



COMUNICACIÓN EFECTIVA

UNIDAD 2



Objetivo:

Expresa de forma oral sus ideas y opiniones sobre asuntos o temas relacionados a su quehacer profesional considerando técnicas expositivas y elementos comunicativos adecuados a su contexto laboral.

Manual de Contenido

Unidad 2 | Expresión Oral

Contenido

1. INTRODUCCIÓN	2
2. COMUNICACIÓN ORAL	3
3. TÉCNICAS DE ORATORIA	5
4. BARRERAS Y OBSTÁCULOS EN LA COMUNICACIÓN ORAL.....	9
5. RECURSOS TÉCNICAS PARA MEJORAR LA COMUNICACIÓN ORAL	10
6. RECURSOS NO LINGÜÍSTICOS PARA LA PRODUCCIÓN DE TEXTOS (VISUALES, SONOROS Y GESTUALES)	13
7. CIERRE	16
8. REFERENCIAS	17

1. INTRODUCCIÓN

¡Bienvenidos estudiantes a la Unidad 2!

En esta unidad vamos a explorar conceptos y contenidos clave de la comunicación oral. Comunicarse oralmente es el acto de establecer una conexión con alguna otra persona. Cuando hablamos, tratamos de expresar lo que sentimos, sabemos, opinamos, necesitamos, queremos o preferimos a los demás, que, a su vez, también nos informan sobre su mundo personal a través de la comunicación oral. La comunicación oral se establece entre interlocutores, personas que interactúan directamente. Cada uno de los interlocutores adopta un papel en la comunicación: uno es el emisor, que es la persona que habla y origina el mensaje; y el otro es el receptor, que escucha, recibe el mensaje y reacciona en consecuencia. Además, participa la lengua y algunos elementos paralingüísticos (entonación, ritmo, pausas, volumen, etc.), proxémicos (distancia corporal y relación espacio personal) y cinésicos (gestos, posturas, etc.). La calidad de la comunicación puede medirse tanto por el nivel de entendimiento del mensaje que llega al receptor - entendiendo el mensaje como la transferencia del pensamiento del emisor hacia el receptor -, como por la calidad de la relación entre el receptor y el emisor. La calidad de la relación puede determinarse por factores como el nivel de confianza, de respeto, etc. Aunque estamos acostumbrados a hablar con nuestros amigos, padres, compañeros, jefes, etc. y nos parece fácil, no siempre nos escuchamos, nos Inter locutamos o lo hacemos con las mejores formas. Para llegar a una buena comunicación oral, será importante que desarrollemos la inteligencia conversacional, el liderazgo de la oralidad, que valoremos el hecho de perfeccionar nuestra calidad comunicativa, restando énfasis a los errores en la comunicación y poniendo el acento en el placer de comunicar.

Esperamos que esta unidad sea de gran interés para todos y todas ustedes y que les proporcione las bases necesarias para continuar profundizando en los temas que se abordarán en las siguientes unidades.

¡Seguimos!

2. COMUNICACIÓN ORAL

(Audiencia, discurso, lenguaje verbal y no verbal, entre otros)

2.1 Audiencia

El lenguaje también es importante. Sin entrar en analogías filosóficas a sí mismo y a la teología, es lógico advertir que las diferencias fundamentales entre los tres discursos del orador antiguo, así como las variaciones que en cada uno introduce Aristóteles, proceden de las tres funciones lingüísticas de Jakobson y algunas presumibles aplicaciones en entre las mismas a aquéllos. Todavía un último motivo hace que resulten fecundos los paralelismos entre retórica clásica y lingüística moderna, y es que son precisamente sus diferencias las que vienen a ilustrarnos sobre las respectivas funciones. El lenguaje de retórica clásica adolece de los defectos propios de toda clasificación objetiva, vital para la eficacia del lenguaje, pero a la vez demasiado rígida para las necesidades del análisis lingüístico. Aceptar, por tanto, la clasificación por funciones antes que por contenidos, ayuda a no falsear la realidad, pero puede conducir, en una clasificación formalista, a complicadas paradojas.

