

Si usted decide emplear una dramatización grabada mediante la cual los estudiantes pueden probar su conocimiento sobre cuál es el momento oportuno para usar la persuasión, usted podría incluir los siguientes puntos:

Ejemplo:

- A. Ha habido una prolongada sequía y usted quiere abogar por el riego. Aprovecha una reunión de un grupo de agricultores que se congregaron para sus propios propósitos.
- B. La ocasión en que va a hablar es una reunión convocada para oponerse a los planes para traer agua de otros lugares.
- C. La gente conoce los puntos de vista suyos sobre riego.
- D. El salón es grande y no hay un equipo de altoparlantes disponible.
- E. El auditorio sabe muy poco sobre riego.
- F. El auditorio acaba de ver unos dibujos animados muy graciosos.
- G. Alrededor de 12 de la noche le toca a usted su turno para expresar sus puntos de vista.

**EJERCICIO DE PREPARACION DE DISCURSOS PERSUASIVOS DE 5 MINUTOS**

Al final de su sesión, usted querrá asignar la tarea de preparar discursos persuasivos de cinco minutos para la próxima sesión. (Esta sesión debe planearse con la suficiente anticipación como para dar a los estudiantes bastante tiempo para preparar sus discursos). Usted puede dar las siguientes instrucciones:

- A. Que el grupo se dividirá en cuatro secciones, como se hizo antes.
- B. Que los estudiantes pronunciarán sus discursos persuasivos en la próxima sesión.
- C. Que el auditorio y miembros del personal de instructores evaluarán cada charla.
- D. Que cada estudiante escogerá su propio tema, o --
- E. Usted mismo asignará los temas a los estudiantes.

---

A CONTINUACION ESTAN LOS AUXILIARES DIDACTICOS IMPRESOS, "ETICA EN LA PERSUASION" Y "OPORTUNIDAD DEL ESFUERZO PERSUASIVO", A LOS QUE SE HACE REFERENCIA EN ESTE CAPITULO. TAMBIEN ESTA EL AUXILIAR DIDACTICO IMPRESO SOBRE "LA VOZ" QUE PUEDE SER USADO EN CONEXION CON ESTE TEMA.





**programa de adiestramiento de  
extensionistas en comunicaciones  
ADECO**

UNIDAD II -  
COMUNICACION ORAL  
Sección 2 -  
COMO HABLAR EN PUBLICO

**ETICA DE LA PERSUASION**

La responsabilidad ética de todo orador cuando persuade a otros incluye:

1. Decir siempre la verdad.
  - A. La honestidad es lo mejor porque es lo correcto.
  - B. La honestidad es lo mejor porque es lo más práctico.
    - 1) La sanción por las falsedades deliberadas es tremenda.
    - 2) Una falsedad cometida por un orador y descubierta por el público, puede arruinar su carrera como profesor, como extensionista, como político o cualquiera otra profesión.
    - 3) La deshonestidad no vale el riesgo que se toma con ella.
2. Sepa de que está usted hablando.
  - A. Deberá examinar primero el problema cuidadosamente.
  - B. Deberá recolectar todos los hechos disponibles.
  - C. Deberá oír ambos lados de la cuestión.
  - D. Deberá ponderar las evidencias contradictorias.
  - E. No debe pretender pasar por autoridad cuando no es tal.
  - F. Deberá decidir si las motivaciones son legítimas.
  - G. Solamente después de todo esto una persona puede justificar la tentativa de influir sobre otras para que acepten una creencia, idea o acción.
3. Respetar el derecho de ambos aspectos de la cuestión a ser oídos.
  - A. Deberá estimular la consideración de ambos lados del asunto.
  - B. Deberá defender el derecho de la minoría a ser oída.
  - C. Deberá, si es necesario, estar listo a presentar argumentos favorables al adversario, de manera desprejuiciada.
  - D. Una persona educada tiene la responsabilidad de servir como "vocero de la conciencia" cuando los puntos de vista no podrían ser oídos de otra manera.
4. Saber cuándo ser y cuándo no ser persuasivo:
  - A. Es difícil de decidirse a causa de preguntas tales como:
    - 1) Los fines justifican los medios?
    - 2) Deben los intereses de la sociedad prevalecer aun a expensas de los individuos?
    - 3) Quién determina lo que es bueno para una persona o un grupo?
    - 4) Si un nuevo método lleva a un hombre a una producción o a una prosperidad mayor, no podría él sin embargo ser más feliz haciendo las cosas a la manera antigua? Puede él ajustarse a lo nuevo?
    - 5) Cómo sabe usted que la solución que usted ofrece es la mejor posible?

- B. Cada vez que una persona o grupo, o agencia, decide qué es bueno para otros, está aceptando una grave responsabilidad. Esto es lo que usted, como orador, acepta siempre que intenta persuadir un individuo o grupo a aceptar una idea o plan, o intenta lograr que la gente lo siga en sus creencias.

