



LIC. MEDICINA VETERINARIA Y  
ZOOCTENIA

Marissa cruz paz

2do Cuatrimestre

Comunicación oral

## Definición de conceptos

Después de estudiar el capítulo 7, escriba las siguientes definiciones:

1. Proceso de comunicación en público  
Arte práctico, una herramienta en las organizaciones para mejorar la productividad y un medio de control social.
2. Presentación en público leída  
Se redacta en un documento y el comunicador lee el texto directamente, habilidad de leer con eficacia.
3. Presentación en público memorizada  
Discurso, se redacta completo y luego se memoriza, lleva al comunicador a dar un discurso acartonado y poco flexible.
4. Presentación en público improvisada  
Discurso pronunciado bajo la inspiración del momento; no se requiere preparación.
5. Presentación en público extemporánea  
Empieza el esquema para fijar las ideas en su mente siguiendo un orden determinado.
6. Credibilidad de un comunicador  
Un sentimiento de confianza que otorgan los públicos al comunicador con base en sus percepciones y filtros de prejuicios.
7. Ansiedad situacional  
La tensión y el nerviosismo que se producen al hablar en público, se presenta solo en situaciones importantes.
8. Discurso informativo  
Se presenta a un público con la idea de informarle sobre algún área del conocimiento.
9. Conferencia  
Discursos o mensajes que entregan un conocimiento, producto de una investigación.
10. Ponencia  
Discurso que promueve o favorece el conocimiento, adquirir conocimientos, expresando opiniones de acuerdo con su saber, ambiente deliberativo.

## Preguntas para estudio

1. ¿Cuál es la diferencia que puede encontrar entre oratoria y comunicación oral en público? Justifique.
2. ¿Por qué el sentir de una persona que participa en la comunicación en público es diferente del sentimiento que se genera en una conversación? ¿Qué elementos son los que determinan la diferencia?
3. ¿Cuál de las características del proceso de la comunicación en público considera más importante para lograr resultados exitosos? ¿Por qué?
4. ¿Qué modificaciones ha sufrido la comunicación oral en público en los últimos 10 años? ¿Qué elementos han intervenido en modificaciones?
5. ¿Cómo puede afectarse la credibilidad de una persona en un proceso de comunicación oral en público?
6. ¿Habría usted en público sin ninguna preparación, de manera espontánea o improvisada? ¿Por qué?
7. ¿Qué formas o modalidades de comunicación en público ha presenciado usted? ¿Cuáles ha experimentado? ¿Con qué forma cree usted que el comunicador se siente más seguro ante el público? ¿Por qué?
8. ¿Cómo puede el comunicador perder el control ante el público? ¿Qué aspectos debe cuidar para tener éxito en su comunicación en público?
9. ¿Cuáles son las formas recomendables de comunicación en público para compartir conocimientos o información con un público?
10. ¿Qué cualidades debe tener un comunicador para informar adecuadamente sobre un tema? ¿Cuál es la que a usted le convendría desarrollar más? ¿Por qué?

## Ejercicios

1. Escriba en este espacio una lista de aspectos positivos y aspectos negativos que usted podría tener en un proceso de comunicación en público.

Aspectos positivos:

Influenciar a las personas, reconocimiento, interacción, plantear y enviar el mensaje de manera apropiada para provocar una respuesta precisa del público.

Aspectos negativos:

Nerviosismo, no obtener eficacia deseada, se puede perder la credibilidad por los prejuicios, actitudes la tensión o nerviosismo en el momento de la presentación.

2. Elabore un cuadro sinóptico con los conceptos más importantes que intervienen en un proceso de comunicación en público. Puede hacerlo por etapas del proceso, o bien, por la organización de todos los elementos y conceptos relacionados.

**Proceso de Comunicación en público**

**Comunicador**: Plantea y envía el mensaje con el propósito específico de provocar una respuesta precisa.

**Mensaje**: Compuesto de partes bien organizadas, en lenguaje claro.

**El discurso público**: Conserva un propósito específico preparado por el comunicador.

**El público**: Un grupo de personas con ciertas características que lo identifican como estudiantes, Ciudadanos, etc.

3. Escriba 10 temas actuales, que sean adecuados para presentar información ante un público en forma de conferencia.

Guerra  
Narcotráfico  
Racismo  
Violencia  
Contaminación

Feminicidio  
Internet  
Educación  
Futuro gobierno  
Redes sociales

4. Las instrucciones deben servir para informar de manera detallada los pasos o las etapas mediante los cuales se llega a realizar alguna actividad. Redacte las instrucciones para elaborar una conferencia, de acuerdo con lo estudiado en este capítulo.

