



*Una sociedad en la que todos
pudieran hablar y nadie lo hiciera
no duraría ni un día.*

E. H. GOMBRICH

Capítulo

1

La comunicación oral

Comunicación, expresión y lenguaje

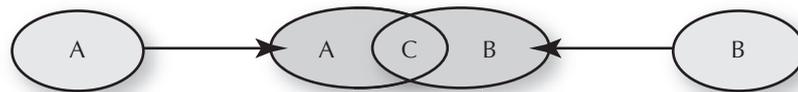
El hombre es una criatura que se comunica, así lo afirma H. Dalziel Duncan (citado en Ferrer, 1994:21) cuando señala que, por su naturaleza y para satisfacer sus necesidades, el hombre ha debido comunicarse con sus semejantes utilizando señales, movimientos o signos, pues nadie puede existir en un grupo o una sociedad sin alguna forma de comunicación.

Comunicación

Comunicar es llegar a compartir algo de nosotros mismos. Es decir, es una cualidad racional y emocional específica del hombre que surge de la necesidad de ponerse en contacto con los demás, cuando intercambia ideas que adquieren sentido o significación de acuerdo con experiencias previas comunes. Varios autores¹ definen este fenómeno llamado comunicación. Según Ferrer (1994:25), consiste en

la creación de significados compartidos a través de procesos simbólicos.

Lo anterior significa que (como afirma Wilbur Schramm,² 1972:17), aunque las personas tengan marcos de referencia distintos —porque piensen, vivan y hablen en forma diferente—, en el momento de establecer comunicación tienen un propósito de entendimiento, es decir, pretenden lograr algo en común por medio del mensaje que intentan compartir.



Los diversos modos en que los seres humanos intercambiamos ideas, desde la señal, el gesto o la imagen, hasta la palabra hablada o escrita —*todos los signos, símbolos y medios por los cuales transmitimos significados y valores a otros seres humanos*—, constituyen lo que llamamos *formas de expresión* (Paoli, 1985:67).



Expresión

La palabra *expresión* proviene del término latino *expressus* que significa “exprimido”, “salido”.

Para transmitir una expresión basta con manifestarla, se dé o no la recepción por parte de otra persona. En cambio, el concepto de comunicación proviene del prefijo latino *cum* = con y *munus* = común, de donde se deriva *communis*, que quiere decir “comunidad” o “estado en común” (Fernández Collado y L. Dahnke [1986:3]).

Al revisar los conceptos de *expresión* y *comunicación*, la diferencia básica que observamos es la siguiente: para *expresar* basta con manifestar algo de nosotros mismos; en cambio,

¹ Cooley, Bryson, Mann, Oliver, Langer, Johnson, Montaigne, R. Wriglat, Simons, Berenstein e I. A. Richards, entre otros.

² Para Wilbur Schramm, uno de los principios básicos de la teoría general de la comunicación es que los signos pueden tener solamente el significado que la experiencia del individuo permita leer en ellos, ya que sólo es posible interpretar un mensaje dependiendo de los signos que conocemos y de los significados que hemos aprendido a atribuirles; esto es lo que constituye el “marco de referencia”, y es en función de él como los individuos pueden llegar a compartir algún significado.

para *comunicar* necesitamos tener la intención de compartir ese algo con otros; entonces, la comunicación no supone sólo expresar ideas o sentimientos y transmitirlos a otros, el verdadero sentido de la comunicación está en nuestra intención de enviar mensajes para provocar una respuesta en los demás, pues dicha respuesta es la que nos permitirá saber que fuimos comprendidos por los demás.

Con base en las definiciones citadas, hay comunicación cuando en una *expresión* que corresponde a la realidad de un sujeto hay *intercambio* de ideas con otro u otros; cuando existe la intención psicológica de unión; cuando dos o más individuos logran pensar y sentir en tal forma que las ideas de unos se vuelven bienes compartidos de los otros, se hacen comunes.

Lenguaje

El medio por el que nos comunicamos los seres humanos se llama lenguaje, el cual se puede definir como “un conjunto de signos estructurados que dan a entender una cosa” (Morris, 1985:37). En sus orígenes, el hombre se comunicaba con lenguajes no verbales, mediante su cuerpo y sus órganos sensoriales: la voz, el gesto, los movimientos, los ojos. Cada forma, sonido o identificación humana constituían una señal que identificaba a un hombre con otro, relacionaban una cosa con otra, iban de un territorio a otro; por eso el lenguaje es la “facultad propia del hombre para la expresión de sus ideas” (Blake y Haroldsen, 1980:7) y se considera “el vehículo primario para la comunicación” (Ferrer, 1994:25).

El *lenguaje* nace como el más trascendental de los inventos que ha desarrollado el hombre para comprender su mundo, y desempeña una función central en las sociedades civilizadas, pues influye tanto en su nivel de desarrollo y progreso como en el del conocimiento. Al igual que la comunicación, el lenguaje tiene una *naturaleza social*, pues los humanos tenemos facultad de hacernos entender por otros medios (sonidos, mímica, dibujos, etcétera, aunque ningún lenguaje funcionaría si no existiera la interacción humana, como dice Rafael Seco (citado en Fernández de la Torre, 1990:7):

El lenguaje es el gran instrumento de comunicación de que dispone la humanidad, íntimamente ligado a la civilización, hasta tal punto que se ha llegado a discutir si fue el lenguaje el que nació de la sociedad, o fue la sociedad de la que nació del lenguaje.

Funciones del lenguaje

Bühler (citado en *El lenguaje* de J. Roca Ponds, 1973:13) distingue tres funciones trascendentales del lenguaje, que acompañan a las intenciones básicas del hombre cuando quiere comunicarse con otros:³

1. **La función representativa:** es aquella por la cual el lenguaje llega a transmitir un contenido. Requiere un sistema de signos representativos de sucesos o cosas. Es propia solamente del hombre, que es capaz de simbolizar con ideas su realidad.

“Expresar” es simplemente “sacar”; es “manifestar los pensamientos y las impresiones de nuestra realidad por medio de la palabra, gestos o actitudes”; “es la representación, a través de símbolos e imágenes, de una manifestación de nuestra propia individualidad, y puede estar dirigida o no a otro sujeto”.

(E. Ander-Egg y J. Aguilar, 1985:17.)



³ Bühler (citado en *El lenguaje* de J. Roca Ponds, p. 13) habla sobre estas funciones con un sentido biológico o genético del lenguaje, que son trasladadas a la actividad psíquica del hombre y en especial a su facultad de hablar.

2. **La función expresiva:** es la que manifiesta el estado psíquico del hablante. A diferencia de la anterior, esta función también puede encontrarse en las expresiones de ciertos animales; por ejemplo, las aves cuyo canto no es un llamado a las aves vecinas, sino una expresión de su estado afectivo. En la comunicación del hombre dicha función se manifiesta con singular claridad y es notoria, sobre todo, en el lenguaje de los niños.
3. **La función apelativa o de llamada:** por medio de ésta se actúa sobre el oyente para dirigir o atraer su atención. Puede compararse con las señales de tránsito de las grandes ciudades o, por ejemplo, con el ladrido del perro que ahuyenta. *El lenguaje es, en primer término, una llamada al oyente.*

El lenguaje verbal

“Es el atributo que distingue notablemente al hombre” (Blake y Haroldsen, 1980:7) y pertenece a la gente, a los grupos, a los países. Con el lenguaje verbal las ideas se traducen en palabras. Las palabras tienen que ver con los cambios de pensamiento y con la evolución de nuestros pueblos en todas sus actividades; tales cambios influyen en los distintos *modos de decir o nombrar las cosas*; surge así otro término ligado a la expresión, al lenguaje y a la comunicación humana: la *lengua* (Ferrer, 1994:23-25).



La lengua es el habla de las mayorías; es el reflejo del acontecer cotidiano y del decir coloquial de la gente.

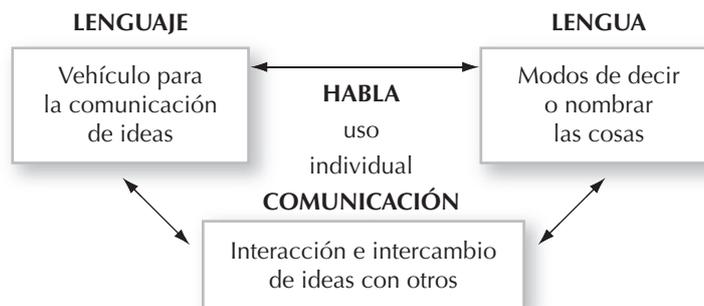
(Ferrer, 1994:23-25.)

Lengua

Es la manera en que un grupo o una sociedad utilizan el lenguaje verbal acorde a su región, forma de vivir y comportarse.

Como explica Ferdinand de Saussure, el habla es el uso, el instrumento individual, y la lengua la estructura, el tejido gramatical, el pensamiento organizado de un pueblo o una sociedad; la lengua es la que une a las personas y, en gran medida, hace a una nación (Ferrer, 1994:29).

Es así como expresión, lenguaje, lengua y habla se funden en el concepto de comunicación; el lenguaje es “el sistema de signos articulados que denota un significado y sirve como vehículo para la interacción”. La lengua es “la red compleja, cambiante, de adaptaciones diversas, según el modo de vivir de cada pueblo” (Edward Sapir, citado por Ferrer, 1994: 20-30). El habla y la expresión son de *uso individual*. De aquí la frase popular: *Quien no habla con los demás y como los demás, corre el riesgo de no ser entendido.*



Naturaleza social de la comunicación

La comunicación es un fenómeno social en constante dinamismo y alteración, porque está sujeta a los cambios de pensamiento del hombre, a las modificaciones del lenguaje a través del tiempo y a los efectos que la misma dinámica del proceso va provocando en los individuos o grupos que interactúan.

En un valioso estudio sobre el tema, Ray L. Birdwhistell escribió: “La comunicación, para mí tanto ayer como hoy, es la estructura dinámica que sostiene el orden y la creatividad en el seno de la interacción social” (citado en Ferrer, 1994:29).

Fernández Sotelo (1990:14) hace referencia a la naturaleza social de la comunicación, describiendo cuatro características que la definen: 1. se integra con personas; 2. es transaccional; 3. es dinámica; 4. influye recíprocamente.

1. *Se integra con miembros o personas* que tienen la posibilidad de relacionarse y conocerse. Esto implica que necesita existir la posibilidad de reunión, para que la comunicación se vuelva realidad, manifestándose en sentido plural. Es *el otro* quien nos dará un sentido, y solamente compartiendo se puede buscar ese momento de unión para lograr el fin común y ponerle significado a las expectativas y respuestas de ambos.
2. *Es transaccional* por la interacción de personas que pueden comunicarse entre sí y logran entenderse, pues sin el intercambio de ideas no lograríamos compartir experiencias personales, ni habría conceptos como humanidad, fraternidad, cooperación, etcétera; tampoco existiría la ciencia y viviríamos en un mundo en donde la vida no tendría sentido. El enfoque transaccional condiciona, en gran medida, la forma de sentir del hombre en relación con el mundo que le rodea y con el ambiente en el que se tiene que comunicar.
3. *Es dinámica* porque la comunicación fluye en forma continua, en un dinamismo de fuerzas en cambio constante que no pueden considerarse elementos inmutables o fijos en el tiempo y el espacio. La comunicación permite vislumbrar una cantidad de particularidades que interactúan de manera siempre dinámica, variable e irrepetible, afectando en diversas formas a los participantes del proceso.
4. *Afecta recíprocamente*; si ya quedó claro el carácter personal, transaccional y dinámico de la comunicación, no será difícil entender que el hombre no está solo, que hay otros seres conviviendo con él y, como por instinto tiene conciencia de sí mismo, de igual modo debe tener algún propósito respecto de los demás para ser. El sentido de la existencia humana tiene su base primordial en el encuentro con los demás y su efecto. Los hombres, por el hecho de necesitarse, encontrarse y comunicarse, estarán conscientes de que toda relación humana implica una influencia recíproca y efectos mutuos.



De acuerdo con tales características de su naturaleza social y los conceptos relacionados que hemos tratado, la comunicación humana implica:

- *compartir con otras personas*
- *lograr significados comunes*
- *ejercer una influencia recíproca*
- *vivir en comunión*
- *tener una interacción continua*

El proceso de la comunicación

No hay una fórmula que determine que la comunicación ocurre siempre igual entre las personas. Las situaciones sociales que vivimos a diario y los acontecimientos o hechos van cambiando, al igual que el pensamiento y la vida de la gente. La interacción humana va transcurriendo día con día, con resultados que afectan los pensamientos y las conductas personales a la vez que provocan nuevas interacciones, por lo que es posible pensar en la comunicación como en un *proceso* de fases sucesivas en el tiempo, debido a que está siempre en continuo cambio. La dinámica de la comunicación, al igual que un proceso, se define como “conjunto de las fases sucesivas de un fenómeno en el tiempo” (*Diccionario enciclopédico*, 1996:1311).

Para comprender mejor y estudiar cómo ocurre esta dinámica, cuáles elementos la componen y cómo es la relación entre ellos, es necesario “detener” el proceso de comunicación y observarlo cuidadosamente; identificar sus componentes, analizar sus relaciones, pero manteniéndolo detenido o *estático* en el tiempo, como si tomáramos una fotografía en donde todos y cada uno de los elementos registrados han quedado fijos por un instante; no hay que olvidar que lo captado es sólo un instante o momento de la dinámica completa de todo el proceso de comunicación (*cf.* Berlo, 1980:20-27).

Para analizar cada uno de los componentes, sus interrelaciones y la influencia entre ellos, los estudiosos de la comunicación han representado la dinámica de este proceso en algunos *modelos*.

Modelos de comunicación

El término *modelo* proviene del latín *modulus*, que significa *molde*; “es aquello que se imita, es la reproducción de un objeto o una realidad” (*Diccionario Santillana*, 1995:961). Los modelos de comunicación sirven para representar la relación y dinámica entre los componentes del proceso comunicativo. Algunos muestran más que otros; sin embargo, en todos ellos se destacan tres elementos indispensables para que se produzca la comunicación: 1. *emisor*, 2. *mensaje* y 3. *receptor*.

