

La comunicación oral

Objetivos

- **Conocer los elementos, funciones y formas de comunicación oral, así como el manejo del lenguaje verbal.**
- **Conocer los recursos y aspectos que influyen en el lenguaje no verbal.**
- **Aprender a interrelacionar la comunicación verbal y no verbal, así como enfrentarnos a quejas, reclamaciones y objeciones.**
- **Familiarizarse con las técnicas y protocolos la comunicación telefónica.**
- **Conocer las normas de seguridad, registro y confidencialidad.**

Debe usted saber que la comunicación forma parte fundamental dentro de una empresa y dentro de su vida personal, puesto que es lo que mantiene a todos los componentes de la organización en la familia en unión y con cierta armonía.

Si no existe la correcta comunicación, la organización corre el peligro o riesgo de sufrir pérdidas irreparables inclusive llegar a la quiebra. Esta comunicación debe existir, no solamente para que los empleados acepten

políticas o procedimientos impuestos por la dirección acerca de sus labores diarias, sino para recibir retro-proactividad por parte de ellos mismos, es decir que se adelanten a los hechos, o sea, facilitar que se conozcan diversas opiniones sobre un mismo concepto, sobre un mismo hecho y sobre una misma meta propuesta.

El proceso de la comunicación, cuenta al menos con seis etapas que permiten obtener una comunicación considerada como “efectiva”:

- 1. Identificar la audiencia objetiva.**
- 2. Determinar los objetivos de la comunicación.**
- 3. Diseñar el mensaje que se quiere transmitir.**
- 4. Seleccionar los canales de comunicación.**
- 5. Seleccionar al emisor del mensaje.**
- 6. Medir los resultados del proceso de la comunicación.**

Comunicación, digamos que es un proceso totalmente dinámico en el que intervienen varios elementos a saber:

- **Necesidades.**
- **Emisor/codificador.**
- **El mensaje.**
- **Canales.**
- **Receptor/codificador.**
- **Retroalimentación.**
- **Ruido.**
- **Contexto.**

1. LENGUAJE ORAL.

La comunicación interpersonal la desarrollamos fundamentalmente en forma oral, que es la transmisión de la información manera verbal.

Este tipo de comunicación aparece en gran número de situaciones laborales, como son la participación en una encuesta, la explicación de algo a un compañero de trabajo, la atención personal a un cliente, dar una orden, la intervención que se hace en una reunión o la presentación del proyecto de los demás.

La estructuración y formulación del mensaje oral se realizan siguiendo las siguientes etapas:

1) .Analizar la situación de comunicación.

En el análisis de la situación, se deben responder a las siguientes preguntas:

• **¿Cuál es el objetivo común? Los objetivos globales de la empresa pueden ser:**

- **Informar.**
- **Informarse.**
- **Negociar.**
- **Convencer.**
- **Pedir.**

¿Quiénes son los **destinatarios? Nos interesa determinar.**

- **Cuántos son.**
- **Con qué nivel.**
- **Con qué actitud**
- **Con qué conocimiento previo.**

¿Cuáles son las **limitaciones? Hay que tener en cuenta:**

- **El tiempo del que se dispone.**
- **El momento más adecuado.**
- **El lugar.**

2. Preparar el mensaje.

Para que el mensaje sea entendido correctamente por los receptores, se debe:

- **Recopilar y ordenar las ideas que se deben transmitir, siguiendo un orden cronológico, temático.**
- **Formular las ideas en un lenguaje adecuado.**
- **Prever si hacen falta otros soportes de apoyo (cañón, transparencias, diapositivas, etc.).**

FORMULAR EL MENSAJE.

En esta etapa de controlar el ritmo, el volumen, la acción, la preparación física y, sobre todo, la comunicación no verbal.

Se identifican como factores de calidad en la comunicación oral los siguientes:

- **La claridad y seguridad en la exposición.**
- **La precisión de las ideas transmitidas.**
- **El interés que suscita en los receptores.**
- **La entonación, pronunciación el volumen utilizado por el emisor.**

1.1 CONCEPTO Y CARACTERÍSTICAS

La comunicación verbal es aquella que utiliza palabras en la transmisión del mensaje y específica del ser humano

Este tipo de comunicación se da de persona a persona, en micro grupos, macro grupos, a través de canales naturales, como por ejemplo utilizando la voz, o por canales artificiales, como son prensa, internet,

radio, TV, Email, What'sup, Facebook, Tweeter, Instagram, etc.

La comunicación verbal puede ser utilizada de dos maneras:

- 1. La primera y principal es la forma **oral o hablada**, que puede utilizar cualquier hablante, no importando su nivel sociocultural.**
- 2. La segunda forma es la forma **escrita**, que es posterior a la oral y la sustituye; es decir, sustituye los signos lingüísticos (auditivos y temporales) por signos gráficos (visuales y espaciales).**

El **lenguaje verbal es el principal recurso en el proceso de enseñanza – aprendizaje se emplea para dar información, proporcionar aclaraciones a los empleados y orientarlos durante todo el proceso de aprendizaje.**

- + Como un instructivo, el lenguaje oral debe prestar atención al estilo, a la elocución y a lo educativo.**
 - En cuanto al estilo, el lenguaje debe ser fluido, natural, directo, claro y accesible, y**
 - en cuanto la elocución, el lenguaje debe ser bien articulado, correcto gramaticalmente, animado, expresivo y enfático.**
 - En cuanto a lo educativo, el lenguaje debe promover en el auditorio el interés por hablar bien, con desenvoltura, claridad y corrección.**

En el lenguaje verbal tenemos que considerar dos principios básicos:

- 1. La naturalización del aprendizaje,** que significa arrancar los conocimientos y educación que tiene el interlocutor. Lenguaje debe conceptualizarse dentro del lenguaje que el interlocutor utiliza espontáneamente en el ámbito familiar y social.
- 2. Utilización activa del lenguaje,** llevándose a cabo una estimulación global o específica para el desarrollo de su capacidad comunicativa a través del uso del lenguaje.

La expresión del comunicador en la conducta verbal, debe atenerse a unas condiciones mínimas de adaptación, en cuanto a vocabulario, estructura, contenido, tiempo, fluidez, combinación con otros lenguajes, etcétera.

Además de poseer, una habilidad para estimular y orientar el desarrollo de la conversación, desde extremos de lo espontáneo a lo totalmente formal y ser conscientes de los efectos de las cualidades.

Un buen orador debe tener las siguientes características:

- + El principal objetivo es respirar bien, para poder usar mejor las pausas y anquilados correctamente. Además, es necesario respirar para poder elevar el**

tono de voz o mantenerlo y así lograr una conexión perfecta.

✚ **Del mismo modo que debe manejarse el ritmo, para que el orador no caiga en una comunicación lenta o sumamente rápida.**

✚ **Trabajar sobre estructura del lenguaje oral.** Cuando hablamos, tenemos que poner primero la estructura del tiempo, luego el sujeto, después del verbo y por último el complemento.

✚ **Las oraciones tienen que ser cortas, para poder respirar y no con el tono de voz hacia el final, como lo hacen algunos ingleses.** Hay que aprovechar los primeros minutos para aportar información que ayude a la comprensión del resto de la sesión. Es el momento de exponer los objetivos, explicar el significado del tema, estructura de la sesión, y contextualización de los contenidos, etcétera.

