



Mi Universidad

LIBRO

Comunicación Oral

Licenciatura en Contaduría Pública y Finanzas.

Primer Cuatrimestre

Septiembre - Diciembre

Marco Estratégico de Referencia

Antecedentes históricos

Nuestra Universidad tiene sus antecedentes de formación en el año de 1979 con el inicio de actividades de la normal de educadoras “Edgar Robledo Santiago”, que en su momento marcó un nuevo rumbo para la educación de Comitán y del estado de Chiapas. Nuestra escuela fue fundada por el Profesor Manuel Albores Salazar con la idea de traer educación a Comitán, ya que esto representaba una forma de apoyar a muchas familias de la región para que siguieran estudiando.

En el año 1984 inicia actividades el CBTiS Moctezuma Ilhuicamina, que fue el primer bachillerato tecnológico particular del estado de Chiapas, manteniendo con esto la visión en grande de traer educación a nuestro municipio, esta institución fue creada para que la gente que trabajaba por la mañana tuviera la opción de estudiar por las tardes.

La Maestra Martha Ruth Alcázar Mellanes es la madre de los tres integrantes de la familia Albores Alcázar que se fueron integrando poco a poco a la escuela formada por su padre, el Profesor Manuel Albores Salazar; Víctor Manuel Albores Alcázar en julio de 1996 como chofer de transporte escolar, Karla Fabiola Albores Alcázar se integró en la docencia en 1998, Martha Patricia Albores Alcázar en el departamento de cobranza en 1999.

En el año 2002, Víctor Manuel Albores Alcázar formó el Grupo Educativo Albores Alcázar S.C. para darle un nuevo rumbo y sentido empresarial al negocio familiar y en el año 2004 funda la Universidad Del Sureste.

La formación de nuestra Universidad se da principalmente porque en Comitán y en toda la región no existía una verdadera oferta Educativa, por lo que se veía urgente la creación de una institución de Educación superior, pero que estuviera a la altura de las exigencias de los

jóvenes que tenían intención de seguir estudiando o de los profesionistas para seguir preparándose a través de estudios de posgrado.

Nuestra Universidad inició sus actividades el 18 de agosto del 2004 en las instalaciones de la 4ª avenida oriente sur no. 24, con la licenciatura en Puericultura, contando con dos grupos de cuarenta alumnos cada uno. En el año 2005 nos trasladamos a nuestras propias instalaciones en la carretera Comitán - Tzimol km. 57 donde actualmente se encuentra el campus Comitán y el corporativo UDS, este último, es el encargado de estandarizar y controlar todos los procesos operativos y educativos de los diferentes campus, así como de crear los diferentes planes estratégicos de expansión de la marca.

Misión

Satisfacer la necesidad de Educación que promueva el espíritu emprendedor, aplicando altos estándares de calidad académica, que propicien el desarrollo de nuestros alumnos, Profesores, colaboradores y la sociedad, a través de la incorporación de tecnologías en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Visión

Ser la mejor oferta académica en cada región de influencia, y a través de nuestra plataforma virtual tener una cobertura global, con un crecimiento sostenible y las ofertas académicas innovadoras con pertinencia para la sociedad.

Valores

- Disciplina
- Honestidad
- Equidad
- Libertad

Escudo



El escudo del Grupo Educativo Albores Alcázar S.C. está constituido por tres líneas curvas que nacen de izquierda a derecha formando los escalones al éxito. En la parte superior está situado un cuadro motivo de la abstracción de la forma de un libro abierto.

Eslogan

“Mi Universidad”

ALBORES



Es nuestra mascota, un Jaguar. Su piel es negra y se distingue por ser líder, trabaja en equipo y obtiene lo que desea. El ímpetu, extremo valor y fortaleza son los rasgos que distinguen.

Comunicación Oral

Objetivo de la materia:

Al término del presente curso el alumno conocerá la importancia de una comunicación eficiente y obtendrá las herramientas necesarias para expresarse Correctamente en diferentes situaciones de la vida escolar.

INDICE

Unidad 1

La comunicación oral.

- 1.1.- La importancia de la comunicación.
- 1.2.- El proceso de la comunicación
- 1.3.- Elementos de la comunicación.
- 1.4.- La comunicación oral.
- 1.5.- Las leyes de la retórica.

Unidad 2

El mensaje

- 2.1.- La importancia del mensaje.
- 2.2. - El mensaje y sus elementos.
- 2.3.- La entonación.
- 2.4.- La voz y sus elementos.
- 2.5.- Recomendaciones para mejorar el mensaje

Unidad 3

El orador

- 3.1.- El desarrollo de la personalidad y la cultura.
- 3.2.- La serenidad y la confianza.
- 3.3.- El cultivo de la voz y la dicción.
- 3.4.- El lenguaje no verbal.
- 3.5.- Vestimenta y presentación.
- 3.6.- Estilo y formas de expresión.
- 3.7.- Dominio de la audiencia.

Unidad 4

4.1- El público y sus necesidades.

4.2.- Elocuencia y persuasión.

4.3.- La oratoria y sus características

4.4.- Métodos de exposición: Memorizado, escrito. Bosquejado e improvisado.

Unidad 1

La comunicación oral.

1.1 La importancia de la comunicación.

COMUNICACIÓN, EXPRESIÓN Y LENGUAJE

La comunicación humana surge por diferentes necesidades, tales como el contacto, la persuasión y la expansión. En primer término, por la urgencia de comunicar a otros sus pensamientos, sentimientos, angustias o necesidades básicas: compartir. En el segundo caso, predomina la urgencia de modificar los pensamientos de los demás y hacerlos coincidir con el propio: persuadir. En el tercero, la tendencia de perpetuar la hegemonía como ser natural: informar.

Aunque en un principio la comunicación no fue oral, los gestos, los movimientos corporales, los símbolos y las representaciones murales, ya presagiaban un tipo de comunicación más elaborado.

DEFINICIÓN DE LA COMUNICACIÓN HUMANA

La comunicación entre los seres humanos se define como un proceso sistémico que permite la interacción entre dos o más personas mediante un mismo código. Este proceso se caracteriza por interrelacionar, aparte de los agentes actuantes, un mensaje, un canal, un referente, una situación; todos ubicados dentro de un mismo contexto.

Cabe reafirmar que, en una comunidad, cada persona tiene una gama de situaciones particulares (vivencias, experiencias, principios, creencias, entre otras), está la hace distinta de las demás, aunque existen estructuras coincidentes, entre los integrantes de un grupo sociolingüístico determinado. Esto permite mayor dinamismo en el acto comunicativo. Hernández (1999), en relación con este tema, afirma lo siguiente: “La comunicación es un acto dinámico en el que los sujetos entran en contacto, cada uno con su forma de ser (...) Es, por tanto, un encuentro de mentes y realidades.” (p.6).

Según el libro del curso (Comunicación oral y escrita, de Fonseca, Socorro y otros, 2011), la expresión, como un término general, hace referencia a aquel discurso que se manifiesta, pero cuya recepción no es segura. Es decir, la interpretación del mensaje queda flotando, pues en el momento de su emisión, no se constata un agente receptor.

LENGUAJE

El lenguaje, privativo del ser humano, es la capacidad de cada individuo para almacenar información convencional que va recogiendo de su entorno social.

Conforme el individuo crece y se desarrolla, se enriquece su volumen de conocimiento en distintas áreas competentes a la comunicación; esto, gracias a las múltiples participaciones en el acontecer de su diario vivir: familia, comunidad y escuela reafirman dicho conocimiento, dentro de un grupo sociolingüístico determinado.

El crecimiento de ese bagaje cultural permite al ser humano crear su propia visión de mundo, por eso, forma un criterio para participar en cualquier proceso de comunicación y expresar sus propias opiniones con respecto al tema tratado. Bolaños (1997), en su obra *Comunicación Escrita*, expresa: “El lenguaje aparece como una institución social de un tipo particular, fundada en la praxis de la palabra para la comunicación del pensamiento...” (p. 45).

Cristina D’Alton, en su obra *Lengua y Literatura. Ensayos Didácticos*, afirma que “el lenguaje es un fenómeno muy amplio que abarca aspectos fisiológicos, psicológicos y antropológicos, además de los contemplados en las ciencias lingüísticas...” (1990).

LENGUA Y HABLA

A. CARACTERÍSTICAS

La lingüística, como ciencia que asume por objeto el estudio del lenguaje humano, ha señalado al lenguaje, la lengua y el habla como estructuras del proceso de conformación de mensajes que, a su vez, daría formas diversas de comunicación verbal.

B. CARACTERÍSTICAS DE LA LENGUA

La lengua es el ordenamiento mental de los planteamientos verbales convencionales que permite la interacción con otros, por medio de los mensajes. Las estructuras lingüísticas, en esta etapa del proceso comunicativo, mantienen un patrón general sistemático (por ejemplo, un idioma).

“Las normas que deben ajustarse a la lengua son, por ejemplo: prosódicas (de pronunciación), ortográficas (de escritura), semánticas, (de significado), gramaticales (de

estructura de la oración), puntuación (usos de signos de puntuación, auxiliares y de entonación de la oración).” (Bolaños, 1997, p. 56).

La lengua, de acuerdo con los planteamientos anteriores, es social, pertenece a una comunidad lingüística, es decir, regula que un idioma no se convierta en un ente anárquico. “La lengua es social por definición, en el sentido de que existe en todos, pero a la vez va más allá de todos.” (D’Alton, 1990, p. 32)

Otra característica de la lengua es su carácter histórico. La lengua es producto de una evolución en el tiempo. Aunque muchos términos y estructuras lingüísticas han cambiado, a

veces de forma o de significado, la lengua los conserva en su bagaje cultural. La palabra caballero para la sociedad del siglo XVI, no tiene el mismo significado que para la sociedad del siglo XXI; sin embargo, su estructura se mantiene intacta. Veamos un ejemplo: la expresión Vuestra merced, de los inicios de nuestro idioma, se transformó luego en vuesarced, voacé, vucé, vuced, vusted y luego, en el pronombre personal de segunda persona singular usted. (Penny, p.164-165).

¿Qué es la comunicación?:

Una primera aproximación para entender el concepto de comunicación es a partir de su etimología. Comunicar viene del vocablo latino *communicare*, que significa “compartir algo, hacerlo común”, y por “común” entendemos comunidad; o sea, comunicar se refiere a hacer a “algo” del conocimiento de nuestros semejantes. Su etimología nos lleva a suponer que la comunicación es un fenómeno que se realiza como parte sustancial de las relaciones sociales. Ahora bien, ¿qué es ese “algo” que mencionamos? Pues se trata de la información. Tanto las personas como los animales constantemente estamos recopilando datos de nuestro entorno, los procesamos y compartimos con nuestros semejantes esperando lograr una reacción en ellos que nos permita resolver alguna necesidad. Como se mencionó anteriormente, la comunicación no es exclusiva del ser humano, ya que todos los seres vivos tenemos la capacidad de comunicarnos y de compartir información de nuestro entorno, lo cual nos ayuda a sobrevivir. Los animales se comunican para encontrar comida, escapar de sus depredadores y para establecer ciertas relaciones jerárquicas entre ellos que les posibilitan un orden dentro de su comunidad, etcétera. El proceso comunicativo se desarrolla a través de la emisión de señales que pueden ser sonidos, gestos o señas, olores, etc., con la intención de dar a conocer un mensaje, y que, a consecuencia de éste, se produzca una acción o reacción en quienes lo reciben. Para el caso de los seres humanos, estas señales son más complejas que en los animales, situación que deriva de nuestra capacidad intelectual; el lenguaje escrito, por ejemplo.

1.2 El proceso de la comunicación.

Modelo básico del proceso comunicativo, basado en el modelo aristotélico.

El primer intento registrado por entender el proceso comunicativo se remonta a la antigüedad clásica, en la época de los sabios griegos. Fue Aristóteles (384-322 a.C.) quien en sus tratados filosóficos¹ diferenció al hombre de los animales por la capacidad de tener un lenguaje y conceptualizó a la comunicación la relación de tres elementos básicos: Emisor, mensaje y receptor. A partir de aquí derivan todos los demás modelos que al tiempo se han realizado.

Emisor: Dentro del proceso comunicativo, es la parte que inicia el intercambio de información y conduce el acto comunicativo. Es quien transmite el mensaje, el que dice o hace algo con significado.

Mensaje: Se refiere a la información transmitida. Es lo que se dice.

Receptor: Es quien recibe el mensaje.

Aunque Aristóteles creó este esquema pensando básicamente en entender la comunicación entre humanos, es aplicable a todo tipo de sujetos, es decir, humanos y animales.



Es importante entender que el emisor no necesariamente debe estar en contacto directo con el receptor, pueden estar en diferente lugar y tiempo e incluso, ni siquiera conocerse. Esto nos da a entender también que el mensaje puede perdurar incluso más allá de la existencia del emisor y viajar a lugares donde nunca se sospechó que llegaría. Éste puede ser el caso del tercer ejemplo, que el novelista jamás conocerá personalmente a sus lectores y que su obra -el mensaje en forma de novela literaria- durará muchos más años que la vida del autor.

El mensaje puede tomar múltiples formas: oral, escrito, imágenes, señas, olores, sonidos, etc.; lo más importante en él no es la forma, sino que contenga información que pueda ser entendida por el receptor.

Modelo Shannon y Weaver.

El avance en el estudio del proceso comunicativo ha dado lugar a nuevos modelos cada vez más complejos, e incluso adaptados a las necesidades particulares de las diferentes ramas del conocimiento. Se puede hablar de comunicación en términos sociales, de psicología informáticos, en relación con el comportamiento animal, etc. Cada área del saber humano desarrolla sus propios modelos que le permitan resolver sus problemas particulares; no obstante, siguen siendo complementos al modelo básico establecido por Aristóteles. A continuación, se enumeran algunos elementos de estos:

La fuente: De un conjunto de posibles mensajes, ésta decide cuál se enviará; es decir, el origen de las decisiones.

El canal: Es el conducto físico mediante el cual se transmite el mensaje.

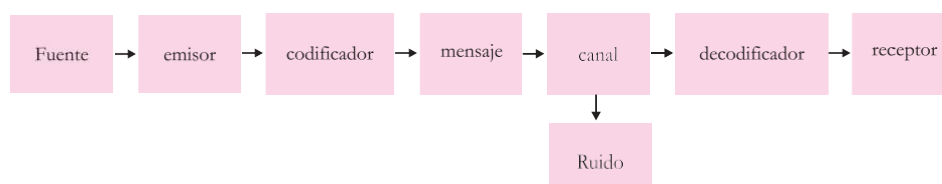
El ruido: Es toda interferencia que pueda afectar al canal y que evita que el mensaje llegue al receptor o lo haga de manera incomprensible.

Fidelidad: Es el factor que reduce o elimina la interferencia del ruido.

Codificador: Es quien asume la función de tomar la información y decidir qué tipo de código usará para construir el mensaje.

Decodificador: Es la contraparte del anterior. Recibe el mensaje codificado y lo descifra para conocer su significado.

A finales de la década de los cuarenta, el ingeniero Claude E. Shannon desarrolla un modelo comunicativo enfocado en las condiciones técnicas de la transmisión de mensajes y lo presenta en su obra *The Mathematical Theory of Communication*. Este trabajo fue complementado para el año 1949, por el sociólogo Warren Weaver, quien enfatizó la utilidad del modelo. Así, la unión de dos disciplinas diferentes produjo una obra de referencia duradera en el campo de la comunicación: el modelo de Shannon y Weaver, también conocido como La teoría de la información; sin embargo, esta teoría enfrenta la crítica de que fue concebida sólo para y se aplica en el campo de la ingeniería en telecomunicaciones.

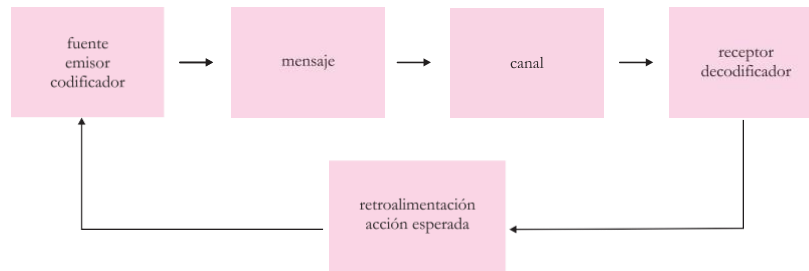


Modelo de David K. Berlo

A partir de los trabajos de Shannon y Weaver, en la década de los setenta, David K. Berlo desarrolla un modelo con el que se plantea analizar las relaciones existentes entre los procesos de comunicación, aprendizaje y comportamiento, y lo publica en su obra *El proceso de la comunicación*. Sin embargo, a diferencia de sus antecesores, considera que, en el contexto de la comunicación entre personas, la fuente y el codificador se deben agrupar en un solo elemento, al igual que el decodificador y el receptor; ya que ambas funciones codificar y emitir o recibir y decodificar son efectuadas de manera simultánea por la misma persona, respectivamente.

Según Berlo, el objetivo fundamental de la comunicación humana es modificar el entorno; el hombre se comunicaría, entonces, con la intención de influir y cambiar a los demás. Su enfoque es de tipo conductista y pretende establecer las bases del proceso ideal de la

comunicación, es decir, cómo debería realizarse el proceso comunicativo para que sea realmente efectivo.



1.3 Elementos de la comunicación

Comunicación, proceso que involucra... Un emisor, que envía... Un mensaje a... Contexto... Un receptor, inmerso en un... Que determina el lenguaje, la respuesta, el proceso de decodificación, los códigos, al igual que la respuesta. Que a su vez convierte a este individuo en emisor. El proceso se vuelve, entonces, cíclico, con ilimitadas posibilidades.

1.2 EMISOR: Podemos definir al emisor como el elemento o la instancia en que se crea en mensaje⁶ Algunos investigadores se refieren a la persona o grupo de personas emisoras como “fuente”. El proceso que sigue el emisor para comunicar su idea es el siguiente: la codifica en un sistema de símbolos mismo que deberá ser compartido y claro por quien lo recibe. De ahí que al individuo u organización que desarrolla el mensaje también se le denomine “codificador”.

1.3 MENSAJE: De acuerdo con Helena Beristáin, un mensaje “es una cadena finita de señales producidas, mediante reglas precisas de combinación, a partir de un código dado”.⁸ El proceso de su transmisión involucra un canal, que es empleado por un emisor que codifica las señales para que éstas lleguen a un receptor quien, a su vez, decodifica la estructura recibida. Para que el mensaje sea efectivo y cumpla con el objetivo de quien lo emite, debe “ser transmitido con un mínimo de errores”.⁹ La noción de “cadena” es muy importante, pues nos remite a la articulación que los usuarios del lenguaje llevamos a cabo para dar a entender nuestras ideas. Es decir, el sólo hecho de responder “sí” o “no” a ⁶ La elección de la palabra “crear” en lugar de “originar”, empleada por otros investigadores para definir el acto de comunicar (entre ellos Castro y Moreno, a quienes empleamos como referencia en este texto) obedece a que los hablantes, a medida que actúan y transforman su realidad, hacen lo mismo con el lenguaje. Investigadores mexicanos, como Raymundo Mier, coinciden con esta postura que fue sostenida por autores como Cornelius Castoriadis.

1.4 RECEPTOR: A quien recibe el mensaje, y que también puede fungir como emisor, se le conoce como “receptor”, “destino”, “destinatario” o “enunciario”. Se trata de un individuo

que conoce los signos que son estructurados con la finalidad de comunicarle un mensaje. Su papel nunca es pasivo, sino, más bien, creativo en todas las formas: cuando el receptor descodifica también no reproduce la idea inicial del emisor, sino que reelabora el mensaje y añade a éste parte de su experiencia, sus opiniones, su cultura, su situación. Modelo comunicativo en el que se expone el doble papel que juega el emisor como receptor y viceversa. El mensaje transita a través del canal.

1.5 CANAL: El término se refiere al “medio por el cual los mensajes se transmiten a otra persona”. 12 Al hablar de comunicación masiva, entendemos que los canales pueden llegar a un número grande, a veces indeterminado de personas cuyas interpretaciones dependerán de la cultura, el medio socioeconómico, la experiencia y múltiples factores que no son estáticos, sino que conforman el contexto. Los libros, la prensa, el cine, la radio, la televisión, y más recientemente internet, son ejemplos de medios masivos de comunicación.

1.6 CONTEXTO: Existen diversas definiciones de lo que es contexto, veamos algunas de ellas. Helena Beristáin quien a su vez cita a E. Coseriu, 14 menciona cuatro: 1) El contexto idiomático. 2) El contexto verbal. 3) El contexto extraverbal. 4) El contexto cultural. De las nociones anteriores, por el momento, y para los objetivos de nuestro curso, sólo nos resultan de utilidad la primera y la cuarta. Veamos brevemente en qué consisten: el contexto idiomático se explica como la relación entre las palabras que le dan sentido y significado a éstas. Tenemos tres enunciados: “nunca hay que olvidar llevar al gato en el carro”, “mi gato es muy cariñoso”, “con ese vestido, pareces gata”. En los ejemplos anteriores 14 Beristáin, Diccionario de retórica y poética, p. 109. 19 podemos darnos cuenta de que un mismo signo, la palabra “gato” (en su forma femenina, “gata”), adquiere diferentes significados de acuerdo con los propósitos comunicativos de las personas y los usos del lenguaje. De ahí que el emisor elija los signos (las palabras, conformadas a su vez por otros signos) que pueden conferir a la palabra el significado preciso que necesita. Por otro lado, el contexto cultural, puede entenderse, según Beristáin, como: “(...) el conjunto de las instituciones que enmarcan a un grupo social en un determinado momento y conformado por determinados códigos ideológicos, estéticos, jurídicos, es decir, culturales en general”. 15 La definición anterior no es ajena a la de contexto idiomático, que ya hemos estudiado: si volvemos al ejemplo de la palabra “gato”, podemos ver que, en México, acaso por discriminación contra los indígenas o las trabajadoras domésticas, por largos años se ha llamado “gatas” o “sirvientas” a quienes laboran realizando las tareas de limpieza en las casas a cambio de un salario. Se trata de mujeres que proceden de comunidades rurales, largas cabelleras y aspecto humilde. La idea de alguien que sirve a otros, ha pasado describir a quienes visten de una manera poco sofisticada a través del signo “gato/gata”, que, en ese contexto, resulta, sin lugar a dudas, ofensivo. Pero los mismos vocablos adquieren muchos significados y connotaciones en los países de habla hispana. En España, por el contrario, la palabra “gata” se utiliza para señalar a las mujeres nacidas en Madrid. Dos contextos culturales, dos sociedades distintas en las que

las palabras, idénticas, transmiten significados completamente diferentes, de acuerdo con el contexto cultural, que permea, a su vez, en el idiomático.

1.4 La comunicación oral

COMPRENSIÓN Y EXPRESIÓN ORAL

Antes de analizar el tema de la comprensión y la expresión oral, que resulta complejo (pero que a lo largo de los tiempos ha captado el interés de prestigiados investigadores), es preciso entender qué es lo oral. Para la Real Academia Española es una expresión “que se manifiesta o produce con la boca o mediante la palabra hablada”.¹⁶¹ Empero, aunque esta definición resulta pertinente, puesto que en ella interviene el habla, no abarca la amplitud del acto de habla o, de lo que se conoce como oralidad. Se trata, pues, de un universo más amplio al que se estudiará de manera introductoria.

En principio, conviene decir que la oralidad no es sólo el acto de emitir fonemas que, a su vez conforman vocablos, y éstos, a su vez, discursos, en una estructura sintagmática. Es preciso, en este punto, ya que este apartado inicia con el objetivo de la comprensión, hacer referencia al concepto hermenéutica. Según Helena Beristáin, lo que este término implica, en un contexto filosófico, es: “[...] propone un sentido a partir del enunciador y tomando en cuenta la percepción evaluadora del receptor que es el intérprete”.

Es importante aclarar que el enunciador al que hace referencia Beristáin, es precisamente quien emite el mensaje. Pero, en un diálogo, ambas partes cumplen este papel, de hermenéutas, al igual que el de receptoras, por tanto, se entenderá que en un intercambio verbal se verifica un encuentro dinámico. Pero para que este nivel tan fluido se alcance, es preciso, justamente, que exista comprensión, que ambas partes sean capaces de interpretar, que sean, en igualdad de circunstancias, intérpretes. Es claro que nadie puede entender un mensaje de modo idéntico; en todo caso, las interpretaciones son aproximativas o, incluso, pueden ser diametralmente opuestas, de acuerdo con la tensión que priva en la atmósfera en la que los hablantes intentan dialogar.

HABILIDADES PARA LA COMUNICACIÓN ORAL

A. HABILIDADES INNATAS Y HABILIDADES APRENDIDAS

Como en toda disciplina, para la comunicación oral existen personas con habilidades innatas, esto es, una capacidad natural para expresarse. Personas extrovertidas que no temen hablar en público. Sin embargo, hay quienes no gozan de estas aptitudes y necesitan, por cuestiones sociales o profesionales, aprender a comunicarse en forma oral. Tanto los primeros (con

habilidades innatas) como los segundos, deben tomar en cuenta tres aspectos que les permitirá mejorar o aprender a expresarse en público. Estos tres elementos son: visuales, vocales y verbales.

Elementos visuales: este tema está relacionado con la apariencia física del disertante u orador. La postura, su forma de vestir, sus gesticulaciones, sus ademanes, sus movimientos y otros elementos. Muchos de estos aspectos influyen para lograr la atención del auditorio.

Fonseca y otros (2011, p. 43) afirman: “Como una habilidad ligada a los factores de personalidad, manejamos estos elementos visuales como estímulo que enviamos al receptor o público, para provocar un impacto favorable en nuestra comunicación a través del contacto visual”.

Elementos vocales: los aspectos vocales se vinculan con todo lo relacionado con las articulaciones y modulaciones de la voz, tema que se ampliará en el apartado siguiente.

“son las modulaciones que percibimos en la voz, como la entonación, la velocidad, el volumen, el énfasis o la fuerza, el ritmo, la proyección y la resonancia” (Fonseca y otros, 2011, p. 43).