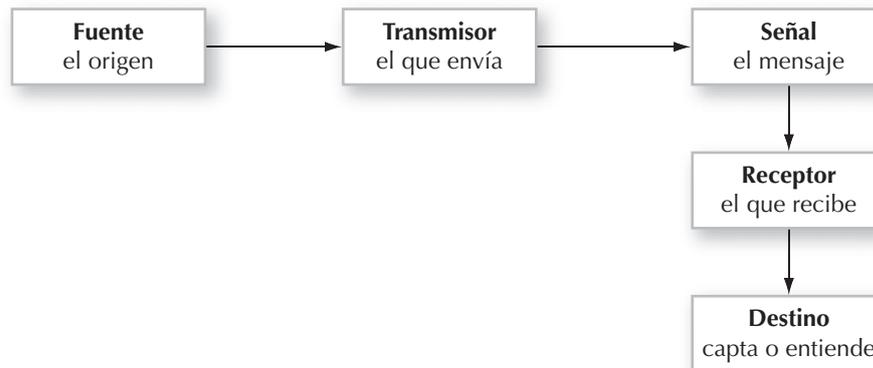
Estos elementos se representan en un modelo unidireccional que se considera básico en los estudios de la comunicación (Paoli, 1985:28).



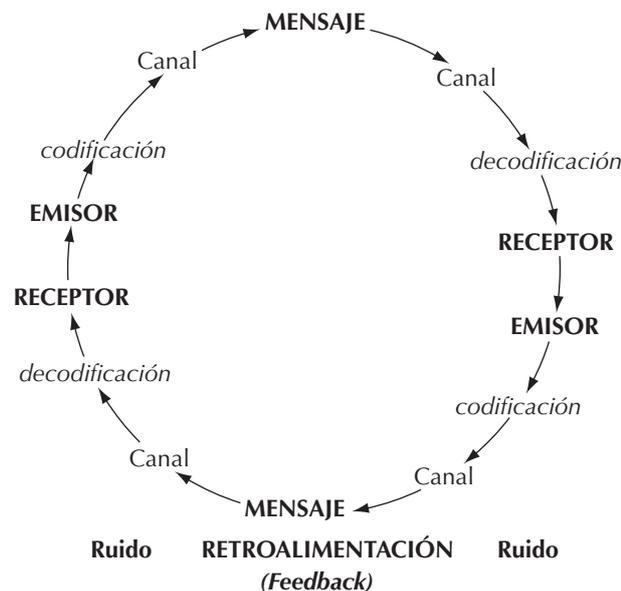
De los modelos básicos, uno de los más utilizados ha sido el desarrollado por el matemático Claude Shannon (1947) y difundido por Warren Weaver (1948) para demostrar la comunicación electrónica (citados en Berlo, 1980:23-24). Este modelo, denominado Shannon-Weaver, incluye los siguientes componentes:



Schannon y Weaver⁴ descubrieron la utilidad del modelo para describir la comunicación humana de la siguiente manera:



A partir de este modelo, otros estudiosos comienzan a representar el proceso de comunicación de una forma más compleja, entre ellos Schramm, Westley y McLean, Fearing y Johnson (citados en Berlo, 1980:24), quienes introducen la noción de *circularidad* con base en la respuesta o *retroalimentación*⁵ que implicaba el modelo. También se añaden tres elementos: la *codificación*, o construcción de ideas del emisor para expresar un mensaje; la *decodificación* o interpretación del mensaje por parte del que escucha, y el *ruido*, que se refiere a los obstáculos que pueden presentarse en el proceso y que impiden su efectividad. Con el modelo circular se pone énfasis en que toda acción comunicativa y el modo de efectuarla producen un efecto en el receptor, quien llegará a reaccionar de alguna forma provocando, a la vez, una nueva interacción comunicativa.



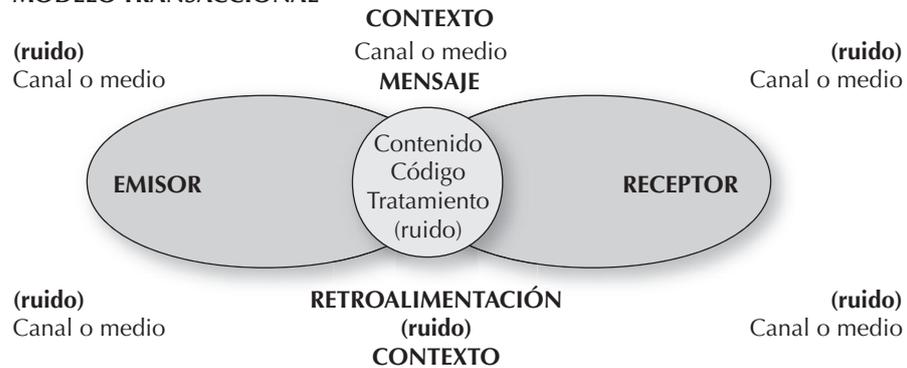
⁴ Schannon y Weaver. *The mathematical theory of communication*, University of Illinois, Urbana, 1949 (citado por Schramm, 1971:23).

⁵ Traducción del término en inglés *feedback*, acuñado para expresar el sentido de respuesta en la transacción del proceso de comunicación. El *feedback*, o mensaje de retorno, puede partir no sólo del que lo recibe. El mensaje mismo puede ser fuente de retroalimentación; por ejemplo, un escritor, al corregir su obra, encuentra elementos para, según su criterio, decir mejor las cosas (Paoli, 1985:30-31).

Los modelos circulares más actuales han completado el enfoque de intercambio y de influencia recíproca entre los participantes del proceso —por lo que se han dado en llamar *transaccionales*— y destacan los siguientes elementos:

- La interdependencia entre fuente y receptor para compartir sus *marcos de referencia*:⁶ cultura, socialización, conocimientos, habilidades, actitudes, creencias y valores.
- La influencia de los diferentes *medios* o *canales* por los cuales se envían los mensajes constantemente.
- La *retroalimentación*, que favorece la interacción y tiene como propósito lograr la fidelidad del mensaje, a través de la comprensión del mensaje verbal y no verbal.
- Los posibles *ruidos* que pudieran presentarse en cualquiera de los elementos para obstaculizar o bloquear la comunicación.
- La utilización de un *código* (el lenguaje o idioma utilizado), un *contenido* (las ideas que se van a transmitir) y un *tratamiento* (las diversas formas aprendidas para comunicar) que determinan si el mensaje puede ser comprendido o no por el receptor.
- La influencia del contexto social o el ambiente físico y psicológico en donde se realiza la comunicación.

MODELO TRANSACCIONAL



Todos los elementos que se presentan son variables. En la realidad, los mensajes siempre viajan a través de diversos canales y medios, de manera que se juntan, se relacionan y cambian, de acuerdo con la socialización o el “marco de referencia” de las personas, quienes atribuyen significados a las palabras, las señales o los símbolos, según el contexto o la situación social en que se encuentren en el momento de comunicarse.

En tal dinámica no se puede decir que los elementos vayan uno después de otro, ni que éstos sean independientes. En el proceso comunicativo todos intervienen a la vez en una interacción constante e irreplicable en el tiempo; todos influyen y llegan a afectar el significado del mensaje o la identificación entre emisor y receptor. Por eso, todos los componentes son importantes para el conocimiento de la comunicación y ninguno debe excluirse en el análisis de este proceso humano e intangible.

Los componentes de la comunicación

Para examinar cada elemento del modelo transaccional, vamos a tomar como referencia a David K. Berlo, quien en su libro *El proceso de la comunicación* (1980:24-25) hace referencia a todos y cada uno de ellos:

1. *La fuente (codificador)*. Es el origen del mensaje; puede ser cualquier persona, grupo o institución, que genere un mensaje para transmitirlo.

⁶ Wilbur Schramm menciona que “uno de los principios básicos de la teoría general de la comunicación [es] que los signos pueden tener solamente el significado que la experiencia del individuo le permita leer en ellos”, ya que sólo podremos interpretar un mensaje dependiendo de los signos que conocemos y de los significados que hemos aprendido a atribuirles. Para Schramm esto constituye un “marco de referencia” (citado en Paoli, 1985:28).

2. **El emisor** también codifica.⁷ Es la persona que emite o envía el mensaje. Fuente y emisor se consideran un solo elemento cuando la persona que idea y crea el mensaje es la misma que lo transmite.
3. **El receptor (decodificador)**. Es la persona o el grupo de personas a quien o a quienes se dirige el mensaje. Es el destinatario o la audiencia objetivo de la comunicación y todo aquel que capte el mensaje. Al igual que el emisor, el receptor cuenta con capacidades para *decodificar*⁸ el mensaje y responder a la comunicación; entre ellas están:
 - a) **Habilidades comunicativas**: implican oír, procesar información, leer, escribir, hablar, etcétera.
 - b) **Conocimientos**: sobre el tema, la gente, la situación o sobre sí mismo.
 - c) **Actitudes**: para juzgar a la fuente y al emisor, el tema, la situación.
 - d) **Sistema social**: grupo al que se pertenece; región o país en donde han vivido emisor y receptor.
4. **El mensaje**. Es el contenido expresado y transmitido por el emisor al receptor, el cual está integrado por tres elementos:
 - a) **El código**: es el sistema estructurado de signos, como son los lenguajes español, inglés, chino, alemán, francés, etcétera, o bien, otros tipos de lenguajes como el de la música.
 - b) **El contenido**: son las ideas que constituyen el mensaje; es lo que se comunica.
 - c) **El tratamiento**: es la elección de un “estilo” o modo de decir las cosas, con el objetivo de facilitar la comprensión del mensaje, debido a la probabilidad de que, si el lenguaje es inapropiado, el contenido de ideas puede no tener significado para el receptor.
5. **El canal**. Es el *medio* o *vehículo* por el cual se envía y viaja el mensaje. Una carta es un medio escrito que viaja a través de un sistema de correo, fax o de una persona; un libro, el cine, la televisión, el periódico, una revista, la computadora son medios que transmiten mensajes. Los mismos sentidos físicos son canales que transportan información al cerebro. La voz es un medio que usamos para enviar mensajes que viajan por el aire hasta llegar a los oídos del receptor, etcétera. Podemos usar un gran número de canales o tipos de medios, aunque no hay que olvidar que cuanto más directo sea el canal utilizado, y más sentidos se estimulen, mayor impacto producirá el mensaje en el destinatario.
6. **La retroalimentación**. Es el elemento clave que propicia la interacción o transacción entre el emisor y el receptor, ya que ambas partes se aseguran de que el mensaje fue recibido y compartido. Se da gran cantidad de retroalimentación no verbal cuando las personas se hablan cara a cara, en forma *directa e inmediata*; llega a haber retroalimentación posterior al acto comunicativo, es decir, en forma *mediata y a través de diversos medios*, como puede ser algún mensaje por carta, por teléfono, fax, correo electrónico, etcétera. También el mensaje mismo es fuente de retroalimentación, fenómeno que ocurre cuando una persona está escribiendo y, después de leer su texto, corrige errores para mejorar el lenguaje o su comunicación.
7. **El ruido**. Son barreras u obstáculos que se presentan en cualquier momento del proceso y provocan malos entendidos, confusiones, desinterés; incluso, impiden que el mensaje llegue a su destino. Los ruidos más comunes que alteran la situación comunicativa se clasifican de acuerdo con el elemento del proceso de comunicación al que afectan en forma directa; tenemos varios tipos:
 - a) **Ruido psicológico**: se presenta en el emisor y el receptor. Es un estado anímico mental o emocional producido por la situación que se vive; por ejemplo, tensión, tristeza, angustia, enojo, apatía, etcétera.



⁷ Codificar: Formular un mensaje siguiendo las reglas de un código.

⁸ Decodificar: Interpretar o traducir la información que se recibe a través de un lenguaje. (Definiciones del *Diccionario enciclopédico Océano*, 1996.)

- b) *Ruido fisiológico*: consiste en molestias o incapacidades del organismo humano del emisor y el receptor; por ejemplo, pérdida de la vista, del oído, ronquera, malestares o dolores corporales, hambre, cansancio, falta de respiración y cualquiera otra.
 - c) *Ruido semántico*: se presenta en el mensaje, en su contenido; las palabras empleadas pueden tener un significado confuso, equivocado o desconocido por el receptor.
 - d) *Ruido técnico*: se presenta en el medio o canal que transmite el mensaje; por ejemplo, manchones de tinta en textos impresos, palabras ilegibles o borrosas, falta de sonido en el radio, interferencias en el sonido y la imagen del televisor o la computadora.
 - e) *Ruido ambiental*: son alteraciones naturales del ambiente, como lluvia, truenos, calor, frío, etcétera, y alteraciones artificiales producidas por máquinas y artefactos como aviones, autos, martillos, campanas, teléfonos y muchos más.
8. *El contexto*. Se refiere al ambiente físico, la situación social y el estado psicológico en que se encuentran emisor y receptor en el momento de la comunicación.
- a) *Físico*: se refiere al lugar o a las condiciones físicas en que se realiza el proceso de comunicación; por ejemplo, una sala muy elegante, un jardín al aire libre en un día soleado, un museo muy antiguo, una calle muy transitada, un auditorio, etcétera.
 - b) *Social*: tiene que ver con las diferentes áreas o los campos de actividad de una sociedad; por ejemplo, contextos de negocios, laboral, académico, religioso, cultural, político, etcétera. Las normas, los hábitos y los patrones de conducta de los grupos son determinados por el contexto social; el lenguaje y los significados varían conforme a la interpretación que hacen las personas de acuerdo con la situación social y cultural en donde se realice la comunicación.
 - c) *Psicológico*: es el “estado” o “ambiente” emocional que se genera debido al carácter, los comportamientos o las actitudes del emisor y receptor; por ejemplo, en una junta de trabajo puede haber tensión por un fuerte conflicto; en una fiesta de cumpleaños, llega a haber un ambiente muy relajado y alegre, etcétera.

