

SUPER NOTA

COMUNICACIÓN ORAL
TAHIRI DE LOS SANTOS HERNANDEZ

PRESENTA EL ALUMNO:

Lesly Merari Utrilla López

GRUPO, CUATRIMESTRE y MODALIDAD:

"A", segundo, Psicología escolarizado.

Pichucalco, Chiapas

01 de abril de 2021.

Organización y elaboración de mensajes

Causa y efecto

Organización en la cual las primeras ideas que se ordenan tienen en su contenido las causas de que ocurra algo. Las ideas que seguirán el orden se referirán a las consecuencias originadas por dichas causas. Ejemplo: 1. El consumo de alcohol. 2. Aumento de los accidentes automovilísticos.

División del tema

Se refiere a la organización de ideas en la que el tema se puede dividir casi "naturalmente" por aspectos, áreas o conceptos dados por la propia naturaleza del tema. Ejemplo: La cultura de un país, el idioma de un país, las etnias de un país.

General a específica o específica a general.

Es la organización en la cual las ideas más generales se ordenan en primer lugar, seguidas por las ideas secundarias o subordinadas. Ejemplo: (de general a específica) 1. Comida mexicana, 2. Tacos, 3. Tacos al pastor. (de específica a general). 1. Refrigerador, 2. Electrodomésticos de una casa, 3. Mobiliario y equipo en contabilidad.

Entre los tipos de material verbal que más usamos como apoyo al hablar tenemos: explicaciones, descripciones, definiciones, analogías, ilustraciones, casos específicos, estadísticas, testimonios y repeticiones. (Ehninger, Monroe y Gronbeck, 1978: 103-113.)

Principio y final de un discurso

Cuando Aristóteles dijo que eran necesarias una introducción y una conclusión en un discurso, por la pobre naturaleza de las audiencias, no estaba denigrando al género humano, más bien sabía que en toda situación comunicativa los oyentes tienen ciertas demandas o expectativas sobre el orador y su mensaje.

La introducción. El reto principal del orador al iniciar su discurso es llamar la atención del público para que lo escuche. Las funciones de la introducción están dirigidas a 1. captar la atención del público, 2. justificar o presentar el tema del que se va a hablar y 3. lograr la credibilidad del mensaje y del comunicador (Ehninger, Monroe y Gronbeck, 1978:189).

Estas son algunas de las introducciones que un autor puede utilizar con sutileza para lograr el efecto deseado:

- ✚ Referencias al tema o problema. Se hace una breve referencia a las ideas principales que serán tratadas en el mensaje.
- ✚ Referencia a la ocasión o el evento. Se dice algo referente al evento o la situación que se está viviendo en el momento de la exposición del mensaje.
- ✚ Referencia personal. El comunicador cuenta algo referente a su persona, profesión, trabajo, vida, etcétera, para mejorar o incrementar su credibilidad.
- ✚ Pregunta retórica. El comunicador lanza varias preguntas que no están dirigidas a responderse, sino que llevan la intención de hacer reflexionar a quienes escuchan.
- ✚ Citas o testimonios. Se menciona a personas con alta credibilidad para los escuchas; se dice alguna frase famosa de algún personaje, de un libro, etcétera.
- ✚ Contar el hecho o la opinión. Se cuenta algún hecho interesante para la audiencia, que sea relevante en el momento del mensaje, o bien, se dice la opinión de alguien en relación con el tema.
- ✚ Anécdotas reales, hipotéticas y humorísticas. Se cuenta lo sucedido al comunicador en alguna circunstancia. Esta narración puede ser imaginaria (en forma de generalización) o también darle un matiz de humor o sátira.
- ✚ Ilustración. Se narra con detalle alguna historia relacionada con el tema. Se cuenta algún suceso, que puede ser real o inventado especialmente para el mensaje.
- ✚ Combinaciones de métodos. Se usan varios tipos de introducciones, pero tratando de que guarden estrecha relación entre sí y con el tema.

La conclusión. La misión principal de la parte final, o conclusión, es fijar la atención del auditorio en el tema central y el propósito específico de la charla. Otra función es la de poner al auditorio en un estado de ánimo determinado. Por último, diremos que una buena conclusión es la que produce la impresión de que el mensaje ha terminado completamente.

Los principales errores al concluir son: 1. Finalizar las ideas del discurso con una nueva idea que no se alcanza a desarrollar; 2. Cortar abruptamente, sin haber

creado la impresión de terminar. El público advierte que ha concluido el discurso sólo porque el comunicador se ha callado.

Los tipos más empleados de conclusiones para cerrar un discurso que nos señalan Ehninger, Monroe y Gronbeck (1978:197) son:

1. Recordatorio del objetivo. Tipo de discurso: Informativo.

2. Resumen de puntos o ideas. Tipo de discurso: Informativo.

3. Intención personal de hacer algo. Tipo de discurso: Persuasivo.

4. Pregunta oportuna o de reflexión. Tipo de discurso: Persuasivo o de entretenimiento.

5. Ilustración. Tipo de discurso: Persuasivo

6. Recordatorio de la idea central. Tipo de discurso: Conjunto de todos.

Fuente consultada :

<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/biblioteca/4f75d92ee93c0aac9179f8b808e7cd44.pdf>