Reproducido por autorización de:

A. Conrad Pess

Assistant Professor, Communication Skills

Michigan State University

**programa de adiestramiento de  
extensionistas en comunicaciones  
ADECO**

UNIDAD II -  
COMUNICACION ORAL  
Sección 2 --  
COMO HABLAR EN PUBLICO

**OPORTUNIDAD DEL ESFUERZO PERSUASIVO**

1. **Es éste el momento oportuno para ser persuasivo?**
  - A. Sucedieron recientemente algunos hechos que puedan evitar que la gente acepte mis ideas o planes?
  - B. Está el verdadero climax demasiado distante como para permitirme provocar entusiasmo?
  - C. Es la hora demasiado avanzada en la noche como para que la gente se entusiasme?
  - D. Acabó alguien (el orador presidente en el programa) de dar una charla humorística y tornó imposible que yo traiga al grupo a una actitud mental seria?
  
2. **Es ésta la ocasión propicia para ser persuasivo?**
  - A. Es la ocasión poco relacionada con mis propósitos?
  - B. Es la ocasión contraria a mis fines?
  - C. Hay una atmósfera poco propicia para que la persuasión sea efectiva?
  
3. **Es este un lugar oportuno para ser persuasivo?**
  - A. Estoy seguro de poder ser oído?
  - B. Es el local de la reunión de tal naturaleza que un esfuerzo persuasivo sobre mi tema resultaría fuera de lugar?
  - C. Está la gente tan desparramada que sería imposible conseguir ningún sentimiento de unidad o cohesión entre ellos?
  
4. **Tienen las personas conocimiento suficiente sobre el asunto?**
  - A. Puede la persuasión ser efectiva cuando las personas no tienen conocimiento suficiente sobre el asunto como para tomar una decisión adecuada?
  - B. Puede la persuasión justificarse cuando el auditorio no tiene conocimiento suficiente para tomar una decisión acertada?
  - C. Desconfiará la gente de una sesión persuasiva en un asunto en que están mal informados?
  - D. Podrá la gente entusiasmarse sobre un tema acerca del cual están relativamente poco informados?
  
5. **Tienen las personas del público una comprensión suficiente del asunto?**
  - A. Aceptará la gente aquello que no pueden entender?
  - B. Si aceptan, puedo yo honestamente justificar persuadirlos a aceptar aquello que ellos no entienden?
  - C. Será la gente leal a una decisión que ellos no comprenden, o a una decisión basada en hechos que ellos no entienden?

Reproducido por autorización de:

A. Conrad Posz

Assistant Professor, Communication Skills  
Michigan State University



**programa de adiestramiento de  
extensionistas en comunicaciones  
ADECO**

**LA VOZ**

1. La voz eficaz debe tener el tono fundamental que el auditorio esperarí­a de la edad y el sexo del orador.
2. La voz eficaz debe variar en tonalidad a medida que se pronuncian las palabras.
  - A. Una variaci3n de una octava por encima y una octava por debajo del tono fundamental es deseable.
    - a. El cambio de la tonalidad de la voz dentro de esas dos octavas mejorar­a los resultados vocales.
      - 1) Evitar­a la voz mon3tona.
      - 2) Esas variaciones en tonalidad dar­an significado a las palabras.
    - b. Variaciones planeadas de tonalidad ayudar­an a expresar los significados que quiere dar el orador.
      - 1) Se dar­a 3nfasis a las palabras que se desee destacar.
      - 2) Las sutilezas de pensamiento se har­an evidentes.
  - B. Las variaciones de tonalidad har­an la audici3n m­as f­acil.
3. El uso eficaz de la voz debe tener volumen adecuado.
  - A. Enuncie claramente cada parte de una palabra. Esto ayudar­a a que se produzcan los sonidos correctos.
    - a. La boca, la nariz, etc. pueden ayudar a amplificar los sonidos.
    - b. Tomando m­as tiempo para pronunciar cada parte de una palabra usted hace a la palabra m­as clara.
  - B. El volumen debe ser variado.
    - a. La variaci3n produce atenci3n.
    - b. La variaci3n proporciona el 3nfasis adecuado.
    - c. La variaci3n ayuda a expresar significados.
4. La voz eficaz efectúa cambios en la velocidad en que los sonidos son pronunciados.
  - A. El agrupamiento de palabras mantiene juntas las unidades de pensamiento.
    - a. El n­umero de palabras agrupadas var­a con el material, el orador y la ocasi3n.
    - b. Cambios en tonalidad y en agrupamiento de palabras generalmente van juntos.
  - B. El orador puede entonces controlar su respiraci3n y tonalidad, cambiando las variaciones de volumen si cambia la velocidad del discurso.
  - C. El cambio en velocidad da a los oyentes oportunidad para descansar, para entender los significados de las ideas, y para prepararse para nuevos pensamientos.

Reproducido por autorizaci3n de:  
Russell L. Jenkins  
Assistant Professor, Communication Skills  
Michigan State University



## EJERCICIO PRACTICO

OBJETIVO desde el punto de vista del estudiante —

Como resultado de este período de instrucción, el estudiante debería:

Mejorar su capacidad de hablar persuasivamente en público

---

METODOS DE PRESENTACION: DISCURSOS POR LOS PARTICIPANTES; EVALUACION EN CADA GRUPO DE TRABAJO POR EL AUDITORIO Y EL PERSONAL INSTRUCTOR RESPECTIVOS

AUXILIAR DIDACTICO: GRABADORA DE CINTA MAGNETOFONICA

BOSQUEJO DE LA MATERIA:

Durante esta sesión de práctica los participantes se dividirán en sus respectivos grupos de trabajo, bajo la dirección de un líder de grupo o instructor.