Clasificación de la comunicación

Hay varias formas de clasificar la comunicación para estudiarla, pero la mayoría de los autores (*cf.* Hybels y Weaver, 1976; R. Miller, 1978; Blake R. y Haroldsen, 1983; Berlo, 1980) han elaborado tipologías, cuyos elementos de categorización son los principales componentes que hemos analizado en el proceso de comunicación y que funcionan como variables en cada situación.

1. *Emisor y receptor*

De acuerdo con el número de participantes que intervienen en el proceso comunicativo como emisores y receptores, tenemos los siguientes tipos de comunicación:

- a) *Intrapersonal*: consigo mismo.
- b) *Interpersonal*: entre dos personas.
- c) *Grupal*: en un grupo pequeño (tres o más personas).
- d) *Pública*: una persona o un grupo ante un público.
- e) *Masiva*: una persona o un grupo hacia un número indeterminado de personas a través de diversos medios.

2. *Medio*

Pueden considerarse tantos tipos de comunicación como recursos existan para la transmisión y recepción de los mensajes, pero la clasificación más significativa, de acuerdo con el medio empleado, es:

- a) *Verbal*: oral y escrita.
- b) *No verbal*: visual, auditiva, kinésica y artefactual.
- c) *Electrónica*: los recursos que la tecnología permita para establecer comunicación con otros.

3. Mensaje

- a) *Por el contenido* (idea, tema o asunto) y el destino al que se envía, la comunicación puede ser:
- Pública: tema o asunto que se hace o es factible de hacerse del conocimiento de todos los individuos.
 - Privada: tema o asunto cuyo contenido es restringido al conocimiento de uno o varios individuos relacionados con el mismo.
- b) *Por el tratamiento* (el modo de decir o nombrar las cosas) del lenguaje usado en la comunicación, ésta es:
- Culta: los lenguajes académico, especializado, técnico.
 - Estándar: el lenguaje que habla y entiende la mayoría de los individuos que conforman una sociedad o un país.
 - Coloquial: el lenguaje más personalizado o familiar entre personas cuya interacción es cercana (amigos).
 - Popular: el lenguaje común, vulgar, propio de todos los hablantes de pueblos, regiones o grupos específicos. Puede llegar a ser obsceno.

4. Contexto

De acuerdo con el lugar, la situación social y el ambiente psicológico en el que se produce la comunicación, puede ser:

- a) **Formal:** está sujeta al orden, las normas y los papeles establecidos por el grupo en cierto nivel o estrato de la sociedad.
- b) **Informal:** es espontánea, más natural, de acuerdo con gustos y preferencias individuales.

Para comprender cómo se aplican los tipos de comunicación en una situación en particular, hagamos el siguiente análisis:

Situación de comunicación:

Estamos en un auditorio escolar, en donde el director informa a los padres de los estudiantes acerca de algunas medidas adecuadas para incrementar la seguridad escolar; les habla en forma objetiva y clara, mostrándoles algunos ejemplos prácticos.

Análisis de los tipos de comunicación que se generan de acuerdo con cada componente del proceso

1. **Análisis del CONTEXTO:**
Estamos en un *auditorio escolar...*
(lugar, situación social y psicológica)
= *Comunicación formal*
2. **Análisis del EMISOR y RECEPTOR:**
En donde *el director* está informando a los *padres de los estudiantes...*
(quién envía el mensaje y quién lo recibe)
= *Comunicación pública*
3. **Análisis del MEDIO o CANAL:**
En una *conferencia...* con algunos ejemplos
= *Comunicación verbal oral*
4. **Análisis del MENSAJE en cuanto a CONTENIDO:**
Sobre *medidas adecuadas para incrementar la seguridad...*
(idea-tema)
= *Comunicación pública*
5. **Análisis del MENSAJE en cuanto a TRATAMIENTO:**
Hablando en forma objetiva y clara, que entienden todos los escuchas
= *Comunicación con nivel de lenguaje estándar*





Hacer ejercicios como éste, mediante el análisis de los procesos comunicativos que vivimos a diario, resulta útil para aprender a realizar ciertas adaptaciones o los cambios que sean necesarios para lograr mayor efectividad en diferentes contextos.

Propósitos generales de la comunicación

Cuando las personas tienen la intención de comunicarse, seguramente es porque hay algún propósito para hacerlo.

Las funciones básicas del lenguaje (representativa, expresiva y apelativa) se usarán para cumplir los *propósitos generales de la comunicación*. Douglas Ehninger, Alan H. Monroe y Bruce E. Gronbeck, en su libro *Principles and Types of Speech Communication* (1981:66-69), citan cuatro propósitos generales:

Propósitos generales de la comunicación

1. *Informar (función representativa)*
 2. *Entretener (función expresiva)*
 3. *Persuadir (función apelativa)*
 4. *Actuar (función apelativa/directiva)*
-



El propósito general de informar utiliza la *función representativa* del lenguaje, ya que con él se intenta explicar algún suceso o término, describir relaciones entre conceptos o bien instruir sobre algún proceso o conocimiento. Algunos tipos de comunicación oral que se consideran informativos son, por ejemplo, las instrucciones, los informes, las demostraciones, las explicaciones sobre funcionamientos de máquinas, etcétera.

El propósito general de entretener usa la *función expresiva* del lenguaje, ya que con él se intenta lograr el encuentro y la comprensión entre hablante y oyente a través de la propia naturaleza social del lenguaje. Cumple el fin humano —origen de la comunicación—, que es precisamente acercarse a otros, compartir alguna idea, sólo para llegar a un entendimiento o una identificación. Algunos ejemplos de comunicación oral con este propósito son una charla de café, el humor característico de un comediante ante una audiencia, las confidencias de dos amigos, la narración de experiencias personales de un jefe a sus empleados durante una reunión, etcétera.

El propósito general de persuadir usa la *función apelativa* del lenguaje, ya que la persona, al comunicarse, quiere influir, hacer un llamado al pensamiento del oyente para formar alguna idea, provocar un cambio de

actitud o reforzar creencias y valores. Este propósito se dirige al convencimiento racional y emotivo de las personas para que piensen de cierta manera. Ejemplos que manifiestan este propósito de la comunicación oral son: convencer a la gente de no utilizar productos que dañen nuestro planeta; participar en una discusión y expresar nuestros puntos de vista a favor o en contra; hacer que un público crea en los beneficios de cuidar la salud, etcétera.

El propósito general de actuar, que se realiza también mediante la *función apelativa* o directiva, intenta dirigir o llevar al oyente a un grado de motivación que lo impulse a realizar alguna acción. Este propósito se considera también persuasivo, ya que procura influir en las creencias o actitudes de las personas, pero mediante argumentos bien estructurados que atiendan a las necesidades o expectativas del oyente; el comunicador tratará de “mover” el pensamiento de aquél para que decida actuar. Ejemplos de este tipo de propósito en la comunicación oral son la cátedra de un maestro que motiva a sus alumnos para que estudien más sus materias; el entrenador que motiva a sus deportistas para que obtengan el triunfo; el jefe que promueve a sus empleados para que sean más productivos, etcétera.

Pueden ser muchos los objetivos que la gente tenga para comunicarse en forma más específica, pero los propósitos generales representan las intenciones que tienen las personas al comunicarse oralmente.

Comunicación oral y escrita

Cuando tenemos el propósito de comunicarnos, logramos hacerlo mediante dos tipos de comunicación que utilizan el lenguaje verbal: hablar y escribir.

Desde niños aprendemos a hablar y después, a partir de la educación escolar formal, a escribir; por eso, hablar puede parecernos un proceso más fácil que escribir, debido a que la palabra escrita está sujeta a una estructura o sintaxis, a una ortografía, etcétera; sin embargo, escribir bien resulta de mucha utilidad para ordenar ideas y manejar con mayor precisión el vocabulario en el momento de hablar, porque los errores y las deficiencias al escribir generalmente se reflejan al hablar; aunque las dos habilidades son procesos comunicativos diferentes en cuanto a conocimientos y habilidades, ambas son producto de un *razonamiento verbal* y son, por lo tanto, complementarios, aunque con diferencias notables que conviene analizar para entender mejor la comunicación oral.

- *La comunicación oral está ligada a un tiempo, es siempre dinámica en un continuo ir y venir.* Normalmente, las personas interactúan hablando y escuchando; el hablante tiene en mente al oyente y el oyente al hablante. *La comunicación escrita está ligada a un tiempo y espacio, es más estática, y permanece.* En general, el escritor está lejos del lector, además, a menudo no sabe quién será el que reciba el mensaje (como en la mayoría de los libros). La comunicación escrita permanece en el tiempo y el lector puede leer o “escuchar” al autor cuantas veces quiera. La comunicación escrita se hace más dinámica cuando se asemeja a la oral, como en el caso de las cartas personales y de los mensajes a través de la computadora, en los que escribimos casi igual que como hablamos.



- *La comunicación oral tiene la capacidad de utilizar la voz, los gestos y todos los recursos de expresividad de movimientos del hablante.* La entonación de la voz, la gesticulación y los movimientos ayudan a interpretar con más exactitud el significado de los mensajes; lo apoyan y complementan. *La comunicación escrita sólo utiliza signos lingüísticos* para denotar “expresiones” o “estados de ánimo”; tiene una estructura gramatical; por lo tanto, tiende a ser más formal que la hablada. Cuanto más conocimiento haya del lenguaje y su gramática, mayor será la probabilidad de redactar o escribir correctamente.
- *En la comunicación oral cometemos muchos errores;* usamos vocabulario con significados y pronunciación incorrectos; decimos frases incompletas; usamos repeticiones, redundancias, etcétera; sin embargo, para el escucha muchos de ellos pasan inadvertidos, por la rapidez o naturalidad del habla. *En la comunicación escrita tratamos de evitar errores* de cualquier tipo, ya sea de construcción sintáctica o de ortografía. Las repeticiones y redundancias se hacen notables, así como la escasez o pobreza de vocabulario.

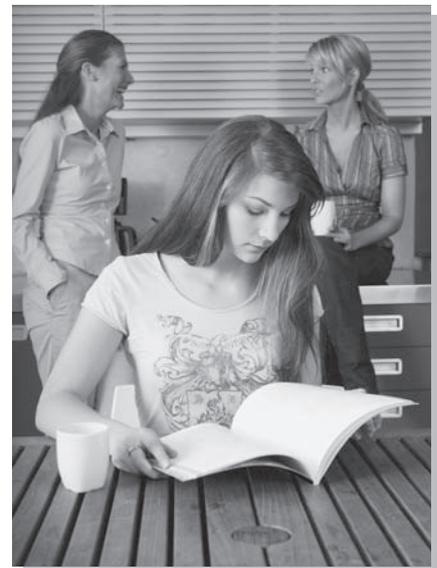
El siguiente cuadro de Chávez (1993:104) resume las principales diferencias entre la comunicación oral y la escrita:

COMUNICACIÓN ORAL	COMUNICACIÓN ESCRITA
Es espontánea	Es más reflexiva o razonada
Se rectifica	No lo admite (se tiene que hacer un nuevo texto)
Utiliza modismos, dichos, etcétera	Los utiliza sólo en la literatura
Hay acción corporal	No la hay (utilizamos signos)
Se repiten palabras	Se evitan repeticiones y redundancias
Es casi siempre informal	Se seleccionan el lenguaje y la forma
Es dinámica	Se hace estática o dinámica
Se amplía con explicaciones	Debe ser precisa y concisa
Rompe la sintaxis	Se cuida la sintaxis; se estructura
Utiliza nuevos significados	Se evitan en textos formales

Reconocer las características de la comunicación escrita ayuda a desarrollar y mejorar la comunicación oral. Por ejemplo:

- Con la lectura de textos se incrementa el nivel de lenguaje y se amplía el vocabulario, ya que algunas palabras las conocemos sólo en su forma escrita, debido a que el lenguaje al escribir es más culto o formal que el que generalmente usamos al hablar.
- Cuando estudiamos una lengua extranjera, conocemos mejor su gramática por medio de la escritura, en tanto que practicamos la pronunciación oralmente.
- Al leer un texto visualizamos la ortografía de las palabras y eso ayuda a corregir errores en la pronunciación.

El uso de la comunicación, tanto en la forma oral como en la escrita, presenta muchas variaciones de acuerdo con la cultura, clase social, profesión o actividad de las personas, como veremos más adelante; pero no se puede negar que todos necesitamos hablar y escribir para transmitir a otros nuestras ideas por medio del lenguaje; éste, al ser interpretado y comprendido, habrá cumplido su propósito esencial: comunicar.



Resumen

El hombre es un ser social por naturaleza, por lo cual para alcanzar sus metas y objetivos requiere de la comunicación con sus semejantes. Las personas necesitan compartir lo que observan, piensan y sienten a través de un lenguaje; por eso la comunicación se define como la creación de significados compartidos por medio de diversos fenómenos simbólicos.

Examinando la comunicación como proceso social, se distingue su dinamismo, ese movimiento continuo que pone énfasis en las características de su naturaleza: dinámica, transaccional, personal y afectiva. De acuerdo con tal naturaleza, el ser humano también presenta características propias para la comunicación, ya que él mismo se considera un sistema generador de mensajes con capacidad para recibir información, procesarla y transmitirla.

El lenguaje, como la comunicación, se considera de naturaleza social, pues nace en la gente y propicia la interacción de los grupos y la formación de sociedades. Los dos se complementan, ya que el lenguaje es un mero instrumento para comunicarse y la comunicación necesita del lenguaje para funcionar.

Al hablar de comunicación oral hablamos también de la lengua o el modo particular de expresarse de un grupo o pueblo.