Aguila, Y. (s.f.) La comunicación en la vida cotidiana. En Boletín Electrónico AEG.
Recuperado de

Cruz, L. (1995). La voz y el habla. San José: EUNED.

Pearson Educación. Hernández, R. (1999). Comunicación oral y escrita. San José: EUNED.

PROBLEMAS QUE DIFICULTAN LA COMUNICACIÓN ORAL

Como se ha visto, la comunicación está ligada, invariablemente, a la otredad, a esa impresión que uno guarda de su receptor y que puede ser confirmada o transformada durante un encuentro. Pero también deben tomarse en consideración algunos aspectos que pueden volver áspero o confuso el diálogo entre individuos. He aquí algunos de ellos:

Vaguedad o imprecisión. Es obvio que el individuo que tiene que comunicar una noticia fatídica debe tener tacto y no puede emitir las palabras tal y como desearía hacerlo, sin lastimar ni causar efectos negativos. Pero en otras circunstancias, la claridad es de enorme valor y es preciso “no andarse por las ramas”. Si se valora el respeto al tiempo de los demás, así como a la inteligencia del otro, el resultado siempre será favorable. Por ejemplo, ¿es necesario que el gerente sepa los problemas personales del cliente (que a menudo, en medio de las alteraciones anímicas surgen sin ton ni son)?, ¿por qué no ir directo al grano “fui desatendido o mal atendido por tal empleado”, sin exageraciones, exabruptos ni palabras

innecesarias? Prescindir de las palabras que son un lastre es, además, un excelente ejercicio que puede trasladarse a la escritura.

Rebuscamientos. Charles Bally, teórico al que se ha hecho referencia en este libro, es puntual cuando se refiere a los vocablos que en un principio resultaban largos y complicados, y que el lenguaje popular redujo a las formas que hoy conocemos:

En México también se han transformado ciertos vocablos con el fin de hacerlos accesibles, acordes con la cultura local: metro, micro, prepa, poli. Su uso en el habla cotidiana no ofrece inconvenientes y sí refleja lo que Bally describe como: “ideas simples, fáciles de manejar, pero (asociadas) sin cesar (a) delicados valores subjetivos y afectivos”.

TÉCNICAS DE EXPRESIÓN ORAL.

No existe una modalidad única para dirigirse a un individuo, a un grupo o a un auditorio. Sin embargo, es posible afirmar que, dependiendo del objetivo comunicativo que se tenga, el enunciador puede emplear o prescindir de ciertos elementos. La conversación informal, por ejemplo, no requiere, en muchos casos, de apoyos argumentativos, a menos que entre los hablantes suba el tono de la plática y se exijan pruebas de determinado hecho. Sin embargo, en una presentación formal, el orador sí debe mostrar sus dotes para argumentar, además de otras cualidades, como el carisma, la intensidad o la templanza para remarcar el discurso, entre otras.

Técnicas del diálogo: Conversación, tormenta de ideas, debate, preguntas y respuestas Este apartado retoma algunos de los conceptos que ya han sido analizados en unidades anteriores; sin embargo, conviene repasarlos, con el objetivo de que el estudiante haga prevalecer la prudencia y favorezca la discrepancia en la comunicación oral

- **Conversación.** De acuerdo con la Real Academia Española, la conversación es la “acción y efecto de hablar familiarmente una o varias personas con otra u otras”. ¿Qué implica esta familiaridad? Que las conversaciones se suscitan en ambientes amables, en un tono en el que prima la informalidad y la sencillez en el lenguaje. Los participantes pueden diferir en sus ideas, pero si sube el tono de la conversación, ésta se convierte en discusión, lo que no es recomendable, en aras de que el respeto y la diversidad de ideas afloren.
- **Tormenta de ideas.** En los ambientes de oficina, sobre todo en áreas vinculadas con la “creatividad” (publicidad, arquitectura, diseño gráfico, aunque en realidad, todo trabajo requiere soluciones creativas), se llevan a cabo reuniones en las que, de acuerdo con las características de un proyecto, se generan ideas que son anotadas de manera libre y desordenada. Posteriormente, esas propuestas van tomando forma en esquemas, índices, objetivos, desarrollos. Semejantes juntas suelen confrontar a los participantes, quienes luchan por demostrar cuál es el mejor concepto. En tales encuentros es importante que el

entusiasmo no dé lugar a una ruptura del diálogo, sólo de este modo pueden emerger argumentos y darse a conocer ideas originales e innovadoras.

- **Debate.** El debate, de acuerdo con la Real Academia Española, no es otra cosa que una “discusión”. Sin embargo, quedarse con esta noción en realidad no hace justicia a lo que un encuentro de estas características es y hace. En primer lugar, porque los debates requieren un moderador que otorgue los turnos, entibie las pasiones y establezca los tiempos. Y lo que es más importante, los debates, sobre todo en el ámbito político, son muy importantes porque demuestran la capacidad o incapacidad de los participantes para articular ideas y argumentar. En el ámbito académico, los debates son comunes como ejercicio entre estudiantes de leyes, ciencias políticas e incluso en ciencias (es común que los científicos tengan que demostrar sus conocimientos frente a charlatanes). En síntesis, se trata de un ejercicio enriquecedor que puede alcanzar a todas las áreas del conocimiento.
- **Preguntas y respuestas.** Las sesiones de preguntas y respuestas se organizaban, en el pasado, ante auditorios. En el presente, se han trasladado a espacios menos presenciales, en particular, Internet. Son muy populares, por ejemplo, los encuentros que organizan medios como El Universal con escritores, periodistas, científicos, cantantes y una amplia gama de personajes de la vida pública. La condición en estos encuentros, en persona o en línea, es guardar el respeto y preguntar sólo aquello que resulte pertinente.

1.5 Las leyes de la retórica

Rafael Mandressi

Retórica

Definiciones

Las definiciones de la retórica abundan, y se matizan o precisan las unas a las otras, pero siempre se vuelve a las mismas, que pueden resumirse muy brevemente: la retórica es el arte de expresarse y de persuadir. Esta definición dualista no reúne quizá la unanimidad de pareceres, puesto que, si todo el mundo coincide con la idea de técnicas formales y estilísticas de la expresión, algunos dejan de lado el campo argumentativo en el estudio del discurso. La retórica se reduce entonces a un arte de hablar o de escribir bien. Sin embargo, la disciplina en su integridad debería comprender tanto la argumentación como la estilística, desde que disociar los aspectos vinculados con el sentido de los que atañen a los procedimientos equivale a mutilar la porción de la disciplina más estrechamente vinculada con un sinnúmero de situaciones de interacción social.

La retórica implica también -o es- un sistema cognitivo. Esto es, no consiste únicamente en un aparato de recursos formales sino, fundamentalmente, en un conjunto de procedimientos lingüístico-mentales que organizan, implementan y sitúan en un marco de interacción procesos de aprehensión de la realidad a través de la necesidad de su expresión. Como toda técnica, es fruto de un aprendizaje que puede ser dividido en dos categorías: un aprendizaje especializado, con un objetivo de virtuosismo en la manipulación de estructuras verbales codificadas, y un aprendizaje no especializado, que se realiza por impregnación, y que conlleva la incorporación de una suerte de «retórica blanda», no por ello menos claramente definida, aunque no explicitada. En otras palabras, la disposición de estructuras retóricas es inherente al uso del lenguaje, y puede asumir tanto la forma de una técnica especializada, elaborada en función de un haz de objetivos preestablecidos, como la implementación de reglas o de técnicas y recursos adquiridos por medio de aprendizajes sociales.

Características generales

I. Lo verosímil

Uno de los aspectos importantes de la retórica reside en que trata de lo verosímil. Este concepto designa, al mismo tiempo, aquello que es efectivamente verosímil en oposición a lo que no lo es (lo inaceptable, lo maravilloso, lo irracional, lo monstruoso, lo condenable, lo falso), y aquello que no es sino verosímil, en oposición a lo que es, por decirlo de algún modo, más que verosímil: lo cierto, lo verdadero, lo científico, lo perfecto.

La especificidad, el límite y también la fuerza de la retórica provienen pues de su lógica relativa, o de su relativismo lógico, que no excluyen evidentemente su extremado rigor interno. Toda la teoría de los lugares, o tópica, reposa de hecho sobre estas características.

Es importante comprender cuánto esta dimensión de lo verosímil involucra la cuestión de lo aceptable y lo inaceptable, es decir la de la medida o del orden, que define la eficacia de la acción interactiva entre los individuos y los grupos sociales. La retórica posee pues un valor sociológico, relativo a la herramienta de comunicación y de presión por excelencia que es el ejercicio de la palabra.

II. Adaptabilidad y variabilidad

Otro parámetro retórico de importancia son las exigencias de adaptabilidad y variabilidad. Se trata de conceptos con fuertes connotaciones sociales: la retórica es un comportamiento verbal, cuyo motor es animado por estas dos fuerzas fundamentales. La adaptabilidad se verifica con relación al público, al objeto, a las circunstancias, al objetivo, al propio orador; la variabilidad se modula según los gustos, las partes del discurso, las materias, los estilos, los tonos. Este doble parámetro, lingüístico y sociológico a la vez, define un movimiento, un deber ser, una condición y sin duda un ideal.

III. El aprendizaje retórico

La retórica no era en la Antigüedad clásica un espacio lúdico, sino un espacio donde se gestaba el poder, en el que se entrenaba a los que ejercerían el poder. Dentro de la formación del retórico la quironomía es el arte de mover las manos (componer con las manos la misma cantidad de fonemas que el lenguaje), y la orquestralia es el arte de mover el cuerpo.

El aprendizaje y el entrenamiento del orador podía implementarse mediante la institución del émulo, un «doble» del orador. El aprendizaje se cumplía así de a dos: cuando uno se levantaba para hablar, el otro también para contrariarlo, con la función de complicar, criticar, rebatir el discurso del primero. Si la oración se desarrollara sin interrupciones, la conclusión correspondería a lo expuesto por el primer orador, pero con la intervención del émulo, la conclusión corresponde a la «sumatoria» de lo dicho por ambos (lógica de argumentación y contra argumentación).

El trabajo consistía pues en entrenar la memoria, trabajar con un émulo, ejercitar el control del cuerpo a través de gimnasia, danza y música. La calidad del discurso era relativa al ritmo de ese discurso. Se trabajaba básicamente con el tonarión, un tipo de flauta que daba el tono de voz y el ritmo de la elocución. Se trataba de trabajar una exposición a partir de su apoyo musical y no tanto del significado.

LA ESTRUCTURA DEL DISCURSO RETÓRICO.

Los tres géneros de la elocuencia

Establecidos por Aristóteles y retomados por otros autores desde la Antigüedad, esos géneros son tres, y se definen en función de tres tipos de auditorios.

I. El género deliberativo

Es el de las asambleas donde se toman decisiones según las reglas de la democracia. Es, por decirlo de algún modo, el género del futuro, que consiste en aconsejar o desaconsejar en virtud de los valores de lo útil y de lo perjudicial, de lo mejor y de lo peor. La materia del discurso en el género deliberativo es, en otras palabras, el carácter oportuno o inoportuno de una decisión a tomar, por parte de particulares o de cuerpos constituidos, abarcando tanto las posiciones ideológicas como la moral y sus aplicaciones concretas en la acción. El género deliberativo se aplica también a las condiciones de factibilidad de la empresa considerada.

II. El género judicial

Es el de los tribunales, y en él se habla en pasado, a fin de acusar o defender, con los valores de lo justo y de lo injusto. Se trata, dicho de otro modo, de discutir en términos de contradicción sobre lo verdadero o lo falso. De un modo general, se puede organizar el juego del género judicial en torno a los dos polos acusador-defensor, invirtiendo los lugares de todos los argumentos. Según Aristóteles, en el judicial deben considerarse tres puntos: la naturaleza y el número de las causas del acto injusto, las disposiciones de aquellos que lo comenten, y el carácter y la disposición de las víctimas.

III. El género epidíctico o demostrativo

Se trata del género que elogia o, más raramente, culpa o critica a personajes o ideas en diversas circunstancias ni políticas ni judiciales. Se expresa en general en presente y emplea los valores de la virtud y del vicio, de lo bello y de lo feo. El género admite sus aproximaciones propias, que se vinculan con los procedimientos de la amplificación o de la atenuación. Así, según el tema del discurso, podrá calificarse al sagaz de frío e intrigante, al simple de honesto, al impulsivo y furioso de sincero, al arrogante de magnífico y respetable, al temerario de valiente, al pródigo de liberal. Se juega, en definitiva, sobre la contigüidad de las nociones, sobre las cualidades próximas, sobre el exceso de un carácter con relación a la virtud correspondiente, en toda la escala de grados.

El verdadero problema del género demostrativo es su relación con los dos restantes, en particular con el deliberativo, ya que en el caso del judicial es evidente: cada vez que es preciso argumentar moralmente en una causa, se recurre a los procedimientos del demostrativo. Con el deliberativo, la relación es a la vez más formal y más interesante: el elogio y el consejo son de una misma especie, y lo que sería propuesto como consejo se convierte en elogio al cambiar la expresión del mismo.

Las cinco partes de la retórica.

La mayoría de los tratados de la Antigüedad dividen las tareas del orador en cinco etapas, de importancia variable.

I. La invención (inventio)

Es la primera etapa de la elaboración del discurso y ciertamente la más compleja. Consiste en la búsqueda de las ideas y de los argumentos. La palabra «invención», empleada tradicionalmente, podría ser traducida por «descubrimiento», ya que se trata menos de «crear» verdaderamente que de «encontrar» los argumentos. De hecho, los procesos de elaboración del discurso muestran en realidad una combinación de invención y descubrimiento, de selección de argumentos preexistentes y de reformulación de los mismos en función de las circunstancias concretas.

En cuanto a las técnicas de la invención, el orador debe preguntarse, antes de producir ideas, si debe elegir argumentos de orden afectivo o racional, en qué terrenos puede encontrar sus pruebas, y finalmente si existen a su disposición tipos de argumentos preestablecidos.

1. Las vías argumentativas

Aristóteles distingue tres vías argumentativas: el ethos, el pathos y el logos. Los dos primeros son afectivos, el tercero es racional. El ethos representa las cualidades vinculadas con la persona del propio orador, es la imagen que da de sí mismo ante el público. En todos los casos debe mostrarse honesto, bien dispuesto, competente y, según los casos, severo o benevolente, agresivo o conciliador, austero o divertido. Al ethos están ligadas las diferentes formas del argumento de autoridad. El pathos es el conjunto de emociones que el orador busca provocar en el auditorio (piedad, odio, cólera, indignación, temor, etc.). El logos, finalmente, es la argumentación en el sentido lógico y desapasionado, la que permite «probar».

2. Las pruebas

Aristóteles distingue dos tipos de pruebas: las *atechnoi* y las *entechnoi*, lo cual podría traducirse respectivamente como «extratécnicas» e «intratécnicas», es decir aquellas que existen en los hechos o en los textos, independientemente del orador, y aquellas que proporciona su propio discurso, su talento, su creatividad. En tratados posteriores, se encuentran, para designar esas dos categorías de pruebas, los términos naturales/artificiales, o de preferencia extrínsecas/intrínsecas.

Las primeras son cinco, siempre según Aristóteles: (1) los textos de leyes (incluyendo la costumbre y la jurisprudencia); (2) los testimonios antiguos (la autoridad moral de figuras del pasado) y actuales (que den fe de la realidad o de la verosimilitud de los hechos); (3) los contratos y convenciones diversas entre particulares; (4) las confesiones; y (5) los juramentos.

Las pruebas intratécnicas, a su vez, se dividen en dos categorías: el ejemplo y el entimema, en el sentido de silogismo (razonamiento deductivo) fundado sobre premisas probables y que conduce a una conclusión verosímil.

3. Los «lugares»

Los lugares (*loci* o *topoi*) son las fuentes de las cuales el orador puede extraer sus argumentos. No se trata pues de argumentos propiamente dichos sino, antes bien, de reservas de argumentos, de estereotipos lógico-discursivos, de medios mnemotécnicos para descubrir las ideas del discurso. Así, cuando se carece de ideas sobre un tema, puede recurrirse a las famosas preguntas de Quintiliano: «¿quis, quid, ubi, quibus auxiliis, cur,

quomodo, quando?» (Quién, qué, dónde, a través de qué medios, por qué, cómo, cuándo). Esta manera de proceder parte del principio según el cual no se crean argumentos ex nihilo y que los mismos, alojados en el fondo del pensamiento, no pueden surgir sino a través de cierto procedimiento.

La retórica antigua habla de lugares comunes y de lugares especiales. Los primeros son los más generales y por lo mismo susceptibles de ser integrados a cualquier discurso: lo posible y lo imposible, lo grande y lo pequeño, lo más o lo menos. Los segundos varían según los contextos. Los lugares jurídicos, por ejemplo, llamados «estados de causa» (status causae), corresponden a cuestiones que no se plantean sino ante un tribunal.

Nótese, tal como surge de la definición anterior, que la expresión «lugar común», que se ha convertido en sinónimo de «cliché», de idea o de fórmula estereotipada, no tiene en absoluto ese sentido en el marco de la retórica, donde no debe ser cargada de connotaciones peyorativas.

II. La disposición (dispositio)

Es el arte de ordenar los argumentos. Dicho de modo, de reunirlos según un plan. Existen planes tipo, pero naturalmente los mismos permiten o eventualmente reclaman ciertas libertades y, a su vez, hay prácticamente tantos planes posibles como discursos. De cualquier manera, es posible trazar, en sus grandes líneas, el plan clásico que seguían la mayoría de los discursos de la Antigüedad y que sigue prestando hoy buenos servicios. Los tramos fundamentales de esa oración retórica clásica son los siguientes.

1. El exordio o proemio

Es la parte introductoria en la cual el orador intenta dar satisfacción a dos objetivos: captar la atención, y luego anunciar su plan. El exordio comienza pues con lo que los latinos llamaban *captatio benevolentiae*, subdivisión que consiste en atraer simplemente la escucha del auditorio si la causa a defender es sencilla o si el discurso se sitúa en el marco epidíctico, o a conmovirlo, si la causa es oscura o difícil de defender. Esta primera secuencia es seguida a veces de refutaciones de eventuales objeciones. El exordio se concluye con la *partitio* o *divisio*, términos latinos que corresponden al anuncio del plan («partición» o «división»).

2. La narración

Es la exposición de los hechos y necesita, de parte del orador, los talentos de la narración propiamente dicha y de la descripción (esta última incluye, en particular, las topografías, o descripciones de lugares, y las prosopografías, es decir retratos). La narración es muy

importante en los alegatos y en los elogios, pero en el marco deliberativo no puede proporcionar más que ejemplos. Debe ser concisa, clara y verosímil.

3. La confirmación

Sigue a la narración y es el enunciado de los argumentos, de las pruebas. La estructuración interna de esta parte plantea el problema de la disposición de los argumentos según su importancia, esto es, definir si conviene comenzar por los más fuertes y terminar con los más endebles, o la inversa. Cicerón preconiza un sistema mixto, en el que se debe comenzar por argumentos decisivos para responder lo antes posible a la expectativa del auditorio; en su defecto, la tarea se volverá luego mucho más difícil. La estructura interna de esta parte puede ser la siguiente: la proposición resume el punto a debatir; la argumentación es la exposición de las pruebas propiamente dichas; finalmente, la altercación es un corto debate con la parte adversa, lanzado en general por una pregunta acusadora.

4. La digresión

Es un paréntesis móvil, generalmente situado después de la confirmación. Es el momento de jugar sobre los afectos, ya sea divirtiendo, ya provocando la indignación o la piedad por medio de un relato o una descripción que se apartan del tema del discurso stricto sensu. Puede recurrirse, en las digresiones, a materiales como los del exordio.

5. La peroración

Es el cierre del discurso, donde el orador apuesta a lo pasional. A veces bastante larga, esa conclusión retoma los puntos esenciales de la argumentación y amplifica, es decir dramatiza, los nudos o temas centrales abordados.

III. La elocución (elocutio)

No debe ser confundida con el término moderno que no se aplica sino a lo oral. En este caso es el conjunto de las técnicas relativas a la escritura del discurso o, si se prefiere, el estudio del estilo, de los ornamentos y de todos los procedimientos estéticos.

IV. La acción (actio)

Corresponde precisamente a lo que hoy se llamaría la «elocución»: es el conjunto de las técnicas de lo oral, que comprende en particular el trabajo de la voz y de las actitudes corporales.

V. La memoria (memoria)

Agrupar las técnicas de memorización de los argumentos, cuando es preciso improvisar o hablar sin apuntes.

Figuras del discurso

Figuras de sentido o tropos

La palabra «tropo» (del griego tropos, que significa conversión) designa el procedimiento de sustitución de un término o de un conjunto de términos por otro. Los principales tropos son la metáfora, la metonimia y la sinécdoque.

I. El polo metafórico

El sentido propio y el sentido figurado se hallan, en el caso de la metáfora, en relación de analogía. El polo metafórico, que define el dominio general de las «imágenes», agrupa el conjunto de las figuras fundadas sobre la idea de un vínculo, implícito o explícito.

1. Comparaciones

Es una figura de sentido sin ser un tropo, puesto que la relación de analogía es explícita en el contexto. Los términos «como», «así como», «al igual que», «parecido a», etc., revelan claramente la intención del locutor. No se encuentra, en la comparación, el carácter condensado, a menudo brillante y de fuerte subjetividad de la metáfora propiamente dicha. Su valor es generalmente más argumentativo y más racional, desde que deja menos lugar a la interpretación, y por ende a la ambigüedad.

Ejemplo: «Se comporta como un demente»; «Esta habitación parece un campo de batalla».

2. Metáforas

Un mismo significante, es decir una sola realidad lingüística, a la vez gráfica y sonora, remite a uno o a varios significados.

Ejemplo: «La vida es una herida absurda»; «Ustedes son la sal de la tierra».

Estos enunciados son tropos, ya que hay un desvío de sentido, y la sustitución se explica por una relación de analogía entre dos significados (llamados respectivamente comparando y comparado): en el primer caso, una existencia penosa y una lesión física dolorosa; en el segundo, un ingrediente que realza el gusto e individuos que valorizan a la humanidad.

Ambos enunciados ponen en presencia los dos significados («la vida» y «una herida»;

«ustedes» y «la sal»). Aunque el locutor no proporciona la clave de la analogía, la misma es comprensible a través de un acuerdo tácito entre los interlocutores sobre el valor significante del vínculo operado, lo cual sólo es posible si la cultura y los referentes de dichos interlocutores ofrecen suficientes elementos en común.

i) **METAFORA IN PRAESENTIA O IN ABSENTIA**

El comparado y el comparando pueden estar presentes en un mismo enunciado o no, y en función de ello se habla de metáfora in praesentia (los dos significados están presentes en un mismo enunciado) o de metáfora in absentia (sólo comparece uno de los significados, el comparando).

Ejemplo: «Volver, con la frente marchita» (in praesentia) ; «Las nieves del tiempo platearon mi sien» (in absentia) ; «El lienzo de plata que cubre las cimas» (in absentia).

ii) **METÁFORA GASTADA**

Se habla de metáfora gastada cuando, en su origen, existía una intención estilística que ha desaparecido con el tiempo.

Ejemplo: el «despegue» de un avión.

iii) **METÁFORA ESTEREOTIPADA**

Se trata de una metáfora que, aunque gastada, conserva su valor intencional de imagen, de lo cual resultan expresiones estereotipadas, frases hechas.

Ejemplo: «El césped es un billar»; «Una voz de cristal».

iv) **CATACRESIS**

Se habla de catacresis cuando la metáfora es utilizada menos por intención estilística que por falta de vocabulario apto para designar ciertas nociones. Dicho de otro modo, es un tropo que consiste en dar a una palabra un sentido traslaticio para designar una cosa que carece de nombre especial.

Ejemplo: el «brazo» de un sillón; la «hoja» de una espada; una «hoja» de papel.

v) **SÍMBOLO O EMBLEMA**

El símbolo o el emblema son la representación metafórica de un objeto a través de un signo. Algunos isotipos tienen un valor simbólico.

Ejemplo: la justicia representada por una balanza, metáfora concreta de la noción de equidad.

vi) **ALEGORÍA**

La alegoría es una metáfora figurativa que no está condensada, como en los ejemplos anteriores, sino que por el contrario se desarrolla elemento por elemento.

Ejemplo: un esqueleto con una hoz es una alegoría de la muerte; la alegoría de la caverna.

vii) PARÁBOLA

Cuando la alegoría cobra la dimensión de un verdadero relato, se habla de parábola.

Ejemplo: las parábolas de Cristo, como la del hijo pródigo, o las de Rodó.

II. El polo metonímico

La otra gran categoría de tropos es la metonimia. A diferencia de la metáfora, la metonimia opera una transferencia de tipo discursivo y no analógico entre un significado y el otro. En otros términos, la relación de sentido entre ambos se produce por su pertenencia a un mismo conjunto, a un mismo universo conceptual, mientras que en la metáfora ocurre lo contrario. Esos conjuntos conceptuales son llamados isotopías.

Ejemplo: «Ese individuo no tiene cerebro».

En este enunciado, «cerebro» remite a «inteligencia», relación que se establece en función de una isotopía única y sobre la cual se funda la transferencia de sentido.

2. Sinécdoque

Las sinécdoques constituyen un subconjunto de las metonimias, ya que corresponden al mismo esquema de transferencia semántica, con la única particularidad de presentar una relación de inclusión (en un sentido o en otro) entre ambos significados. Esa relación puede ser, como en el caso de la metonimia, de diverso tipo.

i) PARTE/TODO

Ejemplo: «una vela» (un barco); «el riel» (el ferrocarril) ; «el techo» (la vivienda).

ii) MATERIA/OBJETO

Ejemplo: «el acero» (la espada) ; «un papel» (una hoja) ; «las gomas» (las cubiertas).

iii) GÉNERO/ESPECIE

Ejemplo: «el cetáceo» (la ballena).

iv) ESPECIE/GÉNERO

Ejemplo: «el pan cotidiano» (el alimento).

v) SINGULAR/PLURAL

Ejemplo: «el adversario» (los adversarios).

vi) PLURAL/SINGULAR (PLURAL ENFÁTICO)

Ejemplo: «los Pinochet» ; «muchos Vietnam».

vii) NOMBRE PROPIO /NOMBRE COMÚN

Esta sinécdoque particular, como la inversa, recibe el nombre de antonomasia.