En cada grupo usted probablemente quiera tener una grabadora de cinta para grabar los discursos persuasivos. Estos podrán usarse más tarde en el período de evaluación.

Usted querrá manejar su grupo en la siguiente forma:

1. Haga que cada participante pronuncie su discurso.
2. Al final del mismo, el auditorio y el líder de grupo lo evaluarán, calificando a cada orador según la forma en que pronuncia su discurso, la voz, etc.
3. Discuta tanto las buenas como las malas características de cada discurso y sugiera mejoramientos si éstos fueran necesarios.

## EVALUACION Y APLICACION

### OBJETIVOS desde el punto de vista del estudiante --

Como resultado de este período de instrucción, el estudiante debería:

1. Clarificar su pensamiento sobre lo que se hizo y por qué se hizo.
2. Evaluar la eficacia de lo que se ha hecho.
3. Identificar posibles modificaciones de este programa a la luz de límites de tiempo, lugares, personal instructor, número de participantes, etc., diferentes.

---

METODO DE PRESENTACION: DISCUSION DE GRUPO

AUXILIAR DIDACTICO: PIZARRA

BOSQUEJO DE LA MATERIA:

Para iniciar la discusión, usted querrá formular algunas o todas las preguntas siguientes:

Cómo prepararía usted un programa similar en su propio país o estado?

Qué cambios haría usted a lo que hemos hecho?

Por qué hemos hecho lo que hicimos?

Qué clase de instructor es deseable?

Cómo manejaría usted programas de diferente duración?

Qué puede usted hacer en una sesión de 3 horas? Qué puede usted hacer en una de 8 horas?

Dónde realizaría usted estas reuniones?

Qué tipo de facilidades son necesarias?

Qué tipo de ambiente?

MATERIAL DE CONSULTA:

Brigance, W. Norwood, Speech Communication, New York, Appleton Century-Crafts, Inc., 1947.



- Winans, James A., *Speech Making*, New York, Appleton Century-Crafts, Inc., 1938.
- Gray, Giles & Waldo W. Braden, *Public Speaking*, New York, Harper & Brothers, 1951.
- Hollingsworth, H. L., *The Psychology of the Audience*, New York, American Book Co., 1935.
- McBurney, James, & Ernest J. Wrage, *The Art of Good Speech*, New York, Prentice Hall, Inc., 1953.
- Lee, Irving, *How to Talk with People*, New York, Harper & Brothers, 1952.
- Oliver, Robert T., *The Psychology of Persuasive Speech*, New York, Longmans, Green & Co., 1951.
- Phillips, David C., *Oral Communication in Business*, New York, McGraw-Hill Book Co., Inc. 1955.
- Oliver, Robert, Dallas Dickey & Harold Zelko, *Communicative Speech*, New York, The Dryden Press, Inc., 1949.
- Anderson, Virgil, *The Training of the Speaking Voice*, New York, Oxford University Press, 1942.
- Karr, Harrison, *Developing Your Speaking Voice*, New York, Harper & Brothers, 1953.
- Monroe, Alan H., *Principles and Types of Speech* (3rd. ed.) Chicago, Scott Foresman & Co., 1949.
- Baird, A. Craig, & Franklin H. Knowler, *General Speech*, New York McGraw-Hill Book Co. Inc., 1949.
- Chase, Stuart, *The Proper Study of Mankind*, New York, Harper & Brothers (Revised Edition) 1956.
- Lyle, Guy R. & Guinagh Kevin, *I Am Happy to Present*, New York, The H. W. Wilson Co. 1953.
- Peabody, George Eric, *How to Speak Effectively*, New York, John Wiley & Sons Inc. (Second Edition) 1942.
- Lee, Irving J., *Language Habits in Human Affairs: An Introduction to General Semantics*, New York, Harper & Brothers, 1941.
- Miller, George, A., *Language and Communication*, McGraw-Hill Book Co., 1951.
- Sapir, Edward, *Language: An Introduction to the Study of Speech*, New York, Hartcourt, Brace & Co., 1921.
- Chase, Stuart, *Power of Words*, New York, Hartcourt, Brace & Co.



IICA  
301.243  
P 76p  
2

7758

Puerto Rico

Gufa para el instructor

FECHA	PRESTADO A
16-11-70	ANSORENA
11-VI-71	A. Tscherny
16-VI-71	A. Tscherny
16-VI-71	

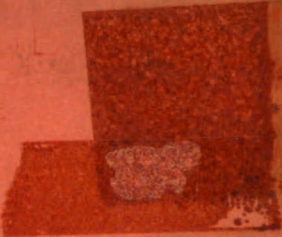
IICA  
301.243  
P 76p  
2

7758

Puerto Rico

Gufa para el instructor.





Como h

no