Para estudiar y comprender mejor cómo funciona la comunicación humana, es necesario detener la dinámica del proceso y observar cada uno de los elementos que la componen mediante la representación de modelos. Los modelos sirven para ver la interrelación de los componentes y sus efectos o resultados tendientes a la aceptación o el rechazo de la comunicación. Diversos modelos demuestran estos componentes; entre los que se consideran básicos

son: el emisor, quien envía el mensaje; el mensaje, con su contenido y tratamiento; el receptor, quien recibe el mensaje. Se añaden a éstos, los elementos que indican la respuesta y fidelidad del mensaje, como son la retroalimentación y el posible ruido, los medios o canales utilizados para hacer llegar hasta el destinatario el mensaje y, finalmente, el contexto social; todos son variables y producirán un efecto en los resultados del proceso.

La comunicación humana, como proceso, se distingue por su dinamismo o movimiento continuo que pone énfasis en las características de su naturaleza social, integrada por personas que mediante transacciones de ideas influyen entre sí y se integran como miembros de un grupo, el cual, para satisfacer sus expectativas y cumplir objetivos, se comunica con el propósito de informar, de entretener, de persuadir o de actuar.

En la comunicación humana encontramos dos formas de manejar el lenguaje verbal: la oral y la escrita. Ambas utilizan el razonamiento verbal, pero se diferencian en cuanto el uso de habilidades por parte de las personas para la transmisión de sus ideas. La comunicación escrita es más razonada, estructurada y hasta cierto punto estática y permanente; en cambio, la comunicación oral se distingue por su dinamismo, su espontaneidad y su rapidez para expresar ideas, aunque las personas cometen muchos errores al hablar, como son las repeticiones, las frases incompletas o las fallas de pronunciación.

El lenguaje como vehículo primario de comunicación, sea oral o escrito, es el que cumple con esa función vital para el ser humano de compartir sus ideas y sentimientos con otros.

Definición de conceptos

Después de estudiar el capítulo 1, escriba las siguientes definiciones:

1. Comunicación efectiva

2. Competencia comunicativa

3. Comunicación

4. Lengua

5. Lenguaje

6. Expresión

7. Funciones del lenguaje

8. Propósitos generales de la comunicación

9. Componentes del proceso de la comunicación

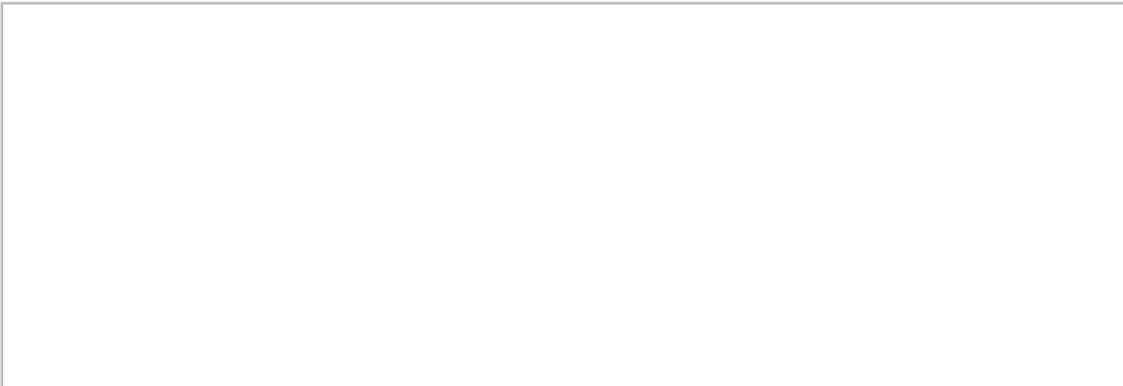
10. Contexto

Preguntas para estudio

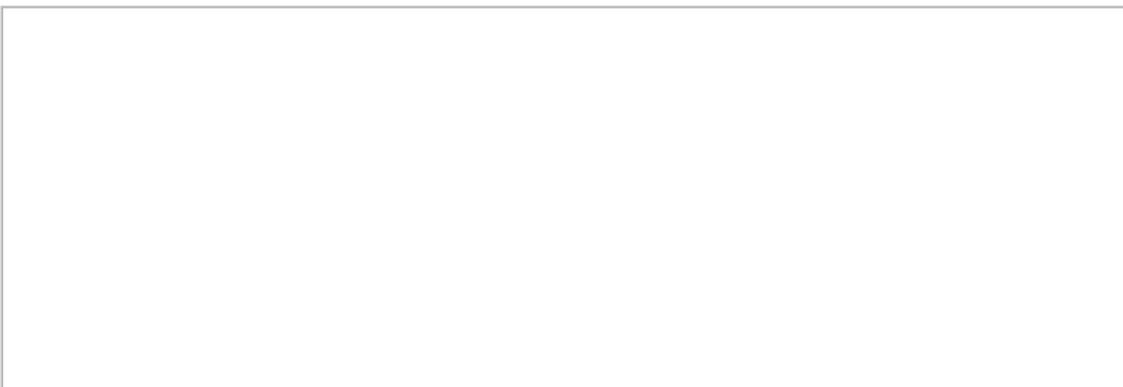
1. ¿Qué es la comunicación humana?
2. ¿Por qué se considera importante la comunicación oral en nuestra sociedad, sobre todo para el funcionamiento de instituciones y organizaciones?
3. ¿Qué es un lenguaje? ¿Qué es una lengua? ¿Cuál es la diferencia principal entre estos dos conceptos?
4. ¿Cuáles son las principales características de la naturaleza social de la comunicación?
5. ¿Cuáles son los componentes que pueden intervenir en un proceso de comunicación?
6. ¿Qué es la retroalimentación? ¿A qué se refiere el concepto de “ruido” y cuántos tipos de ruidos puede haber en un proceso de comunicación?
7. ¿Es importante considerar el contexto para tener un proceso de comunicación efectivo?
8. ¿Recuerda alguna experiencia comunicativa en la que haya tenido éxito? ¿Qué elementos del proceso comunicativo considera que causaron el éxito?
9. ¿Qué problemas en nuestra sociedad se podrían solucionar por medio de la comunicación oral?
10. ¿Cuáles diferencias entre la comunicación oral y escrita le parecen más importantes considerar para tratar de mejorar y desarrollar las habilidades para hablar?

Ejercicios

1. Dibuje el modelo básico de comunicación con sus elementos principales.



2. Dibuje una situación de comunicación donde utilice todos los componentes del modelo transaccional indicando quién o qué representa cada uno de los elementos y estableciendo un propósito comunicativo para esa situación.



3. Describa brevemente una situación y realice un análisis de los tipos de comunicación que se generan de acuerdo con cada componente que interviene en el proceso: a) análisis del contexto, b) análisis del emisor y receptor, c) análisis del medio y canal, d) análisis del mensaje en cuanto al contenido, e) análisis del mensaje en cuanto al tratamiento.

Situación de comunicación

- a) Tipo de comunicación _____
- b) Tipo de comunicación _____
- c) Tipo de comunicación _____
- d) Tipo de comunicación _____
- e) Tipo de comunicación _____

4. Describa un ejemplo de un proceso de comunicación que tenga como propósitos: a) informar, b) entretener, c) persuadir, d) actuar.

- a) _____
- b) _____
- c) _____
- d) _____

5. Describa dos ejemplos de procesos comunicativos donde se presente algún “ruido”. Escriba el tipo de ruido que se presenta y en qué consiste.

Ejemplo 1

Ejemplo 2



Prácticas de comunicación oral

Práctica 1: *El noticiero*

Lea con detenimiento una noticia del periódico en dos lenguajes distintos; por ejemplo inglés y español o inglés y francés. Después de haber leído, pida retroalimentación sobre la sensación de escuchar los dos tipos de lenguajes.

Práctica 2: *Dos dibujos de lo mismo*

Pida a una persona que le dé instrucciones oralmente sobre cómo hacer algún dibujo, pero sin verlo a la cara (de espaldas a usted). Usted dibujará todo sin hacer ninguna pregunta. Posteriormente, pídale que le repita otra vez las mismas instrucciones, pero ahora viéndolo a la cara; usted, al dibujar, podrá hacerle preguntas. Al terminar, analicen juntos cómo se dio el proceso de comunicación en los dos casos, y cuál dibujo resultó más exacto y por qué.

Práctica 3: *Hablar en público*

Relate una experiencia en la que haya tenido que dar un discurso o hablar durante una competencia

de oratoria, exposición de clase, ceremonia, celebración, concurso, etcétera. Platique a sus compañeros cómo fue: ¿Quiénes formaban el público? ¿Cómo era el mensaje? ¿Qué lenguaje usó? ¿Cuál era el contexto? ¿Hubo retroalimentación por parte del público? ¿Qué resultado obtuvo? ¿Cómo se sintió? ¿Volvería a repetir una experiencia como ésta?

Práctica 4: *Teléfono descompuesto*

Reúna a un equipo de amigos y juegue al “teléfono descompuesto”. Formen una fila; la persona que ocupe el primer lugar deberá generar un mensaje breve que dirá al oído del compañero contiguo en forma rápida. Ese compañero deberá pasarlo al siguiente, y así sucesivamente. Al finalizar, examinen qué pasó con el mensaje. ¿Se transmitió con fidelidad? ¿Se distorsionó? ¿Cambió? ¿No se transmitió? Discutan en grupo el proceso ocurrido entre el mensaje dado por la primera persona y el mensaje que recibió la última.

Casos para estudio y análisis

Programas de intercambio internacional

En una universidad de la ciudad de México, un alumno fue seleccionado por su profesor para que, en el evento El Día de la Información de las Carreras Profesionales, diera un mensaje a los alumnos de nuevo ingreso, para promover los programas de intercambio internacional de estudiantes. El joven elegido era un estudiante de origen extranjero de habla inglesa, quien había llegado un año antes a este país en uno de los programas de intercambio de la universidad.

El profesor le pidió que en su mensaje promoviera y exaltara ciertos valores como la tolerancia, el respeto a la diversidad cultural, el aprecio por el estudio de idiomas y el esfuerzo personal para destacar en otras sociedades, y así lograra presentar una visión global de nuestro entorno.

Durante el evento, después de presentarse, el estudiante habló de los procesos que tuvo que enfrentar en su universidad de origen para llegar a la universidad en este país. En seguida estuvo narrando experiencias personales en el año de su estancia. Luego, en forma de lista, mencionó las cualidades que debían desarrollar los estudiantes para sentirse bien en un país extranjero, al mismo tiempo que un asistente entregaba algunos folletos impresos con información de los programas de estudio. Finalmente, destacó varios aspectos económicos que los alumnos tenían que con-

siderar para cubrir sus estudios universitarios y su permanencia en el país donde vivirían temporalmente.

A causa de la deficiente dicción y del mal uso de algunas palabras del español, la exposición oral del estudiante no pudo ser comprendida a la perfección por sus compañeros; además que mostró gran intranquilidad y nerviosismo durante su mensaje oral. Así, los receptores, sintiéndose defraudados, al salir opinaron que su actuación fue muy mala en el evento.

Preguntas

Todas las preguntas deberán responderse con explicación fundamentada en los conceptos estudiados en el capítulo.

1. ¿Cuál es el problema que se presenta en ese caso?
2. ¿Cuál es el propósito de comunicación del mensaje dado por el alumno?
3. ¿Por qué no se logró establecer un proceso de comunicación efectivo?
4. ¿Qué aspectos influyeron para que los receptores de este mensaje se sintieran defraudados de lo que escucharon?
5. ¿Se logró el objetivo que tenía en mente el profesor?
6. ¿Cumplió el alumno con lo encomendado?



Capítulo

3

Y tenemos, sobre todo, la voluntad de la acción, la cual nunca es excesiva; porque hay que querer, querer siempre, querer, aun cuando no se pueda.

MIGUEL DE UNAMUNO

Habilidades para la comunicación oral



Habilidades para la comunicación oral

Habilidades innatas y habilidades aprendidas

Desarrollar habilidades para llegar a ser un comunicador competitivo exige llevar a la *acción* nuestras aptitudes,¹ las cuales deben reflejarse en actitudes que den como resultado *actuaciones eficaces*. Es así como aptitudes, actitudes y habilidades, así como el actuar de cada uno influyen notablemente en su forma de ser y en su comunicación oral con los demás.

Una habilidad es “la disposición que muestra el individuo para realizar tareas o resolver problemas en áreas de actividad determinadas, basándose en una adecuada percepción de los estímulos externos y en una respuesta activa que redunde en una actuación eficaz” (*Diccionario de las ciencias de la educación*, 1995:713).

Las múltiples situaciones en las que los procesos de comunicación se presentan en forma continua y permanente nos obligan a utilizar nuestras potencialidades, para generar conductas o acciones que son vistas como habilidades necesarias para lograr una influencia favorable en nuestro entorno y ser aprobados por los demás. Tales habilidades generalmente se desarrollan acordes a las normas de comportamiento establecidas por los grupos y fundadas en sus tradiciones, valores e ideales personales. La clave para lograr la competencia en la comunicación depende, entonces, de la capacidad de desarrollar habilidades que nos permitan adaptarnos con facilidad a los tipos más variados de situaciones y actuar en la forma que aprueben los demás y uno mismo.

Ángel Majorana, en su libro *El arte de hablar en público* (1978:34-37), menciona dos tipos de habilidades en la comunicación: las *innatas* y las *aprendidas*:

Hay aptitudes innatas y derivadas, naturales y adquiridas. El estudio integra y temple, pero no crea. Por otra parte, todo orador tiene una manera propia de concebir y expresarse. Lo que es útil a uno, perjudica a otro. En este orden, no existen normas constantes, tampoco hay categorías fijas.

Reconocemos que algunas personas poseen ciertas cualidades naturales sobresalientes que influyen para tener éxito en su comunicación: una constitución física armoniosa, simpatía, una voz sonora, un carácter firme y honesto, etcétera. Existen también aptitudes, como la entonación de la voz, la fluidez al hablar, la gracia de movimientos corporales, la expresión de gestos, la dirección de las miradas, etcétera; todas estas habilidades pueden ser aprendidas y desarrolladas hasta llegar a convertirse en verdaderos talentos.