El primer aspecto sobre el que es importante reflexionar es en quién o quiénes se va a centrar la comunicación. Cuántas veces, por ejemplo, los estudiantes creen que cuando van a dar explicaciones a un grupo testimoniado de alumnos – un grupo en seminario, si el profesor adopta la metodología activa; o el grupo-clase en la metodología tradicional –, esos alumnos son a quienes deben dirigirse, obviando que pueden existir estudiantes mezclados que ya tienen dominado el tema. Del mismo modo, si una facultativa ha de explicar un caso clínico muy sencillo cuando está cursando a otro médico con gran experiencia en ese campo, inevitablemente le aburrirá, por lo que la explicación poco o nada habrá conseguido. Por tanto, conocer quién es el público destinatario de nuestros mensajes es el primer paso para adecuar nuestro lenguaje, organización lógica, recursos visuales (ayudas audiovisuales), etc., a esas personas.

2.2 Discurso

A través de un discurso, el emisor, directa o indirectamente, escoge entre distintas formas de relacionarse con el receptor: transmite sus ideas, sus sentimientos, solicita ayuda, informa acerca de un tema, etc. Como podéis observar, existe un mensaje central, una idea que va más allá de la mera constatación que brota a través de la interacción exitosa, es decir, cuando se produce y se percibe el diálogo, pero que se desprende necesaria o indirectamente del tema. La publicidad, en función de la esencia de un fenómeno, cree en la modificación de las actitudes del oyente, de que acepte sus opiniones. De un modo, por regla general, su relación con él seguirá encaminada hacia la obtención de un comportamiento favorable para el emisor.

La unidad mínima de la inteligencia es una información que se expresa mediante palabras que, a su vez, se agrupan en enunciados. El conjunto de estas expresiones es una unidad que comunicará un mensaje completo, independientemente de su extensión. A esta última unidad la denominamos discurso. Normalmente, para reforzar una misma idea, se utilizan varias oraciones que, a su vez, se agrupan en párrafos donde se comenta un punto del tema de trabajo. Estos párrafos se unen formando un discurso en el que, como observamos, se van desarrollando de forma organizada y siguiendo un orden lógico los distintos aspectos del tema que se trata. En un discurso es fundamental respetar una organización lógica.

2.3 Lenguaje verbal y no verbal

El lenguaje verbal es la forma de comunicación a través de palabras y lenguaje, pero también existe el lenguaje no verbal que incluye gestos, expresiones faciales, postura corporal y movimientos del cuerpo. Este último tipo de comunicación no utiliza palabras, pero es igualmente efectivo para transmitir mensajes y emociones. Los gestos pueden ser universales, como el levantar el pulgar para indicar aprobación, o culturales, como el movimiento de cabeza para expresar acuerdo o desacuerdo. Las expresiones faciales, como sonreír o fruncir el ceño, son especialmente importantes para transmitir emociones como alegría, tristeza o enojo. Además, la postura corporal puede comunicar información sobre la actitud, el estado de ánimo y la confianza de una persona. Por ejemplo, una postura erguida

puede indicar seguridad y confianza, mientras que una postura encorvada puede expresar timidez o inseguridad. Los movimientos del cuerpo, como el modo en que caminamos o nos movemos, también pueden revelar mucho sobre nuestra personalidad y estado emocional. En resumen, el lenguaje no verbal es una parte integral de nuestra comunicación diaria y complementa el lenguaje verbal para transmitir mensajes de manera más completa y precisa.

3. TÉCNICAS DE ORATORIA

Las técnicas de oratoria se han adaptado a la sociedad y al inconformismo del público hacia los discursos. En el siglo XIX, la sociedad se mostraba más paciente y educada, por lo que las intervenciones eran más extensas, razonadas y lentas. Por el contrario, actualmente, en una sociedad marcada por las nuevas tecnologías y el gusto por la inmediatez, la duración de las intervenciones se ha reducido significativamente, por lo que es necesario captar la atención del público a través de diferentes técnicas. Las técnicas de oratoria más comunes son la entonación, el lenguaje corporal y el manejo del tiempo, cada una de ellas son importantes para captar la atención del público y transmitir el mensaje de manera efectiva.

