

2.7. Oralidad

Es frecuente observar cómo hasta el más “pintado” de los hombres de negocios se tambalea cuando tiene que realizar una presentación en público y se enfrenta a la posibilidad de hacer el ridículo ante una audiencia que lo tiene catalogado como un hombre capaz; o ver cómo una madre amorosa llena de anécdotas y recuerdos se queda sin palabras cuando se le ha pedido que hable en la ceremonia donde su hijo mayor se gradúa; u observar a la señorita participante en un concurso de belleza, que ha estudiado y ensayado durante mucho tiempo, enmudecer cuando llega el momento de enumerar las bellezas de su estado.

La oralidad o imagen verbal *es una de las imágenes subordinadas a la imagen personal o institucional que más peso tienen en la conformación de la percepción* debido a que los estímulos que la conforman son las ***palabras en su forma oral o escrita.***

Unidad 2. Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

2.7. Oralidad



Un individuo que ***sabe expresarse correctamente***, independientemente de los estudios profesionales que haya cursado, siempre tendrá ***ventaja sobre los demás***, ya que ***será percibido como más capaz***, de ahí que, para adquirir la habilidad, ***siempre será aconsejable tener el deseo de prepararse, la voluntad de atreverse y la disciplina para practicar***, pues se trata de un oficio que ***entre más se hace mejores resultados arroja***.

El manejo de la ansiedad

La ansiedad es un proceso físico-químico natural del que es prácticamente imposible escapar; ante cualquier situación de emergencia, nuestro cuerpo genera una droga natural que se llama adrenalina, cuyo efecto es el de hacernos más capaces para enfrentar el peligro, nos añade fuerza, resistencia al dolor, valentía y muchas otras cualidades que nos permitirán hacer cosas que normalmente no podríamos y que después de pasado “el susto” nos sorprenderán haber podido hacer lo que hicimos.

Unidad 2. Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

2.7. Oralidad



Esta droga natural tiene ***efectos físicos secundarios desagradables*** entre los que se encuentran: producir sudoración excesiva, movimientos corporales incontrolados como temblor de piernas y manos, parálisis total o parcial y sensación de asfixia, reacciones que si bien son desagradables, también son normales. Por fortuna, al hablar en público, existen dos antídotos efectivos para abatir los efectos secundarios, consecuencia de la falta de oxígeno en la sangre ocasionada por la adrenalina; dichos ***antídotos*** son: La respiración y la sonrisa.

La respiración es la base de un buen funcionamiento orgánico y su práctica correcta mejora nuestro rendimiento físico, mental y espiritual. ***La sonrisa*** sabemos que produce un efecto en dos direcciones: hacia fuera y hacia dentro. Recordemos que sonreír es el principal código de comunicación no verbal para transmitir confianza, por lo que si abordamos a nuestra audiencia sonriendo no solamente no percibirán nuestra ansiedad sino que lo interpretarán como que estamos gozando el momento con gran seguridad y alegría.

Unidad 2. Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

2.7. Oralidad



El solo hecho de sonreír hará que cambie nuestra actitud hacia otra mucha más relajada y positiva. Al sentirnos mejor, actuaremos mejor. Una vez logrado el hecho de dominar la ansiedad ***debemos desarrollar la habilidad de hablar en público eficientemente.*** Esto significa que debemos ***saber entregar nuestro mensaje oral cumpliendo con una serie de requisitos que cualquier audiencia exige*** para poder otorgar su atención y, en última instancia, dar su aplauso en reconocimiento a una buena actuación.

Requisitos que debe cumplir todo mensaje

- ✓ **Sencillez.** Es necesario que adecuemos nuestro mensaje al lenguaje que nuestro público requiere. Un ejemplo típico de falta de sintonía entre un expositor y su audiencia por el uso de un código de comunicación inadecuado , es cuando un médico se dirige a un auditorio lleno de gente común y corriente hablándole como sólo los médicos entienden.

Unidad 2. Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

2.7. Oralidad



Requisitos que debe cumplir todo mensaje

- ✓ **Conocimiento.** La clave maestra para que casi siempre puedan hablar acerca de algo es *sólo referirse a lo que saben, lo que sienten, lo que piensan o lo que han vivido.*
- ✓ **Orden.** Requisito indispensable que se debe cumplir para facilitarle a la audiencia el seguimiento de nuestras ideas y se cumple si seguimos un *esquema de estructura similar al de una construcción: 1º. ponemos los cimientos, luego levantamos el edificio y después le ponemos los recubrimientos para finalmente proceder a su venta.* Así, al hablar en público debemos *abrir con algo impactante que capture la atención, después plantear los antecedentes que sustenten el cuerpo de la exposición, y desarrollar la tesis para concluir con un motivo lo suficientemente fuerte para que mueva a la acción.*