La fórmula V-V-V de elementos visuales, vocales y verbales

Los estudios de Albert Mehrabian, uno de los principales expertos en la comunicación interpersonal,² señalan que para lograr la efectividad de la comunicación es importante la unión de tres tipos de elementos que se relacionan en un mensaje cada vez que hablamos, que son: 1. visuales, 2. vocales, y 3. verbales (citado en Hybels y Weaver, 1974:81).

¹ El *Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua* da tres acepciones para la palabra aptitud: 1. cualidad que hace que un objeto sea apto para cierto fin, 2. suficiencia para obtener un empleo o cargo, y 3. capacidad, disposición para el buen desempeño de una actividad, pág. 124.

² Albert Mehrabian, *Silent Messages*, Belmont, Wadsworth, California, 1971:42-47. Véase también, del mismo autor, “Communication Without Words”, *Psychology Today*, 2, 1968:53.

Con la finalidad de utilizar estos tres tipos de elementos para desarrollar habilidades que causen mayor impacto en nuestra comunicación oral, usaremos una fórmula fácil de recordar a la que llamaremos la fórmula V-V-V, por cada uno de los elementos que la componen.

Los elementos visuales

Se relacionan con la imagen física que los demás perciben de nosotros en el momento de la comunicación: la forma de gesticular y la de movernos, los desplazamientos que hacemos, el arreglo personal o vestuario que usemos. La apariencia física está determinada por tipo de cara, complexión, estatura, color de ojos y cabello, la manera de vestir y los objetos o accesorios que se portan.

Como una habilidad ligada a los factores de personalidad físicos, manejamos estos elementos visuales como estímulos que enviamos al receptor o público para provocar un impacto favorable en nuestra comunicación a través del *contacto visual*, *la postura*, *los movimientos*, *los gestos* o *la expresión facial*, *el desplazamiento* y *el manejo de los espacios físicos*.

Los elementos vocales

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. Saber manejar la voz es uno de los factores indispensables y más notables para el desarrollo de la habilidad oral, pues la gente tiende a escuchar y relacionar *personalidad* con *voz*. Mehrabian señala que “el tono y la calidad de la voz pueden determinar la efectividad del mensaje y la credibilidad del comunicador” (citado en Decker, 1992:48).

Sin habilidad vocal simplemente no lograríamos comunicarnos en forma oral. Para incrementar o mejorar la voz, necesitamos seguir las recomendaciones de algunos expertos que reconocen dos aspectos importantes: 1. *las funciones* que cumple la voz en relación con el mensaje, y 2. *las características vocales* que imprimen el significado a la palabra oral.



Los elementos verbales

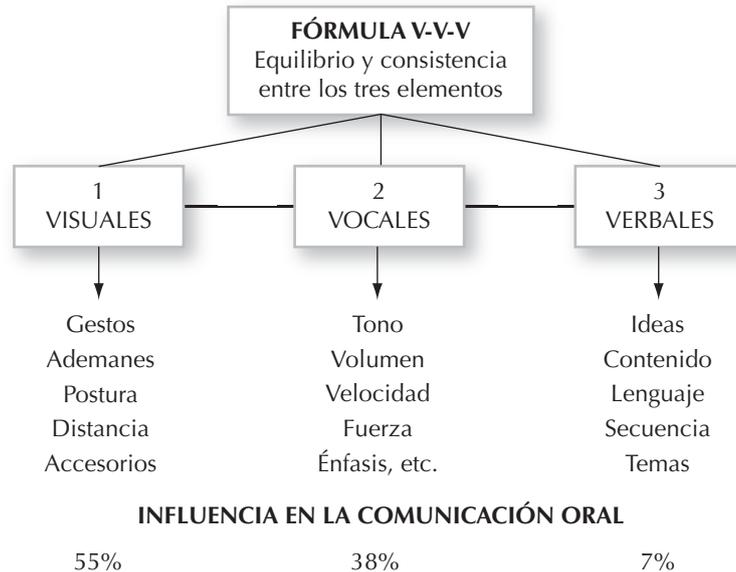
Se refieren a todas las palabras y los métodos lingüísticos que utilizamos para hablar, desde la forma de estructurar las ideas que formulamos, la selección del lenguaje y los términos que utilizamos, hasta el contenido o significado que se obtienen del mensaje que transmitimos.

Para explicar cómo se produce este impacto, analicemos lo que ocurre en una situación de comunicación: en los primeros segundos, al comunicarnos, lo primero que hacemos es vernos unos a otros: cómo somos, cómo nos movemos, cómo estamos vestidos, etcétera. Los elementos visuales producen el primer impacto para la aceptación o el rechazo de la interacción, pues conforman la primera impresión; el sentido visual capta rápidamente la información y con base en nuestra percepción selectiva recibimos, analizamos, evaluamos y emitimos el primer juicio de aceptación o rechazo hacia el comunicador y su mensaje.

En seguida, apreciamos la voz. Al vernos unos y otros, al mismo tiempo escuchamos, por lo que los sonidos de la voz son los que reforzarán o modificarán la primera impresión formada por los elementos visuales: el “cómo lo dice” hace que la interpretación de lo que escuchamos refuerce o modifique el primer juicio visual hacia el mensaje o el comunicador, ya que la entonación o el énfasis de la voz puede modificar la percepción sobre la persona e incluso cambiar el significado del mensaje.

Racionalizamos el contenido. Las ideas, convertidas en palabras, serán el elemento verbal que complete la evaluación de aprobación o rechazo hacia el mensaje o el comunicador, pues es en este plano donde se examinan el tema y sus derivaciones, el lenguaje y nivel de vocabulario empleados, junto con el sonido de la voz y las formas visuales del comunicador, que completan el mensaje y su interpretación, como un todo.

Como afirmó Mehrabian,³ para asegurar el efecto deseado de la comunicación es necesario que estos tres elementos —visuales, vocales y verbales— sean “consistentes” entre sí, que exista un equilibrio entre ellos; por ejemplo, que la emoción en la voz se conjunte con la energía de movimientos del cuerpo y la expresividad del rostro del comunicador para hacer congruente el todo: *la idea con la imagen*, es decir, *el fondo y la forma*.



Kinésica: La kinésica estudia la acción corporal, incluyendo 1. el contacto visual, 2. la postura, los movimientos, 3. los gestos o la expresión facial.

(Ray Birdwhistell; *Introduction to Kinesics*, 1952. Citado en Fernández Collado y Dahnke, 1986:203.)



Habilidades de comunicación no verbal

La comunicación no verbal incluye *todo aquello que transmite o lleva algún significado no expresado por medio de palabras, como los movimientos del cuerpo, la voz, los objetos, el tiempo y la distancia* (Ehninger, Monroe y Gronbeck, 1978:225).

Las ciencias o disciplinas auxiliares que han apoyado el estudio de la comunicación no verbal son la kinésica, la proxémica, la comunicación artefactual y la paralingüística.

El contacto visual

En una situación de comunicación, sin duda la primera habilidad física y de movimiento que debemos practicar es tratar de mantener el *contacto visual* con el receptor o los receptores. Los ojos son la única parte del organismo que tiene contacto directo con otra persona mientras hablamos o escuchamos. Este contacto, más que una simple mirada, es una señal para el emisor de que mientras él habla nuestra mente trata de procesar el mensaje verbal, al mismo tiempo que está siendo atendido y comprendido por el receptor.

Para un buen comunicador, esta habilidad no sólo consiste en hacer contacto visual con el receptor, sino que por medio de la mirada debe reflejar entusiasmo, naturalidad y convicción de ideas, pues ver con seguridad a los demás denota verdad e inspira confianza, además de que

³ Mehrabian, en su libro *Silent Messages* (citado por Decker, 1992:8), nos habla de mensajes “consistentes” cuando hay concordancia entre los tres elementos mencionados, y mensajes “inconsistentes” cuando existe desequilibrio entre ellos. La efectividad se logra cuando los mensajes son consistentes con las expectativas que tiene la gente que escucha.

hace que el público dé credibilidad al mensaje. Sin embargo, Ekman, Friesen y Ellsworth (1972) mencionan varios errores que se cometen con frecuencia al aplicar el contacto visual,⁴ los cuales disminuyen la efectividad del mensaje.

Errores que deben evitarse en el contacto visual

- **Dejar vagar la mirada.** Un problema común se presenta cuando pensamos y nuestra mirada tiende a irse hacia arriba, como si mirásemos el cielo, o bien, miramos al piso porque no queremos ver a nadie. También nuestra mirada puede ir de un lado a otro sin detenerse o fijarse en algún sitio. Estos movimientos imprecisos de la mirada, que evitan el contacto visual con quien escucha, hacen que éste se sienta incómodo o ignorado.
- **Parpadear lentamente.** Un mal hábito es cerrar los ojos por más de dos o tres segundos cuando se está hablando. Esto puede interpretarse como “no quiero ver” a los escuchas; debido a la lentitud para abrir y cerrar los ojos, se puede perder interés en el mensaje.
- **Mantener el contacto visual menos de cinco segundos.** Cuando hablamos y estamos seguros del tema, nos sentimos cómodos en la situación y permanecemos tranquilos; generalmente fijamos el contacto visual con los escuchas de cinco a 10 segundos. Cuando mantenemos el contacto menos de este tiempo, esto indicará al receptor que hay vaguedad de ideas, falta de preparación en el tema o cierto rechazo hacia la situación.
- **Ver a las cámaras y no a las personas.** Cuando estamos frente a cámaras de televisión o de video, es importante establecer contacto visual con aquellos a quienes dirigimos el mensaje, antes que ver a las cámaras. En una entrevista o en un foro de discusión, hay que mantener el contacto visual con las personas con las que interactuamos. Si la grabación se hace sin público, el director de cámaras indicará hacia dónde hay que dirigir la vista.
- **Concentrar el contacto visual en un solo sitio.** Es común, al hablar en público o en grupo, fijar la mirada solamente en quien nos muestra aprobación; en este caso, los demás escuchas pronto comienzan a sentirse olvidados. Un consejo en este caso es mirar a varios lugares del auditorio, o fijar el contacto en tres o cuatro puntos de referencia en un recorrido de 180°; empezar en 0°, luego 45°, en seguida 90°, después 125° y terminar en 180°. Lo mismo debe ocurrir al regresar la mirada, hay que entrar nuevamente en contacto con algunos sitios donde se encuentra el público receptor.

Postura y movimientos

Por *postura* entendemos *la posición física del cuerpo*; ésta siempre influye en la percepción que los otros tengan de nosotros. La postura que cada quien adopta se relaciona con la condición mental o el estado de ánimo, y es un reflejo de ellos (Kendon, 1970; Scheflen, 1972; Duncan y Fiske, 1977);⁵ por eso se dice que la postura refleja el carácter del comunicador.

Algunos ejemplos confirman lo anterior: no es usual imaginarnos a una persona muy autoritaria con una postura muy relajada, o a una tímida con una postura muy erguida. El comunicador, para ser eficaz en este aspecto, debe aprender a pararse erguido y moverse con naturalidad. La mala postura y los movimientos inadecuados se consideran malos hábitos que hemos ido adquiriendo en nuestra vida; por ejemplo, si vemos a alguien con una postura muy encorvada, con los hombros hacia el frente, dejando caer los brazos a lo largo del cuerpo, nos dará una impresión diferente de la del individuo que siempre permanece muy erguido, pero inmóvil, con sus brazos extendidos, estáticos, pegados al cuerpo y las piernas juntas completamente rígidas. Sin duda, tales posturas pueden cambiarse por otras que resulten más adecuadas para la comunicación.

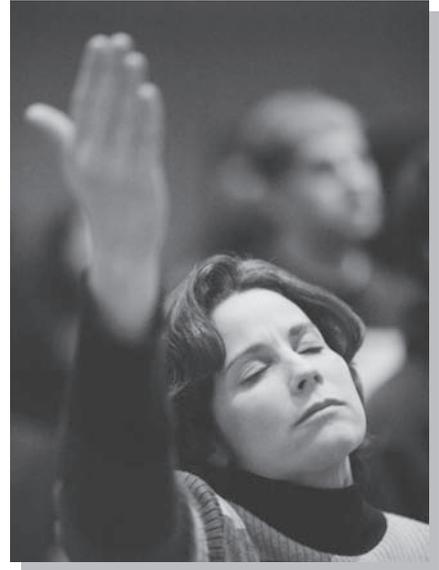


⁴ Todos los movimientos faciales fueron filmados y estudiados cuidadosamente por Ekman, Friesen y Ellsworth en 1972, siguiendo los estudios de movimientos musculares precisos. Ekman y Friesen, 1975. (Citado en Fernández Collado y Dahnke, 1986:214.)

⁵ Citado en Fernández Collado y Dahnke, 1986:204.