✚ **Debe concluirse correctamente, para ayudar a fijar el aprendizaje.** Una síntesis final, **redondea la actividad de comunicación y al ser explícita, nos dice cuáles son las ideas principales que esperamos que nuestro interlocutor retenga en su mente.**

Si conseguimos conectar el final con el principio, lograremos a la vez produce la sensación de cierre y congruencia.

- **Esto es lo que se denomina redondear el discurso y se logra repitiendo algún comentario, pregunta, o bien, un ejemplo de la introducción del discurso.**

Finalmente, no debemos olvidar es conveniente empezar con un saludo y terminar nuestra intervención con una despedida. Puede usted iniciar con un: buenos días o buenas tardes o buenas noches y concluir la despedida con un agradecimiento a la atención prestada por los interlocutores.

- ❖ **No descuide la entonación.** Según su estado de ánimo le provoca un cierto tono de voz, ya sea que usted esté: desanimado, enojado, eufórico, triste, angustiado, etc.
- ❖ **Cada persona debe crear su propio estilo.** Pero decir que comunicar bien, comunicar correctamente, no es ninguna ciencia es, sino más bien es un “arte”.

Algunos recursos que sirven para captar y mantener la atención de sus oyentes o interlocutores, pueden ser:

- **Mirar al rostro de la persona a la que nos dirigimos con naturalidad, evitando cualquier clase de mirada intimidatoria o demasiado larga.**

- **Sonreír y mover acompañado el discurso con gestos cortos (la proximidad hace innecesarios los gestos amplios, más adecuados en situaciones de cierta distancia).**
- **Evitar el exceso de muletillas y tics lingüísticos, porque sin duda, distraen la atención.**
- **Introducir y concluir la intervención.**
- **Referirse a realidades o conceptos que compartimos que compartimos con los interlocutores (atención los ejemplos o con las comparaciones; si no se eligen con ese criterio, pueden tener un efecto nulo).**
- **Utilizar un lenguaje claro y accesible.**
- **Utilizar recursos del énfasis: variaciones de volumen o repeticiones, por ejemplo.**
- **Variar los movimientos, la postura, el volumen o el ritmo de los cambios temáticos.**
- **Suavizar los mensajes desagradables negativos. Evitar o matizar el imperativo.**
- **Acabar cualquier intervención larga, siempre con una breve síntesis o con la repetición de las ideas más importantes del discurso.**

El lenguaje verbal tiene unas características únicas que lo distinguen de otros lenguajes, entre las que destacan:

- **El carácter arbitrario de la relación entre significante y significado, que se demuestra con la pluralidad de lenguajes: no hay ningún motivo para que una realidad concreta reciba ese nombre y no otro y por eso los diferentes idiomas utilizan diferentes términos.**
- **La doble articulación del signo.**
- **El carácter simbólico de la palabra que se aleja del referente inmediato y que permite referirse a realidades no presentes y ampliar así el espacio de expresión.**

Caso práctico de comunicación confusa.

Los mensajes son para los que los pueden escuchar. Hablar claramente y de las mismas cosas: COMUNICAR.

Se platica que en cierta ocasión una familia inglesa, pasaba unas vacaciones en Escocia, y en uno de sus paseos, observaron una casita de campo que de inmediato les pareció cautivadora para su próximo verano.

Indagaron quien era el dueño de ella, y resulto ser un Pastor/Sacerdote Protestante, al que se dirigieron para que les mostrase la finca.

El propietario se las mostró. Tanto por su comodidad como por su situación fue del total agrado de la familia, la que se quedó comprometida a alquilarla para su próximo verano.

De regreso a Londres, repasaron detalle por detalle cada habitación y de pronto la esposa recordó no haber visto el W.C.

Dado lo prácticos que son los ingleses, decidió escribir al pastor, preguntándole por ello en los siguientes términos.

«Estimado Pastor, soy miembro de la familia, que hace unos días visitó su finca con deseos de alquilarla para nuestras próximas vacaciones y como omitimos enterarnos de un detalle, ruego nos indique más o menos donde queda el W.C.»

Finalizó la carta como es de rigor, y se la envió al pastor. Al recibirla el pastor dicha carta, que desconocía la abreviatura de W.C., creyendo que se trataba de la Capilla a su cuidado, que se llamaba, White Chapel, contestó a la señora en la siguiente forma:

«Estimada señora: Tengo el agrado de indicarle que el lugar al que Ud. se refiere, queda solo a 12 Km. de la casa, lo cual es molesto, sobre todo si se tiene costumbre de acudir con frecuencia.

Para facilitarlo y con el fin de aprovechar el viaje y la estancia en W.C. algunas personas llevan la comida y permanecen allí todo el día.

Algunos viajan a pie y otros en trenes con la esperanza de llegar puntuales a WC. La primera vez hay que esperarles: ya saben lo molesto que es llegar nuevos a un sitio, que todo el mundo te clave la mirada, por llegar tarde; y lo peor sería que se perdieran por el camino.

La entrada se reconoce por las imponentes escaleras y una única puerta característica, adornada por los símbolos habituales.

A la entrada se les da solo un papel a cada uno.

Hay veces que no llega para todos: es entonces cuando los fieles deben compartirlo con su compañero de al lado.

Debemos siempre recordar a la gente que no deben llevárselo a casa, puesto que usamos los mismos papeles en todas las ceremonias del mes.

El lugar es amplio y tiene grandes espacios y jardines. Las vistas son preciosas.

Hay sitio para unas 400 personas sentadas y 100 de pie. Los asientos, reservables para VIPs (Very Important Persons), están forrados de terciopelo de color púrpura.

Por su El lugar tiene aire acondicionado para evitar sofocaciones. Aunque hace falta cierto esfuerzo para participar en este servicio, soy testigo presencial durante 30 años de que éste ha ayudado a muchos feligreses en su vida diaria.

Los niños se sientan juntos y cantan a coro, haciendo diferentes voces. Todo lo depositado allí, se usa para dar de comer a los pobres del Comedor Social.

El año pasado, debido al número creciente de participantes en el servicio tuvimos que contratar un servicio de limpieza. Son expertos y eficientes y en un cortísimo espacio de tiempo limpian la suciedad con la máxima satisfacción de los feligreses.

Se recomienda llegar temprano para reservar asiento. Mi vecina, por no hacerlo así, hace unos años, tuvo que soportar todo el acto de pie y desde entonces no viene al servicio.

Hay fotógrafos especiales que toman fotografías en diversas posiciones las cuales serán publicadas en el diario de la ciudad, en la sección VIDA SOCIAL, así el público podrá reconocer a las altas personalidades en actos tan saludables como éste».

Así terminó la carta. Los Ingleses al recibirla estuvieron a punto de desmayarse a pesar de toda su flema y decidieron cambiar de lugar de veraneo.

Otra versión, más corta:

En cierta ocasión una familia inglesa pasaba sus vacaciones en Escocia, y en uno de sus muchos paseos observaron una pequeña casita de campo que de inmediato les pareció adecuada para su próxima temporada. Indagaron quién era el dueño de ella, y resultó ser un pastor de la Iglesia Anglicana, al que se dirigieron para pedirle que les mostrara la finca. El propietario amablemente así lo hizo; y tanto por su comodidad, como por su situación, la casa fue del agrado de la familia, que quedó comprometida para alquilarla en sus próximas vacaciones.

