

**Republica Argelina Democrática y Popular**  
**Ministerio de la Enseñanza Superior y de la investigación Científica**  
**Universidad Abdelhamid Ibn Badis – Mostaganem –**  
**Facultad de lenguas Extranjeras**  
**Departamento de Lengua Española**



**Tesina de Máster en: «Lengua y comunicación»**

**La oratoria como técnica de  
comunicación y persuasión.**

**Presentada por:**

Fella Hadjer REDJAIMIA

**Miembros del tribunal:**

**Presidente/a:**

**Director/a:** HAMMAL Kaddour.

**Vocal:**

**Curso académico:** 2019/2020.

## **Agradecimientos**

- ❖ Agradezco a Dios por guiarme y darme la fuerza mental y física para superar todos los obstáculos y realizar este trabajo.
  - ❖ Agradezco a mi familia por su apoyo y su confianza.
- ❖ Agradezco a mi director de tesis señor HAMMAL Kaddour, que gracias a su orientación y su ayuda, he podido realizar esta modesta investigación.
- ❖ Agradezco a todos los profes del departamento del español que nos han enseñado por su fuerza y sus conocimientos que han compartido con nosotros.

## **Dedicatorio**

- Quiero dedicar este trabajo a mi familia que gracias a su apoyo y su amor he llegado hasta el fin de mi carrera.
- A mis padres, a mi madre Ahmed y a mi madre Badra que Allah la proteja por su soporte y su confianza.
- A mis hermanas Rania y Khouloud por su amor incondicional y su apoyo en cada momento de mi vida.
  - A mi hermano Mohammed por su existencia en mi vida.
  - A mi cuñado Soheyb AYAD , por su ayuda y su positividad.
- A mis sobrinos Sam y Noursine que son mi amuleto de buena suerte.
- A todas mis amigas especialmente Faiza ABZIZ y Khaoula SAADI por su soporte y su ayuda, y gracias por cada momento hemos vivido conjuntas.

## INDICE:

<b>Introducción</b> .....	1
<b>Capítulo I: Los fundamentos comunicativos de la oratoria</b> .....	4
2 La oratoria .....	4
2.1 Definición de la oratoria .....	4
2.2 La importancia de la oratoria y sus fines .....	5
2.2.1 Importancia .....	5
2.2.2 Fines de la oratoria : .....	6
2.3 Tipos de oratoria .....	7
3 . Bases de la comunicación .....	8
3.1 Un buen orador .....	8
3.2 El impacto personal de la oratoria sobre el orador .....	9
3.3 La preparación de un discurso .....	9
3.3.1 Preparación remota .....	9
3.3.2 Preparación inmediata.....	11
4 Obstáculos .....	12
4.1 Psicológicos (miedo y timidez).....	12
4.1.1 Recomendaciones para superar el miedo escénico .....	13
4.2 Obstáculos técnicos .....	14
<b>Capítulo II: Las técnicas de comunicación</b> .....	16
1 Los elementos de la comunicación .....	16
2 La expresión oral efectiva.....	16
2.1 2.1. La comunicación oral .....	16
2.2 Sus características .....	17
3 La Comunicación no verbal.....	18
3.1 Los tipos del lenguaje no verbal.....	18
3.1.1 la kinesia.....	18
3.1.2 La Proxémica: .....	20
3.1.3 La paralingüística .....	21
3.2 Sugerencias para la flexibilidad de la voz.....	22

4	.El toque de humor :.....	22
5	Los Soportes visuales .....	22
5.1	La función de los soportes visuales: .....	23
5.2	Tipos de soportes visuales .....	23
5.2.1	Individuales: .....	23
5.2.2	Medios audio-visuales: .....	24
5.3	Recomendaciones del uso de diapositivas .....	24
6	Bases afectivos de persuasión .....	25
	<b>Capítulo III: Análisis e interpretación del cuestionario</b> .....	27
	<b>Conclusión</b> .....	34





## **Introducción**

---

En la vida del ser humano, todo se funciona con la comunicación, y es la cualidad que le diferencia de los otros seres vivos. El hombre es el único que puede comunicarse con otras personas verbalmente, a través de una lengua determinada que define su identidad y su naturaleza como se comunica, también con el lenguaje no verbal que es un conjunto de gestos, signos, sonidos, etc. que tienen un significado determinado.

La comunicación es el acto de intercambiar y compartir ideas e informaciones entre las personas. Es decir, es un medio que nos permite expresarse y conocer el mundo. Mientras que los medios de comunicación se desarrollan cada día, pero observamos que el hombre todavía necesita otras ventajas de expresión y sigue buscando nuevas estrategias y métodos de expresar sus ideas, informaciones, sentimientos, conocimientos, etc. Entre las figuras de comunicación, que es indispensable hoy, es la oratoria que se conoce como el arte de hablar en público con elocuencia y se llama arte por su efecto mágico de influir sobre las personas a través de unos métodos de persuasión y convención.

El objetivo de este trabajo intitulado “La oratoria como técnica de persuasión y comunicación”, es estudiar y analizar los diferentes lados de la oratoria e informar toda aquella persona que desee ser un orador profesional, a través de las técnicas y los métodos de comunicación que se debe desarrollar.

Hemos elegido este tema de nuestra tesina de Máster, porque forma parte de nuestra especialidad “Lengua y comunicación”, también por su importancia en nuestra vida y nuestra carrera en el campo de la comunicación. También para dar una motivación a la gente a participar en unas conferencias o debates por motivo de aprender a expresarse en público correctamente. Y por eso necesitamos saber ¿Qué impacto tiene la oratoria sobre la personalidad del orador? Y ¿Cómo una persona puede ser un buen orador?

Para responder sobre nuestra problemática hemos planteado las siguientes preguntas:

- ✓ ¿Qué es la oratoria?
- ✓ ¿Qué son sus fundamentos?



- ✓ ¿Cómo podemos adquirir esta capacidad?
- ✓ ¿Qué son las barreras que podemos enfrentar y como superarlos?

Lo más importante en nuestra memoria, es mostrar el sentido verdadero de la oratoria y intentar encontrar estrategias fáciles para dar la oportunidad a las personas que siempre tienen miedo de hablar en público.

Nuestra investigación ha sido realizada según un plan, estructurada y dividida de la manera siguiente:

El trabajo presentado está dividido en tres capítulos, el primer capítulo titulado “Los fundamentos comunicativos de la oratoria”, en el que hablamos de la oratoria, su definición, importancia y sus tipos. También presentamos las bases de la comunicación de un buen orador y la preparación del discurso. El segundo capítulo titulado “Las técnicas de comunicación y persuasión”, en el que presentamos los elementos de la comunicación focalizando sobre lo oral y lo no-verbal. En cuanto al tercer capítulo que representa la parte práctica de nuestra investigación, presentamos el análisis cuantitativo y la interpretación de los resultados de nuestro cuestionario electrónico.

Al momento de trabajar sobre esta investigación de nuestra tesina de fin de carrera, hemos enfrentado al obstáculo de la pandemia del virus COVID 19. Como hemos vivido momentos duros de enfermedad, problemas psicológicos, problemas financieros, también la falta de referencias, no hemos podido hacer nuestra práctica adecuadamente, también la falta de la orientación directa por nuestro tutor.

# Capítulo I

## Los fundamentos comunicativos de la oratoria

*“El que sabe pensar pero no sabe expresar lo que piensa, está en el mismo nivel del que no sabe pensar” (Pericles, año 450 a. de C.)*



## Capítulo I: Los fundamentos comunicativos de la oratoria

---

### Introducción

A lo largo de los tiempos más remotos de la historia, hablar en público fue un arte sagrado que exigió unos estudios y leyes retóricas profundizados. El orador debía elegir un lenguaje complicado y difícil para dar una belleza literaria a su discurso. Pero hoy es diferente, el hombre prefiere entender un lenguaje simple y unos términos que ya conoce y con un sentido que toca su espíritu y su cerebro ayudándole a comprender sí mismo, tomar decisiones, aprender nuevas cosas y aprovecharse más.

## 1 La oratoria

### 1.1 Definición de la oratoria

Es el arte de hablar en público a través de un conjunto de técnicas que nos permiten expresarse y comunicarse oralmente con elocuencia y sin dificultades, ante un público y sobre un tema determinado; con el objetivo de transmitir un discurso de manera eficaz y utilizar la lengua correctamente.

