

## 2ª UNIDAD

### GUÍA 14 – EL DISCURSO PÚBLICO

Nombre: \_\_\_\_\_ Curso: \_\_\_\_\_

Objetivo:

**OA 3:** Evaluar críticamente textos de diversos géneros no literarios (orales, escritos y audiovisuales), analizando cuando corresponda:

- Intenciones explícitas e implícitas del texto.
- Tratamiento de temas y veracidad de la información.
- Presentación de ideologías, creencias y puntos de vista.
- Posicionamiento del enunciador frente al tema y el rol que busca representar ante la audiencia.

### 1ª SESIÓN: EL DISCURSO PÚBLICO.

Constantemente estamos escuchando o leyendo distintos tipos de textos que pueden ser considerados como públicos. Estos textos, en términos generales, pueden ser escritos u orales, desarrollan un tema que es de interés general para un gran número de personas (de ahí su carácter de público), su emisor está investido de autoridad y su finalidad más importante es la de convencer al auditorio que lo recibe, llevándolo a tomar una determinada actitud o postura frente a lo que se expone.

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

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

#### 1. Estructura.

La estructura básica utilizada para este tipo de discurso es:

- ❖ **Vocativo Inicial:** se enuncian los asistentes a la ceremonia, en estricto orden jerárquico
- ❖ **Introducción o exordio:** corresponde a la unidad discursiva que plantea el tema, explicita la situación en la cual se produce (que puede considerar tanto el lugar en el cual se desarrolla el proceso comunicativo como los antecedentes que llevan a hacer referencia al tema planteado) y motiva a la audiencia a través de recursos persuasivos (lógico-racional o emotivo) que involucren al receptor en el discurso.
- ❖ **Exposición:** desarrollo del tema planteado, presentando argumentos, hechos, recursos discursivos, elementos no verbales (como gráficos, cuadros), etc. que permitan mantener la atención del auditorio y posibiliten comprender el tema. Aquí es importante considerar aspectos como la claridad en la exposición de las ideas, el orden de desarrollo de los diferentes aspectos del tema para no confundir y el tipo de receptor al cual va dirigido para determinar el nivel de profundidad de las ideas y el lenguaje a utilizar. En síntesis, como es un discurso dirigido a un gran número de personas, se deben considerar una serie de factores y de recursos, que permitan que el público entienda lo que se expone.
- ❖ **Conclusión o peroratio:** unidad discursiva que cierra el discurso. En general, se tiende a hacer una síntesis de lo expuesto, rescatando aquellos aspectos más importantes, y se apela que los receptores tomen una posición favorable frente a lo manifestado; además, se debe agradecer la atención prestada por la audiencia.

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

- **La intención:** el emisor de un discurso público puede tener diversidad de intenciones al emitir su mensaje. Entre ellas, se encuentra: informar, convencer, exponer, lograr acuerdo o aprobación, etc. Esta intención puede estar explícita o implícita en el texto, siendo importante que el emisor la considere cuando se elabora el discurso.
- **Propósito o finalidad:** Se relaciona con la intención y corresponde al objetivo que se persigue a través del discurso público. Debido a que considera temas de interés general, involucra a los receptores, comunicándoles determinadas concepciones o interpretaciones de la

realidad con el fin de que el auditorio se comprometa con lo postulado y provocando una reflexión que los lleve a tomar decisiones o adherirse a determinadas actitudes o comportamiento.