Unidad 2. Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

2.7. Oralidad



Requisitos que debe cumplir todo mensaje

- ✓ **Brevedad.** Cuando estamos frente a un expositor que habla de manera precisa y no toma más del tiempo necesario para darnos a conocer su mensaje, siempre pensaremos que es mejor que el que se tomó el doble de tiempo y además le agradecemos por siempre el no haber abusado de nuestro tiempo.
- ✓ **Convicción.** Hablar acerca de algo en lo que no creemos o que no nos gusta, generará que nuestra actitud corporal, tono de voz y sentimiento nos delaten y nuestro público lo detecte de inmediato, es por ello necesario que al aceptar hacer una presentación ***no solamente sepamos acerca del tema sino que además creamos que lo que decimos es cierto***, ésa será la única manera de poder transmitir sinceridad y entusiasmo auténticos, de convencer con pasión, porque como decía La Rochefoucauld: ***“Las pasiones siempre convencen”***.

Unidad 2. Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

2.8. Expresión escrita

A diferencia de lo que decimos hablando, **lo que escribimos permanece y dice mucho de nosotros**: si nos expresamos mal, si no ponemos intención en nuestras palabras, no sólo podemos dar lugar a malentendidos sino incluso ocasionar graves **consecuencias para nuestras empresas y también para nuestra imagen personal y profesional.**

En la mayoría de los puestos de trabajo, se dedica más del 50% del tiempo a la escritura: desde correos electrónicos o SMS, hasta informes y presentaciones. Por tanto, ***si mejoramos en un tema de tanta importancia, conseguiremos una mayor eficacia y productividad, lo que ayudará a tener mejores resultados.***

La eficacia en la comunicación escrita profesional dependerá de ***si somos capaces de adaptarla al destinatario y causar el efecto que deseamos.***

Unidad 2. Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

2.8. Expresión escrita



Estamos en una época en la que ***quien no sabe comunicarse está perdido***. Si sabes comunicar bien, ¡dispones de un arma secreta de enorme poder!

Lo primero que deberías hacer, ***ANTES DE ESCRIBIR un documento o un correo electrónico o cualquier mensaje online u offline, es plantearte cuál es el objetivo del mismo***. Los objetivos pueden variar sustancialmente y muchas veces eso no se tiene en cuenta y ***es algo fundamental para definir el tono, el estilo, el vocabulario, etc. de un escrito.***

SI SE TRATA DE REDACTAR:

- ✍ Escribe correctamente, ***respetando las reglas básicas de gramática y ortografía;***
- ✍ Utiliza ***frases cortas siguiendo preferentemente la estructura: Sujeto – Verbo – Predicado.***
- ✍ Escribe párrafos cortos.
- ✍ Cuando sea posible utiliza el indicativo (forma usual para hablar de hechos reales o hechos que se tienen por ciertos).

Unidad 2. Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

2.8. Expresión escrita



- ✍ Evita al máximo el uso del subjuntivo (afirmaciones hipotéticas, inciertas o los deseos) y, el condicional (compuestas por una oración principal y una subordinada, que manifiesta la condición que debe cumplirse para que suceda lo expresado en la principal. Por ejemplo: Si mañana sale el sol, iremos al parque. Habrías llegado a tiempo si hubieses salido antes).
- ✍ Jerarquiza la información, o sea, pon orden y haz hincapié en lo más importante.
- ✍ Utiliza un lenguaje positivo.
- ✍ Evita obstáculos para lograr la eficacia en tu comunicación. Por ejemplo: Expresiones complejas. Tono negativo o censor. Lenguaje subjetivo. Construcciones en voz pasiva (es una construcción verbal en algunas lenguas por la cual se presenta al sujeto como pasivo (sujeto paciente), mientras que la acción ejecutada por el verbo es desempeñada por un complemento (complemento agente) y no por el sujeto agente del verbo en voz activa).

Unidad 2. Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

2.8. Expresión escrita



Para mejorar tu comunicación:

- ✓ Ordenar los pensamientos e ideas.
- ✓ Conocer el buen manejo del lenguaje. Para ello, leer es imprescindible.
- ✓ Aplicar algunas normas sencillas que evitan caer en los errores más comunes: - No abuses de jergas o tecnicismos. Procura no escribir como un burócrata oficial, ni utilizar palabras que tu interlocutor pueda no entender. - No uses frases demasiado largas. - Humaniza tus textos, no escribas como si el otro fuera una máquina. Ponte mentalmente su retrato delante y piensa en la otra persona. - Evita los sustantivos. Funcionan mejor los verbos de acción. - No divagues. Sé concreto.
- ✓ Hay cosas que no se deben tratar por escrito: - Procura no criticar a alguien por escrito; puede que acabe llegándole a la persona y no es lo mismo que te cuenten que fulanito ha dicho esto y lo otro, a verlo escrito... - No escribas sobre rumores (ni siquiera en un chat), es probable que ese escrito caiga ante los ojos equivocados. - Si te enfadas, no respondas hasta varias horas después. - Evita los temas confidenciales.

Tiempo para retroalimentación