También es “arte de hablar con elocuencia, de deleitar, persuadir y conmover por medio de la palabra”<sup>1</sup>. Según la real academia, la oratoria es la mejor manera de hablar para persuadir y fascinar al público a través de la comunicación verbal.

La oratoria se llama también retórica, que es la ciencia que estudia el lenguaje humano y su comportamiento a través de reglas y tratamientos lingüísticos de cualquier proceso comunicativo que puede ser oral o escrito, y que tenga como fin la persuasión y la información.

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

---

<sup>1</sup> La real academia de la lengua española.

quieran hacer, puesto que están convencidos de que así debe de hacerse”<sup>2</sup>

Los historiadores creen que el nacimiento de la oratoria como arte de hablar en público fue en Sicilia, pero los griegos la desarrollaron como un símbolo de prestigio y poder político que asegura el progreso del estado, por ejemplo, Sócrates fue el fundador de una escuela de oratoria en Atenas a través de discursos profundos y bien estudiados para persuadir, convencer e informar.

## **1.2 La importancia de la oratoria y sus fines**

### **1.2.1 Importancia**

Saber una información no tiene ningún valor si no sabemos cómo decirla, aquí la oratoria desempeña un rol muy importante en nuestra vida social, profesional o personal. El arte de hablar con orden, claridad, y con eficacia, es una competencia indispensable, porque nuestra vida y nuestras relaciones se basan sobre el habla y el escucha más que la lectura y la escritura.

Según un informe de la Comisión para el Empleo del Gobierno británico lo que más se echa en falta en los candidatos que se presentan a las ofertas de empleo en 2016 es el saber persuadir e influir a terceros y elaborar discursos o presentaciones.

Bernard Bruch afirma que “la habilidad de expresar una idea es casi igual de importante que la idea misma”<sup>3</sup>. Lo que deducimos de esta cita es que la manera de transmitir o expresar una idea es una competencia muy importante que da valor a la idea misma, por eso la oratoria se considera como una técnica comunicativa que da más eficacia y claridad a la comunicación.

---

<sup>2</sup> Irma Candelaria Villafuerte Coello, *Oratoria*, p13.

<sup>3</sup> Bernard Baruch. *Reflexión Académica en Diseño y Comunicación N°XXIII*, Facultad de Diseño y Comunicación - Universidad de Palermo, 2013

### 1.2.2 Fines de la oratoria :

Como cualquier arte o ciencia, la oratoria tiene propósitos que desea alcanzar y dan un valor a este arte y que es importante precisarlos:

- **Enseñar:** a través de un discurso podemos entregar un mensaje que puede ser un conocimiento, una cultura o una teoría a través del habla, y suele ser realizada la oratoria en las sesiones académicas. Según Albán "... la oratoria se orienta a la inteligencia de los receptores, su propósito es comunicar no sólo las noticias cotidianas sino, va más allá; transmitir conocimientos de todo tipo por medio de un emisor y/o profesor..."<sup>4</sup>. Esta idea de Albán quiere expresarnos que la oratoria no tiene límites para transmitir el máximo de conocimientos al receptor y de todo tipo, y no solamente las cuestiones de la vida cotidiana. Menciona también el profesor como un emisor porque se considera como un orador a través de sus discursos que trasmite a sus estudiantes.
- **Conmover:** es atraer la atención de nuestro público, provocando sus sentimientos a través de la palabra y tocar su personalidad interna, y buscar lo que necesita emocionalmente para lograr a comunicarle de manera eficaz.
- **Persuadir:** Es empujar nuestra audiencia a crear y aceptar nuestra idea e opiniones que son verídicos y se orienta a la voluntad de los receptores a través de unos testimonios fiables y es el caso de los vendedores que motivan sus clientes para comprar sus productos o utilizar sus servicios.

**Deleitar:** es crear una belleza a través de nuestro discurso que provoca un entusiasmo, alegría y motivación en la persona y es como escuchar su canción preferida o leer su libro preferido, es lo mismo ocurre entre el orador y su audiencia.

---

<sup>4</sup> Alexander Albán Aléncar, *Manual de oratoria profesional*, Perú 2005, Marketing Mix. P: 34

### 1.3 Tipos de oratoria

Se clasifica la oratoria según el tema o la finalidad que se intenta alcanzar y a continuación se presenta en tipos:

- **Oratoria social:** También llamada sentimental, porque toca el lado de los sentimientos y se desarrolla en un ámbito donde el ser humano participa de una ceremonia.
- **Oratoria pedagógica:** Es una oratoria didáctica o académica que busca enseñar. Informar y transmitir conocimientos que esta usada por los profesores ante sus alumnos.
- **Oratoria forense:** Se usa dentro del campo jurídica para exponer y clarificar las leyes y reglas judiciales.
- **Oratoria persuasiva:** o política se usa para exponer y debatir ideas y principios o decisiones políticas.
- **Oratoria militar:** Tiene por objeto motivar el amor de la patria y puede ser discursos leídos o espontaneas
- **Oratoria sacra o religiosa:** Realiza sermones sobre la fe y la religión por los líderes de las religiones.
- **Oratoria comercial:** Es utilizada para negociar, vender administrar los recursos.
- **Oratoria artística:** es utilizada para producir arte con la voz y se usa por cantantes y artistas: teatrales, cineastas y televisivos.
- **Oratoria Deliberativa:** Es la que tiene por objeto el debate o discusión, y ocurre en las asambleas, reuniones o juntas en que suelen reunirse los hombres para acordar voluntades o contrastar opiniones

## **2 . Bases de la comunicación**

Cuando hablamos a una persona o a un grupo de personas 100% de la responsabilidad de la comunicación recae sobre los hombros del emisor que es nosotros los hablantes, y cuando nos expresamos en público debemos asegurar que entienden lo que decimos y que nuestro discurso o nuestra charla se realizó con éxito a través de las reacciones y la actitud de nuestra audiencia, por ejemplo observar sus gestos , sus miradas y si toman notas ; y de vez y cuando debe preguntar a uno o dos personas del público para garantizar que están siguiéndonos.

Conocer el público es muy importante antes de empezar a preparar nuestro discurso porque necesitamos saber cómo transmitimos nuestro mensaje a través de un estilo adecuado con la categoría de la mayoría de personas que serán presentes mediante la determinación de su edad, sexo, nivel cultural, etc. Por ejemplo, podemos expresar una idea a un niño de 8 años, a un joven de 25 años o a un viejo de 80 años, pero no la transmitimos de la misma manera ni del mismo lenguaje y aquí confirmamos que el público o el receptor es un elemento importante de la comunicación.

Una estadística ha mostrado que no solo el contenido que cuenta para asegurar una comunicación eficaz, sino hay otros factores que ayudan al emisor a crear un enlace comunicativo fuerte con el receptor; la comunicación verbal (palabras y sus sentidos) 7%, la comunicación para-verbal (tono, pausas, entonación, ritmo de voz) 38%, la comunicación no-verbal (lenguaje corporal: mirada, expresión facial, gestuales y posturales). Esta estadística se llama la regla 7% 38% 55% está basada sobre las investigaciones científicas del profesor y el psicólogo Albert Meraban en 1967 y está publicada en dos artículos «*Decoding of Inconscient Communications*» y «*Inference of Attitudes from Nonverbal Communication in Two Channel*».

### **2.1 Un buen orador**

La presencia de un buen orador afectada positivamente el éxito del discurso y se logra mediante una preparación previa, dominio del tema y recursos de apoyo.

Para el orador, llega a ser un buen conferenciante, hay dos condiciones fundamentales que pueden ayudar:

- Tener una personalidad madura, activa y productiva, capaz de auto-expresarse.
- Tener algo que decir acerca de un tema, con el cual se está compenetrado; mejor todavía sí se está implicado en él<sup>5</sup>.

No hace falta que el orador sea un especialista en el campo, pero debe dominar su tema y ser un experto porque el público espera recibir unas informaciones acertadas por eso debe comprobar los datos que va a transmitir en su discurso como las estadísticas, hechos históricos, afirmaciones científicas. a través fuentes o consultar unos expertos en el campo.

