

## Búsqueda de argumentos y preparación de discursos

### Curso

Retórica y Persuasión.

### Carrera

Licenciatura en Comunicación (Publicidad y Marketing/Analítica de Datos e Innovación).

### Docentes

Leroy Gutiérrez y Hecsil Coello.

### Tipo de actividad

Enseñanza, ejercicios en la clase.

### Herramientas utilizadas

- Perplexity, para la documentación y contraargumentación.
- D-ID, para la creación del video con avatar.

### Temas y objetivos

- **Creación de casos (docentes):** plantear casos, para que los estudiantes ejerciten la creación de discursos, la búsqueda de soluciones a problemas públicos o de figuras retóricas pertinentes a un tema.
- **Exploración de fuentes en la preparación de discursos y debates (estudiantes):** documentar la investigación de las partes de los discursos solicitados y el hallazgo de atributos que hacen a un personaje público censurable o elogiado; que hacen que un tema sea un asunto de debate público; que hacen a una propuesta una solución a un problema público; que hacen a una figura retórica pertinente.
- **Argumentación (estudiantes):** proporcionar argumentos de un tema, para contraargumentar a partir de los tipos de argumentos dados en la clase.
- **Oratoria (estudiantes):** estimular el análisis del lenguaje corporal humano, así como el tono, el ritmo de la voz y la transmisión de emociones, a partir de un video creado con la inteligencia artificial.

## Resultados

- **Creación de casos:** permitió una mayor comprensión de los tipos de discursos públicos.
- **Exploración de fuentes en la preparación de discursos y debates:** permitió trabajar en la clase, con cada estudiante, en la investigación para sus temas de discursos, a lo largo del semestre. Fue destacable el hecho de que pudieron evaluar y debatir en la clase sobre la calidad de las fuentes y de la información proporcionada para discernir, siguiendo los lineamientos del programa, cuáles son y por qué determinados atributos hacen a un personaje público censurable o elogiado; que hacen que un tema sea un asunto de debate público; que hacen a una propuesta una solución a un problema público; y que hacen a una figura retórica pertinente, según la audiencia.
- **Argumentación:** permitió proporcionar argumentos de un tema, para que los estudiantes contraargumentaran, a partir de los tipos de argumentos dados en la clase. También hizo posible la comprensión de los tipos de argumento y su uso para persuadir, al tiempo que permitió que los estudiantes ejercitaran, en clase, con argumentos circunscriptos al tema a trabajar.
- **Oratoria:** el visionado de videos creados con inteligencia artificial permitió despertar el interés por analizar el lenguaje corporal humano, así como el tono y el ritmo de la voz. Habilitó la discusión acerca de cuáles aspectos del lenguaje no verbal humano logran persuadir o no al público.

## Conclusiones

- **Creación de casos:** se notó que, a mayor comprensión de las situaciones que ameritan tipos de discursos públicos, hubo mayor entusiasmo y comprensión para crear discursos propios.
- **Exploración de fuentes en la preparación de discursos y debates:** el modelo de lenguaje permitió dinamizar, agilizar y personalizar la investigación. Los estudiantes pudieron contrastar —en equipos o en duplas— los resultados, lo que produjo interesantes discusiones sobre los puntos a ejercitar. Esto les ayudó a llegar a mejores conclusiones sobre los temas estudiados.
- **Argumentación:** proporcionar argumentos para contraargumentar estimuló la creatividad, ya que los estudiantes se animaron cada vez más rápido a redactar o a elaborar argumentos y contraargumentos con espíritu lúdico.
- **Oratoria:** en el primer visionado de videos creados con la inteligencia artificial, algunos estudiantes no pudieron distinguir el avatar de una persona real.