Ya de regreso en Inglaterra, repasaron debidamente los detalles de cada habitación, y recordó la esposa que no había visto el W.C. Dado lo prácticos que son los ingleses, decidieron escribir al propietario preguntándole por la ubicación de tan indispensable servicio, lo que hizo en los siguientes términos:

Estimado Pastor: soy miembro de la familia que hace unos días visitó su quinta con deseos de arrendarla para nuestras próximas vacaciones y omitimos enterarnos de un detalle. Quiero suplicarle nos indique dónde queda el W.C.

Finalizó la carta como es de rigor, y la despachó al Reverendo quien, al recibirla, desconoció la abreviatura W.C. y creyó que se trataba de la capilla de la religión anglicana llamada WHITE CHAPEL y contestó:

Estimada Sra.: tengo el agrado de informarle que el lugar al que Ud. se refiere se encuentra a 12 Km. de la casa, lo que es algo molesto, sobretodo si se tiene la costumbre de ir con frecuencia. Algunas personas llevan comida y permanecen allí todo el día. Algunos vienen a pie y otros en tranvía, por lo que siempre llegan

en el instante preciso. Hay lugar para 400 personas cómodamente sentadas y 100 de pie.

Los asientos están forrados en terciopelo rojo, y hay aire acondicionado para evitar los efectos de las aglomeraciones. Se recomienda llegar temprano para conseguir lugar. Mi mujer, por no hacerlo así, hace algunos años tuvo que soportar el acto de pie, y desde entonces no ha ido más a estos servicios.

Los niños se sientan juntos y cantan todos a coro. A la entrada se le da un papel. Las personas que no alcanzan a la repartición del papel, pueden utilizar el papel del compañero de asiento; pero al salir debe devolverlo para seguir utilizándolo el resto de la temporada. Todo lo que dejan depositado los que allí acuden, se destina para dar de comer a los pobres huérfanos del lugar. Además hay fotógrafos especiales que toman fotografías a la gente en distintos poses, y luego estas son publicadas en los diarios de esta ciudad, en la sección «sociales», sirviendo a la propaganda de este saludable y santo sitio.

Las características del lenguaje verbal, también se encuentran en razón de su publicación diaria.

De forma sencilla, se caracteriza por dos aspectos:

- 1. La expresividad.** Dado que el lenguaje verbal es espontáneo, cuando se usa en forma natural, lleno de matices afectivos que dependen del tono que se emplee y que se complementa con gestos y ademanes.
- 2. El vocabulario.** Siendo el vocabulario sencillo y limitado, lleno de errores, como por ejemplo muletillas y repeticiones.

1.2 CARACTERÍSTICAS DE LOS MENSAJES ORALES

1.2.1 Rasgos específicos del lenguaje oral.

a) Arbitrariedad.

Lenguaje verbal es arbitrario, porque los signos que lo forman son casi en su totalidad símbolos, es decir, la relación que une al significante con el significado se establece de forma convencional con un acuerdo tácito en el momento de su creación.

Una vez creado el signo, todos los hablantes aprendemos la misma palabra. Así, a la significante silla, que podría haberse nombrado de cualquier otra forma, todos asociamos el significado del “objeto que sirve para sentarse, generalmente con cuatro patas y el respaldo”. El hecho que este mismo objeto se llame en francés “cause” o en inglés “chair” es una prueba evidente de la arbitrariedad del signo.

B) Linealidad.

Los elementos que se constituye el lenguaje verbal (fonemas, palabras y oraciones) se pronuncian, se oyen o se describen de forma sucesiva, unos detrás de otros formando así una secuencia /e-l -m-a-r/.

En cambio, otros signos interpretan de forma simultánea como sucede con un mapa una señal de tránsito un mensaje de “Waze”.

Cuando una persona nos habla, hemos de esperar unos segundos para que termine entender lo que nos dice, y cuando leemos un escrito, las palabras se suceden en el espacio unas entradas de otras.

C) MUTABILIDAD. Los signos cambian a través del tiempo, porque las palabras evolucionan tanto en su significante como en su significado a lo largo de su historia; así, un tiempo en que el verbo hacer se decía “fazer” “Estoy desfaciendo entuertos” (Estoy resolviendo problemas). Español antiguo.

- Pensemos, por ejemplo, la sección periodística relacionada con la violencia en la ciudad, que tiene **connotaciones negativas**.
- Otro ejemplo, “**enervar**”, significa etimológicamente: “debilitar, quitar las fuerzas” y así se muestra en el diccionario; sin embargo, su significado actual, debido a la influencia francesa, se traduce como “ponerse nervioso”.
-
- Ningún hablante individualmente puede cambiar el significado o el significante de un signo lingüístico, porque nadie lo entendería ya que a la lengua es algo comunitario, pertenece a la sociedad y nunca al individuo.

1.2.2. Características del lenguaje oral.

A) Expresividad. Expresión oral es espontáneo y natural y está llena de matices afectivos y que depende del tono que empleemos en los gestos; por eso, en la gran capacidad expresiva.

B) Vocabulario. Se utiliza un vocabulario sencillo y limitado normalmente está lleno de incorrecciones como frases hechas y repeticiones. O sea, entonces, no...

C) Hablar correctamente.

- **Hablar despacio y con un tono normal.**
- **Vocalizar bien.**
- **Evitar Muletillas.**
- **Evitar palabras como “tío” “guay” etc.**
- **Llamar a las cosas por su nombre, evitando abusar de “eso” “cosa” “Chisme”.**
- **Utilizar gestos correctos pero sin exagerar.**
- **La comunicación oral en una serie de fallos habituales que se dan en la actitud del receptor en el momento de escuchar el mensaje.**

Los principales defectos del receptor son los siguientes:

- 1. No prestar atención al emisor del mensaje.**
- 2. No dejar al interlocutor que acabe su exposición, que solo se imagina la respuesta se anticipa cual es incorrecto.**
- 3. Evaluar el mensaje que se está percibiendo en términos de “acuerdos y desacuerdos” o “buena-**

mala” idea, en vez de tratar de captar el punto de vista del orador.

4. **Escuchar de forma parcial**, sólo detalles o palabras por lo que no se comprende el mensaje del orador trata de comunicar.

ESTRATEGIAS PARA UNA ESCUCHA EFICAZ.

- **No interrumpa.** Deje hablar al emisor.
- **Crear un buen ambiente** en donde interlocutor se sienta en confianza.
- **Demostrar al interlocutor su disposición a escucharlo y manifestarle interés para tratar de entender y no para oponerse.**
- **Eliminar las distracciones ambientales.**
- **Establecer empatía** con interlocutor.
- **Ser paciente, no interrumpir,** dar el tiempo necesario.
- **Evitar el temperamento la agresividad,** una persona enojada malinterpreta las palabras.
- **No criticar, ni argumentar en exceso;** esto pone a la gente a la defensiva.
- **Preguntar sólo lo que es necesario;** esto alienta al interlocutor y demuestra que usted si lo está escuchando.

BASES DE LA COMUNICACIÓN VERBAL. DECÁLOGO.