## **2.2 El impacto personal de la oratoria sobre el orador**

Saber expresarse de manera eficaz puede ayudarnos a obtener la competencia de hablar en público correctamente como cree también otras ventajas. Hablar en público conducta directamente a la autoestima.<sup>6</sup>

Cuando el orador crea que puede hablar de manera profesional y correcta a su público, puede concluir lo que va a mantener fácilmente en sus discursos y sus presentaciones. Así puede beneficiarse de doble ventajas, aprender a hablar en público de manera eficaz, aprovechando su autoestima y su personalidad. Que significa que el orador sentirá mejor emocionalmente y físicamente.

## **2.3 La preparación de un discurso**

### **2.3.1 Preparación remota**

Consiste en disponer una provisión de datos, conceptos, opiniones, recuerdos e imágenes a fin de poder recurrir a ellos, tanto para la preparación como para el desarrollo de la conferencia.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> Ezquiel Aner-Egg & Maria José Aguilar, *cómo aprender a hablar en público*, pp.24

<sup>6</sup> Dale Carnegie, *Comment parler en public*, pp.17.

<sup>7</sup> Ezquiel Aner-Egg & Maria José Aguilar, *cómo aprender a hablar en público*, p.29



Antes de cualquier discurso que se intenta presentar, debe prepararlo bien para evitar algunos obstáculos. Primero el hablante debe identificar su tema que va a presentar porque es la llave del éxito del discurso que exige una concentración profunda, también precisar su objetivo que crea una conexión emocional que inspira la audiencia, definir sus límites y evitar los detalles secundarios para no salir del contexto porque es el error de la mayoría de los oradores que suelen salir del tema y olvidar lo necesario de su sujeto. Además, debe clasificar y organizar sus ideas; argumentos y pensamientos, practicar a hablar de su sujeto del discurso con amigos y familia para analizar, modificar y corregir los errores.

Según Jeremy Donovan que es un organizador de las conferencias *TEDx*<sup>8</sup>, Gerda Grimshaw ha creado un debate en un grupo de *TEDx* en *LinkedIn*<sup>9</sup> sobre lo que les hacen felices. Y Jeremy ha clasificado los intereses de la gente que atraen su atención en un discurso o una conferencia a través de las respuestas de su pregunta:

- Interacción social con la familia, los amigos y si también con las mascotas (30.4%).
- Contacto con la naturaleza (12%).
- Obras benéficas y voluntariado (10.9%).
- Finalizar las tareas pendientes (9.8%).
- Inspirar a otras personas mediante actividades como el coaching, la enseñanza o la escritura (7.6%)
- Introspección y aprendizaje (7.6%)
- Conciencia o vivir el presente (6.5%)
- Salud, en especial entre personas que padecen enfermedades crónicas o han padecido en una enfermedad reciente (5.4%)
- Expresión personal (2.2%).
- Bienestar económico (2,2%).<sup>10</sup>

---

<sup>8</sup> TEDx: Es una organización sin fines de lucro dedicada a la promoción de ideas de las personas más brillantes que se tomen su tiempo para poder hablar y guiarnos para mejorar el mundo, enfocada en tratar 3 temas principales que son: la tecnología, el entretenimiento y el diseño, más la ciencia, negocios, arte y otros.

<sup>9</sup> LinkedIn es la red social de tipo profesional, en la que los usuarios cuelgan sus currículos online y entablan relaciones comerciales, buscando u ofreciendo trabajo.

<sup>10</sup> Jeremy Donovan, *El método Ted para hablar en público*, pp.19,20.

Desde estas respuestas concluimos que el público se categoriza según el interés y sus necesidades como la interacción social que ocupa el primer puesto en las respuestas que quiere decir el amor y la pertenecía. Por eso, los oradores profesionales suelen contar historias o experiencias que toca el lado emocional del oyente que tiene relación con el tema, como es necesario conocer el público para saber que lenguaje utilizar.

Según Richard Thibault « *un discours bien préparé mais livré au mauvais auditoire équivaut à un mauvais discours devant le bon auditoire. Il est essentiel bien connaître son public et de se préparer à lui donner une performance taillée sur mesure...* »<sup>11</sup>. Es decir que debe transmitir el mensaje al público adecuado y viceversa.

### **2.3.2 Preparación inmediata**

Para hablar delante de un público, necesitamos seguir algunas reglas para que nuestro mensaje llegue correctamente a toda la audiencia. Por eso, hay que prepararse a través de:

Primero, concentrar sobre la voz; la lectura del texto preparado con voz baja para la comprensión y tomar notas para evitar la memorización del texto a fondo. Luego la lectura con voz alta muchas veces para entrenarse sobre la pronunciación, la entonación y el énfasis.

Segundo, la competencia de escuchar bien es un punto muy importante que nos aprende a hablar en público. Un buen orador debe siempre oír a otros oradores o conferenciantes con atención para aprender a analizar y criticar que mejora nuestra capacidad de comunicación.

Tercero, llegamos al punto fundamental que es la práctica, antes de leer libros, aprender teorías, escuchar a unos profesionales. Es indispensable practicar a través de la participación en algunos cursos de oratoria, organizar conferencias entre amigos o colegas, grabar videos, etc. Después se abra la puerta de las observaciones, críticas y comentarios que nos ayudan a desarrollar nuestras competencias comunicativas y arreglar lo que falta.

---

<sup>11</sup> Richard Thibault, *Osez Parler en public*, pp.34

Traducción: un discurso bien preparado, pero destinado a una mala audiencia, es equivalente a un mal discurso dirigido a una buena audiencia. Es necesario conocer bien a la audiencia y estar bien preparado a dar la mejor presentación.

### 3 Obstáculos

#### 3.1 Psicológicos (miedo y timidez)

Renny Yagoesky define el miedo escénico como una respuesta psicofísica del organismo, generalmente intensa, que surge como consecuencia de pensamientos anticipatorios catastróficos sobre la situación real o imaginaria de hablar en público.<sup>12</sup>

La mayoría de las personas se sienten miedo o temor de hablar en público que puede afectar la cualidad de su discurso y su presentación, pero es un sentimiento natural que puede ser saludable un poco y útil, hasta los oradores profesionales viven situaciones de miedo y estrés.

Hace siglos Cicerón lo consideraba no solo natural sino necesario: “A mis ojos ...el orador, incluso el mejor, el que tiene la comunicación más fácil y ordenada, si no se intimida en el momento de tomar la palabra ...es un desvergonzado o poco menos”<sup>13</sup>.

Aquí podemos clasificar el miedo escenario a dos tipos:

- El miedo natural que es necesario porque el orador siente la responsabilidad que provoca alguna ansiedad y temor que estimula el cerebro y lo motiva a perfeccionar su presentación y nuestro comportamiento.
- El miedo paralizante se llama también glosofobia que es el temor de hablar en público y sentirse la incapacidad de coordinar o expresar ideas correctamente. El cerebro comience a secretar adrenalina a la corriente sanguínea produciendo una serie de reacciones físicas como, por ejemplo: se seca la boca y la garganta, los músculos se bloquean, la vibración en la voz, etc.

There are many reasons why these problems happened,,, as: (1) the problems are naturally will happen to whoever, even to the peoplewho have preparation. (2) The problems will appear in short of time when someone can control the reaction. (3) The problem will appear in long duration that caused otherproblems will appear when someone cannot control the condition.(4) the problems appearbecause of negative thinking and low acceptance to self-believe. On the other side,excessive worry, fear, afraid of making mistake and afraid of being criticize...<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup> Eva María Rodríguez, *Como superar el miedo escénico a hablar en público*, disponible en <https://lamenteesmaravillosa.com/como-superar-el-miedo-escenico-a-hablar-en-publico/>

<sup>13</sup> Ezquiel Aner-Egg & Maria José Aguilar, cómo aprender a hablar en público, pp.37.

<sup>14</sup> ELS JISH Editor, Glossophobia in *Training of Speech*, Versión electrónica. Disponible en [https://www.academia.edu/37347217/Glossophobia\\_in\\_Training\\_of\\_Speech?email\\_work\\_card=view-paper](https://www.academia.edu/37347217/Glossophobia_in_Training_of_Speech?email_work_card=view-paper)

Entre las causas de la glosfobia hay algunas que son desconocidas, pero entre las causas más conocidas: las traumas de la infancia o adolescencia que pueden ser vividas personalmente o se refiere con alguien, el factor del tiempo, los pensamientos y creencias negativos de sí mismo, en la baja autoestima que empuja a evitar hablar en público hasta transformar este simple temor a una glosfobia grave, falta de informaciones y preparación, la mala organización del evento o la conferencia en la que el orador va a presentar su discurso.