Ejemplo: «un Pinochet» (un dictador) ; «un Maradona» (un crack).

III. Otras figuras de sustitución

1. Perífrasis

La perífrasis expresa una idea de manera extensiva, más de lo necesario. Empleada sin moderación puede dar lugar a efectos ridículos o ampulosos.

Ejemplo: «Hemos podido asistir a la ardua tarea de estos héroes anónimos que cimientan en silencio el futuro de la Nación inclinando el torso sobre la tierra feraz de la Patria y regándola, de sol a sol, con su honesto sudor». (Hemos visto a los campesinos trabajando duro).

2. Paráfrasis

La paráfrasis propone una sustitución de un término presente en el enunciado, como en el caso de la comparación y de la metáfora in praesentia. Se trata de un término que se quiere explicar o aclarar. Es una suerte de amplificación que juega sobre el paralelismo de los enunciados, y se expresa en general por medio de un paréntesis.

Ejemplo: «En cuanto a la política del gobierno (y cuando digo gobierno incluyo no sólo al Presidente y a los ministros, sino también a los directores de Entes autónomos) ...»

3. Pronominación

La pronomiación es una perífrasis que sustituye una única palabra por un desarrollo mayor, ya sea una frase o un párrafo entero. Esta figura permite generalmente anunciar una cualidad del objeto que se desea destacar.

Ejemplo: «la Suiza de América» (por Uruguay) ; «el semillero de futuros cracks» (por el baby-fútbol). Un caso extremo lo constituye la «Payada de la Vaca», de Les Luthiers.

4. Metalepsis

La metalepsis sustituye una cosa por otra que la precede, la sigue o se vincula a ella.

Ejemplo: «ha bebido», por «está borracho» (el antecedente por el consiguiente); «ya no sufre», por «murió» (el consiguiente por el antecedente). Esta figura cumple, entre otras funciones retóricas, la de insistir sobre un lazo causal o crearlo.

Ejemplo: «¿Salvaste tu examen? - No, me habían operado la semana pasada». «Usted ha estado bebiendo», en sustitución de «Está diciendo tonterías».

En el primer caso, la respuesta sustituye una causa inmediata (no había estudiado lo suficiente, o me puse demasiado nervioso) por una situación anterior presentada como causa (con razón o sin ella). En el segundo, el mismo procedimiento es puesto al servicio de una intención insultante, por ejemplo, hacia un eventual adversario.

Figuras de palabras

A diferencia de las figuras de sentido, que implican sustituciones semánticas, las figuras de palabras agrupan todos los juegos restantes. Esos procedimientos pueden ser clasificados en dos categorías: los relativos al léxico y los sonoros.

I. Juegos relativos al léxico

1. Neologismos

Los neologismos son creaciones voluntarias y conscientes de palabras. Para que pueda hablarse de neologismo, es preciso que la palabra sea «nueva» (neos), que sea percibida como una creación reciente y no como un término perteneciente a un léxico paralelo. Se convierte verdaderamente en una figura a partir del momento en que revela una intención de su autor.

Ejemplo: totalitarismo, genocidio, vazquismo, conaprolizar.

2. «Palabras-valija» (portemanteau-words)

Las palabras-valija, procedimiento traducido de la expresión de Lewis Carroll

«portemanteau-word», son neologismos formados por dos palabras pegadas. Las palabras-valija pueden ser una figura argumentativa eficaz debido a la espontaneidad de su ironía. Palabras como espantapájaros, guardarropas, pararrayos y otras, formadas a través del mismo procedimiento, no son «palabras-valija» estrictamente hablando, desde que no pueden ser consideradas como neologismos.

Ejemplo: tarúpido, vendepatria, batllilacallismo.

4. Hipocorismos

Los hipocorismos son creaciones o utilizaciones de diminutivos, abreviaturas o infantilismos, destinados en general a interpelar a alguien. La intención es generalmente afectuosa, pero puede, en algunos casos, ser irónica, eufemística o desvalorizadora. Ejemplo: «ardillita» ; «gordito» ; «tesorito». «Venerable» ; «m'hijito» ; «nene».

5. Diáfora

La diáfora consiste en repetir una palabra ya enunciada para darle un nuevo sentido o un matiz diferente. Ejemplo: «El corazón tiene razones que la razón no conoce».

No debe confundirse esta figura con la homonimia, que vincula dos palabras diferentes, mientras que la diáfora asocia dos acepciones de la misma palabra.

6. Antanaclasis

La antanaclasis es una diáfora dialéctica que se apoya sobre una palabra empleada por un adversario y a la que se da una acepción diferente. Ejemplo: «Usted dice ser un hombre de negocios; pues bien, acaba de meterse en un mal negocio».

7. Silepsis

La silepsis, figura próxima de la diáfora, consiste en tomar una palabra o una expresión en su sentido propio y en su sentido figurado a la vez. Ejemplo: «La caída del gobierno es dolorosa» ; «Roma ya no está en Roma». En el primer caso, se trata de una silepsis de metáfora, mientras que el segundo es una silepsis de metonimia-sinécdoque.

8. Poliptoton

Esta figura se define por el empleo, en un enunciado, de una misma palabra bajo diversas formas (diferentes géneros, o diferentes conjugaciones). Su utilidad es insistir sobre una idea o matizarla. Ejemplo: «Sabe todo lo que hay que saber».

9. Derivación

La derivación consiste en relacionar términos surgidos de una misma raíz, generalmente para poner en evidencia las sutilezas del vocabulario. Ejemplo: «Invicto, pero no invencible».

ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

ENSAYO

Realiza un ensayo en el cual expongas una idea con fundamento en el análisis, la evaluación o interpretación propia y de interés de la unidad expuesta.

ENSAYO: El ensayo es un tipo de texto que analiza, evalúa o interpreta un tema determinado, ya sea de manera oficial o libre. Su principal característica es que se trata de un texto en el que el escritor cuenta con total libertad para organizar el contenido y la información. Es, además, considerado un género literario, como puede ser la poesía, la ficción o el drama. Todos los ensayos suelen presentar una estructura bastante clara, la cual se articula en torno a una introducción, un desarrollo y una conclusión. Criterios de evaluación:

Presentación o portada	20%
Originalidad en la redacción y las ideas, los trabajos copiados y bajados de internet seran rechazados.	
Concordancia con los temas de la antología.	
Contenido, 2 cuartilla como mínimo, 4 máximo.	
Uso de mayúsculas y minúsculas.	
Cuidar ortografía.	
Tipo de letra: Arial	
Tamaño de letra: 12 para títulos y 11 para texto	
Interlineado: 1.5	
Margenes: Superior: 2.5, Inferior: 2.5, Izquierdo: 3, Derecho: 2.5	
Incluir citas, fuentes y referencias	
Entregar y subir formato en PDF	

Unidad 2

El mensaje.

2.1 la importancia del mensaje.

Una de los elementos que las personas utilizamos como principal herramienta para interactuar o interrelacionarnos con nuestros semejantes es la comunicación, ya que ésta se utiliza tanto para enviar como para recibir información. La comunicación es un tema bastante amplio que maneja varias características, tipos y elementos que lo constituyen, por lo que en este artículo se hablará básicamente de algunas cosas importantes respecto a este tema.

Es común que en nuestro día a día, durante una comunicación habitual con nuestros padres, amigos, compañeros y demás personas con las que interactuamos, no estamos acostumbrados a manejar y practicar una comunicación de forma efectiva que nos ayude a poder transmitir y recibir correctamente los mensajes. La pregunta que surge ahora es, ¿a qué se le puede llamar una comunicación efectiva? La comunicación parte del principio que para el intercambio de información debe existir un emisor (quién transmite la información) y un receptor (quién recibe la información). El emisor al enviar la información debe saber elegir el canal de comunicación adecuado para que el receptor pueda recibir y, sobre todo, entender el mensaje que se le está transmitiendo. Al recibir el mensaje, debe entender, interpretar y enviar una respuesta (conocida también como retroalimentación) produciéndose así una conversación o un intercambio de información entre ambos. Así se haya elegido el canal de comunicación correcto, es necesario que el emisor se asegure que el receptor comprenda la información para que toda la interacción entre ambos se pueda hacer sobre una misma base. Es necesario además que la información se pueda transmitir en el momento que sea oportuno, es decir en el momento que se necesite, y a quien lo necesite.

Se cree que quien es buen orador, sabe exponer o dar un buen discurso está aplicando una comunicación efectiva, ya que se piensa que comunicarnos correctamente es saber transmitir

la información que deseamos, pero la verdad es que, para manejar una buena comunicación, ésta debe ser de ida y vuelta, eso quiere decir que se compone de 2 partes fundamentales: saber hablar y saber escuchar.

Se da mucho énfasis en las habilidades de oratoria para saber dar un buen discurso o para hacer una buena exposición. Sin embargo, a pesar de ser muy importantes, éstas están orientadas solamente a saber transmitir un mensaje a una audiencia o público, es decir es una comunicación unidireccional. Pero muy poca importancia se le da a la habilidad de saber escuchar. La habilidad de saber escuchar realmente el mensaje que recibimos se llama Escucha Activa. Como su mismo nombre lo dice, esta habilidad es saber escuchar activamente la información que nos envían. Saber escuchar no es solo recibir el mensaje que nos envían, implica también poder entenderlo, interpretarlo correctamente y sobre todo poder observar atentamente a la persona que lo transmite para poder estar atentos a sus gestos, ademanes y movimientos, captar las emociones que transmite y llegar a entender los sentimientos que refleja.

Existen muchas cosas y elementos a nuestro alrededor que pueden causarnos distracciones y más aún en la actualidad con el avance de la tecnología las personas estamos gran parte de nuestro tiempo pendientes de nuestro Smartphone, Tablet, laptop y diversos dispositivos electrónicos tan necesarios y entretenidos a la vez. Estos dispositivos sumados a las distracciones habituales del medio ambiente que ocurren en todo momento como por ejemplo ver pasar una persona, de pronto escuchar alguna canción, pensar en las siguientes cosas o actividades que tenemos que hacer, irnos con el pensamiento a otro lugar o cualquier otra cosa que nos distraiga, hacen que tengamos la mala costumbre de emplear muy poco la escucha activa, haciendo que se capte sólo una parte de la información y sobre todo no llegando a entender realmente el mensaje que la otra persona nos quiere transmitir. Hemos dicho que la escucha activa es poder entender realmente el mensaje que estamos recibiendo y para eso debemos contemplar lo siguiente:

- Escuchar atentamente las palabras contenidas en el mensaje que estamos recibiendo.
- Identificar el tono de voz que utiliza el emisor para transmitir el mensaje.
- Observar el lenguaje corporal (lenguaje no verbal) que utiliza el emisor cuando transmite el mensaje.

Si se logra captar todos esos elementos podemos decir que estamos realmente escuchando a la persona que transmite el mensaje.

Cuando se transmite un mensaje, éste se compone básicamente de 3 aspectos importantes:

- Las palabras, viene a ser el contenido del mensaje que se utiliza para dar significado a lo que queremos decir. Constituye el 7% de la comunicación que se transmite.
- El lenguaje paralingüístico, viene a ser el tono o volumen de la voz que se utiliza para transmitir el mensaje. Esto constituye el 38% de la comunicación que se transmite.
- El lenguaje corporal (también conocido como lenguaje no verbal), vienen a ser los gestos de la cara y el cuerpo, los ademanes y la postura que una persona emplea cuando transmite el mensaje. Esto constituye el 55% de la comunicación que se transmite.

Esos 3 elementos son necesarios captarlos fielmente para poder entender y comprender realmente el mensaje que estamos recibiendo. Sólo de ese modo se podrá comprender, aparte del mismo mensaje que son las palabras, la forma cómo se está transmitiendo el mensaje. Escuchando el tono de voz que se utiliza (lenguaje paralingüístico) nos podemos dar cuenta si el mensaje se transmite con alegría, entusiasmo, apatía, tristeza, preocupación, desinterés, etc. Observando el lenguaje corporal del emisor podemos darnos cuenta de sus sentimientos, emociones o estado de ánimo. Básicamente al captar el tono de voz y lenguaje corporal podemos darnos cuenta si el mensaje que se transmite a través de las palabras está de acuerdo con lo que vemos y escuchamos.

Una persona puede venir y decirnos: “Estoy preocupado”. Esa simple frase puede interpretarse de diferentes formas:

- Si esa frase lo escuchamos con un tono de voz bajo y el rostro de la persona muestre angustia, estrés, miedo o incertidumbre entonces podemos darnos cuenta que realmente se encuentra preocupada por algún hecho en particular. Lo que nos ha dicho (preocupación) va de acuerdo a lo que refleja.
- Si esa frase lo escuchamos con un tono de voz normal y a la vez vemos una sonrisa o una actitud relajada entonces podemos darnos cuenta que quizás la persona no se encuentre preocupada del todo.

Como vemos, a pesar que el contenido del mensaje (palabras) es el mismo, pero los gestos, actitudes y todo lo no verbal complementan y ayudan a definir lo que estamos escuchando. Al escuchar a una persona decir una frase o todo un mensaje completo podemos llegar a entender realmente lo que quiere decir y cómo se siente o qué transmite al decirlo. Esa es la única forma de captar un mensaje fielmente, por eso ahí radica la importancia de dejar de lado todo lo que estamos haciendo o nos distrae y poder todos nuestros sentidos en la persona que nos está hablando. Creo que a todos nos gustaría que nos tomen atención cuando hablamos o cuando queremos que las personas alrededor puedan comprender realmente lo que queremos transmitir.

Otro tema importante cuando nos comunicamos con las personas son los supuestos o las suposiciones que utilizamos o manejamos frecuentemente. Muchas veces damos por sobre entendido algo o suponemos que una situación es cierta sin tener la completa confirmación de ello. Cometemos el error de no confirmarlo o no preocuparnos por ver si aquello que suponemos es verdadero. A partir de ahí nacen los famosos “yo suponía”, “yo pensaba”, “yo imaginaba”, que lo único que hacen es contribuir a crear incertidumbre o no manejar una buena comunicación dando por hecho un tema. La interacción con las personas es una actividad importante del día a día y no podemos darnos el lujo de suponer cosas sin antes confirmarlo o asegurarnos que es cierto. Pensamos que las otras personas piensan o captan las cosas igual que nosotros, o que han estado atentos a todos los puntos de una conversación, o que han entendido el mensaje de un correo electrónico que le hemos enviado. Es habitual escuchar frases como “pensé que lo habías entendido”, “supuse que sabías la hora de la reunión”, “imaginé que sabías que se había cambiado el punto de encuentro”. Y lo peor de todo es que nosotros, los que suponemos, ni siquiera habíamos dado esa información que pensamos la otra persona sabía. Muchas de las discusiones o diferencias entre las personas nacen de la mala comunicación o de suposiciones. Muchas de las guerras en el mundo nacen como consecuencia de no saber comunicarnos o interpretar negativamente algún mensaje que se recibe. Es primordial poder confirmar que la información que se transmite pueda ser recibida y entendida, de ese modo eliminaremos las suposiciones que muchas veces pueden traer consecuencias negativas y malos entendidos.

Como conclusiones finales se puede decir:

- Hay que saber elegir correctamente el canal de comunicación adecuado y óptimo para transmitir la información.
- El concepto de comunicación siempre se maneja como una interacción de ida y vuelta, por lo que resulta importante saber expresarse y transmitir el mensaje correctamente y a la vez saber escuchar.
- Para poder practicar la Escuchar Activa hay que colocar todos nuestros sentidos en la persona que nos transmite el mensaje para poder captar fielmente lo que viene a decirnos y llegar a entender sus sentimientos, emociones y estado de ánimo.
- Las palabras son una parte pequeña del mensaje que recibimos. Más importante es poder identificar el tono de voz y el lenguaje corporal de la persona que transmite el mensaje para poder entender el sentido de éste.
- Es importante eliminar las suposiciones siempre que se pueda, para poder confirmar que la otra persona conoce realmente la información.

En el proceso de comunicación, desde que se genera la intención de transmitir algún mensaje hasta que ese mensaje es interpretado por el receptor existen muchas etapas importantes para que esa comunicación sea eficaz. Una de ellas es saber transmitir correctamente el mensaje y utilizar un lenguaje que sea comúnmente aceptado por los que intervienen en el proceso, si no es así, es posible que lo que se pretende comunicar no tenga nada que ver con lo interpretado por el receptor.

2.2 El mensaje y sus elementos

En el esquema básico de la comunicación existen tres elementos que son el emisor, el receptor y el mensaje. Para que la comunicación sea efectiva es responsabilidad del emisor asegurar que el mensaje llegue de manera correcta al receptor, hay mensajes que no podemos dejar en un papelito o apuntados en el refrigerador, sino que es primordial hacerlo llegar al emisor de manera verbal y urgente.

En la actualidad, gracias a la avanzada tecnología, parece ser que se han debilitado las relaciones humanas al grado que en el nicho familiar cada integrante está con su respectivo aparato electrónico e inclusive se comunican por medio de éste para decirle a los niños que vayan a comer o los mismos niños preguntar si ya está la comida. En la medida de lo posible es bueno dejar un momento los aparatos electrónicos y entablar una comunicación verbal directa, comúnmente vemos que gran parte de los divorcios, hijos malcriados, suicidios, etc. son como resultado de la mala comunicación.

Para que la comunicación sea efectiva necesitamos asegurarnos que el mensaje cumpla cuatro requisitos,

- 1.- Que sea el mensaje directo, es decir que vaya dirigido a la persona indicada y evitar intermediarios entre el emisor y el receptor.
- 2.- Que el mensaje sea específico, es decir al grano y no andarnos por las ramas, el tiempo es muy valioso como para desperdiciarlo diciendo palabras sin un fin.
- 3.- El mensaje debe ser fácil de comprender, o sea en términos simples y entendibles, no querer sorprender o apantallar con palabras técnicas o sofisticadas. Y
- 4.- El mensaje debe ser oportuno, cuando sea necesario comunicarnos, sobre todo en algo urgente, no perder tiempo en pequeñeces o contratiempos sino hablar o escribir de inmediato, muchas veces ha habido grandes pérdidas en empresas o grandes conflictos en Familias por no enviar el mensaje a tiempo.

2.3 La entonación.

DEFINICIÓN Y FUNCIONES DE LA ENTONACIÓN

Según Cortés (2002b), la entonación es un cúmulo de rasgos prosódicos que emplean los hablantes de una lengua o de un dialecto con fines comunicativos. Entre las funciones que desempeña la entonación podemos enumerar las siguientes: - Se utiliza la entonación para estructurar el discurso, indicando cuándo se comienza con un nuevo tema y facilitando así la comprensión al oyente. Esta función es la que Quilis denomina función integradora-delimitadora (en Cortés, 2002b:26). Brown y Yule hablan de “entonación del párrafo” o “paratons” refiriéndose al empleo de la prosodia (dentro de la cual se encuentra la entonación) para estructurar el discurso (Wichmann, Dehé y Barth-Weingarten, 2009:5). - La entonación también se utiliza para marcar el principio y el final de las intervenciones orales, marcando así los turnos de palabra: “The function of utterance-final intonation contours, however, is not restricted to signalling the intended speech act. They may, for example, indicate whether or not the speaker intends to continue (...)” (Wichmann, Dehé y Barth-Weingarten, 2009:6).

- A través de la entonación se expresan actitudes y sentimientos. El empleo de la entonación para la expresión de sentimientos es un hecho irrefutable y esto se observa en el momento de auge que está viviendo el análisis de la voz. Existe todo un campo de estudio denominado “las tecnologías del habla”, que investiga la interacción entre los ordenadores y los humanos mediante el empleo del habla (Llisterri, 2009:11). Uno de los objetivos es intentar que las voces de los ordenadores se parezcan cada vez más a la voz humana y, por lo tanto, se analiza la entonación para que, a través de esta, la tecnología pueda reproducir y expresar cortesía o resultar amable.

Revela aspectos de personalidad y procedencia geográfica.

- La entonación contribuye a transformar las oraciones en enunciados dando lugar a actos de habla. En este sentido la entonación cumple la función de contribuir a revelar la intención comunicativa del hablante: preguntar, expresar sorpresa, ironía, buscar la confirmación del oyente mediante preguntas retóricas, pedir.

LA VERTIENTE PSICOLÓGICA

Según Escandell (1987:258) la relación entre lenguaje y hablante tiene una vertiente claramente psicológica que entronca con el estudio de los mecanismos cerebrales de la producción y la descodificación de los mensajes. También Chun (2002:XIV) señala como una de las razones del interés que paulatinamente está adquiriendo la enseñanza de la entonación, el habernos dado cuenta de que el lenguaje y la adquisición de una lengua están influidos por otras disciplinas. Esto ha conducido a la integración de la psicolingüística y la sociolingüística en el estudio de la adquisición de

lenguas. En este mismo sentido, resulta también muy relevante el estudio realizado por Albert Mehrabian. Según Mehrabian (1972:182), cuando un mensaje no se transmite de forma completamente coherente, es decir, lo que decimos no se corresponde con el lenguaje corporal o la entonación que estamos empleando, el oyente va a interpretar el mensaje basándose en la



información que recibe del lenguaje corporal (55%), del uso de la voz (38%) y de las palabras (7%).

NO TODAS LAS INTERROGACIONES SON PREGUNTAS

Una vez que hemos visto la importancia de cómo decimos las cosas, veamos su relación con el para qué las decimos, esto es, qué reacción buscamos en el oyente.

Austin define los actos de habla como el uso que hacemos los hablantes de la lengua para hacer cosas: dar órdenes, afirmar, disculparnos, etc. Asimismo, en la mayoría de las ocasiones, los hablantes no emitimos enunciados afirmativos con el único propósito de informar sobre un hecho o sobre el estado de las cosas, esto es, dotamos a nuestros enunciados de más de una intención. Si A le dice a B “la puerta del coche está abierta”, el hablante no tiene como única intención constatar ese hecho, sino que está pidiendo al oyente que vaya a cerrarla. “The DESCRIPTIVE FALLACY is the view that the sole purpose of making assertions is to DESCRIBE some state of affairs” (Hurford y Heasley, 1983:233).

Hurford and Heasley (1983) basándose en la teoría de los actos de habla desarrollada por Austin, diferencian en primer lugar, entre “enunciados” y “oraciones”. Estas últimas son las proposiciones sin tener en cuenta el contexto comunicativo, mientras que los “enunciados” son “oraciones” que el hablante emplea en una situación comunicativa concreta y con una intención específica, en definitiva, “oraciones” en contexto.

Por contexto, entienden tres niveles: situación inmediata del enunciado, el contexto del enunciado y el universo del discurso, este último entendido como el conocimiento del mundo que comparten el hablante y el oyente.

La distinción entre “oraciones” y “enunciados” es paralela a la que se realiza entre el significado de la oración y el significado del hablante. El significado de la oración es el que las expresiones poseen por convención, el significado que aparece en gramáticas y diccionarios. La semántica se encarga del estudio de este tipo de significados. El significado del hablante es aquello que el hablante intenta comunicar, es intencional y depende de las circunstancias en las que se produce el enunciado. La pragmática se encarga de estudiar este tipo de enunciados (Reyes, 1995:9).

LA ENTONACIÓN ES RELEVANTE

La teoría de la relevancia desarrollada por Sperber y Wilson establece que, en toda situación de comunicación, el oyente da por sentado que el hablante es relevante, es decir, que le va a aportar una información que tendrá un efecto en el contexto en el que se desarrolla dicha comunicación y, por eso, el oyente escucha y coopera para descifrar la intención del hablante. “An assumption is relevant in a context if and only if it has some contextual effect in that context” (Sperber y Wilson, 1985:122). Asimismo, estos mismos autores afirman que los enunciados más relevantes son aquellos que aportan más conocimiento o información, pero que requieren escaso esfuerzo del oyente para entenderlos.

La entonación es la variación de la altura tonal de la voz con que se pronuncia un enunciado. El tono o, en términos acústicos, la frecuencia fundamental, F_0 , se corresponde articulatoriamente con la frecuencia de vibración de los pliegues vocales (en las consonantes sordas no se produce vibración, por tanto, realmente no existe tono del sonido, aunque el oyente es capaz de reconstruir esos huecos de sonoridad).

En todas las lenguas se usan variaciones tonales con fines lingüísticos. En las llamadas lenguas tonales las variaciones de tono pueden servir para realizar distinciones léxicas o morfológicas, como sucede en la mayoría de las lenguas del mundo. Se estima que entre el 60 y el 70 % de las lenguas del mundo poseen esta característica. Ejemplos de estas lenguas son el chino mandarín o el yoruba. En las lenguas no específicamente tonales la variación de tono tiene que ver con fenómenos post-léxicos; estos cambios melódicos reciben el nombre de entonación. Debe tenerse en cuenta que los tonemas de las tonales tienen un comportamiento diferente de la entonación. Ya que las propias lenguas tonales también tienen entonación, a pesar de que la frecuencia fundamental sigue estando involucrada en lograr un tono u otro en cada sílaba. En algunas lenguas no tonales la variación de frecuencia también puede intervenir, aunque sea secundariamente para marcar el acento tónico, pero esos fenómenos no se califican de entonación.

Lenguas entonacionales.

En lenguas tonales como el español el tono empleado para una palabra como /más/ no altera su significado, sin embargo, su interpretación pragmática sí varía como sucede en:

¡Más!

¿Más?

¿Tienes los mismos años que Pedro? Más

Las lenguas que solo usan la variación de tono para fenómenos pragmáticos se llaman lenguas entonacionales. En estas lenguas la entonación se utiliza para varios fines:

Marcación de oraciones interrogativas y exclamativas.