- 1. Comprensión.** Lenguaje adecuado.
- 2. Concreción.** Argumentos exactos. Sin divagaciones.
- 3. Veracidad.** Ajustarse a argumentos creíbles.
- 4. Orden.** Exposición lógica, ordenada, estructurada.
- 5. Seguridad.** Argumentar con convicción.
- 6. No enfrentarse** al (la) otro(a). Admitir otros puntos de vista. Rebatir con diplomacia.
- 7. Interés constante.** No aburrir. Crear un estilo de suspense.
- 8. Presión adecuada.** Evitar la agresividad. Presionar en el momento oportuno.
- 9. Matización.** Seleccionar detalles de mayor interés.
- 10. Las 4 reglas. SUMAR=ventajas; RESTAR=inconvenientes MULTIPLICAR=resultados y DIVIDIR=esfuerzos...**

1.2.3. RECURSOS DE LA VOZ.

Dicción: Forma de decir. Que se entienda en forma natural.

Timbre: Forma de emitir la voz: Agradable, segura, suave, sugerente.

Volumen: Variado para mantener la atención.

Ritmo: Velocidad adecuada, intensa o lenta, con pausas, silencios, etc.

Entonación: Reforzar el enfatizar, enunciar, interrogar, afirmar, etc., pudiendo ser:

✚ **Ascendente.**

✚ **Descendente.**

✚ **Horizontal.**

✚ **Variada.**

También se puede clasificar como:

✚ **Enunciativa.**

✚ **Interrogativa.**

✚ **Imperativa.**

✚ **Confidencial.**

A) La dicción:

Es la manera de pronunciación dentro de las condiciones que imponen las reglas gramaticales.

Demóstenes opinaba que la pronunciación es lo más importante, misma que debe ser clara y entendible (Demóstenes quién fue uno de los oradores más relevantes de la historia y un importante político ateniense. Nació en Atenas, en el año 384 a. C. y falleció en Calauria, en el año 322 a. C.).

El desconocimiento del idioma hace que cometamos muchos errores imperdonables. Por lo tanto un buen

orador debe profundizar el estudio y práctica de la ortología que nos enseña la correcta pronunciación de las palabras.

Los vicios de la dicción, al igual que al cuerpo, destruyen el lenguaje. Por vicios de dicción se entiende toda imperfección grave, toda deformación que impide su correcta pronunciación de palabras, frases u oraciones.

Algunos vicios:

CECEO: Consiste en pronunciar la “s” como si fuera “z” ejemplo desastre, en lugar de desastre.

El SESEO: defecto de pronunciación que consiste en pronunciar la “ce” o la zeta como si fuera “S”.

SISEO: Es la pronunciación repetidamente del sonido inarticulado de la S y CH. Quien escucha esta imperfección, experimenta ya desagradable sensación como se le silbaran en el oído.

LAISMO: Es el empleo defectuoso de la “la” y “las” en lugar de “le” y “les”. Ej. La dijeron, en lugar de le dijeron o las sucedió en lugar de les sucedió.

LEÍSMO. Es el empleo de la forma “le” del pronombre como única en el acusatorio masculino singular. EJ. Aquél libro no te lo presto, por no te lo presto.

TAUTOLOGÍA. PLEONASMO Es la repetición inútil de una idea, por varia palabras que añaden nada al sentido

de lo que se está expresando. EJ. Subir para arriba, entrar para adentro.

YEÍSMO. Es muy común en España, en su pronunciación de la “Y” al extremo de que casi la convierte en “CH”, así como la pronunciación de la “elle” como “ye” EJ. Caye en vez de decir calle, poyo en lugar de pollo.

VOCALIZACIÓN- Es la transformación de una consonante en vocal. EJ Lactancia- Laitancia, leición en lugar de lección, perfeito en lugar de perfecto.

Ejemplo: *“Doitor: Yo debo ser esméril, o mi marido imponente, porque llevamos dos años de relaciones marítimas y aún no hemos tenido trascendencia.”*

“El Dr. Dice usted querrá decir descendencia. Mire Doitor, eso me es inverosímil. Ambas palabras para mí son SINAGOGAS, ¿No será Doitor que todavía me hacen efecto los anticorrosivos que tomaba para no quedar embalsamada”.

Muletillas o Estribillos: Son repeticiones por hábito vicioso en la conversación. EJ. Este, aaa, eeee, pués, o sea. Son repeticiones constantes totalmente innecesarias.

Mascullar: Es la malsana costumbre de hablar entre dientes, poco clara, y que provoca una expresión incomprensible.

Los gazapos: Son disparates al hablar o escribir. Ej. Hayga en lugar de Haya, más má por peor, aruñar por arañar, pecsi por Pepsi, rompido por roto.

B) El grupo fónico.

Es la porción de discursos comprendida entre dos pausas. El grupo fónico medio oscila en español entre 8 y 12 sílabas (me y sa). Por ejemplo contestar a “si” cuando se contesta a una pregunta.

C) El TIMBRE.

Es el sonido de una voz. Esta cualidad es la que nos permite identificar quien está hablando, sea por Radio, Cellphone, etc., por el simple sonido o tonalidad de la voz. Cada persona tiene su timbre de voz dependiendo de sus cuerdas bucales.

D) La INTENSIDAD.

Es el mayor o menor grado de fuerza al emitir sonidos al hablar. Cuando hablamos en voz baja lo hacemos con poca intensidad. No debe confundirse el tono con la intensidad. La intensidad está en relación con la emoción, las circunstancias, el estilo personal, etc.

E) la importancia de la articulación.

Articular bien, es pronunciar distintamente todas las consonantes. Debe tenerse en cuenta que la lengua contribuye de modo más importante a la claridad de los sonidos. Demóstenes sostenía el argumento de que la palabra pero lo más importante en la comunicación. Aristóteles utilizaba pequeñas piedras de río para mejorar su dicción. Los profesores de idiomas en la actualidad, muchos de ellos utilizan un lápiz entre los dientes para forzar su buena pronunciación.

Los labios también son muy importantes para una buena pronunciación. Si se dejan excesivamente relajados que puede convertir la práctica en un murmullo confuso especialmente en los sonidos de las siguientes letras: P,B,M,F, que requieren de mayor acción labial.

Cuando se utilizan micrófono, debe evitarse, la emisión explosiva de las consonantes, pero en otros casos, deben los labios con movimientos más firmes para ser rotundo en las palabras.

Articular bien permite hacerse comprender claramente, aun cuando se hable en voz baja. A veces los locutores, oradores y actores descuidan la articulación lo que provocan poca comprensión de lo que se dice y por lo tanto pierden la atención del público. Algunos locutores de radio no pronuncian claramente los finales de las palabras, sobre todo si son esdrújulas sobreesdrújulas.

Como el final de una frase pronunciada suele descenderse el tono, la última sílaba se apaga, no se oye y es preciso darle intensidad.

1.2.4. Cualidades de la articulación.

A) Claridad.

O nitidez es la primera cualidad de la articulación, debe accionarse correctamente el maxilar inferior, la lengua y los labios para lograr una dicción definida.

Ciertos hábitos viciosos que no han sido corregidos a tiempo, son los causantes de una defectuosa dicción. Es preciso hablar despacio para articular con claridad.

B) INTENSIDAD el lector que mayor grado en mayor grado afecta la inteligibilidad, es probablemente el nivel sonoro de las palabras, que depende a su vez, por una parte, la distancia entre el emisor y el receptor y por otra parte la intensidad de los ruidos ambientales, ya que éstos pueden enmascarar o debilitar los sonidos.