Algunas recomendaciones que mencionan Ander-Egg y Aguilar (1985:99-100), para manejar efectivamente la postura y los movimientos al hablar (sobre todo ante auditorios de más de 70 personas), son:

- **Manténgase erguido con naturalidad.** La buena postura de la parte superior del cuerpo refleja seguridad. Encorvarse o relajarse demasiado hacen pensar en individuos tímidos, abatidos o de poca autoestima.
- **No descuide la parte inferior de su cuerpo.** La manera de pararse es un elemento visual de gran impacto. Pararse con las piernas abiertas, muy juntas, o entrelazadas, no es recomendable. Es mejor mantenerlas en una posición ligeramente abierta, con un pie más adelante que el otro, evitando hacer movimientos o *balancearse* en forma continua.
- **Muévase sin exageración.** El movimiento da energía, apoya las ideas del mensaje e imprime dinamismo. Muévase moderadamente; acérquese o aléjese de quienes lo escuchan. Gesticule sin exageración, pero apoye con expresividad facial sus ideas. Utilice movimientos moderados, sobre todo con las manos, que lograrán ayudarlo a reforzar el contenido de su mensaje. Recuerde que el movimiento siempre es mejor que la pasividad y causa una impresión de gran vitalidad.
- **Use un estilo propio.** No existen reglas fijas que nos digan cómo movernos o pararnos en cada situación; tampoco una sola manera de moverse, pero hay recomendaciones que nos indican que los movimientos naturales, que denoten entusiasmo o espontaneidad, pueden ser efectivos para proyectar más de nosotros mismos.
- **Dé significado y congruencia a sus movimientos.** Cada movimiento, gesto o desplazamiento debe apoyar el significado específico de cada idea que comunicamos. Un puño cerrado puede indicar poder, lucha, esfuerzo, etcétera. Cambiar de lugar en el momento en que termina una idea y empieza otra ayudará al público a entender este cambio. Si hablamos de hechos formales, una postura formal sería congruente; precisamente el error que hay que evitar es el de decir una cosa y reflejar otra con los movimientos, así como estar inexpresivos y permanecer estáticos cuando se da un tema cuyo contenido es muy dinámico. En general, el comunicador debe guardar concordancia entre lo que expresa y lo que hace.
- **Obsérvese.** La postura, los movimientos y los gestos dependen de un conjunto de habilidades físicas que debemos tratar de desarrollar; verse en un espejo para examinar sus gestos y ademanes, o grabarse en un video mientras habla, le servirá para conocer qué comunica con su cuerpo; pida a otros que imiten su forma de caminar, de moverse y de gesticular; luego reflexione sobre lo que observó. Recuerde que los movimientos conscientes y en forma planeada pueden mejorarse para lograr, en forma gradual, tener más impacto en los receptores.



Los gestos y la expresión facial

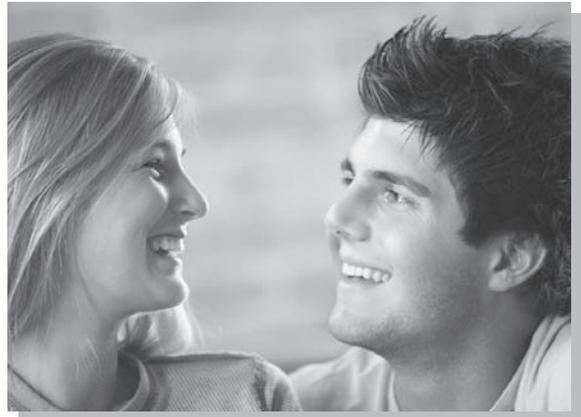
La expresión facial refleja el entusiasmo, la naturalidad y la espontaneidad con que decimos el mensaje. Los movimientos de la cara, o gestos, son los elementos visuales de mayor impacto y es en ellos, por lo tanto, donde el comunicador debe desarrollar más habilidad para apoyar su mensaje efectivamente. Analicemos algunas recomendaciones al respecto:

- **Tenga vitalidad, refleje energía.** Es en la cara donde más mostramos el interés por las cosas; además, la energía que usamos para gesticular depende mucho de los estados aní-

micos por los cuales pasamos. Controle los sentimientos negativos que llevan a gestos desagradables y trate siempre de mostrar una expresión cordial, alejando pensamientos que se reflejen en gestos de nerviosismo o intranquilidad.

- **Conozca sus gestos nerviosos.** Observe qué gestos acostumbra hacer cuando se siente intranquilo o nervioso, y trate de controlarlos. ¿Tiende a tocarse la nariz? ¿Acostumbra tocarse el pelo? ¿Tiende a levantar las cejas? ¿Se muerde los labios? ¿Se queda por unos minutos con la boca abierta? Pregunte a los demás cómo lo ven. Examínese en un video y tome nota de sus expresiones: es una buena forma de reconocer los buenos y malos hábitos en la expresión facial.
- **No exagere.** Muy pocas personas tienden a exagerar sus movimientos y expresiones faciales durante un acto de comunicación, pero es aconsejable pensar que la exageración de gestos tiene más influencia negativa que positiva, así que seamos moderados cuando queramos ser muy expresivos y dar más apoyo expresivo a los mensajes.
- **Mantenga una expresión cordial y sonría.** Muchas personas piensan que mostrarse *muy serias* les ayudará a verse formales al comunicar sus ideas, pero, en general, con la seriedad el público puede percibir hostilidad o distanciamiento. En cambio, quienes sonríen y expresan cordialidad tienen una clara ventaja en comparación con las otras, pues son percibidos como abiertos y amigables, y sus ideas son aceptadas con mayor facilidad.
- **No sonría falsamente.** Puede haber alguien que sonría, pero que refleje apatía o desgano en la expresión de su rostro, o que tenga tristeza en su mirada, es decir, que refleje que sus gestos están ocultando lo que ocurre en su interior. La expresión facial, más que ningún otro movimiento de nuestro cuerpo, logrará el impacto deseado en los escuchas, pero no debemos actuar falsamente ni demostrar con la expresión sentimientos que no experimentamos, pues tarde o temprano lo falso se notará y hará disminuir nuestra credibilidad. Una expresión sencilla, pero honesta, nos ayudará a lograr una identificación; una sonrisa verdadera puede ayudarnos incluso a ganar amigos.

La forma en que un comunicador se desplaza a través de un espacio y la distancia que mantiene con los receptores surten efectos que pueden ser benéficos o perjudiciales para la recepción del mensaje.⁶ Esta influencia ha sido determinada en estudios de *proxémica*, disciplina que estudia los desplazamientos en un espacio físico.



⁶ Edward T. Hall, en su libro *The Silent Language* (1959), usó la palabra “proxémica” para referirse a esta área de estudio y detalló más aún sus ideas unos años después al publicar *The Hidden Dimension* (1966).

Proxémica: estudia la distribución y los desplazamientos, en los espacios físicos.

(Edward T. Hall, *The Silent Language*, 1959, y *The Hidden Dimension*, 1966. Citado en Ehninger, Monroe y Gronbeck, 1978: 226.)

distancias personales son incómodas, aunque en determinados lugares o ciertas culturas promueven el acercamiento como signo de confianza y amistad. Comunicarse en espacios muy reducidos y cerrados provoca incomodidad en algunas personas, ya que sienten que se invade su “espacio vital”⁷ o espacio personal, el cual varía según la interacción aprendida en cada grupo social. Edward T. Hall identificó cuatro tipos de distancia para la interacción:

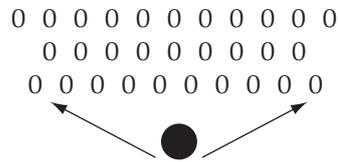


- **Distancia íntima:** implica cercanía extrema y contacto corporal (20 cm).
- **Distancia personal:** se manifiesta entre familiares, amigos y compañeros; implica cercanía y alguna forma de contacto corporal.
- **Distancia social:** permite cierta privacidad en espacios públicos. La comunicación interpersonal se lleva a cabo casi siempre en este espacio. Tal distancia varía de cultura a cultura.
- **Distancia pública:** es el límite impuesto por la capacidad de la voz del comunicador y los recursos técnicos. Cuanto mayor es la distancia, más ritualista o convencional es el comportamiento. Se tienden a exagerar los gestos y movimientos, además de realizar desplazamientos en forma planeada.

Los estudios que se han hecho sobre las distancias y los desplazamientos de un comunicador, en diferentes espacios físicos o instalaciones, han servido para sugerir consejos como los siguientes:



- **En auditorios o lugares rectangulares, no olvide los extremos.** Para el comunicador generalmente es difícil atender con el contacto visual a las personas situadas en cada extremo del lugar, por la tendencia a mirar al centro o en un ángulo de visión menor de 180°. Ejemplo:

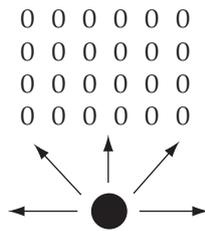


- **En auditorios o lugares cuadrados, siga la regla de los 180° grados.** El comunicador puede mantener el contacto visual con los tres puntos más importantes del lugar en donde se encuentra, viendo primero un extremo (grado 0), luego el centro (grado 90) y después el otro extremo

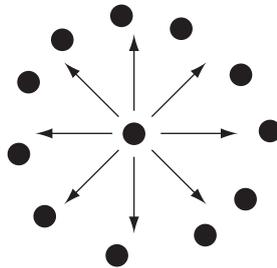
⁷ Edward T. Hall nombró así al espacio que una persona considera como suyo. Es un espacio en donde establecemos límites para el contacto corporal con otros. El manejo de dicho espacio está condicionado también por factores socio-culturales aprendidos.



(grado 180). Tal desplazamiento logra hacerse también deteniéndose un poco en los grados 45, de esta manera todo el público interactuaría con el comunicador. Ejemplo:



- *En lugares o espacios circulares, siga la regla de los 360 grados.* Esto indica que el comunicador deberá tratar de desplazarse y mantener su contacto visual con todas las personas ubicadas alrededor de él. Para ello, podrá girar lentamente y poner fija su mirada más o menos cada 45 grados. Ejemplo:



En cuanto a lugares abiertos o espacios muy grandes, en donde los receptores se encuentran a diferentes distancias con respecto al comunicador —como serían un estadio, una plaza, etcétera—, los movimientos tendrán que exagerarse.

En contraste, en los lugares muy pequeños o espacios cerrados, movimientos, desplazamientos y gesticulaciones se moderarán y se harán naturalmente, aunque con énfasis y precisión.

Comunicación artefactual

David y Judith Bennett realizaron un estudio en el cual se resalta la función del escenario, término que se refiere al mundo físico o espacio que rodea a la interacción comunicativa. “Toda

acción social es afectada por el contexto físico en el que ocurre”. (Knapp, 1984.) Los objetos y la ubicación que tienen dentro de un lugar físico como *muebles, lámparas, plantas, esculturas, artículos decorativos, etcétera*, también fueron analizados en relación con la recepción o el rechazo de la comunicación, y la disciplina que los estudia es la *comunicación artefactual*.

Otra forma de clasificación es la de Bennett (1984), que establece diferencias por la forma en que se presentan los objetos ante los receptores. Así tenemos:

- **Objetos integrados:** aquellos que se usan con un propósito específico de los participantes en la situación de comunicación. Por ejemplo, el escritorio y el borrador en un salón de clases.
- **Objetos incidentales:** los que pueden afectar a los receptores, aunque no sean parte de un plan ni haya intención de usarlos o ejercer una influencia con ellos. Por ejemplo, un ventilador o una lámpara con fuerte luz en el salón de clases.

Otro tipo de objetos se clasificará de acuerdo con el uso que el comunicador les dé. Tenemos:

- **Objetos revelados:** son los que el comunicador usa con énfasis; señala y muestra a los receptores. Por ejemplo, un folleto o un cuaderno con indicaciones en el salón de clases.
- **Objetos ocultos:** los que no son detectados por el público como parte del acto comunicativo y, sin embargo, se ha planeado su uso. Por ejemplo, un escudo en la sala de conferencias, un ramo de flores en la mesa, etcétera.



Comunicación artefactual: estudia el uso de los objetos y accesorios en un entorno o contexto.

(Prohansky, Ittelson y Rivlin, 1970. Citados en Fernández Collado y Dahnke, 1986:204.)

El mobiliario es importante porque la audiencia puede sentirse incómoda en una silla muy dura o sin respaldo, lo que le provoca inquietud y distrae su atención. El color y estilo de los muebles, así como su posición de acuerdo con los espacios también llegan a incrementar o reducir la tensión de las personas. Asimismo, los movimientos de los objetos (por ejemplo una puerta que se abre), logrará hacer que alguien olvide momentáneamente el mensaje que está expresando. Todos estos aspectos de la proxémica deben cuidarse, ya que pueden aumentar o restar la efectividad del proceso de comunicación.

Paralingüística: estudia el sonido de la voz; volumen, entonación, velocidad, ritmo, énfasis o fuerza.

(Davitz, 1964. Zuckerman, De Paulo y Rosenthal, 1981. Citados en Fernández Collado y Dahnke, 1986:204.)

Paralingüística

La disciplina auxiliar de la comunicación no verbal que estudia los elementos vocales, y su notable influencia en el desarrollo de las habilidades de la voz en la comunicación oral, es la *paralingüística*.

Las recomendaciones que sugieren los estudios de *paralingüística*⁸ o *paralenguaje* nos ayudan a reconocer las principales funciones de la voz, de acuerdo con el propósito del mensaje, y las principales características vocales, que imprimen un significado distintivo y particular a la palabra oral de cada persona.⁹

⁸ Término que significa, por su etimología, “próximo al lenguaje”; se refiere al sonido que se emite al pronunciar alguna palabra con sus características vocales, que imprime individualmente cada persona según su estado de ánimo o emociones.

⁹ Davitz (1964) estudió los componentes emocionales de las expresiones vocales, entre las que menciona como un ejemplo la cólera, con sus características de volumen alto, tono agudo, timbre estrepitoso, velocidad rápida, inflexión irregular y ritmo cortado.