Marcación del tema - rema y topicalización, etc.

Información paralingüística y extralingüística: sirve para dar expresión a los sentimientos que acompañan a la emisión de un determinado enunciado. Matices tan modificadores del sentido como la ira, la ironía, la duda, quedarían fuera de la percepción del oyente si lo expresado careciese de la entonación adecuada.

La entonación es un fenómeno suprasegmental porque transmite información de un nivel superior al nivel léxico. Esta información no está contenida en el habla que no está contenida en los fonemas aislados y de ahí el nombre de suprasegmental, que permite distinguir oraciones completas que de otra manera serían fonéticamente idénticas en otros detalles:

Llegaron mis amigos

¿Llegaron mis amigos?

Hualde, José Ignacio (2005): The sounds of Spanish, Cambridge University Press, 2005.

2.4 La voz y sus elementos.

La voz humana

Breve anatomía del aparato fonatorio.

La voz humana se produce voluntariamente por medio del aparato fonatorio. Éste está formado por los pulmones como fuente de energía en la forma de un flujo de aire, la laringe, que contiene las cuerdas vocales, la faringe, las cavidades orales (o bucales) y nasal y una serie de elementos articulatorios: los labios, los dientes, el alvéolo, el paladar, el velo del paladar y la lengua. Las cuerdas vocales son, en realidad, dos membranas dentro de la laringe

orientadas de adelante hacia atrás. Por adelante se unen en el cartílago tiroideos (que puede palparse sobre el cuello, inmediatamente por debajo de la unión con la cabeza; en los varones suele apreciarse como una protuberancia conocida como nuez de Adán). Por detrás, cada una está sujeta a uno de los dos cartílagos aritenoides, los cuales pueden separarse voluntariamente por medio de músculos. La abertura entre ambas cuerdas se denomina glotis. Cuando las cuerdas vocales se encuentran separadas, la glotis adopta una forma triangular. El aire pasa libremente y prácticamente no se produce sonido. Es el caso de la respiración. Cuando la glotis comienza a cerrarse, el aire que la atraviesa proveniente de los pulmones experimenta una turbulencia, emitiéndose un ruido de origen aerodinámico conocido como aspiración (aunque en realidad acompaña a una espiración o exhalación). Esto sucede en los sonidos denominados “aspirados” (como la h inglesa). Al cerrarse más, las cuerdas vocales comienzan a vibrar a modo de lengüetas, produciéndose un sonido tonal, es decir periódico. La frecuencia de este sonido depende de varios factores, entre otros del tamaño y la masa de las cuerdas vocales, de la tensión que se les aplique y de la velocidad del flujo del aire proveniente de los pulmones. A mayor tamaño, menor frecuencia de vibración, lo cual explica por qué en los varones, cuya glotis es en promedio mayor que la de las mujeres, la voz es en general más grave. A mayor tensión la frecuencia aumenta, siendo los sonidos más agudos. Así, para lograr emitir sonidos en el registro extremo de la voz es necesario un mayor esfuerzo vocal. También aumenta la frecuencia (a igualdad de las otras condiciones) al crecer la velocidad del flujo de aire, razón por la cual al aumentar la intensidad de emisión se tiende a elevar espontáneamente el tono de voz.

Finalmente, es posible obturar la glotis completamente. En ese caso no se produce sonido. Sobre la glotis se encuentra la epiglotis, un cartílago en la faringe que permite tapan la glotis durante la deglución para evitar que el alimento ingerido se introduzca en el tracto respiratorio. Durante la respiración y la fonación (emisión de sonido) la epiglotis está separada de la glotis permitiendo la circulación del flujo de aire. Durante la deglución, en cambio, la laringe ejecuta un movimiento ascendente de modo que la glotis apoya sobre la epiglotis. La porción que incluye las cavidades faríngea, oral y nasal junto con los elementos articulatorios se denomina genéricamente cavidad supraglótica, en tanto que los espacios por debajo de la laringe, es decir la tráquea, los bronquios y los pulmones, se denominan cavidades infraglóticas. Varios de los elementos de la cavidad supraglótica se controlan a voluntad, permitiendo modificar dentro de márgenes muy amplios los sonidos producidos por las cuerdas vocales o agregar partes distintivas a los mismos, e inclusive producir sonidos propios. Todo esto se efectúa por dos mecanismos principales: el filtrado y la articulación. El filtrado actúa modificando el espectro del sonido. Tiene lugar en las cuatro cavidades supraglóticas principales: la faringe, la cavidad nasal, la cavidad oral y la cavidad labial. Las mismas constituyen resonadores acústicos que enfatizan determinadas bandas frecuenciales del espectro generado por las cuerdas vocales, conduciendo al concepto de formantes, es

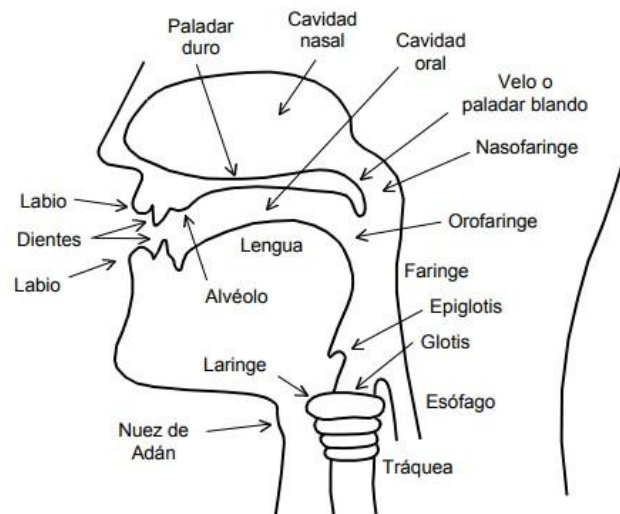


Figura 1. Corte esquemático del aparato fonatorio humano.

decir una serie de picos de resonancia ubicados en frecuenDientes Labio Labio Cavidad nasal Cavidad oral Lengua Faringe Laringe Tráquea Velo o paladar blando Paladar duro Alvéolo Glotis Esófago Epiglotis Nuez de Adán Nasofaringe Orofaringe 5 cias o bandas de frecuencia que, según veremos, son bastante específicas para cada tipo de sonido.

Clasificación de los sonidos de la voz Los sonidos emitidos por el aparato fonatorio pueden clasificarse de acuerdo con diversos criterios que tienen en cuenta los diferentes aspectos del fenómeno de emisión. Estos criterios son: a) Según su carácter vocálico o consonántico. b) Según su oralidad o nasalidad c) Según su carácter tonal (sonoro) o no tonal (sordo) d) Según el lugar de articulación e) Según el modo de articulación f) Según la posición de los órganos articulatorios g) Según la duración.

2.2.1. Vocales y consonantes: Desde un punto de vista mecanoacústico, las vocales son los sonidos emitidos por la sola vibración de las cuerdas vocales sin ningún obstáculo o constricción entre la laringe y las aberturas oral y nasal. Dicha vibración se genera por el principio del oscilador de relajación, donde interviene una fuente de energía constante en la forma de un flujo de aire proveniente de los pulmones. Son siempre sonidos de carácter tonal (cuasiperiódicos), y por consiguiente de espectro discreto. Las consonantes, por el contrario, se emiten interponiendo algún obstáculo formado por los elementos articulatorios. Los Glotis Cartílago aritenoides Cartílago aritenoides Cartílago tiroides Laringe Cuerdas vocales 6 sonidos correspondientes a las consonantes pueden ser tonales o no dependiendo de si las cuerdas vocales están vibrando o no. Funcionalmente, en el castellano las vocales pueden constituir palabras completas, no así las consonantes.

2.2.2. Oralidad y nasalidad Los fonemas en los que el aire pasa por la cavidad nasal se denominan nasales, en tanto que aquéllos en los que sale por la boca se denominan orales. La

diferencia principal está en el tipo de resonador principal por encima de la laringe (cavidad nasal y oral, respectivamente). En castellano son nasales sólo las consonantes “m”, “n”, “ñ”

2.2.3. Tonalidad Los fonemas en los que participa la vibración de las cuerdas vocales se denominan tonales o, también, sonoros. 3 La tonalidad lleva implícito un espectro cuasi periódico.4 Como se puntualizó anteriormente, todas las vocales son tonales, pero existen varias consonantes que también lo son: “b”, “d”, “m”, etc. Aquellos fonemas producidos sin vibraciones glotales se denominan sordos. Varios de ellos son el resultado de la turbulencia causada por el aire pasando a gran velocidad por un espacio reducido, como las consonantes “s”, “z”, “j”, “f”.

2.2.4. Lugar y modo de articulación (consonantes) La articulación es el proceso mediante el cual alguna parte del aparato fonatorio interpone un obstáculo para la circulación del flujo de aire. Las características de la articulación permitirán clasificar las consonantes. Los órganos articulatorios son los labios, los dientes, las diferentes partes del paladar (alvéolo, paladar duro, paladar blando o velo), la lengua y la glotis. Salvo la glotis, que puede articular por sí misma, el resto de los órganos articula por oposición con otro. Según el lugar o punto de articulación se tienen fonemas: Bilabiales: oposición de ambos labios Labiodentales: oposición de los dientes superiores con el labio inferior Linguodentales: oposición de la punta de la lengua con los dientes superiores Alveolares: oposición de la punta de la lengua con la región alveolar Palatales: oposición de la lengua con el paladar duro Velares: oposición de la parte posterior de la lengua con el paladar blando Glotales: articulación en la propia glotis

LA VOZ.

Elementos vocales: los aspectos vocales se vinculan con todo lo relacionado con las articulaciones y modulaciones de la voz, tema que se ampliará en el apartado siguiente.

“son las modulaciones que percibimos en la voz, como la entonación, la velocidad, el volumen, el énfasis o la fuerza, el ritmo, la proyección y la resonancia” (Fonseca y otros, 2011, p. 43).

GLOSARIO

Abdominal. Relativo al vientre del hombre o de la mujer.

Aerodinámica. Dicho de un cuerpo móvil que tiene la forma adecuada para disminuir la resistencia del aire.

Diafragma. Membrana formada en su mayor parte por fibras musculares, que separa la cavidad torácica de la cavidad abdominal.

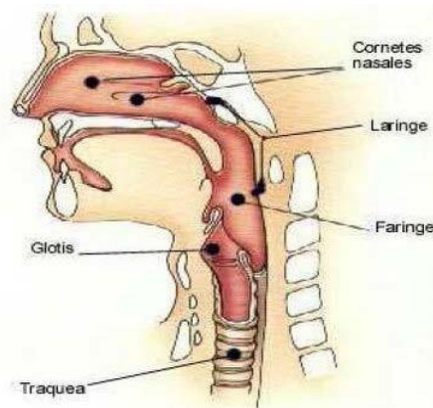
Glotis. Orificio o abertura anterior a la laringe.

Laringe. Órgano tubular, constituido por varios cartílagos, que por un lado comunica con la faringe y por otro por la tráquea.

Supraglótica. Colocado encima de la glotis.

Tórax. Cavity formada por las vértebras y el esternón limitada en su parte inferior por el diafragma.

APARATO FONADOR



Elementos verbales: este aspecto se refiere esencialmente al discurso. Su estudio se proyecta tanto a la forma como al fondo de este.

Fonseca y otros (2011), señalan: “se refiere a todas las palabras y métodos lingüísticos que utilizamos para hablar, desde la forma de estructurar las ideas que formulamos, la selección del lenguaje y los términos que utilizamos, hasta el contenido o el significado que se obtiene del mensaje que transmitimos”. (p. 43).

V. CARACTERÍSTICAS DE LA VOZ

A. MODULACIONES

Como se aprecia en la ilustración del aparato fonador, la afluencia de la voz implica un recorrido del aire emanado de los pulmones, a través de distintas partes del aparato fonador: tráquea, glotis, faringe, laringe, alvéolos, paladar, lengua, dientes, cavidad nasal y otros. Esto permite darle forma a las distintas características de los sonidos que componen tanto las palabras como el discurso en general.

Si no se articulan debidamente estos elementos, se escucharía un sonido sin variaciones que conduciría a un discurso aburrido, tedioso, monótono.

Cruz (1995, p.31), en su obra *La voz y el habla* afirma: “Si la existencia de un solo matiz, de una sola forma, de un solo movimiento, de un solo sonido, nos conduce a la monotonía, ¿cómo es que hallamos personas que en su expresión oral son fieles representantes de este defecto?”

B. VELOCIDAD

Este aspecto hace alusión a la rapidez o lentitud con que se pronuncian las palabras en un período determinado.

Hernández (1999) sugiere: “el comunicador oral debe atender como punto de importancia la velocidad y el ritmo de su hablar. Ni tan rápido que fatigue, ni tan despacio que provoque monotonía.” (p.53).

C. VOLUMEN

El volumen está relacionado con la captación del sonido por medio del oído. Se le califica como fuerte, débil, suave, bajo. Estos calificativos están relacionados con la energía utilizada en la emisión de los sonidos.

El orador debe usar adecuadamente la intensidad de su voz. “hablar con intensidad suficiente para ser oído por todo el auditorio, pero no gritar. (Hernández, 1999, p. 54).

D. TONO

El tono se clasifica según la forma de hablar. Si decimos que una persona tiene una voz “gruesa”, es sinónimo de un tono grave, pero si la persona tiene una voz “menos gruesa”, corresponde a un tono agudo. Para los efectos de un orador, debe aprender a manejar su voz, para que haya variaciones tonales para atraer al auditorio. Fonseca y otros (2011), apuntan: “el comunicador necesita modularlo para dar a su mensaje mayor expresividad...” (p.53).

E. RITMO

La persona que diserta en forma oral, deberá hacer variaciones rítmicas en su discurso, según las pausas para respirar (en el discurso escrito corresponden a los signos de puntuación) o a la vehemencia con la cual expresen ciertas ideas de importancia. “Es la sensación de dinamismo que se genera por la combinación de la velocidad del sonido y la extensión de las pausas”. (Fonseca y otros, 2011, p. 53).

F. PAUSA

Como perteneciente a un proceso, la pausa está relacionada con los demás aspectos nombrados o por mencionar; sin embargo, está aún más relacionado con el anterior, pues

permiten agrupar las palabras, de tal forma que el orador pueda tomar aire para continuar en su acto discursivo.

Hernández (1999, p.54) afirma: “el comunicador oral debe dejar el tiempo suficiente para que cada sonido, palabra o idea se perciban con claridad, en vez de amontonarlas o saturar el discurso, dispersar la información y evitar que los oyentes encuentren su núcleo”.

G. ÉNFASIS

Este aspecto recae sobre la fuerza que se pone en ciertas expresiones del discurso para resaltarlas. Si bien es cierto todas las partes del texto son importantes, algunas ideas sostienen el contenido o mensaje y sobre ellas recaerá el énfasis o fuerza expresiva.

Poner énfasis equivale a subrayar (como en los escritos); es dar más fuerza a aquellas sílabas, palabra (o ideas) con las que queremos llamar la atención de los que nos escuchan. (Fonseca y otros, 2011, p. 53)

LA RELACIÓN DE LA VOZ EN LAS RELACIONES HUMANAS.

La comunicación verbal es la que percibimos mediante las palabras. Mientras que la comunicación no verbal abarca el lenguaje corporal y las características de la voz. Interpretamos el comunicado de nuestro interlocutor, analizando tanto el lenguaje verbal, como el lenguaje no verbal.

Captamos el 7% del mensaje por las palabras, el 38% por las características de la voz y el 55% por el lenguaje corporal. Por ello, para escuchar activamente prestaremos atención al lenguaje corporal y a las características de la voz.

A través de las características de la voz y los gestos corporales nuestro interlocutor expresa sus sentimientos. La forma en la cual comprendemos el significado del mensaje está relacionada con las características de la voz. Las diferentes modulaciones de la voz, una elevación del tono, una pausa o alargar una palabra al pronunciarla nos permiten descifrar el significado de su comunicado.

Los elementos principales que determinan las características de la voz son: el ritmo, el tono y la intensidad.

El tono es el timbre de la voz con el cual nacemos. El tono puede ser formal o informal, alegre o serio, amistoso o protocolario. Un tono vacilante denota inseguridad. Una voz sin titubeos transmite seguridad. Una voz monótona y lineal comunica aburrimiento. Los cambios de tono manifiestan duda, enfado o temor.

La intensidad de la voz es el volumen con el cual se emite el sonido. La intensidad puede expresar intimidad, suspense, sorpresa o impulso. Un volumen alto comunica la intención de dominio. Un volumen bajo demuestra timidez o inseguridad. Los cambios de intensidad se emplean para enfatizar los puntos clave del discurso.

El ritmo de la voz es el número de palabras por emisión de voz. Un ritmo normal es de dos palabras por segundo. Algunos ritmos son rápidos y enérgicos. Otros deliberados y lentos.

Las principales emociones que manifestamos mediante las características de la voz son:

- Tristeza: un volumen bajo y un tono solemne.
- Alegría: un volumen alto, un tono duro y mayor ritmo.
- Desinterés: un volumen y un ritmo bajo.
- Nerviosismo: tono medio-alto y velocidad rápida.
- Sorpresa: velocidad rápida, tono alto y acentuación pronunciada.
- Confianza: volumen alto, ritmo medio y voz decidida.

FUNCIONES DEL LENGUAJE

En la siguiente tabla se resumen las características básicas de cada una de las funciones del lenguaje:

	Finalidad	Oración	Marcas gramaticales	Tipo de texto
Representativa	Transmitir contenidos de forma objetiva.	<ul style="list-style-type: none"> • Declarativa • Enunciativa 	<ul style="list-style-type: none"> • No marcada formalmente • Modo indicativo 	<ul style="list-style-type: none"> • Expositivo • Narrativo • Descriptivo • Conversacional
Expresiva	Expresar sentimientos, opiniones, deseos, es decir, la subjetividad del hablante.	<ul style="list-style-type: none"> • Exclamativa • Desiderativa • Dubitativa • Enunciativa 	<ul style="list-style-type: none"> • Texto centrado en el "yo". Verbos en 1ª persona. • Exclamaciones • Interrogación retórica • Deixis del emisor • Modo subjuntivo • Léxico valorativo 	<ul style="list-style-type: none"> • Expositivo - argumentativo • Conversacional • Descriptivo
Conativa	Influir en el comportamiento del receptor y provocar en él una reacción.	<ul style="list-style-type: none"> • Imperativa • Interrogativa • Enunciativa 	<ul style="list-style-type: none"> • Texto centrado en el "tú". Verbos en 2ª persona. • Modo imperativo • Apelación al receptor mediante vocativos. • Frases cortas y sobrecargadas de pronombres. 	<ul style="list-style-type: none"> • Argumentativo • Conversacional
Fática	Prolongar, establecer o interrumpir la comunicación.	<ul style="list-style-type: none"> • Enunciativa • Interrogativa • Imperativa • Etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Frases hechas • Muletillas • Frases breves • Repeticiones 	<ul style="list-style-type: none"> • Todos
Poética	Atraer la atención sobre la forma de la expresión lingüística.	<ul style="list-style-type: none"> • Todas 	<ul style="list-style-type: none"> • Figuras retóricas • Rima • Ritmo • Vocabulario muy connotativo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cualquiera con intención poética
Metalingüística	Utilizar la lengua para hablar de la propia lengua.	<ul style="list-style-type: none"> • Enunciativa • Declarativa 	<ul style="list-style-type: none"> • Sin marcas específicas 	<ul style="list-style-type: none"> • Expositivo

2.5 Recomendaciones para mejorar el mensaje.

Volumen y entonación: El papel de la voz es clave para conectar con el auditorio, hacerle llegar un mensaje con claridad, mantener su atención e incluso transmitirle emociones. – Tomar mentalmente las medidas de la sala para conseguir que la voz llegue con un volumen adecuado tanto a las personas situadas en las primeras -las como a las que están más alejadas. En caso de duda, conviene preguntar a los asistentes si oyen bien al orador cuando habla. – Evitar una entonación monótona y poco variada; por ejemplo, alternar frases enunciativas con frases exclamativas e interrogativas, o subrayar con la voz las palabras clave del discurso.

Ritmo y pronunciación: El buen orador debe tener en cuenta el poder expresivo de su voz y procurar transmitir entusiasmo por la temática que expone. – Emplear el ritmo idóneo para facilitar el seguimiento del discurso. Un ritmo demasiado lento provoca sensación de monotonía y un ritmo demasiado rápido denota nerviosismo. – Ralentizar en los momentos clave y utilizar pausas que remarquen palabras o separen las ideas: refleja seguridad y permite mantener o recuperar la atención del auditorio. – Pronunciar las sílabas de las palabras con claridad; evitar la pronunciación descuidada de los sonidos.

Orden y estructura: Una exposición que tiene un orden y una estructura que el público puede percibir es más fácil de seguir, de entender y de recordar. – Organizar el discurso en partes. La organización más clásica es: introducción, desarrollo y conclusión, pero existen otras que pueden ser igualmente efectivas. – Seguir un itinerario expositivo para evitar un discurso denso o desordenado. El orden puede seguir diferentes criterios:

- Importancia (¿cuál es la información más importante?, ¿cuáles son las ideas secundarias?)
- Lógica (¿qué datos o conceptos debe conocer en primer lugar el auditorio?)
- Cronología (¿qué es lo que pasó en primer lugar?)
- Interés (¿qué tema interesa más a la audiencia?)
- Zoom: zoom in (de la visión general a los detalles), zoom out (a la inversa) – Emplear conectores discursivos, es decir, palabras que organicen, relacionen y cohesionen las ideas y partes del discurso. Por ejemplo: Para empezar intervenciones: El objetivo de esta exposición es... / Hablaré en primer lugar de... / De entrada... Para introducir incisos o ejemplos: Por ejemplo... / Como en el caso de... / Recordemos, en este sentido, que... Para estructurar el discurso: En primer lugar... / En segundo lugar... / Por un lado... Por otro lado... / Finalmente... Para retomar un tema: “Volviendo a lo que hemos visto al principio... / Decía

que... / Señalaba que... Para establecer relaciones lógicas: Por consiguiente... / Esto demuestra que... / Deducimos por tanto que...

Vocabulario: El léxico empleado en un mensaje varía en función del tema, la audiencia, el grado de formalidad y el propósito comunicativo. – Elegir un léxico que se adecúe al tema del discurso, a los conocimientos de la audiencia, al grado de formalidad y al propósito de la comunicación. – Utilizar los términos técnicos con propiedad. Por ejemplo, reglamento es más preciso que normativa y, al mismo tiempo, es un término comprensible para una amplia gama de audiencias. – Utilizar los extranjerismos de forma consciente. Por ejemplo, el uso de un término en inglés en un discurso en castellano puede servir para reforzar una idea, pero también puede parecer presuntuoso o descuidado. Hay que valorar la conveniencia de su uso en cada caso. – Evitar las palabras multiuso que se utilizan cuando el orador no encuentra la palabra adecuada. Por ejemplo, cosa, tema, eso, la cuestión de, problemática, etc.

Sintaxis: Construir frases breves y sencillas hace el mensaje más claro y comprensible. – Evitar las frases muy largas, que en un discurso escuchado pueden ser más difíciles de seguir que en un texto leído. – No abusar de las muletillas, ya que pueden terminar convirtiéndose en tics lingüísticos. Algunas muletillas comunes son: o sea..., entonces..., por tanto..., quiero decir..., etc. – Controlar el uso de los comodines fonéticos: aaa..., emmmm..., etc.

Claridad y concisión: Un discurso es claro y conciso cuando los destinatarios pueden entender sin dificultades las palabras y las construcciones que se utilizan, y además, no sobran elementos. – Adecuar el registro lingüístico al contexto de la comunicación. No es lo mismo decir que “Se encontró un arreglo al jaleo causado...” (registro informal), que “Se encontró una salida pactada al desacuerdo causado...” (registro formal). – Adecuar la terminología a la audiencia y al conocimiento que tiene del tema, con objeto de construir una exposición comprensible, amena y eficaz. Por ejemplo, en un contexto académico el uso de terminología especializada suele ser un elemento imprescindible para presentar y transferir conocimientos con rigor. – Evitar contenidos superfluos y obvios, así como explicaciones innecesarias. -

Densidad informativa: Un discurso sobrecargado de información puede ser pesado y difícil de asimilar. – Aligerar el discurso para hacerlo fácilmente asimilable, ya que, en una exposición oral en directo, el receptor tiene menos recursos para seguir el discurso que en un texto escrito: no puede volver atrás, ni elegir la velocidad con la que recibe el texto, etc. – Repetir palabras o frases para enfatizar una idea. Por ejemplo:

Los importadores garantizan al productor un precio justo, independientemente de las actuaciones del mercado. Y, además de garantizar un precio justo, los importadores también facilitan créditos a bajo interés y a largo plazo. – Utilizar marcadores de importancia que

destaquen términos o ideas del discurso para que los receptores se den cuenta de su relevancia. Por ejemplo: Es muy importante que quede clara la diferencia entre el comercio justo y el comercio convencional. – Utilizar preguntas retóricas para que aligeren la información, comporten un cambio de tono en el discurso y otorguen una dinámica de conversación. Por ejemplo:

¿Cuáles son las funciones de las tiendas de comercio justo? ¿Se limitan a vender, como las tiendas tradicionales, o tienen alguna otra función? Bien... las tiendas de comercio justo son puntos de venta, claro, pero también de sensibilización y difusión del comercio justo. – Jugar con la expresividad de la voz para evitar explicaciones densas y de tono monótono. Por ejemplo, enfatizar con la voz las palabras clave del discurso.

Dominio del tema: Estudiar con profundidad el tema que centra la exposición ayuda a construir un discurso propio y a adquirir seguridad. – Consultar fuentes documentales de referencia y construir un discurso propio mediante el análisis de discursos ajenos para ver hasta qué punto se está de acuerdo o se discrepa. – Ser riguroso en la elección y explicación de las ideas principales y de los conceptos clave. – Construir argumentos sólidos para justificar un punto de vista determinado y citar las fuentes de las ideas, los datos o los fragmentos de textos de otros para evitar el plagio. – Mostrar seguridad en las respuestas a las posibles preguntas; hay que escucharlas con atención, y pensar las respuestas con calma. En caso de no saber contestar alguna pregunta conviene explicar por qué razón se deja sin respuesta y pedir al interlocutor la posibilidad de responderle en otro momento.

