



**Nombre del alumno: Luis Fernando  
Cancino Araujo**

**Nombre del profesor: Lic. Luis Miguel  
Sánchez Hernández**

**Licenciatura: Medicina veterinaria y  
zootecnia**

**Materia: Comunicación oral**

**Nombre del trabajo: Ensayo**

Ocosingo, Chiapas a 04 de Febrero  
del 2022

# Comunicación oral

## Ensayo

El mensaje es, en el sentido más general, el objeto de la comunicación. Esta definido como la información o enunciado verbal que el emisor envía al receptor a través a través de un canal de comunicación o medio de comunicación determinado (Por ejemplo, el habla o la escritura).

Poco a poco, nos vamos convenciendo de que el mundo actual se mueve en el tablero de la comunicación. Por tanto, es importantísimo saber comunicar y saber comunicarnos. Lo primero afecta al mensaje a los contenidos que queremos transmitir. Lo segundo, a nuestra actitud, a nuestros modales, a nuestras técnicas. Por eso, están de moda infinidad de cursos sobre el apasionante mundo de la comunicación. Cursos de tres jornadas, intensivos, pero perfectamente diseñados para que aprendamos a expresarnos o para que dominemos el arte de hablar en público. Los dirigentes de la sociedad actual se han dado cuenta de que lo verdaderamente importante no es tanto la verdad pura y desnuda, sino los estados de opinión que se crean en torno a esa verdad. Y, lógicamente, tienen muy en cuenta esos datos para ajustarse así a los gustos del gran público que derivarán después en la cosecha del número de votos o de aplausos. A veces, en muchas ocasiones, poco importa que la verdad esté de nuestra parte, si su contenido es rechazado por una inmensa mayoría. Nos quedaremos solos en su defensa.

El mensaje es, en el sentido más general, el objeto de la comunicación. Está definido como la información o enunciado verbal que el emisor envía al receptor a través de un canal de comunicación o medio de comunicación determinado. Sin embargo, el término también se aplica, dependiendo del contexto, a la presentación de dicha información; es decir, a los símbolos utilizados para transmitir el mensaje. Cualquiera que sea el caso, el mensaje es una parte fundamental en el proceso del intercambio de información.

A lo largo de los años la comunicación interpersonal ha sido objeto de estudio de muy diversos especialistas, se le ha asociado a distintas disciplinas. Puesto que la comunicación interpersonal está presente en todo momento. Todo comunica, la diferencia radica en saberlo en todo momento hacer y hacerlo bien. Partiendo de esta premisa tenemos que la paradoja de la comunicación interpersonal radica en que al ser algo tan cotidiano y de primera vista "simple" implica todo un análisis de distintos factores.

Y todos estos aspectos podrían influir en el mensaje de manera positiva o negativa en el otro, dependiendo de la relación que exista entre ellos. De igual manera podría suceder si se hubieran visto a través de una cámara web. La relación que exista entre ellos también podría analizarse con base a la proximidad en la

que ellos se encuentran hablando, que según la proxémica, determina la relación en función a la distancia en la que se encuentra uno del otro.

Retomando la posibilidad de que se encuentran cerca, la cercanía podría determinar si son conocidos. Dentro de la conversación encontramos claramente los elementos del proceso comunicativo. Se tiene un contexto y participantes.

La comunicación es fundamental en todos los aspectos de la vida. que esta relacionado, es coherente y capaz de responder a los deseos de los consumidores es la clave de un negocio triunfador, a la que se le tiene que dar una a certada comunicación.

Definimos que el mensaje es uno de los elementos que las personas utilizamos como principal herramienta para interactuar. uno de los elementos que las personas utilizamos como principal herramienta para interactuar o interrelacionarnos con nuestras semejantes es la comunicación, por que la utilizamos tanto para enviar tanto como para recibir información, y que tambien son necesarios sus elementos, el emisor al enviar la información debe saber elegir el canal de comunicación adecuado para que el receptor pueda recibir y, sobre todo entender el mensaje que se le esta transmitiendo.

Bibliografía:

- UDS dirección y liderazgo, séptimo cuatrimestre antología