El discurso tiene en general varias etapas, las más utilizadas son:

- **La introducción:** La primera parte del discurso debe captar la atención del público. Existen múltiples técnicas de introducción, si bien, algunas de las más utilizadas son el uso del humor, un ejemplo, una anécdota o datos relevantes que guarden relación con el tema a tratar.
- **Desarrollo:** Se corresponde con la principal parte del discurso. Esta debe ser clara y lógica, permitiendo la comprensión del tema por parte del/los interlocutores. Presenta la información de forma ordenada, bien estructurada y concreta. Realiza las transiciones adecuadas entre los diferentes puntos del discurso, de forma que los interlocutores puedan seguir el discurso a pesar de la sucesión de conceptos, planteamientos o argumentaciones.

- **Conclusión:** Es una de las partes más importantes del discurso, ya que es en esta fase donde el orador sintetiza de forma directa y precisa lo que ha comunicado, debiendo ser un tanto provocativo a fin de llamar a la acción del público.
- **Argumento:** Es la demostración o explicación de un concepto o idea. Puede ser una idea, un sentimiento, una emoción o unos hechos que dan como consecuencia de esto el surgimiento de un nuevo concepto, de una forma distinta de comprender o sentir algo.

Todo esto se organiza de acuerdo al tipo de discurso, a la audiencia objetivo y al tipo de presentación.

3.1. Voz y entonación

La voz refleja la edad (rimbombo en la vejez, claridad y rapidez en la infancia, etc.). Es un valor que encierra un amplio contenido de simpatía personal. Es vital para el locutor por su función expresiva y, a la vez, para el espectador por sus funciones expresiva, evocadora, sugestiva, persistente en tanto que graba y recreable mentalmente, y retentiva gracias a la cual creamos imágenes pasadas a lo largo del discurso, o si prefieren proyectamos metafóricamente, de idas y vuelta, una cuerda entre nuestro cerebro y el hipocampo, centro de nuestra memoria.

Un segundo punto conflictivo es el volumen, tanto del propio mensaje como el modo de percibir y emitir ruidos del ambiente. Las transmisiones radiofónicas (tanto en programas como anuncios), los sistemas de megafonía, discotecas, verbena, etc., o el timbre de altavoces en televisores que anuncian un nuevo programa mientras hablamos con la vecina o aconsejamos a unos amigos, son ejemplos del primer caso. De la monotonía de ruido permanente comercial, al que nos hallamos adaptados, apenas percibimos nada. Los estrépitos bruscos (portazos, frenazos, pasos sobre chips, etc.) delatan las intromisiones provocativas del segundo caso, especialmente en determinadas situaciones que bloquean inconscientemente nuestro estado de ánimo, pero también, llegado el caso, un secuestro psicológico que, en el mejor de los casos, disminuirá nuestra eficacia estética.

No hablamos de la misma manera en diferentes situaciones; es decir, al dirigirse uno a un superior o a un subordinado no se utiliza el mismo tono, ni los mismos gestos, ni el mismo vocabulario. Uno puede

hablar alto o bajo, rápido o lentamente, con un tono melodioso o monótono, nervioso o con tranquilidad. El modo de emplear todos estos recursos, en resumen, se llama paralenguaje.

3.2. Lenguaje corporal

No hay que dudar ni tampoco sentirse incómodo al dar una mirada sostenida, de ahí su importancia, tranquilizar o congelar emociones, explicar detalles, pedir permiso, invitar o simplemente informar. Que predomine y mucho, e incluso pueda cambiar, valoremos por ejemplo la tenacidad que llevó a la manera de decidir y adoptar hasta el sesenta por la lotería que comportó mucho su gesto para comunicar o informar, prefiriendo una pausa a ser hablado como.