Una voz llega más lejos mientras más intensa es, cuanto más aguda es, porque la potencia de los decibeles es mayor.

Como usted sabe, existen instrumentos para medir con precisión la intensidad sonora, pero no es probable que el orador los tenga, aunque siempre debe observar las expresiones de los oyentes más alejados.

Es una responsabilidad básica del disertante, hacer uso adecuado de la fuerza vocal, es decir debe hablar con intensidad suficiente para ser escuchado por el auditorio.

Se debe aprender a graduar si el orador con pequeños matices diferenciales la intensidad y volumen de la voz. Si el orador quiere dar la impresión de energía, debe aumentar la fuerza de su voz, es decir, debe hablar con intensidad suficiente para ser oído el auditorio correctamente.

Hablar en voz baja puede sugerir que el orador no está seguro de sí mismo o bien que el mismo no está convencido de lo que está diciendo.

A veces, para llamar la atención o provocarla, será necesario bajar considerablemente el volumen de la voz, en otros casos ser conveniente elevarla más, lo cual es un recurso muy eficaz para despertar el interés público.

C) Flexibilidad. Un discurso puede perfectamente ser inteligible, pero es posible que deje en el auditorio una sensación de duda.

Esto sucede cuando la voz carece de la flexibilidad necesaria para expresar significados finos y emociones, lo que depende de una pronunciación exacta y agradable.

¿Qué hacer para que las ideas centrales se destaquen sobre las demás?

Lo primero que debe hacerse es tener flexibilidad, lo cual se logra con la velocidad, las pausas, el ritmo y el tono. Todos ellos son elementos necesarios para dar claridad y vivacidad a la expresión oral.

D) Velocidad. La mayor parte de los que hablan con excesiva velocidad, fatigan a los escuchas. Otras en cambio, hablan con desesperante lentitud.

¿A qué velocidad debe hablarse?

Se puede decir que se habla con mayor velocidad si se trata de un tema superficial.

Se habla con menor velocidad, cuando el auditorio está poco familiarizado con el asunto se trate, o cuando el nivel intelectual sea muy diverso.

Lo correcto es que la velocidad se ajuste al tipo de sentimientos o pensamientos que el orador trata de transmitir.

La rapidez en el hablar es un obstáculo para mejorar la dicción y corregir sus defectos, pero la lentitud excesiva por sí sola no resuelve nada.

Para hablar lentamente, se necesita ejercitar para frenar el impulso instintivo de hablar rápidamente, por lo tanto, debe aprenderse a utilizar los músculos de la boca y dominarlos, para adquirir el hábito de silabear y vocalizar para no perder ni una sola palabra.

Una vez lograda una clara vocalización, la velocidad debe adecuarse al tema, al auditorio y al valor de las ideas que quieran transmitirse.

1.3 ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN ORAL.

1.3.1 Necesidades.

Todo proceso de comunicación da comienzo cuando el emisor tiene una necesidad que lo motiva a querer comunicarse. Por ejemplo, un supervisor que tiene la necesidad de comunicar las nuevas normas de seguridad para ser aplicadas a su equipo de trabajo.

1.3.2. El emisor/codificador.

El emisor es la persona que tiene la idea de comunicar, como resultado de una necesidad. Esta idea se codifica, es decir, se traduce a palabras y a conducta.

El código es un conjunto de símbolos usados para expresar una idea. Y los códigos con el lenguaje y los mensajes no verbales, como lo es la expresión facial, la posición del cuerpo, las características vocales e inclusive la ropa.

La experiencia personal, la sociedad y la cultura afectan a los códigos disponibles para el integrante del grupo. Las características de los receptores así como la habilidad para comunicar el emisor van a afectar este proceso de codificación.

1.3.3. El mensaje.

Es el conjunto de ideas que se transmiten o que son recibidas.

Los mensajes son el conjunto de símbolos que tienen significado para el emisor. El significado lo crean las personas que envían y reciben el mensaje.

El significado que una persona da a lo que se dice, va a depender de sus características personales como son la inteligencia, experiencias, etc.

Los significados que un miembro del grupo podría tener para los códigos usados para transmitir una idea

pueden ser diferentes a los de otros miembros. Por ejemplo, una persona quiere hacerse la chistosa acerca de una persona en particular, todos se ríen excepto uno, ya que de quien se estaban burlando había fallecido el día anterior.

La comprensión de una persona sobre los significados se fundamenta no sólo en la palabra en sí, sino en lo que ella significa.

Los requisitos de un mensaje eficaz son:

- **Claridad.**
- **Precisión**
- **Objetividad y Veracidad.**
- **Emisión en el momento oportuno, cuando esa información es útil y decirla en el momento apropiado, es decir **No antes, ni después.****
- **Que sea interesante.**

1.3.4. Canales.

Los canales son los medios a través de los cuales el mensaje se envía. Dichos canales pueden ser auditivos (discursos, música, pausas, y frases o bien expresiones faciales) Normalmente abusamos más de un canal que de otros y transmitimos más de un mensaje a la vez.

Por ejemplo, para recalcar una idea deben utilizarse las palabras adecuadas y a la vez utilizarse un contacto visual directo, elevando el volumen de la voz, usando énfasis. Esta sería una forma de utilizar varios canales simultáneamente.

Cuando se utilizan múltiples canales que refuerzan una idea todos los canales se complementan entre sí. Nunca deben contradecirse dichos canales porque se enviaría un mensaje confuso.

PARA DAR UN DISCURSO: Su introducción debe captar la atención del público, usted debe indicar con claridad el tema del que hablará y mostrar por qué ese tema debería interesar a sus oyentes.

CÓMO HACERLO

- **Capte la atención.** Escoja una pregunta, una afirmación, una experiencia de la vida real o una noticia que despierte el interés de sus oyentes.

Piense detenidamente y con antelación en qué se interesan sus oyentes o qué les preocupa, y luego adapte su introducción según sea necesario.

- **Indique con claridad el tema.** Asegúrese de que su introducción deje claro cuál es el tema y el objetivo de su presentación.
- **Muestre por qué es importante ese tema.** Adapte su mensaje a las necesidades de los oyentes. Ellos deben ver con claridad que ese tema puede beneficiarles personalmente.

Cuando esté preparando un discurso, pregúntese: “¿Qué situaciones enfrentan los escuchas?”. Y,

luego, teniendo eso en cuenta, prepare su introducción.

Para un discurso.

1.3.5. Receptor/Decodificador.

A fin de averiguar qué puede interesarle a una persona, fíjese en su entorno y en lo que está haciendo. Con esto presente, comience la conversación haciendo una pregunta o un breve comentario.

Es la persona que recibe el mensaje y es el encargado de interpretarlo, por lo tanto el emisor debe ser muy claro en su mensaje. Debe entenderse que el receptor a su vez es emisor del mensaje o sea que tiene doble papel.

1.3.6. Retroalimentación/Feedback.

Es la información que proporciona el receptor al emisor, así el emisor podrá estar seguro de su mensaje o bien volverlo a emitir bajo otros términos, para que todo mundo lo entienda. Sirve también para corregir la conducta de quienes reciben el mensaje. Es decir, el receptor está distraído y capta parcialmente el mensaje.

Ahora con la retroalimentación se puede detectar que parte del mensaje no se entendió.

Existen dos tipos de retroalimentación:

1.- Retroalimentación de la tarea: Se proporciona sobre actividades productivas de la empresa y las competencias técnicas del grupo.