### **3.1.1 Recomendaciones para superar el miedo escénico**

1/ Dominar el tema: es muy importante saber de qué vamos a hablar para quitarse el miedo, y para asegurar la seguridad intelectual y psicológica hay que prepararse y estudiar bien el sujeto del discurso.

2/ La relajación y la respiración: para disminuir la ansiedad y la tensión hay que relajar los músculos y tener el control de la mecánica corporal. Respirar adecuadamente antes de empezar para tener una provisión suficiente de oxígeno y facilitar la reflexión.

3/ Trabajar sobre la autoestima: “para sentir valor, procedamos como si fuéramos valientes, empeñemos toda nuestra buena voluntad para ese fin, y lo más probable será que un arrebato de entusiasmo reemplace el estado de temor”, William James.<sup>15</sup>

La confianza en su mismo puede superar todo el miedo y la ansiedad; sino al contrario, nos ayuda a presentar la mejor versión de nuestro trabajo.

---

Traducción : Hay muchas razones porque estos problemas se crean ... como : (1) estos problemas se pasan a cualquier persona naturalmente ,(2) el problema se aparece en un corto tiempo y la persona no puede controlar su reacción (3) el problema aparece en una larga duración y la persona no puede controlar de la condición (4) los problemas aparecen a causa del pensamiento negativo y la baja aceptación de sí mismo. Al otro lado, el miedo y el temor de cometer errores y ser criticado ...

<sup>15</sup> Ezquiel Aner-Egg & Maria José Aguila , *cómo aprender a hablar en público*, pp.42.

### **3.2 Obstáculos técnicos**

A veces ocurre algunos problemas técnicos à causa de la mala organización del evento, como, por ejemplo: la indisponibilidad de la sala, falta de sillas, mala luminosidad, calor o frío, falta de soportes visuales y auditivas, mucha gente, ruido, el no respeto de tiempo, etc. Y esto provoca la inseguridad y el miedo al orador que puede lo echar por tierra y arruinar el éxito de su discurso.

# Capítulo II

## Las técnicas de comunicación



## Capítulo II: Las técnicas de comunicación.

---

### 1 Los elementos de la comunicación:

Antes de lanzar cualquier discurso, hay que identificar los elementos de comunicación que son:

- ✓ **Emisor:** Aquél que transmite la información (un individuo, un grupo o una máquina).
- ✓ **Receptor:** Aquél, individual o colectivamente, que recibe la información. Puede ser una máquina.
- ✓ **Código:** Conjunto o sistema de signos que el emisor utiliza para codificar el mensaje.
- ✓ **Canal:** Elemento físico por donde el emisor transmite la información y que el receptor capta por los sentidos corporales.
- ✓ **Mensaje:** La propia información que el emisor transmite.
- ✓ **Contexto:** Circunstancias temporales, espaciales y socioculturales que rodean el hecho o acto comunicativo y que permiten comprender el mensaje en su justa medida.

### 2 La expresión oral efectiva

#### 2.1 2.1. La comunicación oral

El Centro Virtual Cervantes (1997), expresó que, la expresión oral es la habilidad lingüística relacionada con la producción del discurso oral. Es la capacidad comunicativa que abarca desde el dominio de la pronunciación del léxico y la gramática de la lengua meta, como también unos conocimientos socioculturales y pragmáticos. Constando de una serie de micro-destrezas, como desde el saber aportar información y opiniones, mostrar acuerdo o desacuerdo, resolver fallos conversacionales o saber en qué circunstancias es pertinente hablar y en cuáles no.<sup>16</sup>

Es simplemente la forma de comunicación entre las personas de manera oral, clara y entendible y se basa sobre la pronunciación, el léxico y la gramática, y se usa para expresar ideas, opiniones e informaciones.

---

<sup>16</sup> Quiroa Pineda Gloria María, tesis “*Formas más efectivas y eficaces de persuasión de la expresión oral: un video de apoyo a la cátedra taller de expresión oral, para los estudiantes de la carrera de licenciatura en ciencias de la comunicación*”, Universidad Rafael Landívar, pp.9

Para establecer la efectividad de nuestra comunicación debe preguntarse:

- ¿Qué va a investigar?
- ¿A quién?
- ¿Cuándo?
- ¿Cómo?
- ¿Dónde?
- ¿Por qué?

Para que una comunicación sea efectiva, el orador o el hablante deben buscar unas estrategias que simplifica su mensaje al interlocutor.

## 2.2 Sus características

**1/ La brevedad o concisión:** Es necesario que el hablante elige un vocabulario comprensible y adecuado al mensaje que desea transmitir usando párrafos breves, frases cortas y el mínimo de palabras. *”El orador que no se abrevia su discurso a fin de ponerse a tono con este siglo, apresurado y febril, será mal venido y aun repulsado por lo bajo».* Dale Carnegie<sup>17</sup>. Es decir que, un buen orador debe ser breve y respeta el tiempo durante su discurso.

**2/ Claridad:** Cuando la manera en que se transmite el mensaje es fácilmente comprendida por el público, y no necesita hacer un esfuerzo cognitivo para descodificar lo que se escucha, es decir no usar palabras rebuscadas y evitar el uso de los adjetivos y los adverbios.

**3/ Sencillez:** evitar el uso de frases complicadas y terminología especializada. Usar palabras sencillas que tienen un sentido concreto.

**4/Coherencia:** Desde el principio de la preparación de discurso, hay que tener en cuenta el orden lógico de las ideas para evitar los malentendidos y las contradicciones.

**5/Naturalidad:** es usar su propia manera de expresarse y su propio vocabulario sin exagerar y sin imitación.

---

<sup>17</sup> Ezquiel Aner-Egg & Maria José Aguilar, *cómo aprender a hablar en público*, pp.81.



### 3 La Comunicación no verbal

Cada tipo de comunicación verbal o no verbal es importante y al mismo tiempo son complementarias para transmitir mensajes de manera eficaz. La comunicación no verbal un proceso de transmitir mensajes sin el uso de las palabras à través de signos, símbolos, gestos, sonidos, etc.

La Comunicación No Verbal según Maldonado (1998:69) se refiere a “la transferencia de significados sin la intervención de sonidos o palabras”. Ésta se refiere a movimientos corporales, el uso del espacio físico o signos que transmitan alguna idea. Por lo que puede subdividirse en kinésica, proxémica e icónica,<sup>18</sup>

Es decir que la comunicación no verbal es toda forma de comunicación que no emplea la lengua como vehículo para expresarse, y que es muy importante en la recepción correcta del mensaje y mantiene una relación muy estrecha con la comunicación verbal.

#### 3.1 Los tipos del lenguaje no verbal

##### 3.1.1 la kinesia

El universo de las posturas corporales, de las expresiones faciales, de los comportamientos gestuales, de todos aquellos fenómenos que oscilan entre el comportamiento y la comunicación”. En la kinesia se incluyen la orientación del cuerpo, las posturas, los gestos, la expresión de la cara, los movimientos de ojos y cejas y la dirección de la mirada.<sup>19</sup>

Simplemente la Kinesia es todo movimiento corporal, la postura, los gestos, los movimientos de cabeza, hombros, piernas, etc. Que poseen un significado expresivo, apelativo o comunicativo.

##### 3.1.1.1 Tipos de la kinesia

- a) **La postura** : es la posición del cuerpo que expresa la actitud de la persona , que puede efectuar positivamente o negativamente sobre la comprensión del mensaje , depende su tipo:

---

<sup>18</sup> Maldona en Ana Raquel Alvarez Vega, “Propuesta de un curso de Oratoria para los estudiantes de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala”, pp.9.