No vamos a entrar en los diferentes tipos de lenguaje corporal o en qué significan, pero sí tiene que ser consciente de que cualquier movimiento o gesto nuestro será interpretado por el resto de personas. Por ello, pido que evite esta polémica en los foros, pero sí es recomendable, por ejemplo, que controle las negativas expresiones. Su lenguaje corporal es un gran apoyo e incluso aliado en su comunicación, pero al mismo tiempo es un juez flexible. Transmita quién es realmente, sin importar el contenido que acompaña a sus mensajes. Aunque no deje de mencionar el otro muy reconocido en este campo: la postura. También este aspecto, el control mental, es más sencillo si no finge ser una persona que en realidad no es (o no realiza movimientos y gestos que la delatan).

El Albert Mehrabian llevó a cabo, en la Universidad de California (1967), un estudio sobre la comunicación que llevó al resultado de que solo el 7% de la información que se transmite corresponde a las palabras, el 38% corresponde al tono de voz y el 55% restante al lenguaje corporal. Sea o no cierto el resultado de este estudio, lo que no podemos poner en duda es el gran valor que el lenguaje corporal tiene en la comunicación.

3.3. Contacto visual

Una de las grandes ventajas de mantener el contacto visual consiste en que se establece una relación más directa con el otro, por lo tanto, aunque la percepción es neutra, adquiere una función metacomunicadora al señalar la intención del mensaje. Desde el punto de vista del emisor, el contacto ocular atento sirve para animar o presionar. En la interacción humana, al mantener los ojos abiertos y fijos sobre el receptor, es señal de que el hablante desea provocar una reacción en su auditorio. Muchos de estos silencios se utilizan a su vez como una forma de implicar al receptor, lograr que interaccione, preguntándose al interlocutor para confirmar que éste presta atención a lo que se manifiesta o, en el inicio de cualquier relación, para transmitir la idea de que el que está hablando está preocupado en que el oyente capte y entienda lo que le está alegando.

La comunicación cara a cara suele ser menos efectiva cuando el emisor evita el contacto visual con la audiencia. El contacto visual fragua el contacto con el público, le indica a los integrantes del público que el emisor está interesado en comunicarse y ayuda a evaluar las reacciones del auditorio. El contacto visual también evita que el orador se pierda datos claves como el comportamiento no verbal de los receptores. El contacto visual efectivo es clave en la expresión de organizaciones eficientes durante una reunión, una discusión o una presentación de un informe importante con dos o más personas intervinientes. Supone un factor primordial en la construcción de la imagen positiva de nosotros mismos "lo que ven hace a la imagen". Ni qué hablar lo que supone para un orador no tener contacto visual con su público.

4. BARRERAS Y OBSTÁCULOS EN LA COMUNICACIÓN ORAL

Las barreras en la comunicación oral pueden ser de diferentes tipos y originarse por diversas razones. Por ejemplo, las barreras físicas como el ruido o la distancia pueden dificultar la comunicación.

Distracción: cardiovasculares, alteraciones sensoriales, dolores o enfermedades agudas en la cavidad bucal o faringe y a veces, como consecuencia de una realización muy forzada de la fonación.

Ansiedad o nerviosismo: en intervenciones orales durante unos instantes de tiempo, puede considerarse fisiológico, pero aquella ansiedad o nerviosismo que acompañe al habla cotidiana o a situaciones en las que sea necesario mantener una exposición oral, en el tiempo, pueden tener una clara influencia negativa en la comunicación verbal.

Fatiga muscular: consecuencia de un esfuerzo prolongado. La parálisis laríngea o afonía suponen la paralización de la comunicación oral. Cualquier proceso que dificulte la transmisión del mensaje a través de las vértebras cervicales o de los nervios que inervan los órganos periféricos necesarios para el habla puede tener una notable influencia negativa. Características individuales: es posible que las características individuales del emisor dificulten muy significativamente la comunicación.

Todo lo anteriormente expuesto sobre la comunicación oral normal y anormal, si queremos que se transmita sin problemas ni interferencias, tiene enemigos: las barreras u obstáculos en la comunicación. Físicos: ruido, distancia, habla en voz muy baja. Lingüísticos: hablar muy deprisa, utilizar un código incomprensible (una jerga, un dialecto), hablar con extremados niveles de abstracción o utilizar gran cantidad de palabras desconocidas por el oyente.