2.- Retroalimentación del trabajo en equipo. Se proporciona sobre las interacciones del grupo y las relaciones, la comunicación, cooperación y coordinación de los miembros.

3.7 Ruido.

Es cualquier tipo de situación que tiende a dañar la fidelidad del intercambio de mensajes.

Los ruidos se clasifican en:

a) Ruidos interiores

a. Ruido fisiológico que es el que proviene del cuerpo. (Dolor, etc.)

b. Ruido psicológico. Es uno de los peores, es el ruido que proviene del pensamiento. Se origina por cargas emocionales.

c. Ruidos en proceso de la comunicación:

i. Sus propios sentimientos, deseos o expectativas.

ii. Sus actitudes y creencias.

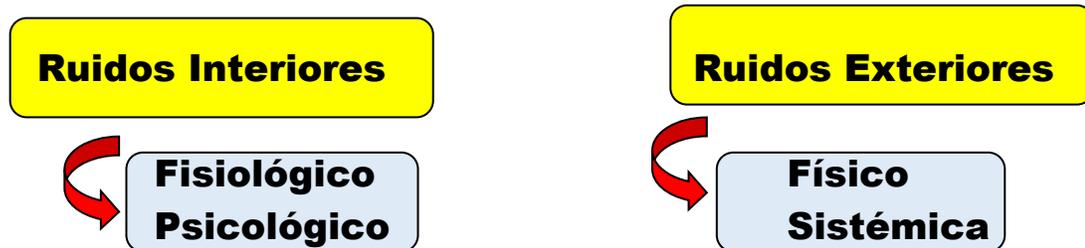
iii. Aceptación por otras personas y sus ideas.

iv. Imágenes de sí mismos e imágenes de otros comunicadores.

B) Ruidos exteriores.

- Ruidos físicos. El hecho de que otras personas a las que se les dirige el mensaje estén distraídas platicando o usando los chats. Es imposible que el “receptor pueda escuchar el mensaje del emisor”.**

- **Ruidos sistémicos.** Es cuando un departamento se reúne para tomar decisiones que son incompatibles con los objetivos de otro departamento de la empresa.



1.3.8. Contexto:

Toda comunicación ocurre dentro alguna situación determinada, lo cual incluye la temperatura, las condiciones de iluminación, ruido físico en el ambiente, el color de las paredes, la acústica del auditorio. También influyen los motivos de los escuchas, sus temores y esperanzas, autoconfianza, habilidad en el lenguaje imágenes de los demás, entre otros muchos factores.





1.4 Funciones de la comunicación oral.

La comunicación es el producto de la interacción entre personas y es determinante el conocimiento mutuo para el éxito de dicha comunicación.

La comunicación es una función social. El comportamiento de las personas, los grupos y la comunidad, permiten intercambiar ideas, opiniones, sentimientos e intereses, en definitiva, comunicarse. Es usted por ejemplo ¿En qué forma se elige al Presidente de la República? Sin duda es a través de una comunicación asertiva.

Toda la actividad del ser humano e inclusive muchos animales es precisamente la comunicación. Piense usted en cómo se comunican los delfines, a través de sonidos muy agudos que alcanzan cientos de kilómetros.

La comunicación es una función social. El comportamiento de las personas, los grupos y una comunidad entera pueden intercambiar ideas, opiniones, sentimientos e intereses.

La comunicación está inmersa en la cultura de las personas. Las actitudes, motivaciones, intereses, nivel educacional, profesión, capacidad, experiencia, sexo, tipo de pensamiento predominante y las competencias, influyen en la calidad de las comunicaciones.

Las funciones de la comunicación son:

Funciones genéricas

Informativa
Afectiva.
Regulativa.

Funciones en un equipo

Control.
Motivación.
Expresión emocional.
Cooperación.

1.4.1. Funciones genéricas.

A) La función informativa.

La comunicación consiste en compartir significados, en la razón de ser este proceso. La comunicación es simbólica, los sonidos, las palabras, los gestos y los números son una aproximación de lo que se quiere comunicar, es decir, sólo una representación aproximada de las cosas, fenómenos y relaciones que se refiere y ello introduce también deformaciones y complicaciones en este proceso de comunicación.

Tiene que ver con la transmisión recepción de la información. A través de ella, se proporciona al individuo, todo el caudal de experiencia social e histórica, así como proporcionar la formación de hábitos, habilidades y condiciones. En esta función

el emisor influye en el estado mental interno del receptor aportando nueva información.

La función informativa consiste en la construcción, transformación y recepción de la información que incluye:

- **Contenido.**
- **Variedad.**
- **Riqueza.**
- **Apertura comunicativa.**
- **Profundidad.**
- **Frecuencia en que aparece.**

La comunicación es un proceso que cambia de posición entre el emisor y receptor según sea la retroalimentación, que supone el intercambio de dos o más personas participando en un diálogo. Dos personas hablan y escuchar en un proceso activo, donde hay una interrelación de ambos, llegando a dominar los puntos de vista del otro, es decir, empleando la asertividad.

La comunicación facilita la información que necesitan las personas y grupos para dar información, recibir información, informar estrategias, tomar decisiones, actualización científica y técnica, permite identificar y evaluar opciones, alternativas, obtener conocimiento y cumplir con lo establecido.

Con la función informativa en el trabajo se obtiene conocimiento, se da y recibe información y se actualizan las personas cognitivamente.

B) La función afectiva.

En la comunicación, el lenguaje tiene sentido y palabra, no sólo es lo que se dice, sino cómo se dice.

En la función afectiva se transmiten y se reciben emociones, los sentimientos y vivencias que proporcionan satisfacción o insatisfacción de necesidades.

Esta función posibilita expresar percibir vivencias afectivas (emociones, sentimientos, deseos), de carácter consciente como inconsciente a través de la comunicación no verbal fundamentalmente y también con la comunicación verbal.

La función afectiva-valorativa-indica que el emisor debe otorgarle a su mensaje una carga afectiva que el mismo demande, no todos los mensajes requieren de la misma emotividad, por ello, es de suma importancia para la estabilidad emocional de los sujetos y su realización personal.

Gracias a esta función, los individuos pueden establecerse una imagen de sí mismos y también de los demás.

Los elementos esenciales de la función afectiva que facilita la comprensión de los fenómenos de la comunicación son:

- ♥ **Necesidades.**
- ♥ **Motivación.**
- ♥ **Las emociones y sentimientos.**

Debido al peso de la comunicación la función afectiva, hay que darle un tratamiento adecuado, ya que satisface las necesidades afectivas, sociales y espirituales, proporcionando un escape para la expresión emocional y los sentimientos.

La función afectiva, permite dar opiniones personales acerca de algo, conversar sobre los problemas de la vida cotidiana, los intereses: deportes, arte, cine, filosofía, recreación, dar y recibir opiniones personales acerca de algo y facilita frases o acciones de apoyo y expresiones de aceptación para con los otros.

C) La función regulativa.

En la comunicación el lenguaje tiene sentido y palabra, no sólo es lo que se dice, sino como se dice.

La función afectiva transmite las emociones, los sentimientos y vivencias que dan satisfacción o insatisfacción de necesidades.

La función afectiva posibilita expresar y percibir vivencias afectivas (emociones, sentimientos, deseos), de carácter consciente así como inconsciente a través de la comunicación no verbal, fundamentalmente y por supuesto también con la comunicación verbal.