<sup>19</sup> Paulo Arieu, artículo”comunicación no verbal” , disponible en:  
[https://www.academia.edu/18235733/Comunicaci%C3%B3n\\_no\\_verbal](https://www.academia.edu/18235733/Comunicaci%C3%B3n_no_verbal)

- Postura abierta: es decir sin poner barreras corporales y tener una postura natural y significativa, que puede dar una imagen de confianza y credibilidad al emisor.
  - Postura cerrada: es por ejemplo cuando el hablante cruza los brazos o apoya las manos en las caderas, muestra que es una persona desafiante y desinteresada.
- b) **Los gestos:** son los movimientos del cuerpo que se produce el comunicador en forma de señales espontaneas y crea una imagen de lo que está diciendo. Hay gestos que son mundiales y tienen un único significado pero hay otros que se diferencian depende la cultura y la región.
- “Los gestos abiertos indican bienestar, y los cerrados, malestar y necesidad de autoprotección”<sup>20</sup>. Es decir que, nuestros gestos reflejan nuestras emociones y nuestro estado psicológico
- c) **La expresión facial:** es una actitud personal que expresa las emociones a través de los movimientos de los músculos faciales.

Además, puede ser también una forma de expresar nuestra personalidad, una actitud determinada en un momento concreto hacia nuestro receptor o incluso puede llegar a ser también una fuente de expresión del deseo o la necesidad de comunicarse con los demás.”<sup>21</sup>

Es decir que la expresión facial no interpreta solamente las emociones sino su actitud y su personalidad.

- d) **El contacto visual:** que es la mirada que hace parte de la expresión facial, pero se considera como un elemento aislado para su fuerte efecto en la transmisión de los mensajes .“ *en las salas muy amplias , puedes dividir el público en cuatro o más secciones y dedicar entre uno y tres minutos a hablar a cada sección , como si se tratase de una persona* “<sup>22</sup> .Esta técnica ayuda a controlar y establecer el contacto visual directo con el público , también ayuda a evitar la perturbación de la visión repasando el público de lado a lado o mirar el techo y el suelo.

---

<sup>20</sup> Teresa Baro Catafau, La gran guía del lenguaje no verbal, pp.49.

<sup>21</sup> Gustavo Solano Peña, Comunicación no verbal unid 4,pp.123 .Disponble en [https://www.academia.edu/12900565/La\\_Comunicaci%C3%B3n\\_no\\_verbal\\_en\\_el\\_aula](https://www.academia.edu/12900565/La_Comunicaci%C3%B3n_no_verbal_en_el_aula)

<sup>22</sup> Jeremey Donovan , El metodo TED para hablar en publico .pp.95.

e) **La sonrisa:**

Seguramente la risa es la señal emocional que más fácilmente se contagia. Si tú te ríes provocarás curiosidad sobre tu estado de ánimo y sobre lo que la ha provocado. Muy probablemente las personas que te observan sonreirán o llegarán a reírse contigo. Por lo tanto, tu risa será una forma de estimular sentimientos positivos<sup>23</sup>

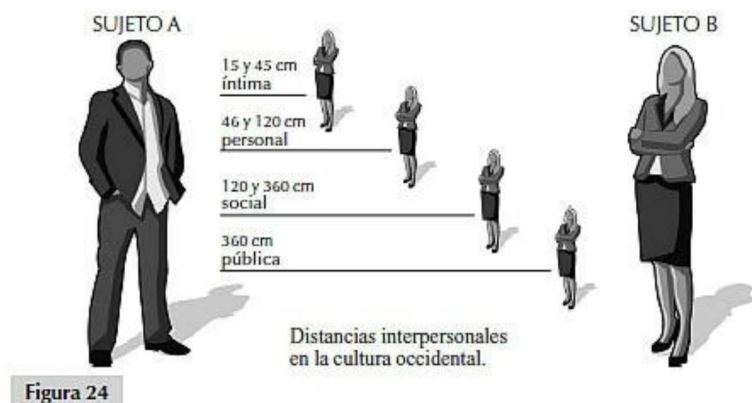
Para empezar un discurso debemos siempre regalar al público una sonrisa que da un mensaje positivo y contagioso, también transmite la confianza y la calma.

- f) **Presentación personal :** es la forma exterior que es un elemento importante en la oratoria porque la ropa y la apariencia en general representa la persona misma y dar una imagen de organización , limpieza e interés .Que afecta sobre la efectividad de la persuasión del público y por la ropa se elige depende del motivo , lugar y público .

**3.1.2 La Proxémica:**

es el espacio que los interlocutores manejan para comunicarse, al acercarse o alejarse depende la situación, la cultura y el tipo de la relación entre las personas, y se diferencia en cuatro distancias:

- a) Intima: en esta distancia entra el tacto, el olor y la temperatura corporal, etc.
- b) Personal: para discutir asuntos personales.
- c) Social: para hacer conversaciones formales.
- d) Publica: para presentar discursos o enseñar.



24

<sup>23</sup> Teresa Baro Catafau, La grand guía del lenguaje no verbal, pp.63.

<sup>24</sup> Ibid ,pp.83.

### **3.1.3 La paralingüística**

La para-lingüística es el estudio de la parte de la comunicación no verbal que se expresa con nuestra voz como el tono, el ritmo y el volumen

#### **3.1.3.1 La voz:**

Tiene un papel importante en la oratoria porque es la base de la expresión oral , para hablar ante un público de manera profesional ,necesitamos entrenar la voz sobre algunos puntos :

- a) Tono: es la altura musical de la voz se produce por las vibraciones de las cuerdas vocales y según el tono podemos clasificar la voz del hablante si es grave o agudo.
- b) Intensidad: es la mayor o menor fuerza que se produce la voz<sup>25</sup> Es decir, que es la capacidad de controlar el volumen de la voz.
- c) Timbre: es el matiz personal de la voz y cada persona tiene su propio timbre.
- d) Velocidad: que es la rapidez o el tiempo que se diferencia según la persona o la idea.

#### **3.1.3.2 Las pausas y silencios:**

Tienen la misma función de la puntuación en la comunicación escrita, para separar los párrafos. Aquí las pautas sirven para separar las ideas, pensamientos y palabras; como ayuda a controlar el nerviosismo, a pensar adecuadamente y a gestionar el tiempo.

##### **3.1.3.2.1 El uso de las pausas**

- Al comienzo, esperando el silencio de la audiencia.
- Antes de dar énfasis.
- Después de las preguntas retóricas.
- Antes de concluir.
- Tras una afirmación o interrupción.

---

<sup>25</sup> Alexandre Alban Alencar ,Oratoria profesional ,pp.55.

### 3.2 Sugerencias para la flexibilidad de la voz

- Utilizar la respiración diafragmática: que es respirar profundamente, aspirando por las fosas nasales y espirar por la boca y tener el aire suficiente para producir la voz.
- Hacer lecturas fonéticas y sintácticas para ejercer la articulación y la vocalización. Se trata de leer en voz alta con el cambio del ritmo de respiración y el modo de entonación.
- Practicar el uso del micrófono para evaluar el sonido y poder controlar el volumen.

## 4 .El toque de humor :

Seguramente la risa es la señal emocional que más fácilmente se contagia. Si tú te ríes provocarás curiosidad sobre tu estado de ánimo y sobre lo que la ha provocado. Muy probablemente las personas que te observan sonreirán o llegarán a reírse contigo. Por lo tanto, tu risa será una forma de estimular sentimientos positivos. Produce un efecto parecido al bostezo, que se contagia. En un grupo, la risa compartida es una forma de sincronización de los estados de ánimo y de interpretación común del mensaje. Fíjate en las telecomedias: cuando la escena es cómica, se escuchan risas grabadas. Su función es advertir al público de la comicidad de la situación y contagiarle el estado de ánimo. Si los demás se ríen yo tengo más ganas de reírme<sup>26</sup>

El hecho de reír con la audiencia, es una técnica muy eficaz para atraer la atención del público porque el humor da una sorpresa, sin exageración y saber elegir los chistes o bromas que se adaptan al público y el contexto, sin caer en la vulgaridad o el cómico. El humor ayuda a disminuir la tensión y superar el estrés del orador y relajarse.

## 5 Los Soportes visuales

Con el desarrollo de la tecnología y los medios de comunicación hoy, el uso de los apoyos visuales desempeña un rol muy importante en la comunicación más que antes. Los apoyos visuales son el material utilizado para complementar o ilustrar el tema. A través de guiones, fotografía, diapositivas, gráficas, grabaciones, vídeo. “todos sabemos que buena parte de lo aprendido lo hemos adquirido por el sentido de la vista, sabemos que el auditorio recuerda del 10 a 15% de lo que escucha y del 30 al 35% de lo que ve”<sup>27</sup>

---

<sup>26</sup> Teresa Baro Catafau , Op. Cit ,pp.64.