Psicológicos: prejuicios, estereotipos, rutina, celos, resentimientos, ansiedad, miedo. Socioculturales: desaprobación, falta de interés, distracción inducida por otros mensajes que puedan resultar más interesantes, además del bloque afectivo que lleva aparejado el rechazo. Organizacionales: se refiere a aquellos que aparecen en el seno de empresas o instituciones (pocas horas para poder expresarse, burocracia excesiva).

5. RECURSOS TÉCNICAS PARA MEJORAR LA COMUNICACIÓN ORAL

Las técnicas para mejorar la comunicación oral son esenciales para transmitir eficazmente el mensaje. Algunas de estas técnicas incluyen...

Vocabulario: la fluidez no es solo rapidez hablando y/o escribiendo, ni siquiera expresión de ideas con un lenguaje correcto. La fluidez es pensar rápido con las palabras y ayuda, en gran cantidad, para ello. Cuando sabemos muchas palabras y, sobre todo, cuando las manejamos con facilidad, estas aparecerán en nuestro cerebro en el momento preciso que las necesitamos. Evitaremos pausas largas por la mente en blanco. Imaginemos entretanto que estoy hablando de un tema que me gusta y en el cual tengo una vasta documentación, pero sobre el que no práctico la comunicación muy a menudo si no es para documentar rápidamente algún contenido de este tipo (redacción), por ejemplo, de historia antigua griega o romana, cuando me piden a menudo este tipo de información. Como a estas alturas de la película resultaría tedioso formar el vocabulario que pueda conseguir batir a un tipo formado en este proceso por una raza superior, con la capacidad mental de memorizar determinado tipo de información; optaremos creo que será lo más eficiente un camino más general, aunque específico en el más limitado ámbito de la cibercultura que nos toca. Para ir a la playa no queremos un GPS que solo nos informe sobre carreteras vascas.

Es cierto que en un determinado porcentaje la comunicación oral depende del carácter y de la personalidad, pero lo cierto es que podemos mejorar notablemente nuestra habilidad en este terreno sirviéndonos de un sinfín de técnicas. En este apartado voy a desglosar las más eficaces y sencillas.

5.1. Escucha activa

La escucha activa es una habilidad fundamental en el proceso de comunicación efectiva. No solo implica oír lo que el interlocutor está diciendo, sino también comprenderlo en profundidad y establecer una conexión empática con él. La escucha activa implica prestar atención de manera genuina, sin distracciones, y estar completamente presentes en la conversación. Esto implica no solo escuchar las palabras, sino también captar las emociones subyacentes y los mensajes no verbales transmitidos por el interlocutor. Al practicar la escucha activa, demostramos respeto hacia la otra persona y mostramos interés por lo que tienen que decir. Además, nos permite evitar malentendidos y conflictos, ya que al comprender mejor al interlocutor, podemos responder de manera adecuada y acertada. En resumen, la escucha activa es esencial para una comunicación efectiva y contribuye a establecer relaciones personales y profesionales sólidas y satisfactorias.

5.2. Claridad y concisión

Cuando lo que se expresa tiene toda la necesaria claridad, el mensaje es nítido, porque el emisor se ha esforzado en conseguirlo. Resumiendo: la claridad es esencial en cualquier tipo de comunicación y el componente fonatorio y el cinético, si bien ayudan mucho, pueden resultar irrelevantes o contraproducentes si el mensaje no está bien expresado. Estos dos componentes lo son también en el proceso de comprensión de un mensaje, pero en éste influyen profundamente, sobre todo, el receptor. Es frecuente que el emisor realice algunos meneos manuales o interprete una danza del receptor, queriendo decir con ello que no queda satisfecho con el comportamiento del receptor. Pues bien, el receptor puede ser más comprensivo si desecha el mensaje sobre el comportamiento de su interlocutor y atiende tan sólo al contenido.