Atención e interés: Para conectar con el público, hay que hacerle partícipe de la comunicación y, en la medida de lo posible, adaptar el discurso a sus reacciones. – Preparar el guion del discurso concretando el objetivo, recopilando el máximo de información sobre los conocimientos y expectativas de los receptores, sabiendo exactamente qué se quiere decir y decidiendo una estructura clara y ordenada para la exposición. – Elegir bien las primeras palabras para captar desde el principio el interés del público. – Memorizar las ideas principales y el orden de su exposición, que deben servir como hoja de ruta. – Crear un clima favorable, que se puede conseguir utilizando el humor de forma dosificada, creando expectativas sobre el tema de la exposición (por ejemplo, formulando preguntas que se responderán más adelante), explicando anécdotas, etc. – Desarrollar un discurso claro, preciso, ordenado y explicitar su estructura con palabras que ordenen y conecten partes del discurso. Por ejemplo: En primer lugar... / Como acabamos de demostrar... / Más adelante veremos... – Observar los movimientos de la audiencia para comprobar si el público está atento o aburrido y, si fuera necesario, adaptar el discurso para captar su atención.

CUALIDADES DE LA EXPRESIÓN ORAL; EL BUEN USO DE LA VOZ.

El lenguaje oral cuenta con ciertas cualidades o características que lo definen y lo hace comprensible al receptor.

Por ejemplo, en la expresión oral, no solo es importante lo que se dice (el mensaje) sino cómo se dice. De esta manera, las cualidades tratan del cómo el mensaje y, según estas, el mensaje puede transmitirse de manera adecuada o inclusive ser incomprensible.

En el caso del bebé, podemos entender su entonación, pero no su dicción; de esta forma, el mensaje no está completo pues es esencial el qué se transmite y también en el cómo se transmite.

Ahora bien, las cualidades o características de la expresión oral son: dicción, fluidez, ritmo, emotividad, coherencia, volumen, claridad, sencillez, movimientos corporales y gesticulación.

DICCIÓN

Se refiere a la pronunciación clara y correcta de los sonidos de una palabra para poder articularla de manera apropiada. La pronunciación tiene que ver con la adecuada lectura o expresión de dos elementos básicos.

- Ortografía
- Puntuación

En el hablar popular es frecuente escuchar palabras con la pronunciación incorrecta y es que el grado de lectura, es decir, cuánto ha leído cada persona en su vida incide directamente en la en la enunciación correcta de las palabras. De aquí que la lectura sea un factor fundamental para lograr una dicción correcta.

Además, es también muy importante tener relajados los músculos de la cara: mandíbula, lengua y labios.

FLUIDEZ

¿Has notado que a veces algunas personas se "saltan" palabras al leer?, ¿o que no se les entiende la pronunciación? Esto ocurre cuando no hay fluidez al hablar o al leer. La Fluidez implica la enunciación clara y continua de las ideas que una persona desea expresar.

Algunos de los elementos que impiden la correcta fluidez son:

Uso constante de muletillas: Algunos son: este, o sea, ¿no?, bueno....

Tartamudeo recurrente: Esto ocurre normalmente porque la persona está nerviosa o porque no tiene claro lo que va a decir.

Omitir palabras al leer: En ocasiones, la lectura es demasiado rápida y no se leen todas las letra o palabras que incluyen el texto. Puede ocurrir también por nervios al ser escuchado.

Pausas demasiado prolongadas: Esto le resta fluidez a la expresión oral y puede tornarla aburrida. En el caso de una lectura, es muy importante estar pendiente de los signos de puntuación, pues son estos los que marcan las pausas y su duración en el texto.

Tensión en los músculos: que intervienen en la expresión oral: Cuando nos encontramos nervioso solemos tensar los músculos de la cara mandíbula, cuello, hombros y nuca. Como nuestro cuerpo se contrae, no dejamos el paso libre a la voz.

RITMO

El ritmo, en la expresión oral, tiene que ver con la velocidad en la enunciación de las ideas. Según el sentido del mensaje, hay oraciones que deberán expresarse de manera más rápida o contundente y otras que deberán tratarse con mayor suavidad o lentitud.

Si nos expresamos demasiado rápido, corremos el riesgo de saltarnos palabras, letras y de que nuestro interlocutor no comprenda; sin embargo, en sentido contrario, si el ritmo es demasiado lento, podemos llegar a aburrir y perder la atención de aquellos que nos están escuchando.

EMOTIVIDAD

La palabra "emotividad" viene del vocablo "emoción". Cada texto tiene, de acuerdo a su mensaje y tipología, una necesidad diferente en cuanto a la emoción que se le debe imprimir; de esto se trata la emotividad.

La poesía merece una mención especial pues en algunas escuelas se organizan declamaciones de poemas, sin embargo, la declamación se trata de expresión exagerada de un texto que implica un gran volumen y la imposición de la voz, es decir, se lleva al límite de la emotividad del mensaje a través de un tono grave y gran gesticulación.

COHERENCIA Y SENCILLEZ

Es expresar organizadamente las ideas o pensamientos en cadena, unidos por un hilo conductor lógico.

VOLUMEN

Es la intensidad que se le da a la voz al hablar. El mayor o menor volumen de la voz vendrá determinado, entre otras cosas, por las características del recinto (si es muy alto, si es muy grande, si es muy ruidoso) y de la cantidad de personas a las cuales se dirige el hablante.

No es lo mismo hablar a una sola persona que a un auditorio lleno de gente. No se habla con el mismo volumen a un puñado de estudiantes atentos dentro de un salón de clases, que a un numeroso grupo de personas en una reunión callejera.

MOVIMIENTOS CORPORALES Y GESTICULACIÓN

La persona que expresa una idea por medio del lenguaje oral se apoya en movimientos corporales y la gesticulación o expresión facial, y los relaciona con la situación de comunicación, ya sea para reforzarla, contradecirla o sustituirla.

ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

MAPA CONCEPTUAL

Elabora un mapa conceptual donde desarrolles el contenido de la información expuesta.

MAPA CONCEPTUAL: El mapa conceptual representa una jerarquía de diferentes niveles de generalidad, de inclusividad o importancia, y se conforma de: conceptos, proposiciones y palabras enlace. (Novak y Gowin, 1988). Criterios de evaluación:

Presentación o portada	20%
Los conceptos: regularidad en los acontecimientos o en los objetos, de acuerdo a los temas de la antología.	
Palabras de enlace: que se utilizan para unir los conceptos y para indicar el tipo de relación que se establece entre ellos.	
Las proposiciones: dos o más términos conceptuales unidos por palabras para formar una unidad semántica.	
La elipse u óvalo: los conceptos se colocan dentro de la elipse y las palabras enlace se escriben sobre o junto a la línea que une los conceptos. Pueden utilizarse también: rectángulos, cuadrados, círculos.	
Lineas conectoras o de union: utilizar para unir los conceptos y para acompañar las palabras de enlace.	
Entregar y subir formato en PDF	

Unidad 3

El orador.

3.1 El desarrollo de la personalidad y la cultura.

CONCEPTO DE ORATORIA.

La oratoria

La oratoria es el conjunto de principios y técnicas que permiten expresarnos con claridad, desenvoltura y sin desconfianzas ante un público, con el propósito de narrar un determinado mensaje.

Según la Real Academia Española: la oratoria es el Habilidad de hablar con elocuencia, de deleitar, convencer y conmover por medio de la palabra.

Se llama oratoria al arte de hablar con elocuencia. La oratoria también es un género literario formado por el discurso, la disertación, el sermón, el panegírico, entre otras varias.

Este segundo sentido más amplio se aplica a todos los procesos literarios que están planteados con la intención persuasiva, tales como la conferencia, la charla o las exposiciones. Esta finalidad de persuadir al receptor es la que diferencia la oratoria de otros procesos comunicativos orales. Asimismo, la finalidad de la didáctica es enseñar y la de la poética deleitar, lo que procura la oratoria es convencer de algo. La persuasión consiste en que con las razones que uno expresa oralmente se induce, mueve u obliga a otro a creer o hacer una cosa. Ahora bien, no es su única finalidad. La intención de la oratoria pública puede marchar desde transmitir información a motivar a la gente para que actúe, o sencillamente relatar una

historia. Los buenos oradores deberían ser capaces de modificar las emociones de sus espectadores y no sólo informarlos.

La oratoria puede ser una eficaz herramienta que se utiliza para propósitos tales como la información, persuasión, motivación, influencia, traducción o simple entretenimiento. La oratoria es el arte de conmover, deleitar y persuadir, por medio de la palabra, inflexiones de voz y otros recursos.

Así, se entiende como el dominio de la expresión oral están muy ligados a la historia de Roma y al desarrollo de su literatura. La oratoria pública era, en la vida política de la República romana, un instrumento esencial para conquistar el prestigio y poder en el Senado, en las asambleas ciudadanas, en los tribunales...que se fue perfeccionando con la influencia griega.

Las cinco facultades que debe dominar todo buen orador son:

- inventio: búsqueda de argumentos apropiados
- dispositio: colocación de estos argumentos en las partes del discurso
- elocutio: elección de la forma elegante de expresar las ideas
- actio: modulación de la voz, ademanes y gestos del orador para resultar persuasivo
- memoria: capacidad de retener todos los argumentos

Y las partes de las que debe constar un discurso son:

- exordium (introducción) parte inicial del discurso en la que se intenta captar la atención del auditorio y se presenta someramente el asunto del discurso
- narratio (narración) exposición de los hechos
- argumentatio (argumentación) defensa de los argumentos a favor o refutación de los posibles en contra
- peroratio (conclusión) recapitulación de los puntos más importantes e invocación
a los oyentes con el fin de conmoverlos.

PERSONALIDAD DEL ORADOR.

La personalidad, es la combinación total del hombre: lo físico, lo espiritual, lo mental, sus características, sus predilecciones, sus tendencias, su temperamento y el vaciado de su espíritu, también lo integran; el vigor, la experiencia, la cultura y su vida propiamente dicha.

La personalidad, es el todo en una persona y contribuye más que la inteligencia, al éxito en la vida.

Los especialistas nos dicen que la personalidad es algo que nos individualiza, que nos hace únicos; jamás han existido dos personas que psíquicamente sean iguales, puede haber personas que físicamente se parezcan, pero lo que los diferencia siempre, es su personalidad. Un individuo que ha potenciado plenamente su personalidad, brilla por su despliegue de iniciativa, seguridad y simpatía. En cambio, aquel que no ha logrado desarrollar su personalidad, debido a su falta de confianza y seguridad personal, muchas veces está condenado a fracasar en la vida.

La confianza y seguridad personal que posee un orador, es un estado psicológico; producto de su competencia, conocimientos y habilidades, ello le permite enfrentar situaciones adversas y salir de ellas. Este estado ideal, muchas veces, está ausente en el común de las personas, ello ocurre a menudo porque durante la infancia han recibido mal trato psicológico, ora en el hogar, ora en el entorno social. Muchos padres lejos de incentivar las cualidades de sus hijos las reprimen, se burlan de ellos o lo desalientan en el logro de sus metas. Su autoestima cae al suelo creando serios complejos de inferioridad.

ANOMALIAS DE LA PERSONALIDAD.

Ser:

- 1.- Incapaz de adaptarse al ambiente social.
- 2.- Inestable en sus reacciones afectivas.
- 3.- Voluble, cambia de metas.
- 4.- No objetivo en sus juicios.
- 5.- No frena sus caprichos y apetitos
- 6.- Aparenta lo que no es; y
- 7.- Tiene poca capacidad para amar.

LOS MIEDOS QUE SE PRESENTAN.

Los miedos que se presentan en la oratoria y que hay que superar son:

- Miedo a la primera vez.
- Miedo a fracasar.
- Miedo al qué dirán.

PERSONALIDAD Y COMUNICACIÓN.

No sabemos cómo surgió el lenguaje, pero ha sido fundamental para el ser humano poder desarrollar su inteligencia, su capacidad de pensar y de expresarse a través del mismo.

Nuestras relaciones personales, familiares, afectivas, profesionales, sociales, etc., se configuran con el lenguaje. Nuestros conflictos los planteamos y desarrollamos a través del lenguaje. En nuestro entorno natural (familiar, personal, laboral, social) estamos utilizando el lenguaje constantemente.

A través del lenguaje analizamos si alguien nos comprende o no nos comprende. Con el lenguaje podemos ser entrañables, acogedores, o, por el contrario, crueles y mezquinos. Podemos ser divertidos, poéticos, enamorar, cansar, asustar... Todo lo que conocemos o imaginamos puede ser expresado con palabras. Con el lenguaje podemos no sólo transmitir información, pensamientos, sino además algo tan maravilloso para el ser humano como provocar sentimientos; despertar inquietudes, crear. En ocasiones, las personas tenemos temor a exponernos a la mirada ajena. No queremos ser mirados, aparece la timidez, palabra relacionada con el temor. La mirada de los otros se vive como una amenaza. El miedo a unos ojos que miran está muy extendido en el reino animal. La vergüenza es un sentimiento universal. Va asociada con el deseo de no ser visto, de querer desaparecer.

Es una emoción que afecta de manera importante a las personas, lo que viene a resultar un indicador de la importancia que para las personas tiene la vida social. Necesitamos mantener la estima ajena y la propia. Pues bien, cualquier situación de hablar en público nos expone a esa mirada de los demás. Todo lo relacionado con el lenguaje resulta apasionante, sorprendente, y de vital importancia para nosotros. Nuestra inteligencia es lingüística y nuestra cultura también lo es. Vivimos permanentemente imbuidos en un mundo con lenguaje, entre palabras.

LA NATURALIDAD O APRENDER A SER UNO MISMO.

Conocer nuestros recursos, nuestras capacidades y nuestras limitaciones internas contribuye a lograr una “adecuada valoración de uno mismo”. Las personas dotadas de esta competencia: - Son conscientes de sus puntos fuertes y de los menos fuertes. - Reflexionan y son capaces de aprender de la experiencia. - Son sensibles a los nuevos puntos de vista, a la formación continua y al desarrollo propio. - Cuentan con un sentido del humor que les ayuda a tomar distancia de sí mismos. La “confianza en uno mismo” se logra cuando se tiene una sensación muy clara del valor propio y de las propias capacidades.

Las personas que logran esta competencia:

- Manifiestan confianza en sí mismas, se muestran seguros ante los demás. - Pueden expresar puntos de vista impopulares y defender con independencia, sin apoyo de nadie, lo que consideran correcto. - Son emprendedores y capaces de asumir decisiones importantes a

pesar de la incertidumbre y las presiones. En la sociedad actual, la naturalidad y la confianza en uno mismo son aspectos valorados.

LA EMPATÍA.

Empatizar es escuchar activamente las emociones y sentimientos de los demás, es tratar de “meternos en su piel” y entender los motivos de los otros. Es mostrar alegría con la alegría, y es mostrar que nos hacemos cargo del impacto que les produce un problema, de los apuros por los que están pasando, de la indefensión y la tristeza por los fracasos. Sin embargo, no significa convertirse en un “colega”, ni aceptar, ni estar de acuerdo con la posición de tu interlocutor. Es, sencillamente, “dar cancha” y reconocer los sentimientos de tu interlocutor. Para ampliar... Ser empáticos ¿Por qué y para qué? Porque cuando escuchas activamente las emociones y sentimientos: - Te conviertes en una persona significativa y digna de confianza. La gente no compartirá sus sentimientos contigo si no sabes empatizar. Escucharles, y escuchar sus emociones, ayuda a hacerles que sientan que alguien se preocupa por ellos. - Ayudas al que tienes delante a que se mantenga abierto a soluciones alternativas a un problema. Si no se escuchan las emociones negativas, quien las tiene se suele “cerrar en banda”. - Es más probable que tu interlocutor este más predispuesto a escuchar también los tuyos. Si tú deseas que alguien atienda tu malestar tendrás más fácil si tú tienes por costumbre escuchar también los sentimientos negativos de esa persona. - Ayudas a la persona que tienes delante a que se sienta mejor. - Muestras un modelo de amabilidad interpersonal que va a ser observado y posiblemente imitado. ¿Cómo?

1. Observando cómo se siente el interlocutor y escuchando lo que dice. - Es con el cuerpo, la cara y los gestos, además de con las palabras, como se transmiten los sentimientos. - ¡Observa con sumo cuidado y atención! Si deseas identificar el sentimiento que te está transmitiendo tu interlocutor.

2. Con los gestos y con el cuerpo. - Adoptando comportamientos no verbales semejantes a los del interlocutor. - Manteniendo contacto visual y adoptando una expresión facial apropiada a los sentimientos que transmite tu interlocutor.

3. Con las palabras. - Pronunciando una expresión de reflejo o empatía: * “me hago cargo...”; “te estoy escuchando y te noto...”; “puedo entender que te sientas así...”. ¿Cuándo? - Cuando el interlocutor te esté expresando un problema y está afectado por el mismo. - Cuando el interlocutor muestra satisfacción u otra emoción positiva en los escenarios de comunicación.

- Cuando observas un cambio brusco de tu interlocutor en sus palabras o en sus gestos (detiene su conversación bruscamente, comienza a hablar más alto y de modo irritado, se levanta de la silla o golpea con el puño,.), que denota que está bajo los efectos de un sentimiento o emoción importante. - Cuando percibes en tu interlocutor expresiones que

denotan oposición, escepticismo, ironía u hostilidad. Es importante que realices los siguientes ejercicios:

Describe reacciones típicas de una persona próxima a ti. ¿Por qué crees que reacciona de esa manera? ¿Qué consejos le darías para cuando está enfadado(a)? Piensa en alguna persona con la que tengas algún conflicto. ¿Crees que podría resolverse? Si la respuesta es afirmativa ¿Cómo podrías intentar hacerlo? Describe situaciones en las que tú has recibido la empatía y piensa cómo te sentiste. ¿Hasta qué punto crees que la gente transmite sus emociones a través del lenguaje gestual? Las personas con buena capacidad de empatía, saben: - Dar y recibir: captar las señales emocionales y sintonizar con su mensaje. - Abordar abiertamente las cuestiones difíciles. - Escuchar bien: buscan la comprensión mutua y no tienen problemas en compartir la información de que disponen. - Alentar la comunicación sincera: permanecen abiertos tanto a las buenas noticias como a las malas. - Ponerse en el lugar del otro y comprender los sentimientos de los demás. - Identificar sensaciones observando la conducta verbal de otros. - Escuchar activamente a otras personas Para entrenarte en la práctica de la empatía, te ayudará la realización de los siguientes ejercicios: - Has dicho alguna vez frases como: No dijo una palabra, pero yo sabía cómo se sentía. - ¿Has intentado alguna vez entender cómo se pueden sentir los inmigrantes que llegan a un país en el que no tienen nada? - ¿Has intentado alguna vez entender cómo se sienten las personas que están solas? - ¿Qué necesitas para entender otros puntos de vista diferentes a los tuyos que tengan otras personas? - ¿Cómo le demuestras a alguien que le tienes cariño? Desde el punto de vista de la empatía, debemos intentar sentir lo que el otro está sintiendo, esto es, “ponernos en el lugar del otro”.

3.2 Serenidad y confianza

Técnicas de oratoria: Serenidad

May 10, 2018 |

Un orador que despliega serenidad o aplomo es un orador tranquilo. Está en calma y sereno porque domina la situación. La falta de serenidad, también, demuestra cierta falta de confianza. Estas dos cosas van juntas.

Aunque es deseable que el orador tenga confianza y serenidad, esto no se debe confundir con la confianza exagerada, que se manifiesta por una actitud jactanciosa o demasiado relajada.

No obstante, si usted es un orador nuevo, lo más probable es que sienta timidez a la hora de hablar en público. Puede ser que tenga verdadera nerviosidad e intranquilidad, que pudiera

hacer que creyera que su presentación resultará ineficaz. Pero no tiene que ser así. La confianza y serenidad se pueden adquirir por esfuerzo diligente y si se sabe por qué faltan.

¿A qué se debe el que algunos oradores muestren falta de confianza?

Generalmente a una de dos razones, o a ambas.

1. Primero, **falta de preparación** o punto de vista equivocado sobre la información.
2. Segundo, una **actitud negativa** en cuanto a su capacidad como discursante.

¿Qué le dará confianza?

Básicamente es el conocimiento o creencia de que podrá lograr su propósito. Es la seguridad de que sí tiene las riendas de la situación y puede dominarla. Al hablar en público esto podría requerir alguna experiencia. Habiendo presentado varios discursos, usted puede estar razonablemente seguro de que éste también tendrá buen éxito.

Pero, aunque usted sea relativamente nuevo, sus primeras presentaciones deberían animarlo, y verá que pronto podrá manifestar esta cualidad a un grado razonable.

Otro requisito vital para la confianza, tenga o no experiencia, es conocer su información y tener la convicción de que tiene valor. Esto quiere decir no solo preparación cuidadosa y cabal por adelantado de su asunto, sino también preparación cuidadosa para la presentación. Si usted se da cuenta de que es para su propio adelanto, así como para instruir a las personas que asisten, se acercará a la plataforma con la actitud de que va a triunfar. Se absorberá en el asunto y se olvidará de sí mismo y de su nerviosismo.

Esto significa que debe estar convencido de todo lo que va a decir. Asegúrese de que esto sea así en su preparación. Y después que haya hecho todo lo que pueda para preparar una presentación interesante y animada, si todavía cree que a la presentación le falta colorido o está muerta, recuerde que un auditorio vivo le dará calor a su presentación. Por lo tanto, avive al auditorio con su presentación, y el interés de éste le dará a usted confianza en lo que presenta.

SERENIDAD EN EL PORTE FÍSICO.

La primera evidencia de serenidad, entonces, se manifiesta en su porte físico. He aquí algunas cosas que revelarán deficiencia en usted si le falta confianza. Considere primero las manos: manos enlazadas en la espalda, puestas rígidamente a los lados o agarradas firmemente del atril; manos que entran y salen repetidamente de los bolsillos, que abotonan y desabotonan una chaqueta, que se mueven sin objetivo a la mejilla, la nariz, los anteojos o gafas; ademanes

incompletos; jugar con un reloj pulsera, un lápiz, un anillo o las notas. O considere un constante mover de los pies, un oscilar del cuerpo de lado a lado; o hacia atrás como el atacador de un cañón o un aflojamiento de las rodillas; el mojar frecuentemente los labios, el tragar repetidamente, la respiración rápida y somera.

Todas estas evidencias de nerviosidad se pueden controlar o disminuir por esfuerzo consciente. Si usted hace ese esfuerzo dará una impresión de equilibrio en su porte físico. Por lo tanto, respire con naturalidad y a un ritmo uniforme, y esfuércese definitivamente por estar tranquilo. Pause antes de empezar a hablar. Su auditorio no podrá menos que responder a esto favorablemente, y esto, a su vez, le ayudará a usted a obtener la confianza que busca. Concéntrese en su material, sin pensar en el auditorio ni en usted mismo.

SERENIDAD EN LA VOZ.

Las evidencias vocales que muestran nerviosidad son un grado de elevación de la voz anormalmente alto, un temblar de la voz, un repetido aclararse de la garganta, un poco usual afinamiento del tono causado por falta de resonancia por causa de la tensión. Estos problemas y manierismos también se pueden vencer con esfuerzo diligente. No se apresure mientras camina a la plataforma o arregla sus notas, sino esté tranquilo y feliz porque puede compartir con otros las cosas que ha preparado. Si sabe que está nervioso al empezar a hablar, entonces en la introducción tiene que hacer un esfuerzo especial para hablar más lentamente de lo usual y con un grado más bajo de elevación de la voz que el que usted cree que es normal para usted. Esto le ayudará a controlar su nerviosidad. Descubrirá que tanto el hacer ademanes como las pausas le ayudarán a tranquilizarse.

Pero no espere hasta que suba a la plataforma para poner en práctica todas estas cosas. Aprenda a estar equilibrado y en control en su habla diaria. Esto le ayudará mucho a adquirir seguridad y confianza a la hora de hablar en público. Una presentación con calma tranquilizará a su auditorio y éste podrá concentrarse en el material.

COMO VENCER AL MIEDO DE HABLAR EN PÚBLICO.

- La actitud mental positiva.

Cuando el orador tiene que salir al escenario y ubicarse frente a sus oyentes para transmitir un discurso determinado, su cerebro juega un papel importante en su motivación personal. Cada uno de los pensamientos o ideas que logre interiorizar en su mente, permitirán que tenga pensamientos y acciones positivas o en su defecto, pensamientos y acciones negativas. Estas formas de razonar suelen “apoderarse” de su mente y manifestarse de la siguiente manera:

A.- Negativamente:

El orador miedoso y motivado negativamente, dirá: _ “Lo voy a hacer mal...” “Me voy a equivocar...” “Se van a reír de mí...” “Para que me comprometí...” “Mejor me regreso a casa...” “Voy a fracasar...” “¡Soy un perdedor...!” Este individuo, desde el momento en que se declara perdedor -antes de haber iniciado la lucha- ya perdió, no podrá dominar el miedo, ni mucho menos podrá tener una exposición satisfactoria. Dará pena verlo parado en el escenario; nervioso, tartamudeando, luchando por pronunciar las palabras que se resisten a salir de sus labios. ¿Qué por qué le ocurre esto? Simplemente porque desarmó su mente, porque no lo blindó con ideas positivas que le dieran valor.

B.- Positivamente:

En cambio, el orador temeroso pero imbuido de ideas positivas, exclamará: “Saldré adelante y pondré todo mi esfuerzo para hacerlo bien... si me equivoco, que importa; la próxima oportunidad lo haré mucho mejor...” “¡Voy a triunfar!”, “¡Soy un ganador!” Este señor saldrá adelante, expondrá su tema con pasión y convicción, derrotará al miedo y brindará una excelente exposición. ¿Por qué? Porque la actitud mental positiva asumida le permitirá derrotar el miedo y la timidez, le permitirá encontrar la fuerza que le hacía falta para enfrentarse a ese “monstruo de mil cabezas” llamado público.