<sup>27</sup> Ezquiel Aner-Egg & Maria José Aguilar, op. Cit., pp.99.

, Es indudable que las ayudas visuales no pueden reemplazar el contexto o la expresión oral ni la presentación personal, pero refuerza el mensaje y completa la expresión verbal.

J'affirme que la parole seule ne suffit pas pour se faire comprendre, susciter et retenir l'attention. Il faut faire appel à la vue. Chaque fois que cela est possible, il faut se servir d'images pour démontrer la bonne et la mauvaise méthode. Le schéma convainc plus que les mots et les images sont plus évocatrices que le schéma. Dans une présentation idéale, chaque partie du sujet devrait être illustrée, et les mots ne serviraient qu'à lier les images entre elles. J'ai appris très tôt dans mes communications internes que l'image avait plus de valeur que tout ce que je pouvais dire.<sup>28</sup>

Aquí Dale Carnegie afirma que, desde su experiencia ha descubierto que la imagen tiene un rol importante para atraer la atención y hacer comprender la información, como el esquema también ayuda a convencer, pero la imagen tiene un valor más que el esquema y más que las palabras.

### **5.1 La función de los soportes visuales:**

- Simplificar la explicación de los estadísticas e ideas complejas al orador.
- Permiten a captar la atención de los espectadores.
- Facilitan recordar los datos e ideas claves.
- Dan unos ejemplos y una imagen concreta de las informaciones.
- Mejoran la recepción y la comprensión de los mensajes.

### **5.2 Tipos de soportes visuales**

#### **5.2.1 Individuales:**

que son más fáciles, pero de entrega a unos pequeños grupos

- Pizarra: el apoyo visual tradicional más empleado y fácil.
- Block de papel: Es una ayuda visual indicada para audiencias reducidas o de tamaño medio.
- Retroproyector: Es un medio activo e inmediato.

---

<sup>28</sup> Dale Carnegie, comment parler en publique, pp.123.

Traducción: "Confirmando que hablar solo, no es suficiente para hacer comprender, despertar y retener la atención. Es necesario concentrar sobre la vista. Cuando es posible, debe utilizar imágenes para demostrar el método correcto e incorrecto. El esquema convence más de que las palabras; y las imágenes convencen más que el esquema. En una presentación ideal, cada parte del tema debe estar ilustrada y las palabras sirven para enlazar las imágenes. Aprendí en mis comunicaciones internas que la imagen tiene más de valor que cualquier cosa que pudiera decir. "

- Guiones es una esquema que resume las ideas que queremos transmitir , se usa para injertar la memoria
- Demostración con objetos reales
- Mapas

### 5.2.2 Medios audio-visuales:

que exageran el uso de un ordenador y un proyector, como implica utilizar programas informáticos como PowerPoint<sup>29</sup> o Keynote<sup>30</sup>

- **Micrófono:** hay que saber cómo utilizarlo sin arruinar la intervención. Antes de empezar a hablar hay que ajustar la distancia entre el micrófono y la boca sin hacer ruido y asegurar que nuestra voz se escucha por todo el público.
- **Diapositivas:** es una fotografía que se crea en una materia transparente. Se trata de una impresión positiva, que presenta colores reales, desarrollada mediante un procedimiento fotoquímico.<sup>31</sup>
- **Gráficos:** son útiles para explicar datos e informaciones que no podrían explicarlos verbalmente con la suficiente precisión y rapidez.

## 5.3 Recomendaciones del uso de diapositivas

- Uso de imágenes y fotos.
- Escoge bien el fondo y el tipo de letra
- Saber elegir colores adecuados con el tema.
- Hay que explicar verbalmente las imágenes.
- Cada grafico explica una sola idea complicado o necesita detalles.
- Cada pantalla debe incluir un único punto, sin mezclar las ideas.
- Uso de un lenguaje simple es decir frases et términos fáciles.
- La diapositiva debe ser colocada en un espacio disponible y todo el mundo puede verla.

---

<sup>29</sup> PowerPoint: es un programa popular creado por Microsoft. Se trata de un software que permite realizar presentaciones a través de diapositivas para exponer textos, imágenes, música y animaciones.

<sup>30</sup> Keynote: es una aplicación de Apple para hacer presentaciones gráficas.

<sup>31</sup>Para más detalles consulte la página web definiciones.de disponible en: <https://definicion.de/diapositiva/>

## **6 Bases afectivos de persuasión**

- El logro de la persuasión del público recae sobre el aspecto emocional, si el orador llega a influir sobre los sentimientos de su auditorio, la persuasión será fácil
- Se debe identificar el tema, estudiarlo y prepararlo bien.
- Plantear unas preguntas retorica que no necesitan respuestas, para provocar la curiosidad del público.
- Utilizar un lenguaje comprensible, sencillo y adecuado al público.
- La credibilidad de las informaciones y los datos transmitidas; y mencionar las fuentes si se necesita.
- Usar ilustraciones como, por ejemplo: imágenes, gráficos, videos, muestras, estadísticas, etc.)
- Dar vibraciones positivas al público.



# **Capítulo III**

## **Análisis e interpretación del cuestionario**

### Capítulo III: Análisis e interpretación del cuestionario.

---

#### Introducción

En este capítulo, exponemos los resultados de nuestro cuestionario electrónico dedicado a los oradores profesionales o participantes que han participado en unas conferencias de referentes programas como *TEDx*, *Wikistage* o simplemente conferencias de la universidad. Después describimos los datos de la muestra de nuestro trabajo. Por último, interpretamos los resultados del cuestionario.

Hemos realizado el cuestionario en inglés, después hemos hecho la traducción en español, porque la mayoría de los informantes son anglófonos y hacen discurso y conferencias en inglés.

#### 1. Objetivo del cuestionario

Este cuestionario está dirigido a un grupo de conferenciantes argelinos, hemos planteado preguntas sobre la experiencia de hablar en público, con el objetivo de estudiar los diferentes lados del arte de hablar en público, como una nueva estrategia de comunicación y de persuasión para lograr a superar las barreras que la mayoría de los oradores suelen enfrentar.

#### 2. Análisis cuantitativo

Hemos realizado esta muestra con 34 oradores argelinos profesionales y participantes (18 informantes femenino, 16 informantes masculinos); y que 22 de ellos tienen entre 18 y 24 años, 6 son entre 24 y 30, y 6 otros tienen más que 30 años. Hemos planteado siete (07) preguntas que a través de las respuestas dadas por los informantes, vamos a confirmar nuestras hipótesis y responder a la problemática planteada.

**Tabla 1 : Edad**

<b>Edad</b>	18-24	24-30	+30
<b>Número de informantes</b>	22	6	6
<b>Porcentaje</b>	64%	18%	18%

La tabla muestra el porcentaje de las diferentes categorías de grupos de edades de los informantes: un grupo de (18-24 años) que representa el porcentaje de 64% el segundo grupo de (24-30 años) representado por 18% y el último grupo representa los encuestados más de 30 años que equivale a 18%.

**Tabla 2:** Género:

<b>Sexo</b>	Femenino	Masculino
<b>Número de informantes</b>	18	16
<b>Porcentaje</b>	53%	47%

Como hemos mencionado anteriormente, notamos que entre 34 informantes 53% son mujeres y 47% son hombres.

**Tabla 3:** ¿Qué es la oratoria para usted?

	Técnica de persuasión	Competencia	Un arte	Otro
<b>Número de informantes</b>	13	4	16	1
<b>Porcentaje</b>	39%	12%	47%	2%

En esta tabla, hemos resultado que el 47% de los oradores dicen que la oratoria es un arte, mientras que el 39% dicen que es una técnica de persuasión decir que la oratoria se limita en la persuasión, y el 12% de los hablantes consideran la oratoria como una competencia comunicativa, y el resto 2% dicen que la oratoria tiene otros sentidos como por ejemplo: es una *business* (mercancía) para ganar dinero a través de los discursos de motivación que se necesitan pagar para asistir.