No dice nada diferente, es cierto, pero es posible que prefiera no confrontarse abiertamente en busca de la armonía del grupo. Por ello se impone el consejo que antes se daba al emisor para que cree un ambiente adecuado e invoque al interlocutor a colaborar. Este comportamiento adecuado, una actitud de escucha, una predisposición positiva a lo que se le comunica (aunque no piense otra cosa en su fuero

interno) y un mínimo interés por el emisor son, quizás, los principales requisitos para el ejercicio de la percepción, que es un paso previo para la decodificación del mensaje. Decodificación que precederá a su interpretación, evaluación, asimilación o, simplemente, a su retención o archivo (según su valor informativo).

5.3. Empatía y asertividad

La empatía es fundamental en la comunicación oral, ya que nos permite entender las emociones y sentimientos del interlocutor. La asertividad, por su parte, nos ayuda a expresar nuestras opiniones y sentimientos de manera clara y respetuosa.

Nos comunicamos con los demás, afortunadamente para nuestra especie, que existe la comunicación. La interacción con otros nos ayuda a realizar acciones que en soledad no podríamos llevar a término. Nos relacionamos por medio de primeras impresiones, y acertamos o nos precipitamos, según como seamos capaces de observar el comportamiento de los demás. A veces nos llevamos una idea que luego no se corresponde con las sensaciones que nos produce su manera de ser y hacer al interrelacionarse con nosotros. Algunos aspectos de la comunicación no verbal, y que llamamos "principios" de la comunicación (empatía-identificación, respeto, autenticidad, escucha activa), son muy importantes para establecer relaciones de ayuda.

6. RECURSOS NO LINGÜÍSTICOS PARA LA PRODUCCIÓN DE TEXTOS (VISUALES, SONOROS Y GESTUALES)

Este manual ha proporcionado una visión integral de la expresión escrita, cubriendo aspectos fundamentales como las tipologías textuales, las características y subtipos del texto expositivo, los diversos propósitos comunicativos, los registros lingüísticos y los recursos esenciales para la producción de textos. Al dominar estos elementos, los escritores pueden mejorar significativamente la calidad, claridad y efectividad de sus comunicaciones escritas, adaptándolas a diferentes contextos y audiencias. La comprensión y aplicación de estas herramientas y estrategias son cruciales para cualquier persona que desee mejorar su capacidad de expresión escrita.

6.1 Recursos visuales

El empleo de apoyos visuales se utiliza para alcanzar los objetivos perseguidos por su creador: los mensajes visuales, auditivos y mixtos. Cada uno de ellos tiene unas peculiaridades comunes y unos componentes específicos que utilizaremos cuando queramos destacar, hacer comprender, retener la atención o dramatizar al máximo lo que estamos contando.

Para emprender la realización de cualquier presentación oral, tanto en el ámbito académico como en la vida diaria, el emisor suele valerse de algunos elementos visuales que le ayuden a estructurar y articular su discurso. No todos los estudiantes utilizan para ello el apoyo de medios visuales, pero sí la mayoría acude al uso del papel con hojas escritas o impresas con el contenido de su intervención.

Este es el mundo del espectáculo visual, este es el mundo actual con el que tenemos que contar y, sobre todo, aprender a enfrentarnos si queremos ser verdaderos comediantes.

Días tras día, entre un oído y otro, el hombre abre una brecha por la que se cuela y arrastra una catarata de imágenes que invaden lo que antes era el territorio de la pureza sonora o de la ensoñación onírica.

Manual de Contenido

Unidad 2 | Expresión Oral

6.2 Recursos sonoros

Los recursos sonoros pueden utilizarse para enfatizar ciertas palabras o ideas. entre ellas están: entonación, ritmo, cualidades musicales de los sonidos (timbre, duración), silencios, emisión clara, segura, variada y modulada. El locutor ha de ser muy participativo, comunicativo con gestos significativos de la palabra. Vocalice continuamente sin silencios; lo que defendemos es que sea capaz de elegir y aplicar la forma que mejor se adapte a los destinatarios y a las circunstancias de la comunicación que intenta llevar a cabo; sea consciente, por otra parte, de que, de inicios solos, del uso del género raear.