Funciones de la voz

La voz, como elemento fundamental para la comunicación oral, cumple varias funciones, ya que nos sirve principalmente para:

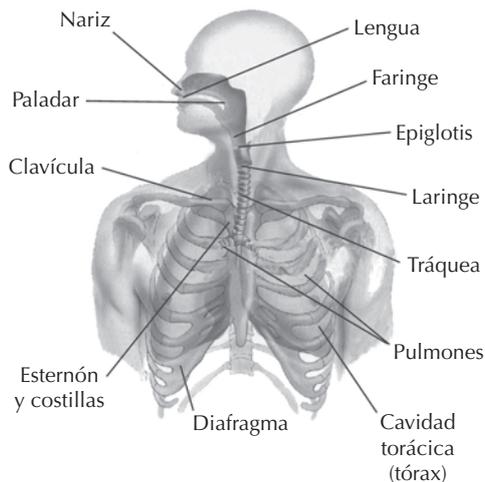
- **Denotar nuestra personalidad.** Nos distingue ante los demás; conforma gran parte de nuestra personalidad, pues se considera un sonido “único” que, al ser escuchado por otros, forma una impresión de nuestra identidad.
- **Comunicar nuestros sentimientos, actitudes y emociones.** Al respecto, Disraeli¹⁰ dijo: “No hay indicador tan seguro como la voz para saber si nuestro discurso causó una impresión en el público”, pues con ella los demás pueden deducir nuestros intereses, filosofía de vida o estado emocional.
- **Transportar el mensaje.** Como medio de transporte, su función es llevar el mensaje hasta los escuchas, pero la decisión de elegir las condiciones de ese transporte es nuestra. ¿Queremos enviar nuestro mensaje en un transporte que va lento, con pausas prolongadas, empujón por empujón? ¿O bien elegimos enviarlo en un transporte cuya velocidad y ritmo son ultrarrápidos, sin pausas, con sonidos incompletos, que nadie entiende? Para mejorar el manejo de la voz preguntémosnos: ¿Cómo es el transporte que elegimos?
- **Generar imágenes.** Hacemos que los escuchas visualicen imágenes al escuchar una voz: la anciana cuyo tono vocal es muy agudo y nasal puede hacernos pensar en una bruja de cuento infantil. Un hombre de voz áspera y fuerte da idea de ser tosco y agresivo. Una voz suave, fina, lenta, nos sugerirá sumisión o falta de carácter. La tendencia a juzgar una voz y hacer juicios sobre la personalidad es un aspecto de gran importancia para el comunicador, ya que la voz crea imágenes en el pensamiento de los oyentes sobre el que habla y sobre lo que dice durante su comunicación.
- **Hacer más interesante la comunicación.** A través de la emoción, el entusiasmo y la energía al hablar, formamos en los escuchas un ambiente vital en donde las ideas expresadas cobran significado; aunque cuando alguien habla con poca expresividad o emotividad el tiempo transcurre lentamente, nos sentimos aburridos y tal vez ni escuchamos el mensaje completo. Como todo lo que se aprende puede cambiarse, es recomendable grabar nuestra voz, escucharla y juzgarla, para aprender como oyentes, no como productores; esto servirá para saber cuánta vitalidad reflejamos y cuánta energía transmitimos a los demás. ¿Somos capaces de interesar a nuestros receptores y llevarlos a un mundo de ideas lleno de vitalidad?
- **Conocer más del mensaje y de las personas a las que escuchamos.** El tono de ciertas expresiones, las pausas, las inflexiones bajas y suaves o de volumen alto casi nos hacen adivinar “entre líneas” la idea de nuestro interlocutor por la pronunciación de sus palabras, o algún estado de ánimo; la voz refleja un verdadero sentimiento o una emoción que muchas veces no se dice con la palabra.
- **Expresar, hablar, comunicar.** El éxito en las diversas situaciones de comunicación oral depende en 38% de la voz,¹¹ de acuerdo con la habilidad que tengamos para manejar este instrumento sonoro considerado “el medio por excelencia” para la expresión del lenguaje racional y emocional de los seres humanos.



¹⁰ Benjamín Disraeli, político inglés (1804-1881), primer ministro en 1874, campeón del imperialismo británico, famoso por sus dotes de orador en discursos políticos. (Citado en Hesketh Pearson en su libro *Dizzy, The Life and Personality of Benjamin Disraeli, Earl of Beaconsfield*. Traducción al español por Julio Luelmo, Nueva York, 1953.)

¹¹ Porcentaje mencionado por Albert Mehrabian en su libro *Silent Messages*, Belmont, Wadsworth, California, 1971. (Citado por Hybels y Weaver, 1976:111.)

Disposición de los órganos vocales

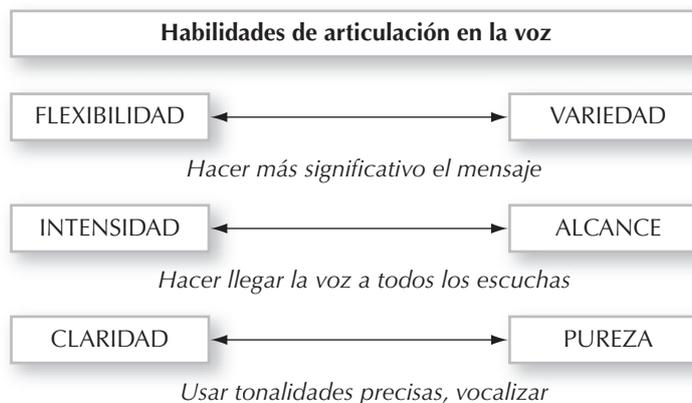


Características de la voz

El habla se articula con diferentes sonidos que sirven de base para las distintas características vocales individuales, que son generadas por nuestro aparato fonador; éste se compone de varios órganos que intervienen en la producción de la voz: *nariz, paladar, lengua, faringe, epiglotis, laringe, tráquea, clavícula, pulmones, cavidad torácica y diafragma.*

La producción del habla por medio de estos órganos recibe el nombre de *articulación*. Todas las vocales y consonantes del español, al igual que las de la mayoría de las lenguas, se articulan utilizando el aire pulmonar que sale de la cavidad torácica; para pronunciar correctamente las sílabas del lenguaje se necesitan las llamadas habilidades de articulación, entre las que se encuentran cuatro principales: 1. *claridad*, 2. *pureza*, 3. *intensidad o alcance* y 4. *variedad o flexibilidad vocal*. (Fernández de la Torre, 1995:37-41.)

- **Claridad.** Es la cualidad principal de una buena *dicción*. En ella intervienen el maxilar inferior, la lengua y los labios. La práctica enérgica y constante de estos músculos, al pronunciar las palabras, ayudará a mejorar la nitidez de la voz, pues uno de los problemas más comunes al hablar es que las personas no mueven los músculos, y su boca apenas se abre para pronunciar las palabras. El nerviosismo, la tensión y la rapidez son enemigos de la claridad. La velocidad de la voz puede modificarse y dar tiempo suficiente para que el mensaje sea articulado y pronunciado sin amontonar las ideas, mejorando la dicción.
- **Pureza.** Es la condición de una voz limpia, clara, sin defectos producidos por el aparato vocal, como ronquera o mala pronunciación. Cada sílaba, palabra o frase son pronunciadas con sonidos exactos y sin tropiezos.
- **Intensidad o alcance.** Son características que afectan directamente la escucha y el entendimiento del mensaje. Cuanto más intensidad y resonancia tenga la voz, más lejos llegará en un espacio. Es responsabilidad de un comunicador eficaz hacer uso de su fuerza vocal para que su mensaje llegue hasta los receptores más alejados del punto en donde se encuentre.
- **Variedad o flexibilidad vocal.** Flexibilidad es dar modulación a la voz. En teatro es necesaria para representar las emociones que viven los personajes, pero también en la vida diaria nos ayuda a dar el verdadero significado a los mensajes que queremos comunicar, ya que puede impedir el aburrimiento en los escuchas, pues la variedad de matices, tonos, ritmos, pausas y volumen lograrán que el mensaje sea más vivo, porque comunica “algo” a los receptores.



Otras características que es posible combinar en formas distintas para ayudarnos a mejorar el sonido de la voz, imprimiéndole más variedad, son: *volumen, velocidad, tono, ritmo, pausas y énfasis*.

- **Volumen.** Es la percepción del sonido en el oído; puede variar desde un sonido muy débil, suave o bajo, hasta uno muy fuerte o alto.
- **Velocidad.** Es el número de palabras que pronunciamos en una unidad de tiempo y una característica de la voz que se ajusta al tipo de pensamientos y sentimientos que transmite el comunicador. Por ejemplo, cuando estamos tristes hablamos más despacio que cuando estamos muy alegres o entusiasmados.
- **Tono.** Puede ir desde un tono muy grave hasta uno muy agudo. El comunicador necesita modularlo para dar a su mensaje mayor expresividad y matices diferentes de los de otras personas. Las investigaciones del profesor Mehrabian demostraron que el tono de la voz (conocido como entonación), la resonancia y el énfasis determinaban 80% de la credibilidad de una persona cuando los escuchas no la veían; por ejemplo, a través del teléfono o el radio (citado en Ducker, 1992:48).
- **Ritmo.** Es la sensación de dinamismo que se genera por la combinación de la velocidad del sonido y la extensión de las pausas. Cuando hablamos, lo hacemos rápida o lentamente, y dejamos pausas cortas o prolongadas entre las palabras. Este ritmo es importante para dar expresividad al mensaje. Un ritmo lento, con muchas pausas, cansa. Un ritmo ágil otorga dinamismo al mensaje.
- **Pausas.** Nos ayudan a agrupar las palabras habladas en bloques o unidades que tienen significado en conjunto. Son como los puntos en un escrito. Permiten respirar, dar variedad a la voz y cambiar el tono y ritmo. Si se hace buen uso de ellas, ayudan a mantener viva la atención de los receptores, propiciando breves cortes para reflexionar o pensar en el mensaje. Las pausas muy prolongadas se consideran inapropiadas, como las “muletillas”, que son un sonido, una sílaba o una palabra que no tienen sentido en el mensaje (eh...; hum...; sí...; este...; pues...) pero que se repiten con frecuencia sólo para llenar un espacio entre las ideas que generamos y tienen que ser expresadas una a una.
- **Énfasis.** Poner énfasis equivale a subrayar (como en los escritos); es dar más fuerza a aquellas sílabas o palabras con las que queremos llamar la atención de los que nos escuchan. Es aplicar vitalidad a la voz para destacar aquellas frases que llevan lo esencial del mensaje, las ideas principales que deseamos que los escuchas recuerden.



Las técnicas de control de la respiración constituyen una parte fundamental de cualquier programa de educación de la voz, como en el canto, el teatro, la oratoria o las terapias en disfunciones del habla. El tipo de respiración más eficaz requiere una *inspiración rápida* y una *expiración controlada*, que poco a poco corresponda a las necesidades de aire para la voz.

Un cuidadoso movimiento controlado de las costillas y del diafragma es el rasgo principal del método de respiración *intercostal-diafragmática*, recomendado por los especialistas como técnica para aprender a respirar correctamente, la cual nos ayudará a incrementar la habilidad vocal siguiendo cinco pasos:

Técnica para desarrollar habilidades vocales

Relájese • Inhale • Articule • Haga pausas • Proyecte

1. *Relajación física y mental: fundamental para la emisión de la voz*
2. *Respiración correcta: fuente de energía y sonido de la voz*
3. *Articulación de sonidos: claridad de pronunciación o buena dicción*
4. *Pausas efectivas: proporcionan variedad, ritmo y sentido al mensaje*
5. *Proyección: dirigir la voz directamente a los escuchas*

(Adaptación de varios conceptos de la Enciclopedia del lenguaje de la Universidad de Cambridge, dirigida por David Crystal, 1994:124-126.)

Habilidades de comunicación verbal

Las habilidades de comunicación verbal son habilidades de pensamiento para idear, seleccionar y organizar un lenguaje con la finalidad de producir mensajes comprensibles y coherentes.

La preparación verbal es indispensable para hablar. El hombre, aun sabiéndose poseedor de conocimientos y cualidades para hablar ante los demás, puede sugestionarse negativamente respecto de sus habilidades de pensamiento para producir mensajes. Tal incapacidad o incompetencia verbal surge casi siempre por la falta de confianza en sí mismo debido al desorden de ideas, al desconocimiento del lenguaje o a la falta de preparación en algún tema y al desinterés por comunicarlo.

Son muchos los casos de personas que, con un reducido caudal de conocimientos, están siempre dispuestas a hablar de cualquier tema y, quizás inconscientes de su responsabilidad, se lanzan a opinar, recomendar y afirmar sobre lo que conocen muy poco. Otros, con gran audacia, tratan de comunicar ideas por la gran convicción que tienen de ellas, pero cuando exponen sus puntos de vista hacen notoria su falta de preparación lingüística y su pobreza de vocabulario, luego van de tropiezo en tropiezo al hablar, terminando por retirarse debido a su falta de habilidad verbal.

La preparación verbal infunde una sensación activa que puede dar mayor autoridad y confianza al comunicador a la vez que ahuyenta las influencias negativas que lo cohiben en el momento de expresarse. *La palabra es poder* es una frase popular que se oye frecuentemente; la palabra resulta más poderosa y efectiva cuando está afianzada en la preparación reflexiva y juiciosa que nos lleva a estructurar y dar forma correcta a nuestros mensajes verbales.

El desarrollo de las habilidades verbales guarda una relación muy íntima con *la preparación, el conocimiento, la inteligencia y la convicción de ideas*. Prepararse verbalmente es obrar con inteligencia y precisión. Tener conocimiento implica conocer bien el tema, seleccionarlo, estudiarlo e impregnarse de sus ideas. Tener convicción es dar vida a las ideas y poner entusiasmo al comunicarlas, de ahí que los grandes pilares que sostienen las habilidades verbales sean:



- **Preparación.** Para lograr esta acción, investiguemos en fuentes de información confiables; pongamos en la memoria pensamientos sobresalientes; observemos, leamos, conversemos con especialistas de diversas áreas del conocimiento, para formarnos ideas originales con referencias de valor; activemos nuestro cerebro para formular razonamientos lógicos, con la finalidad de que al compararlos con los de otras personas maduremos el compromiso de nuestras ideas y al compartir el contenido de un tema lo hagamos con la seguridad de estar hablando con verdad.
- **Conocimiento.** No es sólo adquirir información determinada, obtener datos o consultar fuentes bibliográficas, personales o electrónicas. Tampoco consiste sólo en apoyar las conclusiones propias con una serie de pruebas, evidencias o razonamientos. Conocer es algo más que leer libros, investigar datos y tener evidencias para realzar la verdad que deseamos presentar; es mucho más que reunir palabras y expresiones de impacto. Tener conocimiento es todo eso, más la apreciación e interpretación personal que nos conduce

a enriquecer el espíritu auténtico y útil de lo que anhelamos transmitir, con el objetivo de que otros acepten nuestras ideas, las apoyen para lograr su entendimiento y las hagan suyas, generando conocimiento en otras personas.