3.3 Cultivo de la dicción y la voz

La forma de expresarse que tiene una persona se conoce como dicción. La dicción es la forma de emplear las palabras para formar oraciones, ya sea de forma hablada o escrita. Este término proviene del latín dictio.

Se habla de buena dicción cuando el empleo de dichas palabras es correcto y acertado en el idioma al que éstas pertenecen, sin atender al contenido o significado de lo expresado por el emisor. Es importante tener en cuenta que la calificación de la dicción como buena o mala no tiene que ver con el significado que la persona quiere transmitir, ni con los contenidos que pretende expresar.

La dicción, por otra parte, también se vincula a la manera en que se pronuncian las palabras. Cuando una persona pronuncia cada término de manera clara, realiza la acentuación correctamente y utiliza las pausas apropiadas dentro de cada oración, puede afirmarse que

tiene buena dicción. Dado que resulta fácil entender a quien se expresa de esta forma, también se indica que la dicción es limpia o clara.

La buena dicción o la dicción limpia, no puede albergar los llamados vicios o defectos del habla. Por eso es imprescindible evitar expresiones como “entiendanmen||” (en vez de “entiéndame), “dotor||” (por doctor), o infección (por infección).

Como se puede apreciar, la dicción no está vinculada al entendimiento que se consigue en el oyente, ya que estas palabras fallidas (por escritura, ortografía, acentuación incorrecta) son fácilmente reconocibles, aun cuando la dicción este lejos de ser adecuada.

Una cierta musicalización de las expresiones es otra característica que integra a la dicción. La persona que se expresa con buena dicción, logra matizar los sonidos que emite para producir un efecto agradable, gracias a modulación de la voz, la posición de los labios y la respiración.

Para tener una dicción excelente es necesario pronunciar correctamente, acentuar con elegancia, frasear respetando las pausas y matizar los sonidos musicales. Una buena emisión de voz resulta, sin duda, un extraordinario apoyo para la interpretación de la música. Al hablar y -sobre todo- al cantar, es preciso evitar los vicios o defectos de dicción, por ejemplo: *vistes, *íbanos, *gratituo, *tualla, *Saltío, *desborrar, *cállensen

Así como algunos “vicios” destruyen el cuerpo, los “vicios de la dicción” destruyen el lenguaje

VICIOS DE DICCIÓN

Son los errores que se cometen contra la correcta expresión y claridad del lenguaje, convirtiendo nuestras expresiones en inadecuadas. Algunos de estos son:

- El Ceceo: Consiste en pronunciar la “s” como si fuera “z”. ejs.: zapo por sapo, bazura por basura, dezaestre por desastre.
- El Seseo: Defecto de pronunciación que consiste en pronunciar la “ce” o la zeta como si fuera “S”.
- Siseo: Es la pronunciación repetida del sonido inarticulado de S y Ch. Quien escucha esta imperfección experimenta una desagradable sensación de que le estuvieran silbando al oído.
- Lambdacismo, lalación o lalaísmo. Es el empleo defectuoso de “la” y “las” en lugar de “le” y “les”, Ejs.: la dijeron, en lugar que le dijeron o las sucedió por les sucedió.

- Tautología. Es la repetición inútil de una idea, por varias palabras que no añaden nada al sentido de la expresión. Ej.: subir para arriba, bajar para abajo, entrar para adentro, etc.
- Yeísmo. Es un fenómeno muy extendido en España e Hispanoamérica y predominante en las zonas de Argentina, 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 calle, poyo en lugar de pollo.
- Vocalización. Es la transformación de una consonante en vocal. Ejs.: Lactancia-laitancia, lección, leicion, perfecto-peifecto.
- Leísmo. Es el empleo incorrecto de la forma “le” del pronombre. Ejs.: Aquel libro no te le presto, por no te lo presto.
- Las muletillas o estribillos. Entendemos por muletillas, toda voz o frase que una persona repite por hábito vicioso en la conversación. Ejs.: E ee, aaa, este, pues, cierto, OK o sea. Es en suma, cualquier expresión que una persona reitera de forma constante, innecesariamente.
- Mascullar. Es una malsana costumbre de hablar en forma poco clara, lo que la gente llama “entre dientes” y que provoca una expresión incomprensible.
- Los gazapos. El diccionario Larousse define por gazapo, un disparate y un error cometido al hablar o escribir. Ejs.: hayga, por haya, más mal, por peor, amírdalas; por amígdalas, aruñar, por arañar, rompido; por roto.

Otros vicios de importancia en la dicción, son:

- Vulgarismo
- Barbarismo
- Cacofonía
- Pleonasmos
- Dequeísmo
- Metaplamos
- Monotonía

VULGARISMO:

El lenguaje soez es un conjunto de formas lingüísticas consideradas por toda la comunidad lingüística o parte de la misma como formas vulgares, indecentes, inapropiadas, groseras u ofensivas.

Qué constituye lenguaje soez y qué no, es una convención cultural y solo puede ser definido dentro de la interpretación de las ciencias sociales. Generalmente se utilizan en el lenguaje soez, expresiones sobre lo que en la sociedad es sagrado o respetable (religión, familia) o sobre lo que se considere tabú (sexo, partes del cuerpo, excrementos), o bien expresiones que exacerbén descripciones de las características personales (insultos).

BARBARISMO:

Según el punto de vista normativo reflejado en el Diccionario de la lengua española (DRAE) de la Real Academia Española (RAE), «es una incorrección que consiste en pronunciar o escribir mal las palabras, o en emplear vocablos impropios».

El concepto de barbarismo puede también incluir extranjerismos no incorporados totalmente al idioma; se trata de un caso particular de barbarismo en su primera acepción.

Los barbarismos acaban a veces siendo aceptados por los órganos reguladores normativos, ya que su uso se generaliza a todos los registros e incluso a la literatura; p. ej.: control (del francés *contrôle*), hoy aceptado y antiguamente considerado barbarismo.

Ejemplos de expresiones que pasan por barbarismos son:

a) Cuando se pronuncian mal:

Haiga por Haya Vaiga por Vaya

Ajuera por Afuera

Fuites por Fuiste

Andábanos por andábamos

Pirinola por Perinola

b) Al utilizar innecesariamente vocablos de otros idiomas:

c) Al agregar, suprimir o cambiar letras o palabras:

A grosso modo por grosso modo: que significa —aproximadamente o a grandes rasgos||:

«El costo de la vida aquí, corresponde, grosso modo, al de México». No es normativo (correcto) anteponer la preposición a: a grosso modo. Otras formas incorrectas serían:

excribir, por escribir

extricto, por estricto

fortudo, por forzado

fustración, por frustración

gomitar, por vomitar

ruyir o ruñir, por roer

onde, por donde

tasi, por taxi

telesférico, por teleférico

tópsico, por tóxico

trompezar, por tropezar

Otros barbarismos serían los casos de palabras que deben escribirse separadas; por ejemplo, la expresión ósea, que debe escribirse, o sea.

CACOFONÍA:

La cacofonía es el efecto sonoro producido por la repetición cercana de sonidos o sílabas que poseen igual pronunciación dentro de una palabra o en palabras cercanas en un discurso. Se define también como "sonidos repetidos que maltratan los oídos". Los trabalenguas son un claro ejemplo de cacofonía. Se emplea a veces como recurso literario.

Etimológicamente es un cultismo del griego *κακοφωνία*, que significa malsonante, de *κακός* (horrendo, desagradable), y *φωνή* (sonido).

La mejor forma de detectarlas es leyendo el texto en voz alta. Algunas técnicas para corregir las cacofonías son:

PLEONASMOS:

Es otro de los vicios comunes en la dicción. Consiste en el uso innecesario de palabras en la expresión. Provoca redundancia al hablar. Es la afirmación de algo que es obvio.

Ejemplos:

Salió afuera Súbelo arriba

Me duele mi cabeza Más mejor, Más peor Muy altísimo

Éntrese para adentro Pedregal de Piedras Arboleda de Árboles Constelación de Estrellas Hemorragia de Sangre Cadáveres Muertos

Un uñero en la una

En ocasiones son aceptadas las formas pleonásticas, esto es, cuando se utilizan para reforzar la expresión; por ejemplo, "lo vi con mis propios ojos", o bien, para dar gracia y belleza a la construcción como sucede en la composición poética o canciones. Ejemplos: "Lo besó con sus labios rojos", "Lo miró fijamente con sus ojos"

En la enseñanza del idioma español, especialmente a niños, se concede el uso adecuado de expresiones cacofónicas formando parte de trabalenguas, como ejercicio para adquirir una pronunciación y una buena articulación:

Por ejemplo:

- Tres tristes tigres tragaban trigo en un trigal en tres tristes trastos.
- Tomás tiene tos y tomó tabletas.
- Anita la ancianita es vecinita de Benita.
- Funciona la función.
- Pepe Pecas pica papas con un pico Pepe Pecas pica papas.

La repetición de sílabas, palabras o frases, iguales o muy semejantes, también se utiliza para producir efectos humorísticos. El calambur es un juego de palabras que, consiste en modificar el significado de una palabra o frase agrupando de distinta forma sus sílabas. Por ejemplo:

Si yo lo quito, ella lo caza. / Si yo loquito, ella locaza. Yo loco, loco, y ella loquita. / Yo lo coloco y ella lo quita.

¡Ave!, César de Roma. / A veces arde Roma.

Mi madre estaba riendo. / Mi madre está barriendo. Plátano es/ Plata no es.

DEQUEÍSMO:

El dequeísmo es, en idioma español, la utilización no normativa (incorrecta) de la preposición "de" junto a la conjunción "que". Ejemplos de esta variante gramatical son:

- Me ha dicho de que vendrá mañana por la tarde (incorrecto) – Me ha dicho que vendrá mañana por la tarde (correcto).
- Pensó de que la tierra era redonda (incorrecto) – Pensó que la tierra era redonda (correcto).
- Opinaban de que las elecciones estaban amañadas (incorrecto) – Opinaban que las elecciones estaban amañadas (correcto)
- Creo de que no es justo lo que dice (incorrecto) - Creo que no es justo lo que dice (correcto)

EL QUEÍSMO, o ANTIDEQUEÍSMO, como también se le denomina, es el fenómeno contrario: la supresión de un de en la construcción de un complemento de régimen o suplemento. Por otra parte, algunos verbos vacilan en su construcción con que o con de que, en ocasiones con sutiles diferencias de significado:

Le advierto que ... / le advierto de que

Algunos idiomas, para saber si es normativo (correcto) utilizar la preposición de o no, recomiendan las siguientes estrategias:

Sustituyendo la oración subordinada (desde el que en adelante) por un pronombre como algo o un sustantivo este suceso. Ejemplos:

- Le informo de que el plazo finalizará en 3 días -> Le informo de este suceso, le informo de algo -> Es normativo utilizar de que.
- Le comunico que el plazo finalizará en 3 días -> Le comunico este suceso, le comunico algo -> No es normativo utilizar de, sólo el que.

Otro procedimiento que puede servir en muchos de estos casos para determinar si debe emplearse la secuencia de «preposición + que», o simplemente que, es el de transformar el enunciado dudoso en interrogativo. Si la pregunta debe ir encabezada por la preposición, esta ha de mantenerse en la modalidad enunciativa. Si la pregunta no lleva preposición, tampoco ha de usarse esta en la modalidad enunciativa:

- ¿De qué se preocupa? (Se preocupa de que);
- ¿Qué le preocupa? (Le preocupa que);
- ¿De qué está seguro? (Está seguro de que);
- ¿Qué opina? (Opina que);

- ¿En qué insistió el instructor? (Insistió en que);
- ¿Qué dudó o de qué dudó el testigo? (Dudó que... o dudó de que);
- ¿Qué informó o de qué informó el comité? (Informó que... o informó de que.).

Las oraciones en las que no debe aparecer la preposición "de" antes de la conjunción "que" dependen de los verbos que expresan:

- Actos de pensamiento: pensar, creer, considerar, deducir, concluir "Concluyó que se alejaba del lugar"
- Actos de habla: negar, decir, afirmar, sostener, opinar, asegurar..."Afirma que le encanta leer"
- Emociones o estados de ánimo: temer, sospechar, lamentar, desear "Lamento que te quedaras sin fiesta"
- Percepciones físicas o mentales: intuir, oír, comprender, percibir..."Intuyo que el plan saldrá bien"
- Mandato, consejo o prohibición: ordenar, negar, mandar, impedir, aconsejar..."Mandó que nos fuéramos a dormir a las diez"

METAPLAMOS:

Una figura de transformación o metaplasmo es una figura de dicción que consiste en alterar la escritura o pronunciación de las palabras sin alterar su significado.

Esta alteración del lenguaje, es un vicio muy extendido que consiste en adicionar, cambiar o quitar sonidos a las palabras y se da en las siguientes formas:

- a) Apócope o apócopa: Metaplasmo consistente en la supresión de sonidos al final de una palabra.

Ejemplos:

- Fuimo, por Fuimos
- Fuero, por Fueron
- Ciudá, por Ciudad
- Caridá, por Caridad
- Seño, por Señor

El apócope es muy usual en los nombres de las personas, con la intención de dar un trato afectuoso o cercano; por ejemplo:

Guille de Guillermina, Mari de María, Jose de Josefina, Teo de Mateo.

Actualmente se ha puesto de moda el uso de palabras fragmentadas, sobre todo, entre los jóvenes. Es frecuente escuchar expresiones como:

—Vamos a mi depa|| para referirse a departamento.

—Tengo examen de mate|| en lugar de matemáticas.

—Quiero ver la tele|| en vez de Televisión

—No puedo contestar el celu|| en vez de celular

—Está en el refri|| en lugar de Refrigerador

b) Paragoge: Consiste en la adición de sonidos al final de vocablos.

Ejemplos:

Nadien por nadie

Cercas por cerca

Ningunos por ninguno

Gentes por gente

c) Prótesis: Se llama así al metaplasmo que se origina al agregar uno o varios sonidos al inicio de palabras. Ejemplo:

Ahoy, por hoy Asegun, por según

Arrempujar, por empujar Dentrar, por entrar Asolapado, por solapado Afusilar, por fusilar
Palidecer, por palidecer Adolorido, por dolorido Pegó un grito, por gritó

Aplanchar, por planchar Desapartar, por apartar Aguardar, por guardar Acompletar, por completar
Execto, por excepto Embriague, por embrague Rebalsar, por rebasar Mordiscón, por mordisco
Asemejar, por semejar Enarenar, por arenar

MONOTONÍA:

Existe la monotonía cuando al hablar se repiten constantemente una o más palabras. También se le llama pobreza de lenguaje y resulta de un léxico reducido y deficiente construcción de ideas. Así mismo se considera como la igualdad de tono en la voz o en la música (la monotonía de su voz aburrió a todo el auditorio).

Ejemplos:

Fernando tardó mucho en iniciar otra vez porque no tenía dinero porque no trabajaba porque no encontraba trabajo.

Depurando la expresión quedaría de esta manera: Fernando tardó mucho en iniciar otra vez debido a que no tenía dinero ya que no logró encontrar trabajo.

Una manera eficaz de mejorar nuestra expresión es mediante la lectura diaria para aumentar y depurar nuestro vocabulario; además, debemos recurrir al diccionario siempre que tengamos duda en el significado o en la forma correcta de las palabras.

Si no cometemos este tipo de errores demostramos un grado de cultura más elevado y nos comunicamos de manera sobresaliente con nuestros distintos receptores.

3.4 El lenguaje no verbal.

La comunicación no verbal es el proceso de comunicación en el que existe un envío y recepción de mensajes sin palabras, es decir, mediante indicios, gestos y signos. No posee estructura sintáctica, por lo que no es posible analizar secuencias de constituyentes jerárquicos. Estos mensajes pueden ser comunicados a través de la kinésica (gestos, lenguaje corporal, postura, expresión facial, contacto visual, etc.) la proxémica.

La comunicación no verbal (CNV) surge con los inicios de la especie humana antes de la evolución del lenguaje propiamente dicho. Los animales también muestran ciertos tipos de comunicación no verbal. Es importante no confundir la comunicación no verbal con la comunicación no oral, ya que existen formas de comunicación verbal (es decir, con estructura lingüística o sintáctica) que no son orales, como por ejemplo la comunicación escrita y las lenguas de señas. Asimismo, existe comunicación no verbal que puede ser producida oralmente, como los gruñidos o sonidos de desaprobación. En los seres humanos, la CNV es frecuentemente paralingüística, es decir, acompaña a la información verbal matizándola, ampliándola o mandando señales contradictorias. Es por ello que la CNV es importante en la medida que:

Cuando hablamos (o escuchamos), nuestra atención se centra en las palabras más que en el lenguaje corporal. Aunque nuestro juicio incluye ambas cosas. Una audiencia está procesando

simultáneamente el aspecto verbal y el no verbal. Los movimientos del cuerpo no son generalmente positivos o negativos en sí mismos, más bien, la situación y el mensaje determinarán su evaluación.

El manejo del cuerpo y la imagen del orador: Principios básicos.

“De la cara de un hombre puedo leer su carácter; si lo veo caminar, conozco sus pensamientos” (Petronio)

“El cuerpo dice lo que las palabras no pueden decir” (Martha Graham)

“En tu rostro, esposo mío, leo como en un libro abierto lo que esta noche va a pasar. Disimula prudente: oculta tu semblante lo que tu alma medita” (Macbeth, de William Shakespeare)

1- El cuerpo habla

El cuerpo “habla”, y tener conocimiento de ese lenguaje no verbal es de una importancia capital para poder aplicarlo adecuadamente.

Veamos algunos ejemplos:

- En una presentación o despedida un apretón de manos potente y seguro, nos deja con una sensación de confianza y satisfacción. En cambio, cuando alguien ejecuta la misma acción de forma blanda y huidiza, los sentimientos que experimentamos son otros.
- Cuando alguien nos mira a los ojos mientras afirma algo verbalmente, sentimos que nos está diciendo la verdad y nos produce confianza. Por el contrario, si quien nos habla rehúye la mirada, inmediatamente nos resulta poco confiable.
- Si vemos a alguien tamborilear sus dedos sobre una superficie o golpear repetidamente uno a ambos pies sobre el piso, deducimos que está nervioso.
- Prendemos la televisión y nos encontramos con que en un programa de actualidad están entrevistando a un famoso actor o cantante. Sin embargo, la estrella de marras habla mientras tiene puestos anteojos para sol, nos escatima con ello su mirada y sentimos que nos “falta” algo en esa comunicación.

2- Funciones de la comunicación no verbal

- Regulación

Suele ser la función más usual y permanente, especialmente en las situaciones interpersonales, como la conversación, en la cual todo un repertorio de gestos regula el curso de la misma, aunque no seamos conscientes de ello. Inclinar la cabeza hacia delante y cerrar levemente los ojos, por ejemplo, significa que no se ha comprendido bien la última parte del mensaje, mientras que doblar la cabeza hacia uno de los lados señala que se está prestando atención.

Se trata de una función altamente positiva y absolutamente necesaria, si bien no solemos ser consciente de ella.

- Repetición

En algunas ocasiones el lenguaje corporal replica al verbal, reafirmando y potenciando de esa manera el mensaje lingüístico.

Por ejemplo, alguien está pidiéndole a otra persona que detenga su hablar y hace con sus manos el característico gesto de colocar sus palmas hacia delante. En general, es una función positiva.

- Refuerzo

Parecida a la anterior, pero levemente distinta, esta función de la comunicación no verbal es una suerte de correlato de lo que son los signos de admiración en el lenguaje escrito. Cuando alguien expresa verbalmente “Voy a dar pelea” y mientras lo hace golpea con uno de sus puños sobre la palma de la otra mano o, simplemente, al aire, ese gesto opera a modo de refuerzo de lo dicho.

- Contradicción

Cuando esto sucede, al ser el mensaje gestual incongruente con el lingüístico, le resta fuerza a este último y lo torna poco creíble, confiable o verosímil. Y, por supuesto, esas características se trasladan a la persona que lo emite.

Por ejemplo, si alguien comunica verbalmente que se encuentra muy cómodo y tranquilo, pero mientras lo hace restriega sus manos entre sí, y habla un tanto agitado y con los hombros elevados, el mensaje verbal resulta poco creíble.

- Complementación

En alguna medida opuesta a la anterior y parecida a la de repetición, pero sutilmente distinta, se produce cuando la conducta verbal amplifica o complementa al mensaje lingüístico. Por ejemplo, una persona dice sentirse a gusto en un lugar y su actitud gestual y corporal corrobora ese mensaje: está relajado, en su boca se dibuja una leve sonrisa, etc.

- **Sustitución**

Se produce cuando el lenguaje no verbal sustituye al verbal, en una suerte de momentáneo “dígalos con mímica”, el conocido juego infantil. Por ejemplo, cuando un orador levanta las manos en un lugar bullicioso para pedir silencio en lugar de hacerlo con palabras. Se podría decir que se trata de una función neutra.

3- El manejo del cuerpo y la imagen del orador

Preparar el contenido de lo que se va a decir, es fundamental para quien va a dar un discurso o realizar una presentación. Sin embargo, otro aspecto suele descuidarse a menudo y, muchas veces, por desconocimiento de su importancia: el lenguaje no verbal y la imagen que ofrece el orador, en pos de hacer que ambos sean lo más positivos posible.

A continuación, una pequeña y sucinta guía al respecto:

- En relación con la gestualidad, hay una serie de posturas que siempre hará bien en evitar mientras habla en público:
 - No se cruce de brazos. Constituye lo que los estudiosos del lenguaje corporal definen como “actitud de barrera” y el público lo lee, precisamente, en ese sentido: infieren que está colocando una suerte de muro entre ellos y usted.
 - Tampoco se ponga las manos en el o los bolsillos. Se trata de un gesto irrespetuoso que denota despreocupación y desprolijidad.
 - No se tome las manos por delante. El auditorio lo decodificará (aunque no sea consciente de que lo hace) en términos de que usted experimenta inseguridad.
 - Absolutamente prohibidos los “paseos” por el escenario o lugar de alocución. Evite desplazarse de derecha a izquierda y a la inversa (trayecto más común) y haga otro tanto con los desplazamientos hacia delante y hacia atrás.
 - Evite los ademanes ampulosos, sobre todo si el ambiente es muy formal o si el tema es lo suficientemente protocolar y/o grave. Opte por los gestos medidos.
 - Tenga en cuenta que contar con un atril le solucionará varios problemas: podrá colocarse por detrás, eso le permitirá no sentirse tan expuesto ante el público sin necesidad de realizar gestos inconvenientes tales como cruzar los brazos y, además, tendrá un lugar donde colocar las manos.

4- ¿Qué hago con las manos?

Un buen truco consiste en tomar en una de sus manos algún objeto (una ficha con anotaciones, un puntero láser, una lapicera) de forma tal de mantenerla ocupada y poder utilizar la otra.

Si va a hablar sentado, es importante que esté erguido y que mantenga una distancia aproximada de 10 cm a la mesa y 10 cm al respaldar.

Ello le proporcionará una postura agradable de ver para el público y a usted le permitirá una buena dosificación de aire, cosa esta última que no sucedería si, por ejemplo, se inclinara hacia la mesa que tiene delante.

El hablar sentado, además, requiere de otra serie de precauciones muy importantes con respecto a las posturas y los gestos a evitar.

Algunas indicaciones:

- No coloque sus brazos y manos bajo la mesa. Quien escucha a alguien que hace eso, siente inconscientemente que “esconde” algo.
- No se apoye en los antebrazos. Si los nervios le juegan una mala pasada y le hacen temblar las manos, estas no encontrarán apoyo y, lo que es peor, el auditorio notará su temblor.
- Tampoco ponga los codos sobre la mesa con los brazos y manos hacia el pecho.

¿Qué puede hacer, entonces? A no desesperar:

- Una posibilidad es colocar una mano al costado y otra a la altura de la cintura, de modo tal de poder utilizar esta última para realizar ademanes.
- En caso de que tenga un papel sobre la mesa y ante usted, otra posibilidad es dejar que las manos caigan naturalmente sobre él.
- Tampoco se ponga las manos en el o los bolsillos. Se trata de un gesto irrespetuoso que denota despreocupación y desprolijidad.

5- La fuerza del contacto visual

La potencia (real y/o simbólica) de la mirada es un tema estudiado por varias disciplinas del saber humano.

Me gustaría compartir con ustedes unas reflexiones de Flora Davis, en ese clásico absoluto acerca del estudio del lenguaje no verbal que es El lenguaje de los gestos.

Allí, ella afirma: “El comportamiento visual es, tal vez, la forma más sutil de lenguaje corporal. La educación nos preparara desde pequeños, enseñándonos qué hacer con nuestros ojos y qué esperar de los demás.

Como resultado de esto, si un hombre esquiva la mirada, si se encuentra con la mirada de otra persona o si no lo hace, produce un efecto totalmente desproporcionado al esfuerzo muscular que ha realizado.

Aun cuando el contacto visual sea efímero, como generalmente lo es, la suma de tiempo acumulado en mirar puede tener cierto significado.”

¿Qué tiene la oratoria para decirnos acerca de una cuestión tan importante en la comunicación?

En principio, que no hay verdades universales al respecto y para ahondar en tan temeraria afirmación. Pero, pueden realizarse ciertas recomendaciones al respecto.

Son las siguientes:

- Cuando vaya a hablar en público y, muy especialmente, cuando su auditorio sea numeroso, tenga en cuenta que su mirada será un canal privilegiado para comunicarse y para construir su imagen.

Un orador que levanta su mentón y mira a su auditorio se construye a sí mismo como alguien franco y seguro, que no teme a la situación que está encarando.

- Lo recomendable es mirar hacia el centro del salón, como si se mirara a un edificio a lo lejos. De esa forma, se logra dominar la totalidad de la sala.

Por el contrario, no se recomienda fijar la mirada en las primeras filas ni tampoco en las últimas.