- Organización de las ideas: A partir del planteamiento del tema, las diversas ideas que configuran el discurso, deben organizarse en orden de importancia, entregando justificaciones adecuadas, que permitan a los receptores entender cuál es la posición que se plantea. Es importante evitar las divagaciones, incoherencias o ideas inconclusas, pues todo esto solo atenta en contra del discurso, impidiendo una adecuada comprensión por parte del auditorio.
- Uso de los distintos tipos de discursos: En estos discursos, se integran las diversas formas discursivas: expositiva, argumentativa, descriptiva, narrativa, informativa. La elección de cada una dependerá de lo que se propone el emisor. Por ejemplo: para motivar al público, puede narrar una anécdota que los receptores puedan sentir cercana; otra parte, para defender su posición, puede presentar cuadros comparativos con información que muestre que su posición es mejor.
- Relación jerárquica emisor-receptor: La relación que se establece entre ambos es asimétrica. El emisor está investido de autoridad (con su cargo o conocimiento), mientras que el receptor está recibiendo nueva información.
- Uso de la “enciclopedia” o conjunto de saberes: Como el discurso es emitido hacia un grupo del cual se conocen solo sus características generales, el emisor debe ser muy cuidadoso respecto de omitir aquellas informaciones que sean relevantes. No es posible determinar si todo el grupo maneja el mismo nivel de conocimientos, por lo que, al elaborar un discurso público, se deben evitar los supuestos que puedan crear ambigüedad o confusión.
- Perspectiva del emisor: Quien emite este tipo de discurso, puede tomar distintas posiciones frente al tema. Por ejemplo:
  - *Objetiva:* se remite solo a informar, evitando entregar opiniones que manifiesten su visión personal frente a lo expuesto.
  - *Crítica:* entrega argumentos que hacen referencia no solo a los aspectos positivos del tema, sino también a los problemas o posibles deficiencias que tenga su planteamiento. Por otro lado, esta posición puede manifestarse al intentar defender su postura, cuando señala los aspectos negativos del estado actual del tema tratado, postulando su planteamiento como una opción más válida.
  - *Admirativa:* se da sobre todo en los discursos conmemorativos, en los cuales se rescatan los aspectos positivos del hecho o personaje que causa la celebración.
  - *Reflexiva:* el desarrollo de su tema se enmarca en una reflexión o desarrollo de pensamiento, mediante la argumentación, intentando llevar al receptor a la comprensión de sus ideas de una manera profunda y no solo superficialmente.
  - *Problematizadora:* el emisor, a través de su discurso, intenta crear conflicto en sus receptores, enfrentándolos el problema del cual surge su tema. Con esto, pretende crear una reacción más activa de su auditorio.

## 2. Factores de la comunicación.

- ❖ **Emisor:** Como ya se ha dicho, el emisor corresponde a una persona que posee autoridad para emitir el discurso, ya que esto lo hace válido ante quienes reciben el mensaje. Además de una persona, el emisor puede ser una institución, que también debe cumplir las características de autoridad (por ejemplo: comunicados del Gobierno de Chile).
- ❖ **Receptor:** Corresponde a un receptor colectivo público. Es un grupo de personas que reciben, como conjunto, el mensaje. Si bien en el discurso, en la parte introductoria, se puede destacar a algunos (por ejemplo: Señor Presidente, Señores Ministros, señoras y señores), el discurso va dirigido a la totalidad. La variedad de emisores es un aspecto importante a considerar cuando se estructura el texto.
- ❖ **Mensaje:** La estructura que toma es de discurso, considerando las partes ya señaladas: introducción, exposición y conclusión.
- ❖ **Tema:** Corresponde a temas de interés público o general. El tema debe guardar relación con aquello que es de interés para el grupo al cual va dirigido.

- ❖ **Situación:** Es emitido en situaciones formales, que cumplen con cierta ritualidad (por ejemplo: presentación del exponente, aplausos, silencio del auditorio mientras el exponente habla, etc.)
- ❖ **Código:** Se utiliza un nivel formal y culto, haciendo uso de recursos verbales, no verbales y paraverbales, los que permiten enfatizar, aclarar, informar, destacar diversos aspectos del tema, etc. La correcta utilización del código, implica considerar el tipo de receptor. Por ejemplo: no se pueden utilizar términos técnicos y de poco uso para hablar frente a personas que no manejen el tema. El lenguaje debe adecuarse a los oyentes, pues, de lo contrario, no se entenderá.
- ❖ **Canal:** Puede realizarse a través de los medios de comunicación de masa o directamente.