En este pequeño párrafo hemos mencionado una serie de parámetros, solamente nombrados y sin que hayamos apuntado cómo se va a trabajar definitivamente con ellos; menos aún de su aplicación a nuestra realidad de aula.

Además, en cualquier oración se dará una distribución de intensidad: se realzarán fonemas que llevan algo que decir. Se fijará un ritmo: la distribución de la intensidad a lo largo de la oración. Por otro lado, se tiende a una organización en tono sobre el texto que vaya más allá del esquema simple palabra - silencio, de manera que existen unos tonos fuertes (tonemas) en las palabras más significativas y silencios breves en las palabras funcionales. Así, el resultado es que conseguimos la frase entonada, que desglosa la oración en estructuras diferenciadas según su naturaleza.

6.3 Recursos gestuales

El cuerpo, es decir, la apariencia del propio cuerpo no sólo expresa nuestra personalidad, también revela nuestro estado de ánimo o emociones, alertas de actividad y además normas concretas de interacción social. El gesto no identifica sólo una emoción, sino que además puede sustituirla vía soporte emocional o liberador (gritar sin voz) o revelar incongruencia entre los mensajes verbal y no verbal. Los gestos, como el resto de la comunicación no verbal, son resistentes al control voluntario, por lo que el observador puede comprobar si vemos o no conscientemente a través del gesto. La comunicación no verbal es menos estructural y se rige sólo en pequeña medida por las leyes gramaticales, por lo que es más fluida, es decir, que entidad y contingencia vienen a la vez y cambian en función de las reacciones

Manual de Contenido

Unidad 2 | Expresión Oral

de los interlocutores. Algunos recursos de los gestos que se pueden emplear son que tonos de voz distantes y gestos fueran actuarían de forma desconectada al estilo formal no distendido.

El gesto es, junto con la mímica y la postura, un recurso muy importante para completar o reforzar el acto comunicativo. Algunos gestos son automáticos y naturales, pero otros no lo son y es preciso reflexionar sobre ellos. En general, la comunicación no verbal suele ser inconsciente, aunque en ocasiones se hace con intención.

7. CIERRE

Los mensajes orales tienen ciertos rasgos distintivos que los hacen diferentes a los mensajes escritos. En primer término, realmente solemos hablar de maneras muy distintas a como solemos escribir, y aun en distintas ciertas actividades de producción del lenguaje oral. En segundo término, estimamos que el análisis específico de los rasgos organizarlos y contar con mecanismos adecuados para controlar el discurso, identificar problemas potenciales y planificar la interacción. Hasta el momento, hemos estado considerando los mensajes escritos. Esta será la última entrega con estas características, aunque en otro sentido resulta engañoso encasillar la comunicación de esta manera, ya que se trata de un proceso continuo que presenta gradaciones, y suele ser más característico de uno u otro extremo, pero pueden darse situaciones intermedias.

Cuando escuchamos o leemos, no podemos detenernos cuantas veces queramos en las ideas expuestas, sino que necesitamos captar el mensaje de una sola vez. Por el contrario, en la conversación y en la exposición oral, en general se puede exigir que se repita algo que no se haya entendido. En resumen, podemos distinguir entre las formas de lenguaje con las que nos damos a entender pasivamente, como el libro y la conferencia, y aquellas que permiten una elaboración del mensaje de manera activa, como el índice en el primer caso, y la comunicación oral y el diálogo en el segundo.

8. REFERENCIAS

- Quijada Monroy, V. D. C. (2014). *Comunicación oral y escrita*: (ed.). Editorial Digital UNID.
<https://elibro.net/es/lc/cftregionloslagos/titulos/41236>
- Harari, A. (2015). *Introducción a la comunicación oral*: (ed.). Ediciones del Aula Taller.
<https://elibro.net/es/lc/cftregionloslagos/titulos/76258>