- Asimismo, resulta altamente positivo girar muy lentamente de cuando en cuando la cabeza hacia la izquierda y hacia la derecha. De esa forma se evita la insistencia en una sola dirección y la alocución no aparece dirigida a un solo grupo.

¿Y qué puede decirse y/o recomendarse cuando debe manejarse la mirada en una situación más íntima de comunicación tal como puede ser una conversación?

Al respecto, puede decirse que existen tres tipos de mirada:

- Una mirada empresaria o de negocios que consiste en enfocar la misma en una suerte de triángulo imaginario que se encuentra entre los ojos, o sea, en la zona entre las dos cejas, que se corresponde con lo que los orientales denominan el tercer ojo.

- La denominada mirada social es la que se produce cuando se baja la dirección hacia debajo de los ojos y se mira el rostro. Se trata de una mirada menos tensa y más relajada que la anterior, y es muy común entre parientes y amigos.

Es una excelente alternativa para tratar con colegas o para utilizar con los subordinados en situaciones distendidas.

Por último, existe lo que se conoce como mirada íntima o sentimental, donde primero se observan los ojos, luego los labios y, posteriormente, otros lugares del rostro o del cuerpo. Se trata de una mirada que revela interés erótico, que bien puede ser tomada como invasiva y que resulta altamente inconveniente en ambientes empresariales, académicos y profesionales.

3.5 Vestimenta y presentación.

- 6- La forma de vestir: otro canal de comunicación no verbal

Contrariamente a las personas que declaran que “la ropa no es importante”, quienes estamos en el campo de la comunicación y la oratoria sabemos que sí lo es... y mucho. Efectivamente, cada vez que elegimos una prenda en detrimento de otra, estamos también escogiendo enviar un mensaje en lugar de otro. Y lo cierto es que la ropa de una persona, el estilo de sus prendas, los colores elegidos y el estado en que se encuentra, nos dice mucho acerca de un individuo.

Piense en lo siguiente: si usted ve un hombre de unos 40 años, enfundado en un jean un tanto gastado, con sandalias artesanales de cuero marrón del modelo denominado franciscanas, una colorida remera de estilo batik, un morral al hombro y cabello largo y barba.

¿Cree que votaría al mismo partido que otro hombre de pelo muy corto, musculatura evidentemente trabajada en un gimnasio, remera color verde militar ajustada al cuerpo, pantalón de camuflaje al tono y botas estilo borceguíes?

Seguramente, no lo haría y podemos sacar esa deducción (y otras) sólo por el modo de vestir, por la indumentaria elegida y, también, claro, por la consonancia de otros datos estilísticos, como el largo, del pelo y la presencia o ausencia de barba.

Efectivamente, al igual que los gestos la ropa habla de nosotros, de usted.

Y es por eso que es importante que conozca y tenga en cuenta algunos detalles al respecto:

- Planee con anticipación suficiente la vestimenta a usar durante un evento, y más aún, si usted está entre los oradores del mismo. Las apariencias sí importan (de hecho, son fundamentales para un orador) y la ropa es un factor absolutamente primordial en ese

aspecto. Por ello, usted deberá evaluar diferentes variables a la hora de escoger el atuendo con el que dirá el discurso, efectuará la presentación o participará de ese congreso.

- Una primera variable a tener en cuenta es qué aspecto desea tener, lo que equivale a decir: qué mensaje quiere transmitir usted acerca de usted mismo. ¿Quiere que lo vean como una persona responsable e íntegra? Entonces, opte por la vestimenta formal y de tonos más bien oscuros, dejando que los detalles más claros sean blancos o marfiles.

Desea aparecer como alguien con las características de la juventud: ¿frescura, emprendimiento y alegría? Pues entonces se impone una vestimenta de tonos más claros, y muy especialmente si el evento es durante el día y no por la noche. ¿Su idea es impactar como alguien creativo y con una saludable dosis de espontaneidad?

Si es así, está permitido entonces algún detalle colorido o extravagante, como una corbata con motivos de cartoons en el caso de los hombres o una bijouterie de estilo vintage o claramente étnica en el caso de las damas. Eso sí, recuerde siempre este último consejo: siempre que esté en duda acerca de la vestimenta más conveniente, opte por una formal y neutra: colores discretos, zapatos y no zapatillas, y ausencia de joyas, brillos u otros detalles de ostentación.

- Cuidado y limpieza de la ropa y el calzado son dos condiciones inexcusables a la hora de vestir bien. Por ello, resultan absolutamente inadmisibles los zapatos no lustrados, los cuellos y puños sucios de las camisas, un botón faltante, algún sector descosido de una prenda y otros detalles similares que no hablan bien de usted.

- Sobriedad y elegancia es el otro par a tener en cuenta, sobre todo si se trata de presentarse no ya en una embajada, pero sí en ambientes empresariales, académicos o laborales. Dé un no rotundo a las estridencias de colores y estilos, y opte por una indumentaria impecable, pero de perfil bajo.

- No a todas las personas le queda bien el mismo estilo de ropa ni le sientan los mismos colores. Por ello es fundamental que usted sepa qué tipo de ropa realza sus virtudes y minimiza sus defectos. ¿No logra darse cuenta? Entonces, recurra a la ayuda de un experto. Tenga por seguro que sus honorarios serán una de las mejores inversiones que usted haya realizado en su vida.

- Procure siempre adecuar su forma de vestir al entorno en el que debe intervenir. Recuerde que la noche exige más formalidad que la tarde y esta última que la mañana. No olvide que ciertos contextos requieren más formalidad y protocolo que otros. Y si tiene dudas, consulte al respecto con el o los organizadores del evento. La clave es vestir con

naturalidad, pero adaptando al máximo su forma de vestir al lugar, la ocasión y las personas que lo van a escuchar o van a entablar relación con usted.

Una de las variables a tener en cuenta es el grado de formalidad que implica el acontecimiento en cuestión. Para cerrar con un discurso un congreso internacional de medicina seguramente el uso de corbata en los hombres y de un elegante trajecito en el caso de las mujeres será casi un imperativo, mientras que, si se trata de inaugurar una nueva instalación en el club deportivo del barrio, lo que se conoce como elegante sport será lo adecuado en ambos sexos.

- La comodidad es otro punto primordial a tener en cuenta. Si usted está incómodo con el calzado o la ropa que lleva, sepa que ya tiene puntos perdidos de entrada. Por ello, no use prendas que no concuerdan con su estilo, que no haya usado previamente y, menos que menos, estrene zapatos.

7- El color de la indumentaria

Si bien usted deberá elegir en cada ocasión los colores que mejor combinan con su rostro y su cabello, es importante que conozca ciertas reglas protocolares acerca de la conveniencia o inconveniencia de su uso de acuerdo a la hora, la formalidad del evento, la estación del año, etc.

- El blanco es sólo adecuado para la primavera y el verano, y se recomienda no usarlo sólo, sino en combinación con otros colores, como pueden ser el verde, el azul, etc.
- El negro es el color perfecto para reuniones serias o de cierto tono protocolar, como pueden ser en lo social las bodas o los bautismos. Transmite seriedad y respeto. Para los hombres, resulta adecuado cualquiera sea el horario del evento, mientras que las mujeres harán bien en reservarlo sólo para eventos nocturnos.
- El azul es un clásico por excelencia y se dice de él que es el color de la política y la diplomacia. Es por ello que es el más adecuado para los eventos diplomáticos o ligados a algún tipo de protocolo riguroso. Transmite serenidad y seriedad, y se puede utilizar en cualquier ocasión donde se desee lucir clásicamente elegante.
- El marrón, tanto el puro como sus diferentes tonos o variaciones, resulta adecuado para cualquier evento, aunque no se recomienda usarlo en actos oficiales. Es apropiado para ocasiones informales y reuniones empresariales. Es menos serio que el negro o el azul y resulta adecuado para lucir a la vez elegante y distendido.

- El verde es el color tradicional de la paz y de la tranquilidad, y en cualquiera de sus tonos transmite sensación de armonía. Los tonos mates y oscuros al combinarse con el negro generan efecto de formalidad y elegancia; los claros y pasteles deben ser reservados para encuentros de poca formalidad o en los que no se exige una manera determinada de vestir.

 - El amarillo es un color que denota vitalidad y energía, pero también produce cierto efecto de desenfado que no siempre es bien recibido. Por ello es un color a usar con moderación y siempre en tonos pasteles o cremosos, que suelen ser ideales para que las mujeres los combinen en recepciones diurnas al aire libre, preferentemente en tiempos primaverales o estivales.

 - Por último, el rojo -color que representa la potencia, la pasión y hasta la agresividad- debe usarse siempre con mucho cuidado y moderación. Y, sobre todo, nunca debe utilizarse como color principal.
- Hormazábal Sanchez, Ricardo. Manual de retórica, oratoria y liderazgo democrático. Universidad de Chile. Editorial INAP. Año 2005.
 - Ander – Egg, Ezequiel, Aguilar Idañez, María José. Cómo aprender a hablar en público. Editorial Lumen. 1985.
 - Novoa Campos, Gerardo. Lecciones de oratoria. Pluma y Papel Ediciones. Buenos Aires. 2010.

3.6 Estilos y formas de expresión

Pueden distinguirse tres estilos fundamentales en la oratoria de todos los tiempos.

Estilo Ático o Humilde: es el que se observa en un discurso que se caracteriza por una gran corrección de lenguaje, y al mismo tiempo, por una expresión muy sobria, sin grandes lujos formales, ni imágenes poéticas, ni giros, ni ironías, ni metáforas en general. Lo que le importa al orador sobre todas las cosas, es la claridad conceptual, y es por eso que evita el lujo y el adorno de su expresión.

Estilo Rodio o Médium: se caracteriza por la suavidad del tono, por una belleza armónica del discurso. Aquí se atiende mucho a la claridad conceptual, como en el estilo ático, pero no se

evita por completo el lucimiento de la expresión: pueden aparecer moderadamente metáforas, muestras de ingenio y otros recursos.

Estilo Asiánico o Vehemens: es amplio, copioso, tiende a la ornamentación, a la brillantez de expresión; puede incluso ser punzante, apasionado y ardiente, tiende a conmover al auditorio, a impactarlo emocionalmente, se caracteriza por ser frondoso, imaginativo y espectacular.

Se puede decir que la oratoria es una de las vías más usadas a la hora de comunicarnos entre sí los seres humanos, que la misma está regida por acciones, aspectos, direcciones y estilos, lo que lo identifica como una de las vías más organizadas en la comunicación humana.

ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

CUADRO SINÓPTICO

Elabora un cuadro sinóptico donde desarrolles la información expuesta de manera lógica y coherente.

Los cuadros sinópticos son representaciones gráficas de la información y de sus relaciones. Con ellos puedes realizar la clasificación y síntesis de datos. Los cuadros sinópticos establecen una relación entre dos conjuntos de datos, del lado izquierdo de la forma llamada “llave”, se ponen datos generales, del lado derecho datos particulares o específicos, englobados o abarcados por los primeros. Criterios de evaluación:

Presentacion o portada	20%
Lectura e interpretacion del material para el buen uso de los conceptos.	
Buen uso de sistema de llaves, filas y columnas que de una fácil lectura y comprensión.	
Jerarquia segun la importancia de los conceptos.	
Entregar y subir formato en PDF	

Unidad 4

La exposición.

4.1 El público y sus necesidades.

CONCEPTO DE DISCURSO

En oratoria se define al discurso como el conjunto de la forma y el fondo del pensamiento que constituyen el mensaje que el orador expresa ante un auditorio. Puede presentarse el discurso como mensajes, ideas y sentimientos al público, a través de palabras, sonidos y símbolos de acciones que el orador selecciona y organiza y que el público interpreta.²⁴ El discurso es la armazón fundamental que hace posible que cada uno encuentre la necesaria barrera del goce para constituir un lazo social, por tanto el discurso es una forma de utilizar el lenguaje escrito como verbal y se utiliza para la construcción de un mensaje. ²³ D'Egremy, Francisco., Op. Cit., p.53 ²⁴ Verderber, Rudolph F., Op. Cit., p.3 53 3.2.

CUALIDADES DEL DISCURSO

El discurso ejerce una acción directa en la reflexión, como expresión exterior del pensamiento, por lo que el discurso es la manifestación del yo, el orador habla con conciencia de lo que dice, con conocimiento del valor y la significación de cada una de las acepciones que expone. Es el discurso un poderoso medio de expresión analítica, porque descompone los elementos de un tema o un juicio presentado al pensamiento del público en su totalidad, aplicando a cada elemento el concepto que lo define, facilitando así el conocimiento de su principio fundamental, de su distinción respecto de otros juicios y conceptos. Acorde con este objetivo principal, el discurso debe poseer características

idóneas que permitan la completa recepción y comprensión de cada una de las palabras y del contexto total y para lograr esos objetivos es indispensable reunir las siguientes cualidades:

a) Claridad: Se entiende la claridad como la debida pronunciación de cada una de las sílabas, las palabras y las oraciones que conforman el texto de un discurso, los cuales deberán emitirse con la adecuada articulación y el justo volumen para ser percibidas claramente; en relación al discurso es preciso ser claro en la forma y el fondo, es decir en cuanto a las palabras y las ideas. Respecto a la claridad se analizan los factores físicos relativos a la pronunciación de las palabras y de las oraciones; el volumen, el tono, la velocidad y la cadencia.

b) Precisión: La precisión en el discurso es el camino más breve para llegar a la comprensión del auditorio y poder crear en él un estado de ánimo coherente con la idea que pretendemos transmitir. Escribir con precisión consiste en expresar únicamente lo que se desea, sin dejar opción a que lo escrito pueda interpretarse de otra forma, por tanto, la precisión requiere de seguridad, se consigue si se tiene bien definido lo que se desea expresar y se conocen bien los términos que van a emplearse.

c) Concisión: Es la brevedad, exactitud y precisión en la forma de expresarse, ya sea por escrito u oralmente. La concisión en el discurso es garantía de comprensión que el auditorio reconoce, valora y agradece, porque no se lleva a efecto la utilización de palabras excesivas

d) Corrección: Es importante recordar que el discurso es la idea expresada en palabras y que, por consiguiente, la lógica y la sintaxis son las columnas en que debe apoyarse la oratoria, entendiéndose como sintaxis en que se combinan las palabras.

e) Convicción: Al pronunciarse un discurso es imprescindible estar absolutamente convencido de la bondad de la idea, de la verdad de lo que se dice y de las ventajas y beneficios que las palabras llevan al auditorio por conducto del discurso, por lo que para persuadir al auditorio es necesario que el orador empiece a convencerse por sí mismo. La convicción es entusiasmo que se comunica, más que con palabras con actitudes. La convicción es prácticamente la seguridad que tiene el orador de la verdad o certeza de lo que piensa o siente.

f) Entusiasmo y acción: La oratoria es la palabra en acción y, por consiguiente, las fuerzas que la impulsan son el entusiasmo y la convicción. El entusiasmo es la voz que se mueve y conmueve en el auditorio, el entusiasmo es esperanza que se anticipa y la perspectiva es vida que se origina en las palabras.

Uniando las cualidades anteriores, se da cohesión a la acción presente anclándola con la experiencia y con el propósito que guía la acción futura. Toda acción es hija de un proyecto, el cual tiene un propósito. No hay posibilidad de alcanzar una meta sin el motor que se llama

entusiasmo. Este es el estado anímico que guía y nutre la acción. Ya que, si se hace algo, hay que hacerlo bien y poniendo en este hacer la dosis de entusiasmo necesario para que el accionar sea abundante.

ANÁLISIS DEL PÚBLICO.

Para un orador es fundamental estudiar a su auditorio calculando sus creencias, gustos, grado de inteligencia, etc. y percibir el grado de heterogeneidad que lo compone; no es lo mismo hablar para un público diverso y heterogéneo que para un público de adeptos y esta realidad la podemos comprobar en los discursos políticos: es muy diferente que el orador se dirija a un público diverso y que se encuentra en un espacio público donde puede acudir cualquiera a que ese mismo orador pronuncie su discurso en un recinto cerrado donde tan solo asisten sus adeptos pues éstos están dispuestos a apoyarle a poco bien que lo haga.

CARACTERÍSTICAS

Objetivo: El estudiante conocerá y explicará las diferentes características del auditorio (Público).

Hablar en público implica una gran responsabilidad, aun cuando sólo se hable ante un número reducido de personas, o ante un auditorio inmenso, sea en la situación que sea. Por lo que es conveniente que el presentador tenga una idea concreta de cómo es el público con el que se va enfrentar, por ejemplo: Edad, profesión, clase social, status político o religioso. El análisis del público es el estudio específico de este último para el cual se pronunciará un discurso, así mismo la adaptación del público es el proceso activo que consiste en relacionar el material del discurso directamente con el público. Puede que el público sea siempre el mismo, en cuyo caso apenas tendrá motivos de preocupación; pero cuando el presentador se ha preocupado de saber ante quién va hablar, el público lo detecta casi inmediatamente y le agradece, ya que se siente más a gusto, como un invitado importante y eso mejora la relación entre el presentador y el auditorio. Por lo tanto, es importante hablar de cada una de las características del Auditorio:

- **Tamaño del auditorio:** El auditorio debe medirse con objetividad, es decir, saber exactamente cuántas personas, de qué sexo, edad y otros datos concretos darán al elocuente una confianza en sí mismo que ninguna otra cosa le aportará, para ser más entendible se ve el camino o no se ve, se avanza con confianza o con temor. El tamaño el auditorio en sí mismo no es un problema, lo es el hecho de encontrarse de golpe con uno de tamaño inferior o superior al esperado, ya que cuando se sabe de antemano con que se va encontrar, se prepara, aunque solo sea mentalmente y entonces crecen las posibilidades de éxito. En cuanto se tiene todos los datos el orador tiene que hacer una valoración justa y no caer en el

error de creer que un auditorio pequeño es más fácil de manejar o menos peligroso que uno numeroso. Es muy importante saber que cuando mayor sea el público, más alto tendrá que hablar, cuantas más filas, más tendrá que esforzarse para que los de detrás lo vean mejor, cuando más desconocido sea el auditorio, más tendrá que esforzarse en ganarse su confianza, es decir, que cuando más pequeño sea el auditorio más le costará crear ambiente. Por consecuencia hacerse una idea clara del tamaño del auditorio ayudará a dominarlo, sin antes olvidar que es una cuestión mental ya que el público debe cuantificarse en el cerebro del presentador que es la mejor forma de controlarlo.

- **Interés del Auditorio:** Cuando se tenga que hacer una presentación, es importante indagar si el público ha asistido voluntariamente o, al contrario, lo ha hecho por obligación. A veces, por diversos motivos, suele encontrarse con una audiencia forzada, por lo que no ayuda precisamente a mejorar la concentración, ni la atención, por lo tanto, el orador se tendrá que esforzar más. Es relevante recordar que a nadie le gusta hacer cosas por imposición, ya que el tener un público bajo esas características puede ser una verdadera tortura para algunas personas, ya debido a que si está a disgusto no prestará atención y si no lo hace molestará y distraerá a los demás y el orador no podrá evitarlo. Por lo tanto, hay que hacer lo posible por convertir a la audiencia en un grupo que se sienta a gusto con el orador, haciendo que el final de la audiencia haya sido concurrida voluntario y gustosamente.
- **Auditorio Conocido o Desconocido:** Es importante conocer que no se habla igual con una persona conocida que con otra desconocida, por lo que el presentador debe situarse a la altura de las circunstancias, es evidente que con los conocidos, el grado de confianza se mayor e incluso necesario para mantener una buena relación, teniendo un trato cálido y no un distanciamiento. El público cuando ingresa en una sala, coloca todos sus sentidos en funcionamiento, su sensibilidad se agudiza, sus oídos se abren y sus ojos no pierden detalle, el público está más atento cuando es nuevo que cuando no lo es, ya que lo nuevo despierta curiosidad y eso se traduce en una mayor expectativa.
- **Auditorio de Impacto Continuado:** No es más que impactar continuamente a la audiencia, que (eliminar) es un trabajo complicado y difícil de llevar a cabo, por lo que es necesario que el orador demuestre al público que le quiere, que se preocupa por él, que no piensa en otra cosa y que es de máxima importancia para él. Para poder entender esta característica es bien importante conocer el significado de impactar, que es lanzar mensajes de afecto a la audiencia y hay que hacerlo de forma insistente, teniendo la seguridad de que, en cuanto deje de hacerse, la comunicación quedará cortada, es decir, que impactar es llamar la atención, decir cosas nuevas e interesantes que provocan sorpresa, que se expresa con gestos de extrañeza, pero nunca de indiferencia.

- **Agenda de Presentación:** Es importante entregarles una pequeña agenda o guion de lo que va a ocurrir en la sala de presentación, es más que nada entregar un pequeño documento impreso con una información mínima la cual preparará al público a aceptar el discurso con más facilidad e incluso es bueno para el presentador, ya que esto hace que su trabajo sea menos complicado. A lo antes descrito el acercamiento del presentador hacia el público debe realizarse en tres etapas, que son:

I. Fase de observación y primer contacto, en esta fase el orador debe demostrar respeto, humildad y cercano.

II. Estrechar lazos, es la de ganarse el respeto de la audiencia

III. Aceptación, es cuando el público comprende lo que el orador ha venido diciendo, es ahí cuando las ideas y los conceptos toman forma, es cuando el público se da cuenta que el orador es todo un profesional.

4.2 Elocuencia y persuasión

¿En qué consiste la elocuencia?

La elocuencia tiene dos propósitos que identifican su condición auténtica: el de convencer y el de conmover. Estas características definen muy bien el objetivo para el cual existe. El hombre elocuente, con su estilo, utiliza el instrumento de su voz fluida para comunicar determinado pensamiento y sembrar ideas en el auditorio congregado para escucharlo. La improvisación de las palabras es espontánea y si acaso súbita o repentina, y brota del caudal de su ilustración para decir lo que siente y lo que se propone. La belleza de la expresión es fruto de una sensibilidad culta y nace del alma. Antes de emprender, por ejemplo, el análisis de las características peculiarísimas de la elocuencia de Jorge Eliécer Gaitán –cuya muerte trágica acaecida hace sesenta años el país conmemoró recientemente, alzando desde tempranas horas una negra bandera de recuerdos de la “fecha nefanda”– es necesario elaborar un sucinto y a la vez preciso y adecuado estudio sobre la facultad de hablar ante muchedumbres para persuadirlas y emocionarlas. Se acepta generalmente el criterio de que la elocuencia, sustentada en el lenguaje oral, debe dividirse en diversas tonalidades y propósitos de acuerdo con las circunstancias en las cuales se vaya a ejercer. Los oradores deben escogerse según el escenario que convenga a su condición. Hay oradores de plaza pública, de recinto cerrado, académicos, forenses, religiosos, militares... Quienes han pretendido salirse de los escenarios para los cuales han sido dotados por su capacidad natural o porque han pulido sus ambiciones y adiestrado sus mentes y facultades para brillar en ellos, han tenido que resignarse a salir de los recintos con la pesadumbre de no haber podido reinar en la tribuna. En ningún escenario basta que la expresión esté iluminada por

faros de moral o de verdad. Es necesario que la tesis y el propósito de exponer el motivo formalicen un mensaje transmitido por una garganta educada para emitir las palabras con un ritmo triunfal. La elocuencia florece entre lo que se expresa —el mensaje—, cómo se lo expresa —la voz— y quién lo escucha —el auditorio—. Estos tres elementos constituyen los pilares del arte de hablar.

4.3 La oratoria y sus características.

CONCEPTOS GENERALES SOBRE ORATORIA

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 quieran hacer, puesto que están convencidos de que así debe de hacerse. La oratoria es persuasión, honradez y convicción. La manipulación mediante la palabra, el engaño y la intimidación, no es oratoria, es charlatanería, es falacia, ya que se tiene que convencer con la verdad, por consiguiente, el auténtico orador hace de la palabra un instrumento de la verdad. “Todo por la fuerza de la razón; nada por la razón de la fuerza”. La oratoria es el arte de hablar con elocuencia, es decir, de expresarse eficazmente mediante la palabra dialogada, ante cualquier auditorio y en cualquier circunstancia.³ La oratoria consiste en lograr que la gente se convenza por la fuerza de la razón y de la verdad, y se conmuevan por las emociones y sentimientos, ya que la palabra es un importante medio de comunicación, pero, además, es una fuerza incontenible que puede conmover, conducir, orientar, convencer y educar.

Una forma de la oratoria es, sin duda, la que se practica cuando se platica entusiastamente con un grupo de amigos o cuando se escucha el relato de algo que sucedió. En ambos casos, la expresión discutida fue el vehículo eficaz de la comunicación, y eso es, precisamente, la oratoria, la comunicación verbal elocuente⁴. La Oratoria no es una disertación ordinaria, las ideas se presentan de una forma original, clara, organizada, lógica y estética, para producir el efecto de la argumentación que es el talento de hablar o de escribir para entusiasmar al público a quien se dirige, se eleva el nivel común y causa un efecto emotivo y único a quien lo escucha, por lo que un hombre de fuerza e inteligencia extraordinaria puede no ser más que

un cero en la sociedad si no sabe hablar. El hombre es el único ser viviente que habla, siendo la palabra uno de los dones más extraordinarios que posee. El ejercicio efectivo de la palabra se apoya en dos bases: la naturaleza y la educación. Todas las personas tienen la cualidad de comunicarse con sus semejantes, la mayoría tiene la ventaja de poderlo hacer mediante el término dialogado y aunque esto pudiera ser sencillo, no todos lo hacen con eficacia, pues la facultad elocutiva requiere, como cualquier otra facultad del hombre, cultivo y formación, ya que la oratoria es el testimonio externo de un alma profunda.

Su objetivo es persuadir con sus argumentos a todos sus oyentes.

CARACTERÍSTICAS DE LA ORATORIA:

1. Según el Orador:

- **Conocimiento:** tener el mayor conocimiento sobre el tema que escogerá para ser manifestado.
- **Integridad:** el orador debe ser íntegro.
- **Confianza:** el orador debe tener plena confianza de sí mismo.
- **Destreza y Habilidad:** un orador debe tener destreza y habilidad frente a su público.

