

(Ensayo)

(COMUNICACIÓN ORAL)
(TAHIRI DE LOS SANTOS HERNANDEZ)



PRESENTA EL ALUMNO:

(NANCY ZULEYMA GOMEZ GALERA)

GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:

SEGUNDO, CUATRIMESTRES, SEMIESCOLARIZADO

PICHUCALCO, CHIAPAS

29 DE ENERO DE 2021

INTRODUCCION

en este ensayo veremos los siguientes puntos y analizaremos los temas, de la persuasión y comunicación.

Cuáles son las estrategias de la persuasión, como son los propósitos de la persuasión, lo que es la ética que esto es de suma importancia conocer.

Los valores que hoy en día son fundamental y las personalidades.

COMUNICACIÓN EN PÚBLICO ESTRATEGIA PARA PERSUADIR

Nos dice que uno de los poderes que tiene la comunicación es la capacidad que va teniendo y cambios que provocan en la gente. La influencia de la comunicación está en todas partes, pero esto va dependiendo de los líderes como va proyectando a las demás personas para que sientan ese interés del tema que se está abordando o de lo que se desee que aprendan; el influir en las personas se le llama persuasión.

“El poder de la persuasión tiene como finalidad el convencimiento”.

Con la persuasión va definiendo nuestro propio yo, debido a la manera en que se expresan las cosas, podemos hacer sentir la importancia y se aprende de la realidad. La palabra persuasión proviene de suadere que significa atraer el alma de quien la escucha, entonces con esta definición entendemos que cuando hablamos con un grupo de personas tratamos de cambiar las ideas y que se lleven el conocimiento de la persona que está hablando, la intuición del emisor influye en el receptor. Los estudios de la persuasión se basan en la psicología y psicología social.

“El Dr. Cialdini explica cómo la psicología de la persuasión nació durante la segunda Guerra Mundial para diseñar programas de propaganda y lograr que prisioneros de guerra se manifestaran públicamente a favor de sus captores, para posteriormente aplicarse a todo tipo de organizaciones comerciales. Y se basa en 6 armas de influencia reciprocidad, compromiso y consistencia, prueba social, atracción, autoridad, escasez”.

A como lo dice el Dr. Cialdini acerca de la reciprocidad es devolver la reciprocidad de las ideas y conocimientos para que el emisor pueda reflejar dichas ideas al receptor y nos dice también que en la psicología es la habilidad para influenciar de manera social y con ello se puede aconsejar o también manipular.

Para el análisis de las actitudes en público se necesita la dirección, intensidad y posición, con la intensidad de la fuerza de los sentimientos, es un compromiso de una persona. Las estrategias persuasivas del comunicador van ser en mover gradualmente las actitudes del público con el propósito deseado. La ética de la oratoria va consistir en el bien decir, el orador será un hombre de bien que va saber hablar en cualquier lugar; la oratoria nos sirve para la verdad y para lo moral. Unos principios éticos son: el principio social positivo es cuando va

tener una utilidad social positiva, pero esto puede ser positivo o bien negativo para los individuos.

El principio humano: aquí se reconoce las reglas o los estándares del comportamiento humano, podemos identificar el sentido moral y espiritual. El principio interpersonal, la persuasión será ética cuando vaya desarrollando actitudes positivas con los individuos de otras culturas, debemos apreciar el valor, respetar las situaciones y valorar las conductas.

No debe interponerse por su propio interés, debe valorar a la persona, es inmoral mentir a los demás para que hagan lo que queramos. Los discursos persuasivos son 3: discurso de motivación, convicción y de refutación. Es que es el adecuado para el público va ser positivo hacia el tema, el comunicador formula sus propósitos es el de discurso de motivación, en cambio el de convicción es el discurso que va para las personas negativas o el público son poco favorable hacia el tema, este va más allá a esas personas, el orador está encargado de tratar de hacerlos cambiar y convencer al público.

El discurso de refutación es cuando el comunicador cuestiona, pregunta o rechaza los argumentos del orador que presenta cambios, de los cuales no son favorables o no son suficientes ventajas. Cuando las motivaciones cambian, las actitudes y opiniones también.