- **Inteligencia.** Sirve para conocer con claridad los distintos asuntos y problemas. Cultivar nuestra inteligencia requiere métodos, técnicas y procedimientos que es posible aprender de expertos, filósofos o maestros; aunque no hay un método seguro o único para incrementarla, sí podemos recurrir a observar, leer, utilizar el sentido común y aprender de los demás para adquirir cada vez más conocimientos y reforzarla. En la comunicación oral, la inteligencia nos sirve para comprender lo que decimos y responder a cuestionamientos o inquietudes de nosotros mismos, de la situación o el contexto y de los receptores (Loprete, 1985:25).
- **Convicción.** Es tener la responsabilidad de probar por medio de la palabra una verdad que para nosotros existe. Es creer en lo que vamos a decir para convencer a los demás de nuestras ideas. A través de la reflexión y la meditación examinamos los pros y los contras para asegurarnos de la confiabilidad del mensaje y lo compartiremos con entusiasmo, porque existe esa gran fuerza de la verdad que necesita salir, exteriorizarse, vivirse, expresarse para llegar a otros. Un comunicador con un compromiso responsable y ético consigo mismo, con su grupo y su sociedad, buscará que sus ideas se conozcan y lleguen a influir en muchas otras personas; la convicción nace de cultivar el hábito de pensar y madurar las ideas hasta quedar convencidos de que la palabra será honesta y valiosa para quienes escuchan.



La facultad de comunicar los puntos esenciales de los problemas es la gran diferencia que existe entre los espíritus cultivados y los no cultivados. Sin duda, la más grande ventaja que se obtiene en las aulas superiores es la disciplina de la mente y con ello el orden de las ideas.

John G. Hibben¹²

Cada vez que nos tracemos la meta de lograr un gran impacto en la comunicación oral y de alcanzar el éxito, pensemos en mejorar las habilidades necesarias para desarrollar los elementos verbales que constituyen los mensajes, desde el proceso de pensamiento, en donde se generan las ideas, hasta la expresión oral de su contenido, a través de un determinado vocabulario.

¹² En Carnegie Dale, *Cómo hablar bien en público*, Hermes, 1986:62.

Resumen

En el proceso comunicativo, las habilidades innatas y las aprendidas establecen una relación directa con los elementos visuales, vocales y verbales que usamos. Según los estudios del profesor Mehrabian, experto en comunicación interpersonal, los elementos visuales y vocales representan 93% del impacto que logra el comunicador en sus escuchas, por lo que son materia de estudio de la comunicación no verbal.

Las habilidades que debemos reconocer en nosotros, para manejarlas con pleno dominio, son las ligadas con el modo de actuar y hablar que reflejamos en el momento de la comunicación.

Los elementos visuales que podemos manejar son todos aquellos que la gente percibe de nosotros a través de nuestra imagen personal, el contacto visual y la forma de gesticular, movernos, desplazarnos en espacios físicos y comportarnos en cada situación.

Los elementos vocales son los que manejamos con la voz, instrumento y vehículo de comunicación por excelencia. Los matices, tono, ritmo, velocidad, énfasis, etcétera, son factores que desarrollan esta habilidad física, imprimiendo significados diversos a los

mensajes en los que, más que la idea o el tema en sí, influye en sentido positivo o negativo el “modo de decir las cosas”.

En conjunto, los tipos de habilidades son materia de análisis de disciplinas de comunicación no verbal como la **kinésica**, que estudia los movimientos corporales; la **proxémica**, que estudia el manejo de las distancias en espacios físicos; la **paralingüística**, que estudia el manejo de la voz, y la comunicación **artefactual**, que se encarga de estudiar el efecto que causan todos los objetos o artefactos que usamos y nos rodean en el momento de la comunicación.

Las habilidades verbales se refieren al desarrollo y el uso que damos al lenguaje, desde la generación de una idea hasta la expresión oral ante los escuchas, con cierto tipo de vocabulario, la forma de organizar las ideas y el estilo personal de decir el mensaje. Tales habilidades se relacionan con la preparación, los conocimientos, la inteligencia y la convicción de ideas para lograr el interés y entendimiento del mensaje por parte de los receptores.

Definición de conceptos

Después de estudiar el capítulo 3, escriba las siguientes definiciones:

1. Habilidades de comunicación

2. Elementos verbales

3. Elementos visuales

4. Elementos vocales

5. Fórmula V-V-V

6. Comunicación no verbal

7. Kinésica

8. Paralingüística

9. Proxémica

10. Comunicación artefactual

Preguntas para estudio

1. ¿Qué tipos de habilidades necesita desarrollar una persona que quiere ser un líder en su comunidad?
2. ¿Para qué sirve a un comunicador saber utilizar las habilidades de comunicación no verbal? ¿Qué ciencias o disciplinas han fundamentado los estudios de la comunicación no verbal?
3. ¿Cuáles son los elementos que ayudan al impacto en la comunicación oral?
4. ¿Cómo se relacionan las habilidades vocales con las habilidades verbales?
5. ¿Qué tipo de habilidades cree usted que se requieran para trabajar profesionalmente en una organización?
6. ¿Todas las personas podrían tener el mismo éxito si tuvieran las mismas habilidades verbales?
7. ¿En qué puede ayudar la comunicación artefactual a una persona en su comunicación oral?
8. ¿Para qué sirve tener conocimientos de proxémica y kinésica en la comunicación oral?
9. ¿Cómo se desarrollan las habilidades verbales?
10. ¿Cuáles son las características de la voz que pueden dar variedad al mensaje?

Ejercicios

1. Escriba una lista de las habilidades que considere necesario desarrollar para ser director de una organización o empresa.

2. Escriba los aspectos en que se fija más la gente cuando una persona está hablando de manera interpersonal y que influyen positivamente.

3. Anote los aspectos en que se fija más la gente cuando una persona está hablando de manera interpersonal y que influyen negativamente.

4. Describa las cualidades de una persona a quien le daría credibilidad y pensaría que tiene competencia comunicativa.

5. Escriba y llene el siguiente cuadro para elaborar un “autodiagnóstico” y pueda reconocer sus áreas fuertes y sus áreas débiles en elementos visuales, vocales y verbales, para cumplir el rol de comunicador.

Contrato de compromiso de comunicación oral

Yo, _____,
(NOMBRE)

para cumplir con efectividad mi papel de comunicador, pondré especial empeño en reconocer en mí mismo aquellos aspectos en los que puedo desarrollar o incrementar mis habilidades de comunicación oral durante este curso; por lo tanto, haré mi autodiagnóstico en la forma más objetiva posible, señalando con una ✓ los aspectos en los que considero que tengo más habilidad y con una ✗ los aspectos en los que creo tener menos habilidad.

ELEMENTOS VISUALES		ELEMENTOS VOCALES		ELEMENTOS VERBALES	
Movimientos del cuerpo		Manejo de la voz		Lenguaje e ideas	
Comunicación no verbal		Comunicación verbal			
Físico	_____	Claridad	_____	Lenguaje claro	_____
Arreglo personal	_____	Pureza	_____	Lenguaje sencillo	_____
Expresión facial	_____	Fuerza	_____	Lenguaje vívido	_____
Contacto visual	_____	Alcance	_____	Secuencia de ideas	_____
Ademanos	_____	Velocidad	_____	Unidad en el tema	_____
Postura	_____	Tono	_____	Lenguaje correcto	_____
Desplazamientos	_____	Volumen	_____	Convicción de ideas	_____
Autodominio	_____	Ritmo	_____	Creatividad	_____
		Énfasis	_____	Conciencia del tiempo	_____
		Pausas	_____		

De acuerdo con este autodiagnóstico, HAGO EL COMPROMISO de cumplir las prácticas de comunicación oral que me ayudarán a alcanzar las metas que escribo a continuación:

Meta 1: Sobre habilidades visuales

Meta 2: Sobre habilidades vocales

Meta 3: Sobre habilidades verbales

NOMBRE

FIRMA

Prácticas de comunicación oral

Práctica 1: *El espejo*

Pida a un amigo o compañero que describa las principales características visuales y vocales que él percibe en usted. Pídale también que imite algunos movimientos, gestos y la voz, y que le indique las que juzgue más sobresalientes. Reflexione sobre lo que vio y escuchó.

Práctica 2: *Mi personaje favorito*

Interprete un papel: observe una grabación de un video o la presentación por televisión de un comentarista seguro, vigoroso y enérgico, luego intente imitarlo. Puede escoger un líder de la política, de los negocios o los deportes. ¡Recuerde que hay que hacerlo con muchas ganas!

- Piense cómo lo haría el personaje elegido.
- Realice movimientos y gestos como él los haría.
- Imite el sonido de su voz, su entonación, fuerza, énfasis, etcétera.
- Pida la opinión del grupo sobre cómo lo hizo usted.
- Si es posible, grabe su actuación y al finalizar compárela con el video del personaje modelo.

Práctica 3: *Debilidades*

De un periódico, seleccione alguna noticia y, después de leerla, coméntela ante compañeros, amigos, colegas, etcétera. Pida que alguno de ellos cuente el número de veces que usted haya realizado movimientos nerviosos, inadecuados o incongruentes con el mensaje, ya sea ademanes, gestos o posturas. Esto le dará una idea de cuán grave es su problema con los movimientos o si en realidad no tiene ninguno.

Práctica 4: *Para conocer mi voz*

Utilizando una grabadora de voz, lea dos o tres párrafos de una lectura y escúchese detenidamente. Analice sus habilidades vocales y medite sobre las áreas de oportunidad que tiene para mejorar. Repita este proceso tres o cuatro veces, con la misma lectura, tratando de dar variedad a su voz, modificando el tono, la rapidez, el volumen, las pausas, etcétera. Luego compare la primera grabación con la segunda, con la tercera, y así sucesivamente. ¿Hubo modificaciones? ¿Cómo se escucha? ¿Le gusta su voz? ¿Qué elementos piensa que podría mejorar?

Práctica 5: *Análisis de voces*

Llame por teléfono a varias casas comerciales para pedir información sobre algún producto y analice, en la voz de la persona que conteste, las características vocales estudiadas. ¿Cuáles voces le parecieron mejores? ¿Qué cualidades notó para decidir la respuesta anterior? ¿Qué características negativas se presentaron más comúnmente?

Práctica 6: *Voz y sentimientos*

Seleccione alguna frase de una canción muy conocida; por ejemplo, "México lindo y querido, si muero lejos de ti, que digan que estoy dormido y que me traigan aquí". Pida a varios compañeros que digan la misma frase, pero con diferente entonación, para que denote agresividad, ternura, ironía, amor, enojo, indecisión, tristeza, alegría, buen humor, miedo, etcétera. ¿Quién lo hizo mejor? ¿Quién no le dio la entonación adecuada para transmitir el significado correcto?

Casos para estudio y análisis

La primera impresión

Era un día distinto para Jorge. Su jefe lo había citado en la sala de juntas de la empresa para presentarle al director comercial, con quien Jorge trabajaría de ahora en adelante, ya que debido a su excelente proyecto de promoción y ventas presentado a la compañía, viajaría al extranjero a integrarse con otros profesionales para llevar a cabo el trabajo y hacer realidad sus ideas.

Cuando Jorge llegó al lugar de la entrevista, su jefe lo llevó hasta la sala donde se encontraba el señor Martínez de la Cueva, el director comercial, a quien Jorge conoció mediante una presentación formal.

Al estrecharse las manos, Jorge y el señor Martínez de la Cueva se miraron a los ojos y en ese momento ambos percibieron sus respectivos estatura, color de ojos, tono de piel, forma de peinarse, color y forma del traje que vestían y complejión física.

Después de saludarse, Jorge comenzó a hablar sobre los puntos más importantes para el desarrollo de su proyecto de ventas y su voz se escuchó agradable, clara y bien modulada, con un lenguaje elegido y depurado, lo cual le causó muy buena impresión al señor Martínez de la Cueva, quien se formó un concepto de Jorge como una persona muy segura de sí misma. De hecho, la primera impresión que le produjo el rostro tosco y anguloso de Jorge, su baja estatura y su modesto traje, se compensó con la conversación interesante con la que Jorge lo estaba envolviendo. En cambio, a Jorge la voz áspera y el tono un poco hostil, el lenguaje descuidado y a veces hasta insolente del señor Martínez de la Cueva no le pudieron causar otro efecto sino uno muy desagradable. La primera impresión causada por el bien vestir, la gran estatura y buen semblante del señor Martínez de la Cueva se fue desvaneciendo a medida que hablaba... y con esas palabras... y ese sentido irónico... Entonces, Jorge

pensó que la persona que tenía ante sus ojos no era el jefe que él desearía para desarrollar su proyecto.

Al terminar la entrevista, el señor Martínez de la Cueva, quien al hablar había visto muy poco a los ojos de Jorge, seguía con un gesto de dominio en el rostro, y con voz fuerte e imperativa, indicándole los pormenores del viaje; aunque interiormente se sentía complacido pensando en trabajar con una persona que tenía tanto conocimiento de las ventas y mucha responsabilidad en el trabajo, como era Jorge. En cambio, Jorge, quien se mostró siempre sereno, controlando sus reacciones ante la prepotencia y el dominio de Martínez de la Cueva, se retiró del lugar sintiéndose muy defraudado y reflexionando sobre la posibilidad de no realizar su proyecto en el extranjero, teniendo como jefe a esa persona.

Preguntas

1. Por su actuación durante la entrevista, ¿cuál de los dos participantes fue más efectivo en su comunicación? Explique.
2. ¿Qué tipo de habilidades, de las mencionadas en el capítulo, están presentes en este caso para que se diera el resultado obtenido?
3. ¿Qué elementos de comunicación no verbal se destacaron más en esta situación para causar un efecto positivo y cuáles para causar un efecto negativo?
4. Desde el punto de vista de habilidades de comunicación, ¿qué recomendaciones haría al señor Martínez de la Cueva? ¿Qué recomendaciones haría a Jorge?
5. ¿Qué disciplinas de comunicación no verbal sería conveniente estudiar para saber actuar en casos como éste?