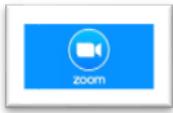
### 3. Modos enunciativos del Discurso Público:

- Modo elocutivo (yo): se utiliza para lograr cercanía, sinceridad, subjetividad.
- Modo interrogativo: mediante una pregunta, el emisor interpela al receptor, intentando que este la responda mentalmente, lo que produce una conexión entre el emisor y el receptor.
- Modo alocutivo (tú): se centra en el receptor implicándolo o invitándolo a la acción.
- Modo delocutivo (él, ello): se utiliza para distanciarse de lo que se enuncia.
- Modo imperativo: el emisor adopta una posición que implica acción del receptor. Para que exista esto, emisor y receptor deben establecer una relación de jerarquía, donde el emisor está en un punto superior.
- Modo exclamativo: se utiliza para demostrar que el emisor muestra sorpresa o admiración, dejando al receptor como simple testigo de esta situación o invitándolo a compartirla.

Dejaremos hasta aquí el contenido de este tema para hacer un pequeño recuento que te permita comprender e internalizar de manera clara el material que has leído en esta guía.  
Para cumplir este objetivo deberás crear un mapa conceptual que sintetice el contenido de esta sesión.

EL DISCURSO  
PÚBLICO

## 2ª SESIÓN: VIDEO CONFERENCIA POR ZOOM



Marlene Rodriguez le está invitando a una reunión de Zoom programada.

**Tema: IV° A LENGUAJE – CLASE 5**  
**VIERNES 3 de jul 2020 - 10:00 AM Santiago**

Unirse a la reunión Zoom

**DESDE EL COMPUTADOR: COPIA Y PEGA EN LA BARRA SUPERIOR EL SIGUIENTE LINK:**

<https://us02web.zoom.us/j/87428436882?pwd=Nm9oOWIZRDhYem14bzUrVndsWk1WQT09>

**DESDE EL CELULAR INGRESA:**

**ID de reunión: 874 2843 6882**

**Contraseña: 3ksWJq**



Mario Guerrero le está invitando a una reunión de Zoom programada.

**Tema: IV° B LENGUAJE – CLASE 5**  
**VIERNES 3 de jul 2020 - 11:00 AM Santiago**

Unirse a la reunión Zoom

**DESDE EL COMPUTADOR: COPIA Y PEGA EN LA BARRA SUPERIOR EL SIGUIENTE LINK:**

<https://us04web.zoom.us/j/73644960758?pwd=SE1YNGpkc21TdUNxN2VncGU5QllyUT09>

**DESDE EL CELULAR INGRESA:**

**ID de reunión: 736 4496 0758**

**Contraseña: 202020**



Marlene Rodriguez le está invitando a una reunión de Zoom programada.

**Tema: IV° C LENGUAJE – CLASE 5**  
**VIRNES 3 de jul 2020 - 12:00 AM Santiago**

Unirse a la reunión Zoom

**DESDE EL COMPUTADOR: COPIA Y PEGA EN LA BARRA SUPERIOR EL SIGUIENTE LINK:**

<https://us02web.zoom.us/j/81082439853?pwd=RnFQV0JZa3ZvZHdLQnRYVVU1RmJZZz09>

**DESDE EL CELULAR INGRESA:**

**ID de reunión: 810 8243 9853**

**Contraseña: 8fMuP7**



*Envíanos tus dudas a los siguientes correos.*

*IV° medio A – IV° medio C*

[profemarlene.lenguaje@gmail.com](mailto:profemarlene.lenguaje@gmail.com)

*Profesora Marlene Rodríguez*

*Martes a las 17:00 hrs. y los viernes a las 11:00 hrs.*

*IV medio B*

[consultas.mguerrero@gmail.com](mailto:consultas.mguerrero@gmail.com)

*Profesor Mario Guerrero*

*Miércoles y viernes a las 12:00 hrs.*