La función afectiva valorativa indica que el emisor debe otorgar en su mensaje una carga afectiva, siendo que no todos los mensajes requieren de la misma emotividad, por ello, es de suma importancia para la estabilidad emocional de las personas así como de su realización personal.

Debido a esta función, los individuos pueden establecer una imagen de sí mismos de los demás.

En el análisis de la comunicación, es necesario establecer los elementos esenciales de la función afectiva que facilita la comprensión de los fenómenos de la comunicación, siendo éstos:

- Necesidades.**
- Motivación.**

➤ **Las emociones y los sentimientos.**

De lo la importancia de la comunicación es su función afectiva, debe dársele un tratamiento adecuado, ya que satisface necesidades afectivas, sociales e inclusive espirituales, proporcionando un escape para la expresión emocional y los sentimientos.

La función afectiva permite dar opiniones personales acerca de un tema en especial, conversar sobre los problemas de la vida cotidiana, los intereses: deportes, arte, cine, recreación, dar y recibir opiniones personales acerca de algún tema y facilita frases o acciones de apoyo y expresiones de aceptación para con otras personas.

C) La función regulativa.

No se puede actuar irresponsablemente, en la comunicación entre cumplir con ciertas normas y valores. Los grupos y organizaciones regulan el comportamiento de sus integrantes en diversas formas. Por ejemplo, políticas y manuales dentro de la empresa, respeto entre sus integrantes.

La función regulativa tiene normas y valores de la sociedad y de las empresas.

Esta función regulativa está asociada con el control y regulación de las personas sobre la cultura que posee, es decir su nivel cultural y académico, las motivaciones, los proyectos de vida y pueden estimular la interacción, el intercambio, el comportamiento de las personas, la participación y reflexión e inclusive pueden inhibir la conducta humana.

La función regulativa tiene que ver con la regulación de la conducta de las personas respecto de sus semejantes. Tiene que ver con la capacidad autorreguladora del individuo respecto a sus

semejantes. La capacidad autorreguladora y del individuo depende el éxito o el fracaso de la comunicación.

Una crítica constructiva, permite conocer la valoración que los demás tienen de nosotros mismos, pero es necesario proceder independientemente de ella y cambiar la actitud de lo sucedido.

La comunicación tiene como fin divulgar estrategias, objetivos, procesos, funciones, tareas, roles, intereses, cumplir con responsabilidades y con autoridad, regular el comportamiento de los demás cuando se ejercen influencia sobre otras personas y viceversa, ya sea a través de órdenes, sugerencias, instrucciones, expectativas, posibilitar que la conducta pueda dirigirse y ajustarse a determinados propósitos.

La función reguladora, como lo es controlar el trabajo realizar la buena marcha del mismo, también nos permite orientar sobre algún asunto en la actividad que se esté llevando a cabo incorrectamente.

Las organizaciones tienen jerarquías, autoridad y lineamientos formales que requieren del cumplimiento por parte de los colaboradores y que permiten canalizar las inquietudes según el nivel jerárquico correspondiente.

También controla el comportamiento de las personas y grupos de trabajo a través de la comunicación informal:

- **Usan bromas.**
- **Hacen chistes.**

- **Acosan a los miembros que se desempeñan de manera brillante, pero también acosan al que se queda atrás.**
- **Radio Pasillo, muy común en México.** Actitud de los “chismosos” que son empleados detestables y que demuestran una total falta de respeto por sus compañeros de trabajo y jefes. Por lo general son despedidos de las empresas.

La comunicación es un sistema abierto, dinámico en que operan en modo integral las funciones cognitiva, afectiva y regulativa. A veces una de estas tres pareciera tener dominio sobre las otras y por ello es necesario precisarlas y determinarlas en nuestro estudio, análisis y comprensión. Las funciones que la integran hay más variedad y riqueza, es más que nada en el desarrollo de la comunicación, y constituye un indicador en la calidad de la comunicación.

2 Otras funciones de la comunicación dentro de un grupo o equipo:

<p>Control</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ la comunicación controla el comportamiento individual. ➤ Las organizaciones poseen jerarquías autoridad y guías formales a las que deben regirse los empleados. ➤ Esta función de control, además se da en la comunicación informal.
<p>Motivación</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Lo realiza en el sentido de que esclarece a los empleados que es lo que

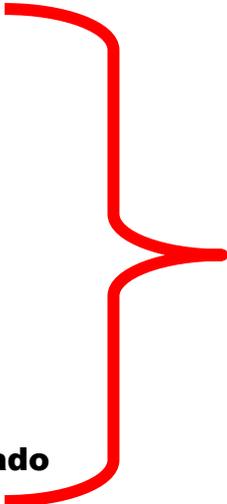
	<p>debe hacerse, si están desempeñándose en forma adecuada y lo que deben hacer para optimizar su rendimiento.</p> <p>➤ En este sentido, el establecimiento de metas específicas, la retroalimentación sobre el avance hacia el logro de la meta el reforzamiento un comportamiento deseado una visita a la motivación necesita definitivamente de la comunicación.</p>
<p>Expresión emocional.</p>	<p>➤ Gran parte de los empleados, observan su trabajo como un medio de interactuar con los demás y el que transmiten fracasos y satisfacciones, es decir sentimientos.</p>
<p>Cooperación.</p>	<p>➤ La comunicación se constituye como una ayuda importante en la solución de problemas, se le puede llamar facilitador en la toma de decisiones, en la medida que se brinde la información requerida y evalúe las alternativas que se</p>

	puedan presentar.
--	--------------------------

1.4.3. **Objetivos de la comunicación.**

Que el interlocutor:

- √ **Oiga.**
- √ **Escuche.**
- √ **Comprenda.**
- √ **Piense.**
- √ **Sienta.**
- √ **Acepte.**
- √ **Actúe.**
- √ **Que memorice lo comunicado**



**Esto se
consigue
practicando
la empatía**

Una buena transmisión produce una serie de efectos en el interlocutor.

- ❖ **Efecto cognoscitivo. Información. Dar a conocer.**
- ❖ **Efecto afectivo: Simpatía. Aprecio. Deseo.**
- ❖ **Efecto de credibilidad. Confianza y fe en la certeza del mensaje.**

Usted actuar eficazmente para que el interlocutor desarrolle una serie de pasos que lo lleven a una **acción positiva final.**

- ❖ **Quedar Informado: Pasar del desconocimiento al conocimiento.**

❖ **Desear:** Motivarse. Predisponerse a favor de la comunicación.

❖ **Hacer:** Pasar a la acción.

NO ES LO MISMO:

1. Lo que se **quiere decir**.
2. Lo que se **sabe decir**.
3. Lo que se **dice**.
4. Lo que se **oye**.
5. Lo que se **escucha**.
6. Lo que se **comprende**.
7. Lo que se **acepta**.
8. Lo que se **retiene**.
9. Lo que se **pone en práctica**.

1.5 Diversas clases de comunicación oral:

- a) Inmediatas.
- b) Individuales.
- c) Colectivas.

Existen diversas formas de realizar exposiciones orales. Cada una de ellas tiene ventajas, limitaciones, propósitos, técnicas, y normas prefijadas.