**Tabla 4:** ¿considera la oratoria como una competencia natural o adquirida?

	Natural	Adquirida	Las dos
<b>Número de informantes</b>	1	9	24
<b>Porcentaje</b>	3%	28%	71%

Hemos notado en esta tabla que la mayoría 71% dicen que la oratoria es una competencia natural que nace con la persona y adquirida que se aprende al mismo tiempo, mientras que el 28% de los oradores consideran la oratoria como una competencia adquirida, y el resto 3% dicen que es una competencia natural.

**Tabla 5:** Si la oratoria es una competencia adquirida, ¿cómo aprovecharla?

<b>A través de</b>	Practica	Técnicas teóricas	Las dos
<b>Número de informantes</b>	10	1	23
<b>Porcentaje</b>	30%	2%	70%

A partir de estos datos, se nota que el 70% de los hablantes dieron que la competencia de hablar en público se aprovecha a través de la práctica y las técnicas

teóricas, es decir con unos cursos y reglas a seguir; y el 30% de los oradores dicen que se aprovecha solamente por la práctica y el resto 2% dieron que se aprovecha por las técnicas teóricas.

**Tabla 6:** ¿Qué puede arruinar el éxito del discurso?

	Estrés	Problemas de memoria	Problemas técnicos	Falta de auto-estima	Todos
<b>Número de personas</b>	25	4	3	1	1
<b>Porcentaje</b>	75%	12%	9%	2%	2%

Las respuestas reflejan que el 75% de los informantes después de sus experiencias creen que el estrés que es el punto que puede arruinar el éxito del discurso, mientras que el 12% dieron que los problemas de memoria uno de los obstáculos del fracaso del discurso, y el 9% de los oradores declaran que los problemas técnicos (organización, material, ruido y clima...)son el mayor obstáculo durante la exposición del discurso , y el resto 2% consideran que todos los últimos son barreras para el lucrativo del discurso.

**Tabla 7:** ¿cuánto es importante el lenguaje no-verbal en la transmisión del mensaje correctamente?

	+50%	50%	-50%
<b>Número de informantes</b>	20	13	1
<b>Porcentaje</b>	59%	39%	2%

Hemos notado que la mayoría 59% de los informantes dieron que el lenguaje no verbal es más que 50% importante que el contenido, y el 39% dieron que son iguales, y el resto 2% dieron que es menos 50% importante en comparación con el lenguaje verbal en la transmisión y la comprensión del mensaje durante la presentación de un discurso.

**Tabla 8:** ¿Qué es el mayor factor del miedo escénico?

	Mala organización	Falta de práctica y experiencia	Problemas psicológicos	Mala preparación	Falta de informaciones
<b>Número de informantes</b>	6	2	10	1	15
<b>Porcentaje</b>	18%	6%	30%	2%	44%

A partir de los resultados obtenidos, observamos que el 44% de los oradores dieron que la falta de informaciones es el mayor factor del miedo escénico, y el 30% han respondido que los problemas psicológicos (traumas de infancia y ansiedad) se consideran como un factor de miedo, y el 18% dieron que la mala organización es la causa del miedo (tiempo, lugar, material...), y el 6% dieron que el factor del miedo es la falta de práctica y experiencia, y solo 2% han respondido que es la mala preparación que provoca el miedo.

**Tabla 9:** ¿Cómo su experiencia en la oratoria ha influido en su carácter y su autoestima?

	Positivamente	Negativamente	No hay cambio
<b>Número de informantes</b>	31	2	1
<b>Porcentaje</b>	91%	6%	3%

Según estos datos hemos resultado que la mayoría 91% de los informantes declaran que la oratoria tiene efecto positivo en su carácter y en su autoestima, mientras que el 6% los ha influido negativamente, y solo 3% dicen que no hay cambio.

### **3. Síntesis e interpretación de los datos cuantitativos**

A través de los resultados que hemos recogido a través del cuestionario, hemos observado que la oratoria para nuestros informantes es un arte sagrado, como es también una técnica de convención y persuasión que tiene influencia en el campo comunicativo porque se considera también una competencia comunicativa. Por otro lado, esa capacidad de influir y comunicarse en público con elocuencia es aprendida, y nadie ha nacido con tal capacidad. Es evidente que hay personas han adquirido esta competencia naturalmente y sin hacer un esfuerzo a través de su experiencia en la vida, del modo de comunicación en su entorno, sus relaciones, etc. Como hay otros que han elegido a aprenderla y desarrollarla, mediante unas técnicas, teorías, cursos y por supuesto por la práctica que desempeña un gran papel en hablar en público.

Entre los obstáculos que el orador puede enfrentar antes o durante la presentación de su discurso:

- ✓ Es el estrés que puede arruinar toda la conferencia sin olvidar de mencionar que un poco de miedo es saludable, pero el paralizante puede ser a causa de la falta de práctica, la mala preparación del discurso.
- ✓ Falta de informaciones sobre el tema
- ✓ Problemas psicológicos (los traumas de infancia o adolescencia, ansiedad, complejos...) provoca otros problemas como aquel de la memoria, que el orador olvida todo lo que ha preparado para decir.
- ✓ Problemas técnicos a causa de la mala organización como la falta de material (micrófonos, proyectores, bafles, sillas...),
- ✓ La falta de autoestima que es un elemento importante en la oratoria, si el orador no tiene confianza en su mismo, no puede lograr a exponer su discurso ni a transmitir sus ideas correctamente.

El dominio de la lengua hablada es un elemento importante en el arte de hablar en público, como la comunicación no verbal también es muy importante en la transmisión y la comprensión del mensaje, y podemos decir que el lenguaje verbal y no verbal tienen una relación comunicativa complementaria.

La oratoria tiene un efecto positivo sobre el carácter y la personalidad de la mayoría de las personas que tienen una experiencia en hablar en público, Ofrece a la persona más confianza, más fuerza y más independencia.



## Conclusión

---

La oratoria es un conjunto de técnicas que permite expresarnos y comunicarnos delante de un público con elocuencia. Por otro lado, es una ciencia que a través de las conferencias y los discursos, estudia el lenguaje del ser humano y su comportamiento, desde el campo socio-cultural, psicológico y lingüístico.

El objetivo de nuestro tema, titulado “La oratoria como técnica de comunicación y persuasión”, es llamar la atención de las personas que se interesan por el tema y desean ser futuros oradores profesionales, e intentamos ofrecerles unas técnicas y estrategias de comunicación fáciles para mejorar su competencia de oratoria, mostrando la importancia de la comunicación verbal y no-verbal; señalando su influencia sobre la transmisión correcta de los mensajes.

También queremos discutir los obstáculos, que los oradores suelen enfrentar, como el miedo escénico; y hacer un esfuerzo para encontrar métodos eficaces para superar esta barrera psicológica.

Como hemos señalado en la introducción que nuestra problemática está relacionada con la ciencia de comunicación a ver cómo una persona puede ser un buen orador y para llegar a unas respuestas, hemos planteado las siguientes hipótesis:

- ✓ Suponemos que la oratoria sea una capacidad natural que nace con la persona.
- ✓ Suponemos que la oratoria sea una competencia que cualquier persona puede adquirirla.

Hemos dividido nuestro trabajo en tres capítulos:

El primer capítulo titulado “Los fundamentos comunicativos de la oratoria” hemos tratado los puntos importantes que el interlocutor debe saber sobre la oratoria como su importancia, sus características, sus tipos, y sus secretos para ser un buen orador.

El segundo capítulo que titulado “Las técnicas de comunicación y persuasión”, Hemos tratado las técnicas que nos permiten dominar la expresión oral y el lenguaje no verbal, como hemos hablado de los soportes que ayudan a simplificar las ideas y algunas recomendaciones para llegar a una persuasión eficaz.

El tercer capítulo hemos resultado que la oratoria es un arte que necesita seguir estrategias de teoría y práctica para llegar a adquirir esta competencia y superar todos los obstáculos psicológicos y técnicos.

Para concluir, los resultados de este trabajo muestran que la oratoria es un campo amplio que no podemos resumirlo con una simple investigación, pero hemos llegado a una respuesta que no es imposible aprender a hablar en público, por lo contrario hay muchas maneras para llegar a ser un orador profesional.

## Referencias bibliográficas:

---

Alexander Albán Aléncar, *Manual de oratoria profesional*, Perú, 2005.