El discurso de motivación es cuando el comunicador quiere que el público actúe de manera determinada, este se encuentra en una actitud favorable, este va definiendo las secuencias de las ideas, como lo es captar la atención, de mostrar la necesidad, describir el problema, satisfacer las necesidades y solicitar la acción.

También como personales racionales que somos tenemos habilidades, destrezas, conocimientos, pero también tenemos cosas negativas podemos tener temores, miedo, desconfianza por lo mismo que somos seres humanos.

“El ser humano no es un ser solitario sino todo lo contrario, somos seres sociales. Necesitamos de los demás para vivir mejor y poder desarrollarnos, sin embargo, estos otros seres a los que necesitamos son diferentes” Jennifer Osorio

La comunicación oral tiene valores como lo es la verdad, confianza y el autodominio. Es un poder intelectual reúne todo lo positivo, la persona que hable de lo que sabe que es fácil difícilmente le van a creer.

“Hablar con la verdad es un principio moral que todo comunicador debe seguir “.

La verdad va definiendo a la persona y es la fuente de poder de vitalidad para la palabra, cuando alguien nos dice la verdad lo escuchamos con atención y entusiasmados.

El valor es la fuerza positiva que va ir fortaleciendo nuestras actitudes para realizar una acción. Para la confianza es necesario tener fe para que se esté convencido de lo que no se puede desperdiciar, cuando una persona se desanima empieza a bloquear sus ideas para ir mejorando las acciones y con el autodominio regula las emociones que pueden bloquear las ideas, con la justicia es la solidaridad humana, la justicia humana que tengamos, por eso es muy importante practicar los valores para poder comunicarnos.

El miedo va destruyendo y nada cree se da sin suposiciones, nos alerta, nos prepara; el miedo es una sensación física y mental y de las emociones descontroladas; el cual va provocando nerviosismo, por lo consiguiente la timidez es un temor que se tiene y son inseguridades o inferioridades que presentamos antes las personas, pero esas personas tímidas son por sus propios complejos de que no tienen la voluntad, la fuerza, disciplina y fe. Cuando eres una persona negativa tiendes hacer una persona tímida. La personalidad es la expresión de lo que somos y de lo que vamos haciendo en nuestro ámbito a diario. Los factores de la personalidad son, físico, intelectual, emotivo y social.

CONCLUSION

En este tema de la comunicación en público se hablo acerca de que los valores son de suma importancia para cualquier trabajo, para nuestra vida cotidiana, son fundamentales en nuestro día a día.

La personalidad nos explicó que es lo que somos, lo que hacemos día a día como nos compartamos tanto en la escuela, en la casa, en el trabajo, etc. La personalidad es muy importante porque los demás perciben lo que realmente somos sin necesidad de fingir alguna personalidad, atreves de cómo nos comportamos y de cómo actuamos en ciertas circunstancias de la vida.

También vimos acerca de la timidez que es un factor de inseguridad que eso es propio de una complejidad como persona a veces sentimos miedo, pero se da por medio mental y físico.

Además, se leyó acerca de los principios del comunicador, y de la importancia de que el orador debe decir la verdad para que las personas que lo escuchan le crean y confien en lo que está tratando de decir.

Esto es un poco de lo que leímos de la comunicación en público que es de suma importancia porque si el orador dice mentiras las personas desconfían de lo que dice y no cumple la función que es que la gente crea lo que expone.

REFERENCIA

www.oscarfeito.com/la-psicologia-de-la-persuasion/

Robert Cialdini (1945) publicase en 1984 su libro *Influencia: la psicología de la persuasión*.

<https://www.studocu.com/.../discurso-persuasivo-ce/8657318>

elaborado con recursos federales ANUIES-SEP al Programa de Apoyo a la Formación Profesional 2014 (PAFP) a: QFB. Emilia E. Vásquez Farías Dirección de Estudios de Licenciatura, UANL. Mtra. Anel Cristina Pérez Reyna Coordinación del proyecto • Mtra. Cristina Baeza Vera • Mtra. Ana Ma. Salas del Río • Lic. María Isabel C. Galicia Rdz. • Lic. Pablo M. Contreras Alvarado.

[ACTITUDES ETICAS DE LA CONVIVENCIA HUMANA. by Jennifer Osorio \(prezi.com\)](#)

[Los valores y las actitudes éticas - Ética - Bachillerato Tecnológico - StuDocu](#)