A pesar de lo anterior, el expositor puede llevar a cabo modificaciones acuerdo con las necesidades y el contexto. Cuando se lleva a cabo una presentación, debemos preguntarnos qué queremos que se conozca, que se sepa y que haga el auditorio, pues la comunicación siempre busca obtener respuesta y que de lo que digamos o hagamos dependerá la imagen y respeto que logremos con los oyentes.

1.5.1. Comunicación espontánea y planificada.

En la comunicación oral encontramos dos posibles divisiones: espontánea y planificada.

Comunicación oral espontánea.

No se organiza previamente, no se escogen temas a tratar, tampoco la estructura de desarrollo y los participantes intervienen en forma alternativa.

Comunicación oral planificada.

- ❖ **Este tipo de comunicación tiene más variables, ya que se basa en una planificación previa, conociendo los temas que se van a tratar, su estructura y las reglas que van a determinar la comunicación.**
- ❖ **En este caso encontramos la comunicación multidireccional, es decir existen varios protagonistas que se turnan convirtiéndose tanto en emisores como receptores, como por ejemplo:**
 - **Debates. (Opiniones diferentes sobre un mismo tema)**
 - **Coloquios. (Discusión de un tema sin que sea necesario llegar a un acuerdo)**
 - **Entrevistas. (Conversación para tratar algún asunto).**
- ❖ **Dentro de la comunicación oral planificada también tenemos la comunicación unidireccional, en la que existe un único emisor frente a varios receptores, como por ejemplo:**
 - **Charlas.**
 - **Conferencias.**

- **Discursos.**

1.5.2. La comunicación interpersonal e individual.

Implica dos o más personas relacionadas directa o indirectamente, que intercambian los papeles de emisor y receptor.

Puede decirse el medio más importante es el lenguaje oral o escrito aunque no son los únicos.

Las técnicas de comunicación individual podemos destacar principalmente las siguientes:

+ Diálogo.

+ Discusión.

+ Entrevista.

1.5.3. La comunicación colectiva.

No existen cambios de papeles entre el emisor y receptor, por lo tanto no se esperan respuestas dentro del mismo proceso de comunicación.

En el papel del emisor, pueden estar una o varias personas para interpretar, codificar una información personal o institucional; los mensajes son transmitidos a través de diversos medios, por ejemplo: radio, televisión, periódicos, revistas, cartas, circulares, correo electrónico, etcétera.

Para ser recibidos y codificados por personas de una colectividad, el receptor información en la que se forma una opinión, los miembros del grupo pueden enviar respuestas pero estableciendo actos de comunicación a través de medios electrónicos, cartas, entrevistas, etcétera.

Entre las técnicas de comunicación colectiva encontramos las siguientes:

- + La Charla o plática o disertación oral no trascendente.**
- + Conferencia.**
- + Discurso.**
- + Debate.**
- + Simposio.**
- + Panel.**
- + Mesa redonda.**
- + Foro.**
- + Congreso.**
- + Seminario.**

A) Charla o plática.

Reunión de personas donde un expositor proporciona información y dialoga con el resto.

Objetivo.	+ Transmitir información, crear un estado mental o un punto de vista.
Características.	+ Informar por el tono de conversación. El público puede interrumpir para hacer sus preguntas. + Normalmente el auditorio conoce algo sobre el tema. + Utilización de frases de

	<p>buen humor.</p> <ul style="list-style-type: none"> + El expositor puede hacer preguntas al público.
--	---

B) Conferencia.

Reunión de personas que escuchan cara a cara la información que otra proporciona.

Objetivo.	<p>Dependiendo del tema, pueden ser:</p> <ul style="list-style-type: none"> + Esta información de manera formal y directa. + Presentar información especializada. + Identificar una problemática general. + Motivar a un grupo. + Compartir las experiencias de una persona. + Proporcionar información experta en continuidad.
Características.	<ul style="list-style-type: none"> + Técnica formal: la comunicación, durante la exposición se da en un solo sentido. + Los escuchas, al final de la exposición pueden

	<p>hacer uso de la palabra oral o escrita, aclarar puntos, dudas o hacer un planteamiento distinto.</p> <ul style="list-style-type: none"> + Expositor puede hacer uso de ayudas audiovisuales. + El expositor puede desplazarse por el estrado. + No debe durar más de una hora o dos.
--	---

C) Discurso.

Es el razonamiento moral persuasivo, dirigido a un público por una sola persona.

Objetivo	El objetivo principal es persuadir a la audiencia.
Características.	<ul style="list-style-type: none"> + Es formal. Se inicia con un saludo individual o colectivo el orden jerárquico. + El expositor requiere ser presentado por otra persona. + Generalmente el expositor se mantiene en

	<p>un solo lugar.</p> <p>✚ No se utilizan ayudas audiovisuales.</p> <p>✚ Los gestos deben ser muy significativos.</p>
--	--

1.6 Planeación de la comunicación oral.

La buena comunicación no se da por casualidad. Hay gente que primero opina y después piensa, cuando debería ser al revés, primero pensar y planear lo que se va a decir y luego abrir la boca asertivamente.

El ser eficaz en la comunicación es responsabilidad de todas las partes involucradas en el proceso de transmisión de información, ya sean administradores como empleados en general, los cuales tienen un propósito común.

La forma de evaluar el grado de eficacia se evalúa por los resultados esperados.

Sugerencias para mejorar el proceso de comunicación asertiva:

- 1. Los emisores de mensajes deben concebir claramente lo que desean comunicar. O sea que lo primero que debe hacerse es aclarar el propósito del mensaje y elaborar un plan del objetivo fijado.**
- 2. La codificación y decodificación. Ambas variables deben ser hechas con entendimiento tanto para el emisor como para el receptor. Por ejemplo no se debe utilizar lenguaje técnico para personas no familiarizadas con el tema.**
- 3. La planeación de la comunicación no debe hacerse inopinadamente o al vacío. Por el contrario, se debe**

consultar a otras personas y alentar su participación en la recolección de información, análisis del mensaje y selección de los medios apropiados. Por ejemplo, si usted es administrador, puede pedirle a otro administrador que lea su mensaje antes de distribuirlo a toda la empresa.

- 4. Siempre será necesario **considerar las necesidades de los receptores** de la información. Comunicar lo que es de importancia o valioso para los receptores, tanto para un corto plazo como para un plazo más largo. Así es más fácil que los empleados acepten las acciones que no son tan populares que les afectan a corto plazo, pero en realidad les beneficiarán a futuro.**
- 5. **Información o comunicación.** Frecuentemente se informa, no se comunica realmente. Es decir, solo se transmite información ya que no existe la retroalimentación, que sin ella es imposible saber si la comunicación dada se comprendió. Lo correcto es haciendo preguntas y pidiendo la contestación oral o por escrito, animando a los receptores a exponer sus puntos de vista sobre el mensaje enviado.**
- 6. La **comunicación no solo se reduce a transmitir información.** También tiene que ver con las “emociones” que involucran a Directores, subordinados y colegas en una organización. Con dicha comunicación se alcanzarán los objetivos de la Misión y Visión empresarial. Otra función de la comunicación es el “control”.**
- 7. La **responsabilidad.** La comunicación eficaz es responsabilidad tanto de emisor, como del receptor. Por lo tanto es de suma importancia saber “escuchar”, lo que llamo el “Arte de saber escuchar”, no solamente con los oídos sino con todos los sentidos, incluyendo emociones...**