Alexandre Alban Alencar, *Oratoria profesional*, Peru ,2007. Disponible en [https://www.academia.edu/9115990/ORATORIA\\_PROFESIONAL\\_ALEX%C3%81NDER\\_ALB%C3%81N\\_AL%C3%89NCAR](https://www.academia.edu/9115990/ORATORIA_PROFESIONAL_ALEX%C3%81NDER_ALB%C3%81N_AL%C3%89NCAR) .

Ana Raquel Alvarez Vega, “*Propuesta de un curso de Oratoria para los estudiantes de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala*”, Gautemala,2012.

Bernard Baruch. *Reflexión Académica en Diseño y Comunicación N°XXIII*, Facultad de Diseño y Comunicación - Universidad de Palermo, 2013

Dale Carnegie, *Comment parler en public*, Canada, , 2016.

Definición de diapositivas, disponible en : <https://definicion.de/diapositiva/>

ELS JISH Editor, *Glossophobia in Training of Speech*, Versión electronica ,2018. Disponible en [https://www.academia.edu/37347217/Glossophobia\\_in\\_Training\\_of\\_Speech?email\\_work\\_card=view-paper](https://www.academia.edu/37347217/Glossophobia_in_Training_of_Speech?email_work_card=view-paper)

Eva María Rodríguez, *Como superar el miedo escénico a hablar en público*, 2018. Artículo disponible en <https://lamenteesmaravillosa.com/como-superar-el-miedo-escenico-a-hablar-en-publico/>

Ezquiel Aner-Egg & Maria José Aguilar, *cómo aprender a hablar en público*, México.

Gloria María Quiroa Pineda, tesis “*Formas más efectivas y eficaces de persuasión de la Expresión oral: un video de apoyo a la cátedra taller de expresión oral, para los estudiantes de la carrera de licenciatura en ciencias de la comunicación*”, universidad rafael landivar, guatemala ,2012

Gustavo Solano Peña, *Comunicacion no verbal* unid 4 .Disponible en [https://www.academia.edu/12900565/La\\_Comunicaci%C3%B3n\\_no\\_verbal\\_en\\_el\\_aula](https://www.academia.edu/12900565/La_Comunicaci%C3%B3n_no_verbal_en_el_aula)

Irma Candelaria Villafuerte Coello, *Oratoria*, México, 2012. Disponible en : <http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Oratoria.pdf>

Jeremy Donovan, *El método Ted para hablar en público*, España,2013 .

María Beatriz Torrent, *La oralidad ¿Se enseña a hablar y a escuchar en la escuela?*), revista disponible en <http://www.sagrado.edu.ar/revistas/revista5/oralidad.htm>

Paulo Arieu, artículo “*comunicación no verbal*”, disponible en [https://www.academia.edu/18235733/Comunicaci%C3%B3n\\_no\\_verbal](https://www.academia.edu/18235733/Comunicaci%C3%B3n_no_verbal)

Real Academia Española. Diccionario electrónico de la lengua española. Disponible en: <https://dle.rae.es>

Richard Thibault, *Osez Parler en public*, Canada,1955.

Teresa Baro Catafau, *La gran guía del lenguaje no verbal*.

**Anexos:**

---

**Cuestionario electrónico sobre la oratoria y sus fundamentos.**

**Tabla 1 : Edad**

<b>Edad</b>	18-24	24-30	+30
<b>Número de personas</b>			
<b>Porcentaje</b>			

**Tabla 2 : Género :**

<b>Sexo</b>	Femenino	Masculino
<b>Número de personas</b>		
<b>Porcentaje</b>		

**Tabla 3: La definición de oratoria.**

	Técnica de persuasión	Competencia	Un arte	Otro
<b>Número de personas</b>				
<b>Porcentaje</b>				

**Tabla 4:** la oratoria es una competencia natural o adquirida.

	Natural	Adquirida	Las dos
<b>Número de personas</b>			
<b>Porcentaje</b>			

**Tabla 5:** Como aprovechar la oratoria.

À través de	Practica	Técnicas teóricas	Las dos
<b>Número de personas</b>			
<b>Porcentaje</b>			

**Tabla 6:** Barreras que enfrentan los oradores.

	Estrés	Problemas de memoria	Problemas técnicas	Falta de auto-estima	Todos
<b>Número de personas</b>					
<b>Porcentaje</b>					

**Tabla 7:** La importancia del lenguaje no verbal en la trasmisión del mensaje.

	+50%	50%	-50%
<b>Número de personas</b>			
<b>Porcentaje</b>			

**Tabla 8:** El mayor factor del miedo escénico.

	Mala organización	Falta de práctica y experiencia	Problemas psicológicos	Mala preparación	Falta de informaciones
<b>Número de personas</b>					
<b>Porcentaje</b>					

**Tabla 9:** La influencia de la oratoria sobre el carácter y el autoestima de los oradores.

	Positivamente	Negativamente	No hay cambio
<b>Número de personas</b>			
<b>Porcentaje</b>			

**Cuestionario electrónico sobre la oratoria y sus fundamentos (traducido al inglés)**

**An electronic questionnaire about the public speaking and its bases.**

**Table 1 : Age.**

<b>Age</b>	18-24	24-30	+30
<b>Number of persons</b>			
<b>Percentage</b>			

**Table 2: Gender:**

<b>Gender</b>	Female	Male
<b>Number of persons</b>		
<b>Percentage</b>		

**Table 3: Meaning of the public speaking.**

	Technic of convincing	A skill	An art	Other
<b>Number of persons</b>				
<b>Percentage</b>				



**Table 4:**

The public speaking is a natural or an acquired skill.

	Natural	Acquired	both
Number of persons			
Percentage			

**Table 5:**

How to improve the skill of public speaking.

By	Practice	Technics	Both
Number of persons			
Percentage			

**Table 6:**

What can ruin the success of the speech.

	Stress	Memory troubles	Technical problems	Lake of self confidence	All
Number of persons					
Percentage					

**Table 7:**

The importance of the non-verbal language in the transmission of the message.

	+50%	50%	-50%
Number of persons			
Percentage			

**Table 8:**

The main factor of stress during the speech.

	Bad organization	Lack of practice and experience	Psychological problems	Bad preparation	Lack of information
Number of persons					
Percentage					

**Table 9:**

The influence of the public speaking in the character and self-confidence of the speaker.

	Positive	Negative	No change
Number of persons			
Percentage			

## ملخص :

العنوان : فن الخطابة كتقنية تواصل و اقناع.

تمثل هذه الرسالة فكرة عامة عن فن الخطابة و مختلف أجزائه مثل ( أساسياته, العراقيل, التقنيات ) . الهدف الرئيسي لهذا البحث العلمي هو دراسة هذا الفن كتقنية اقناع , و معرفة كيف يمكننا تطوير قدراتنا التواصلية عبر التحدث أمام جمهور بهدف أن نصبح متحدثين جماهريين محترفي.

الكلمات المفتاحية : خطابة, تحدث, جمهور, تواصل, اقناع.

## Résumé:

Intitulé : « Parler en publique comme une technique de communication et persuasion »

Ce travail présente une idée général sur l'art de parler en publique et quels sont des différentes parties comme les bases, les techniques, les caractéristiques, les obstacles, les supports, etc.

L'objectif de cette recherche c'est d'étudier la parole en publique comme un art y comme une technique de persuasion, aussi pour savoir comment on peut améliorer nos compétence communicatives pour être des orateurs professionnels.

Depuis le questionnaire qu'on a fait, les résultats ont montré que parler en publique c'est une compétence qui s'améliore par l'apprentissage des stratégies et s'entraîner à parler en publique pour dépasser le stress de la scène.

**Mots-clés :** Parler, publique, communication, persuasion.

## Abstract:

Title: "the public speaking as a technic of communication and persuasion"

This work present the general idea of what is the public speaking and what are its deferent parts like bases, technics ,characteristics, conflicts, supports, etc.

The main objective of this investigation is to study the public speaking as an art and a persuasion technic, also to know how to be a professional public speaker.

From the questionnaire that we did, the results show that speaking in public is a skill that has to be improved by learning strategies and practice to avoid being stressed on the scene.

**Key words:** public, speaking, communication, persuasion.