2. Según el punto de vista físico:

- **La voz:** pues definitivamente debemos de hacer uso de un adecuado timbre de voz.
- **El cuerpo del orador:** tener una postura correcta, estar vestido adecuadamente y utilizar gestos y mímicas acorde con las palabras que pronunciamos.

3. Según el punto de vista Intelectual y Emocional:

- **Clara y Entendible:** la oratoria se debe de manifestar de manera clara, entendible y precisa para un mayor éxito comunicativo.
- **Impactante y fácil de recordar:** la oratoria necesariamente debe ser impactante para captar la atención del público y de ésta manera les sea fácil de recordar.
- **Conmovedora y Persuasiva:** debe ser conmovedora, transmitir al público la posición de tu tema tratado. Por otro lado, persuasiva, porque debes convencer al público de tus argumentos.
- **Entretenida:** no aburrir al auditorio.

Elementos de la oratoria:

1. Elementos Principales:

- El orador: Es quien está a cargo de la elaboración, planeación y manifestación del discurso.
- El Discurso: es el contenido, el tema a tratar.
- El Público: personas, oyentes que conforman el auditorio.

2. Elementos Secundarios:

- Las Pausas: el uso correcto de este elemento permitirá un mejor entendimiento por parte de los oyentes.
- La Dramatización: dramatizar con mucho énfasis, esto permitirá una mejor expresión.

Tipos de oratoria

V, 1 Oratoria Social

Denominada también oratoria sentimental, ceremonial o augural. Es la que tiene por ámbito propio, las múltiples ceremonias en las que le toca participar al ser humano en general; sean estas en el hogar, comunidad o a nivel institucional, académico o laboral.

V, 2 Oratoria Pedagógica

Es el arte de transmitir conocimientos y cultura general a través de la palabra hablada. Denominada también didáctica o académica. Su objeto específico es enseñar, informar o transmitir conocimientos. Utilizada por los profesores, catedráticos y educadores.

V, 3 Oratoria forense:

Esta tiene lugar en el ejercicio de la ciencia jurídica. Se le conoce también como Oratoria Judicial y es utilizada en exclusiva, en el ámbito de la jurisprudencia para exponer con claridad y precisión los informes orales de jueces, fiscales y abogados.

V, 4 Oratoria Política:

Busca exponer o debatir todas las cuestiones relacionadas con el gobierno de la actividad pública, pero partiendo de los principios e ideas políticas que ostenta el orador. Es utilizada en épocas electorales para persuadir y convencer a los votantes.

V, 5 Oratoria Religiosa:

Llamada "homilía" u oratoria "sacra". Es el arte de elaborar y disertar sermones a partir de la palabra de Dios, plasmada en la Biblia u otros libros religiosos. Trata sobre asuntos de fe y religión. Usada por los predicadores, curas, pastores y misioneros.

V, 6 Oratoria Militar:

Está abocada al ámbito castrense (Fuerzas Armada y Fuerzas Policiales.) tiene por objeto instruir la defensa y el amor por la patria y estimular las virtudes heroicas en los soldados. Los discursos en este tipo de oratoria son casi siempre leídos, pocas veces son espontáneos.

V, 7 Oratoria Artística:

El objetivo es producir placer estético. Involucra crear belleza con la voz, de modo que regocije el espíritu de los oyentes. Es usado por cantantes y artistas: teatrales, cineastas y televisivos. Asimismo, lo utilizan los animadores, maestros de ceremonia y locutores radiales.

V, 8 Oratoria Empresarial:

Denominada "Management Speaking"; es empleada por los hombres de negocios; empresarios, gerentes, vendedores y relacionistas públicos. Su esencia lo constituyen las relaciones humanas y la persuasión, para lograr el cumplimiento de los fines y objetivos corporativos.

Los fines de la oratoria

Es importante precisar que la oratoria, como toda ciencia o arte, tiene una serie de propósitos que anhela alcanzar a través de su práctica efectiva. Estos propósitos que también podemos llamar fines, han sido materia de debate desde los tiempos antiguos. Rememorar la diversidad de opiniones en torno a los fines de la oratoria, sería caer en una bizantina y fatigosa enumeración.

La divergencia de opinión suele tener sus orígenes en el tiempo y en el espacio geográfico en el que le toca desarrollarse. En esencia cuatro son los fines de la oratoria:

1. Persuadir

Implica convencer a otras personas de que nuestras opiniones e ideas son las correctas y moverlas a la acción de acuerdo con ellas. Involucra también la motivación para que otros realicen lo que en el fondo muchas veces no quieren hacer. Es el caso del vendedor que busca por medio de la persuasión que los clientes se sientan motivados a comprar sus productos o servicios. La persuasión se orienta a la voluntad de los receptores, por ello podemos decir que "es la actividad de convencer a nuestros semejantes para que tomen una decisión o hagan una acción determinada".

2. Enseñar

Comprende la acción de transmitir, a alumnos o discípulos, conocimientos y cultura general a través de la palabra hablada. Esta transmisión pedagógica se realiza en sesiones académicas, debates o incluso, en una plática común. Aquí la oratoria se orienta a la inteligencia de los receptores, su propósito es comunicar no sólo las noticias cotidianas sino, va más allá; transferir conocimientos de todo tipo por medio de un emisor y/o profesor, ya sea de manera formal; en los centros de enseñanza de diferentes niveles o, ya sea de manera informal; esto es en el hogar, la calle o la comunidad.

Oratoria Pedagógica

En la foto anterior, los alumnos de una clase - en una escuela de enseñanza primaria- levantan la mano para responder a una pregunta de la profesora.

3. Conmover

Involucra provocar por intermedio de la oratoria, determinados sentimientos, pasiones y emociones en el espíritu de las personas que escuchan nuestras palabras. El ser humano en la vida diaria llora, ríe, se asusta, se encoleriza etc. Es decir, experimenta emociones. Estas emociones también las puede crear un orador a través de sus palabras siempre y cuando estas lleguen a la fibra interna del público oyente. Si logramos conmover a nuestro público podemos cautivarlo y comunicarle satisfactoriamente nuestros sentimientos.

4. Agradar

Agradar es crear belleza con la palabra hablada; es decir, producir en el alma ajena un sentimiento de placer con fines determinados. La oratoria como entretenimiento se orienta al campo del sentimiento. Por eso, cuando leemos un libro de chistes o espectamos un programa humorístico, sentimos que perdemos todo contacto con la realidad, reímos y nos alegramos. Cuando escuchamos a un cantante, su voz; o nos agrada o nos desagrada, lo mismo ocurre con un conductor radial al momento de hablarnos románticamente con su voz impostada.

<http://www.eumed.net/libros-gratis/2007b/302/fines%20de%20la%20oratoria.htm>

Cualidades del Orador

Sean cuales fueran las tareas específicas que el orador deba realizar en una disertación y aunque muchas de ellas puedan parecer mecánicas o rutinarias, no puede pasarse por alto la importancia de la posición que ocupa como comunicador social y/o líder de opinión.

Por ello, en el orador no sólo se valora la aptitud para el desempeño de las funciones como expositor sino también la idoneidad a través de una serie de cualidades que a nuestro entender debe poseer un orador de éxito y que a continuación presentamos.

IX.1 1° Cualidades Físicas: Estas cualidades tienen que ver con la apariencia personal del orador, no involucra que sea hermoso o de físico impresionante.

Implica el cumplimiento de una serie de pautas sencillas que le permitan resaltar su personalidad, de tal forma que constituya un conjunto armonioso y estético ante los ojos de los demás.

2 El aseo personal

Es la limpieza, cuidado, compostura y buena disposición de nuestro cuerpo. Ello transmite una agradable impresión a través del sentido visual y olfativo. El acicalamiento en nuestro peinado, maquillaje y perfume permiten un buen acercamiento de los oyentes hacia nosotros. El no bañarse o no cepillarse los dientes, a la larga van produciendo un hedor insoportable o un aliento nada agradable que pondrá una barrera entre nosotros y las personas con las que tratamos. Es recomendable el baño diario, el cambio de ropas con la misma frecuencia, el corte de uñas y de cabello en forma periódica.

3 El vestido

Es la cubierta que nos ponemos en el cuerpo para abrigo o adorno. Involucra el conjunto de piezas que sirven para cubrir nuestro cuerpo, pueden ser formales o informales según la ocasión en la que tengamos que utilizarlo. Constituye la prenda exterior completa de una persona y en el caso de los oradores constituye su uniforme de trabajo; esta vestimenta debe ser la adecuada para cada reunión oratoria debiendo primar los principios de elegancia, limpieza y una correcta combinación de prendas y/o colores. Recordemos que el vestido resalta nuestra personalidad, formalidad y pulcritud.

4 La actitud mental positiva

Es la condición subjetiva de nuestra mente; ésta nos permite tener una actitud mental positiva que nos impulsa a realizar lo anhelado o en su defecto, una actitud mental negativa que sólo apunta a buscar excusas para no realizar lo deseado.

Estas actitudes tienen que ver, principalmente, con nuestros pensamientos ya que nuestras acciones son el reflejo de ellos. Por ello, todo orador debe estar imbuido de actitud mental positiva para realizar sus exposiciones con entusiasmo y mucho optimismo; ello se logra a través de la autosugestión y del correcto uso de las técnicas de respiración y de relajamiento.

5 Gozar de buena salud física

Un orador con dolor de muela, dolor de cabeza o fuerte dolor de vientre, no podrá realizar con eficacia sus exposiciones, el dolor lacerante lo pondrá de mal humor o lo indispondrá para sus tareas. Lo recomendable es que periódicamente se acuda al médico para un chequeo general y evitar desagradables sorpresas. La labor un tanto estresante, conlleva a padecer de una serie de dolencias que al no ser atendidas o al ser mal curadas, pueden convertirse en crónicas y mortales. Se debe combinar una buena dieta con ejercicios matutinos para evitar el sedentarismo y las enfermedades psicosomáticas.

6 Gozar de buena salud psíquica

La mente también se enferma y puede producir lamentables estados de distorsión de la personalidad; paranoia, esquizofrenia y aún, psicopatía. Lógicamente una persona con desbarajustes mentales no podrá realizar a satisfacción su labor como orador, casi siempre tendrá problemas con sus superiores, compañeros de trabajo y más aún, con el público oyente. Una visita al psicólogo o psiquiatra es recomendable, pues a diferencia de las enfermedades físicas estas no se manifiestan pasivamente, sino a través de un accionar desequilibrado que perjudica el buen desempeño del orador.

IX.2 2° Cualidades Intelectuales

Estas cualidades están relacionadas con la facultad para conocer, comprender y razonar; implican un conjunto de características inherentes que todo orador debe desarrollar y utilizar con eficacia. Estas cualidades propias de la actividad mental, están al alcance de todos y sólo requieren de decisión para aplicarlas.

1 Memoria

El poder recordar nombres, rostros, situaciones y la ubicación exacta de documentos o cosas, constituye un requisito indispensable en la labor del orador, ello le permite evocar con facilidad, información que se necesita en lo inmediato. El llamar a las personas por su nombre, luego de haberlos reconocido, constituye una muestra de especial deferencia hacia el público con el que tratamos. Recordar la ubicación de documentos y cosas, nos permite realizar las labores con mayor rapidez. La memoria se ejercita a través de la observación minuciosa, la retención y la evocación.

2 Imaginación

Consiste en la facultad de reproducir mentalmente objetos ausentes; de crear y combinar imágenes mentales de algo no percibido antes o inexistente. El término imaginación, incluye dos características básicas: la renovación o "reexperimentación" de lo ya vivido (memoria), y la creación de imágenes mentales que antes no existían (imaginación). Los psicólogos distinguen entre imaginación pasiva, que recupera imágenes previamente percibidas por los sentidos y la imaginación activa, constructiva o creativa, mediante la cual la mente produce imágenes de sucesos o de objetos poco o nada relacionados.

3. Sensibilidad

Es la facultad de sentir física o moralmente los sentimientos de alegría, pena, dolor, compasión y ternura. Es una cualidad propia de los seres humanos, pero no por ello todos los tienen desarrollados en la misma medida. Existen algunos oradores que parecieran insensibles al dolor ajeno, dan la impresión de no interesarles para nada los sentimientos de sus congéneres.

A la larga, estas personas se hacen odiar y son publicamente vilipendiadas. En cambio, un orador que demuestre sensibilidad en su trato y en sus acciones se ganará el cariño y estima de las personas con las que trata.

4. Iniciativa

Es el ideal que nos mueve a realizar algo por voluntad propia sin que nadie nos lo diga, ordene o motive. Involucra la acción de adelantarse a los demás en hablar u obrar, es una cualidad personal que inclina a las personas a realizar acciones para alcanzar una ventaja

competitiva. En la mente de todo orador debe estar presente siempre la frase: «la iniciativa es del interesado», si anhelamos lograr un objetivo, no podemos confiar sólo en la voluntad divina o en la buena voluntad de las personas; sino que, como interesados, debemos intervenir directamente para su concretización.

IX. 3 3° Cualidades Morales

La moral está relacionada a las costumbres y a las normas de conducta de una determinada sociedad. Por extensión, podemos decir que es el conjunto de normas de comportamiento que debe cumplir un orador, para que exista congruencia entre lo que predica y hace, en el ejercicio de su labor profesional.

1. Honradez:

Es una cualidad que involucra un proceder recto y honesto de parte de un orador. Actuar con honestidad significa, no apartarnos de los cánones morales establecidos por la profesión ya que muchas veces suelen presentársenos oportunidades o propuestas nada decentes, que bien podríamos aprovechar en beneficio nuestro. La falta de honradez significa una falta moral hacia nuestra profesión y el desprestigio para nuestra persona.

Un orador que no sea honrado, poco tiempo durará en su trabajo, pues las exigencias de su labor demandan de él, un proceder recto y honesto.

2. Puntualidad

Es la cualidad de hacer las cosas con prontitud, diligencia y a su debido tiempo. Es ser exactos en hacer las cosas a su tiempo y de llegar a los sitios convenidos en la hora establecida. Napoleón Bonaparte solía decir: la hora es la hora... cinco minutos antes de la hora, no es la hora... cinco minutos después de la hora tampoco es la hora. y concluía diciendo: puedo perder una batalla pero nunca un minuto; las batallas se recuperan, el tiempo jamás La puntualidad es en esencia, una cualidad que todo orador debe practicar e interiorizar en su subconsciente.

3. Sinceridad

Es el modo de expresarse libre de fingimiento y mentiras. Involucra hablar con veracidad y sin doblez. En la boca del mentiroso todo se hace dudoso; en cambio, en los labios de una persona sincera, todo es creíble y aceptado con confianza. Un orador debe ser sincero tanto en lo que dice como en lo que hace; existen ocasiones en las que se ve al orador fingiendo, descaradamente, estados de ánimos que no siente para tratar con personas o públicos que no les agrada. Piensa que el fingimiento no se nota, pero es evidente y causa serios problemas en la interrelación con nuestros semejantes.

4. Congruencia

Es la relación que existe entre el pensar y el actuar, relación que muchas veces no es armoniosa, pues a menudo no hacemos lo que predicamos. Un orador puede manifestar en una exposición empresarial, que los cigarrillos son dañinos para la salud y que por eso no debemos fumar, pero al terminar su exposición, compra una cajetilla para fumarlos delante de su sorprendido público.

Todo lo que decimos debe tener su contraparte en la acción, caso contrario corremos el riesgo de caer en la demagogia o cháchara barata.

5 Lealtad

Es la cualidad de ser leal; es decir, convertirse en una persona incapaz de traicionar la confianza depositada en uno, o ser incapaz de engañar a quien le ha brindado su consideración. Se entiende por leal a la persona que pese a los graves problemas que se suscitan, no abandona jamás al compañero, jefe o institución para la que trabaja. Dícese, que la lealtad inspira la realización de acciones nobles, altruistas y hasta de sacrificio. Más que una cualidad, es una virtud que todo orador debe practicar a diario como parte de su comportamiento ético y moral.

4.4 Métodos de exposición.

Tipos de oradores.

Hay tres clases de oradores:

LOS QUE IMPROVISAN SIN SABER LO QUE VAN A DECIR.

El improvisador nato tiene bagaje cultural. Sobre las cosas más sencillas puede desarrollar una disertación importante y válida, que emocione y convenza. En Colombia se destaca Eduardo Santos como el improvisador más elocuente, castizo, ameno y culto. No era orador de escenario abierto sino de recinto cerrado. Su raciocinio discurre como un surtidor que no se detiene. Si el tema es de importancia universal, lo sublima; si es insignificante, lo magnifica. El arte de la improvisación es eminentemente temperamental.

El improvisador está siempre listo a hablar sobre el tema que aparezca sobre el tapete. Su presencia en la tribuna es natural por su comportamiento un tanto desaliñado y espontáneo. Tiene cultura, ha leído mucho y es dueño de ademanes que acompañan armoniosamente la expresión y marcan su ritmo. Posee también una percepción intuitiva del ambiente de su auditorio y sabe despertar o acicatear su interés. Además, su voz, lejos de zumbar de manera monocorde, sube o desciende por escalas y tonalidades ceñidas a los vaivenes del desarrollo de la alocución. En el arte de hablar de manera improvisada existe un factor irremplazable: la memoria. Político, catedrático u orador sin memoria quedará sepultado en un estruendoso fracaso. El memorioso cuenta anécdotas, relata historias, hace alusiones, cita fechas, enuncia nombres, reconstruye episodios en medio de la admiración general de su audiencia. Recordar o retener es facultad necesaria para sacar a colación y enaltecer o deplorar cualquier suceso que se viva según su índole. Durante el discurso se debe apelar a la memoria como recurso valioso para sustentar el argumento que se exponga a la atención de la audiencia. El improvisador de plaza abierta agita los brazos y alza la voz, utiliza términos sorprendentes y altisonantes y sus ojos se tornan aguileños. La emoción de la concurrencia lo inspira porque es, precisamente, el combustible de su discurso.

LOS QUE MEMORIZAN LO QUE VAN A DECIR Y LO RECITAN.

El orador que aprende de memoria lo que va a exponer, se introvierte en su cerebro y se concentra plenamente en recuperar lo que ha almacenado. El tiempo de memorización desempeña un papel importantísimo. Si lo que va a recitar es reciente, hay gran probabilidad de olvidarlo en el momento porque no se ha fijado en las estancias de su cerebro con la suficiente antelación para poder decirlo sin pensar. Por mucha facilidad que tenga para aprender de memoria, el orador que recita corre el riesgo de que, por el olvido de una mera palabra guía, se desgrane todo el rosario que había hilvanado. En cambio, el que aprende de memoria con bastante anticipación lo que va a decir, y lo repite a menudo, como un ejercicio, no lo olvida una vez llegada la hora de la verdad, pues lo habrá retenido mentalmente. Expresa sin titubear lo que grabó en su mente, ya que no lo piensa, vale decir, lo ha mecanizado.

El que pronuncia de memoria un discurso es, en el fondo, un actor o un autómatas que engaña al público. Unas veces se precipita, otra se detiene en actitud pensativa, como buscando el término adecuado, todo para dar la sensación de que improvisa. Recita con ademanes

teatrales, no espontáneos. Su elocuencia es hija de la memoria, no de la invención. Es hombre del pasado, no del momento. No se le puede interrumpir porque pierde el hilo de la sucesión de palabras que ha “instalado” en su mente.

LOS QUE ESCRIBEN LO QUE VAN A LEER.

Los oradores que leen deben tener condiciones especiales; la de saber leer, en primer término. Este es un arte nada común. Son muy pocas las personas que cultivan el arte de leer para los demás. La entonación, las pausas, las cadencias, los cambios armónicos de la voz y la acentuación de ciertos vocablos son factores determinantes a todo lo largo de la lectura.

Este arte de leer es facultad que no se aprende, sino que surge como un atributo superior en el cual se aprecian varios elementos, como la calidad de la expresión oral y una manera personalísima de realizar la puntuación y manejar el ritmo, el cual debe marcarse mesuradamente, sin exageración. Este tipo de lectura es, en realidad, una ejecución orquestal con muchos timbres que provienen del único instrumento ejecutante: la voz. Si bien ningún orador debe ser monocorde, este defecto, casi incurable, es mucho más grave en los oradores-lectores, porque el sonido de la voz en la lectura es mucho más propenso a caer en la monotonía y se hace muy pesado a medida que transcurre la ejecución. Es evidente que personajes de mucha altura —académicos, científicos, poetas y otros literatos consumados— no saben leer para el público, aunque sí, desde luego, para sí mismos. Esta virtud, que podría ser un maravilloso instrumento para presentar sus trascendentales creaciones, les ha sido vedada por la mezquina prodigalidad de la naturaleza. Poetas de la mayor sensibilidad son pésimos lectores, y sus versos, maravillosas obras de arte, se degradan en sus voces y deben ser rescatados por maestros de la declamación escénica o leídos en silenciosa intimidad.

CLASIFICACION DE LA ORATORIA.

Para esta clasificación se tiene en cuenta la gran variedad de matices de los discursos, la persona o personas que lo pronuncian y la ocasión en que se hace uso de él. Ello indudablemente se complica más, cuando entra a considerarse el tipo de público, el lugar donde se pronuncia, la forma como se pronuncia y los fines que se persiguen. Por eso, teniendo en cuenta los elementos descritos anteriormente, podemos establecer la siguiente clasificación:

1° SEGÚN EL TEMA Y EL ÁMBITO PROFESIONAL: A

Este tipo de oratoria involucra exposiciones especializadas, es decir, las utilizadas por personas que tienen en común una misma profesión, arte u oficio y que en tal sentido

desarrollan una práctica oratoria que con el devenir del tiempo se constituye por derecho de uso, en una práctica exclusiva del referido grupo humano. En ese sentido tenemos una clasificación muy amplia que comprende los siguientes tipos:

a) Oratoria Social: Llamada también oratoria sentimental, ceremonial o augural. Es la que tiene por ámbito propio, las múltiples ceremonias en las que le toca participar al ser humano en general; sean estas en el hogar, comunidad o a nivel institucional, académico o laboral.

b) Oratoria Pedagógica: Es el arte de transmitir conocimientos y cultura general a través de la palabra hablada. Llamada también didáctica o académica. Su objeto específico es enseñar, informar y/o transmitir conocimientos. Usada por los profesores, catedráticos y educadores.

c) Oratoria forense: Es la que tiene lugar en el ejercicio de la ciencia jurídica. Se le conoce también como Oratoria Judicial y es utilizada en exclusiva, en el ámbito de la jurisprudencia para exponer con claridad y precisión los informes orales de jueces, fiscales y abogados.

d) Oratoria Política: Su esencia es exponer o debatir todas las cuestiones relacionadas con el gobierno de la actividad pública, pero partiendo de los principios e ideas políticas que ostenta el orador. Es utilizada en épocas electorales para persuadir y convencer a los votantes. e)

Oratoria Religiosa: Denominada "homilía" u oratoria "sacra". Es el arte de elaborar y disertar sermones a partir de la palabra de Dios, plasmada en la Biblia u otros libros religiosos. Trata sobre asuntos de fe y religión. Usada por los predicadores, curas, pastores y misioneros.

SEGÚN LA ACTITUD DE COMUNICACIÓN DEL ORADOR:

Cuando el orador se encuentra en actitud de comunicación oral con sus semejantes, puede transmitir su mensaje de dos maneras: en forma individual; cuando sólo él hace uso de la palabra para dirigirse hacia un grupo de personas que lo escucha sin intervenir o, en forma cooperativa; cuando un grupo de oradores de forma alternada - según el turno establecido- se dirigen al público, buscando entre todos, a través de la discusión, una opinión o decisión común. En el primer caso la oratoria es individual y entre sus formas mas clásicas encontramos:

- La Conferencia • Discurso conmemorativo • Discurso inaugural • Discurso de presentación... etc.

Bibliografía básica y complementaria:

- MARIA DEL SOCORRO FONSECA YERENA (2011), COMUNICACION ORAL Y ESCRITA, PRENTICE HALL / PEARSON
- MONICA RANGEL HINOJOSA (2010). COMUNICACION ORAL, EDITORIAL TRILLAS
- MONICA RANGEL HINOJOSA (2000), COMUNICACION ORAL, TRILLAS.
- DIONNÉ VALENTINA SANTOS GARCÍA (2012), COMUNICACIÓN ORAL Y ESCRITA, RED TERCER MILENIO.
<http://www.aliatuniversidades.com.mx/rtm/index.php/producto/comunicacion-oral-y-escrita/>
- PILAR PRIETO (2006), TEORIAS DE LA ENTONACION, EDITOARIAL ARIEL FORMATO FÍSICO
- DIONNÉ VALENTINA SANTOS GARCÍA (2012), FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN, RED TERCER MILENIO.

- http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Fundamentos_de_comunicacion.pdf
- <http://teoriacomunicacion.zonalibre.org/archives/Libro/UNIDAD%20I.pdf>
 - http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Fundamentos_de_comunicacion.pdf
 - http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/Axiologicas/Comunicacion_oral_y_escrita.pdf
 - https://eva.fing.edu.uy/pluginfile.php/11878/mod_resource/content/0/ARGUMENTACION_Y_RETORICA_Rafael_Mandressi_material.pdf
 - <http://www.zocalo.com.mx/opinion/opi-interna/la-importancia-del-mensaje-en-la-comunicacion-1363356850>
 - http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/82/cd/pdf/03_personalidad.pdf
 - <http://www.ecured.cu/index.php/Oratoria>
 - <http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Oratoria.pdf>
 - <https://10conceptos.com/la-oratoria-caracteristicas-y-elementos/>
 - <http://creacionliteraria.net/2012/05/oratoriatiempos/>
 - <http://www.eumed.net/librosgratis/2007b/302/cualidades%20del%20orador%20frente%20al%20publico.htm>
 - https://www.researchgate.net/publication/277265268_Elocuencia_el_arte_de_hablar_Potura_ademan_gesto_y_voz
 - http://ual.dyndns.org/biblioteca/Argumentacion%20Juridica/Pdf/Unidad_13.pdf