**Introducción**: Presentar una breve referencia a su persona llamada de interés que despierte la atención del público.

**Proposición**: Una exposición más amplia del asunto o tema.

**Confirmación**: analizar el tema, aportar sus ideas señalar las opiniones.

**Conclusión**: síntesis del conocimiento expuesto.

5. Anote cinco aspectos que le podrían originar tensión, nerviosismo y ansiedad situacional al comunicarse usted con un público en una conferencia.

Interrupciones  
Desconcentración  
No preparar bien el tema  
Muchas preguntas del público  
Mucha ausencia

## Definición de conceptos

Después de estudiar el capítulo 8, escriba las siguientes definiciones:

1. Comunicación persuasiva  
Tipo de comunicación que pretende cambiar, afectar, o reforzar ciertas respuestas de los demás.
2. Estrategia de comunicación persuasiva  
Estrategias basadas en los principios anteriores con la intención de convencer a alguien de algo.
3. Discurso de motivación  
Es el arte hecho palabra, un poderoso recurso que va más allá de hablar bien.
4. Discurso de convicción  
Su finalidad no es solo informar, sino convencer mediante razones y persuadir la voluntad de los receptores.
5. Discurso de refutación  
Parte del discurso comprendida en la confirmación y cuyo objeto es rebatir los argumentos aducidos.
6. Persuasión  
Capacidad que tienen algunas personas o compañías de influir en el comportamiento de otras personas.
7. Logos  
Es la lógica, la parte razonada de la exposición.
8. Phatos  
Es la conexión emocional con la audiencia.
9. Ethos  
Es la credibilidad del orador.
10. Principio humano  
reglas o normas que orientan la acción de un ser humano cambiando las facultades espirituales racionales.
11. Principio interpersonal  
para saber tratar con las personas.
12. Principio social  
conjunto de valores, creencias, normas, que orientan y regulan la vida de la organización.

## Preguntas para estudio

1. ¿Qué es la persuasión? ¿Para qué sirve? ¿Cuáles son sus principales funciones?
2. ¿Cuáles son las tres consideraciones que debemos seguir en la estrategia persuasiva?
3. ¿Qué función desempeña la persuasión en los cambios sociales? ¿Cómo interviene en la evolución de las sociedades el uso de la persuasión?
4. ¿En qué forma se relacionan los propósitos persuasivos con el análisis del público y la estrategia persuasiva?
5. ¿Recuerda alguna experiencia donde se haya comunicado persuasivamente? ¿Cómo fue? ¿Tuvo éxito? ¿Qué elementos o factores intervinieron en el resultado?
6. ¿En qué situaciones es indispensable o necesario usar la comunicación persuasiva? Justifique.
7. ¿Cuáles son los tipos de discursos persuasivos que puede practicar un comunicador?
8. ¿Para qué sirve el discurso de motivación? ¿Para qué tipo de público es adecuado, según sus actitudes?
9. ¿Cuáles son las partes que constituyen el discurso de motivación? ¿En qué consiste la secuencia motivadora?
10. ¿Por qué la ética se tiene que considerar al usar la persuasión? ¿Con qué principios éticos se puede juzgar la influencia de la comunicación persuasiva?

## Ejercicios

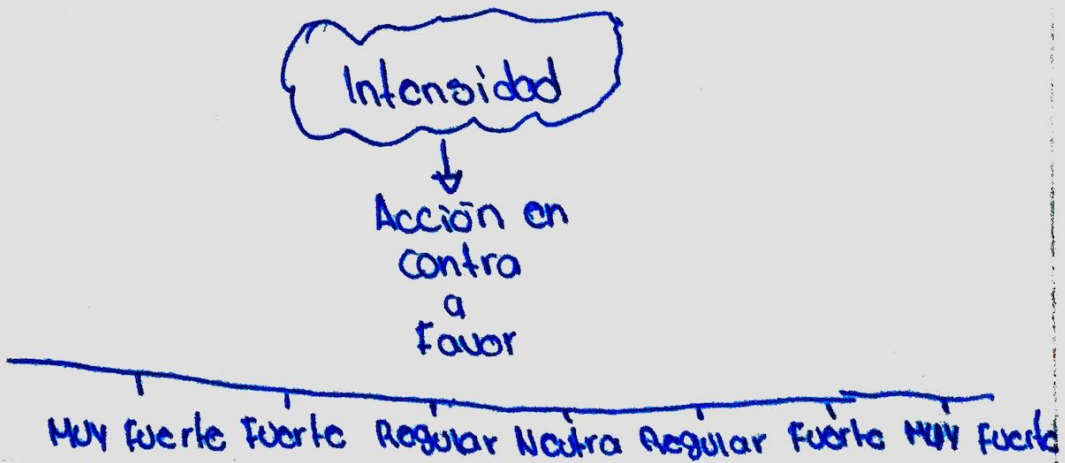
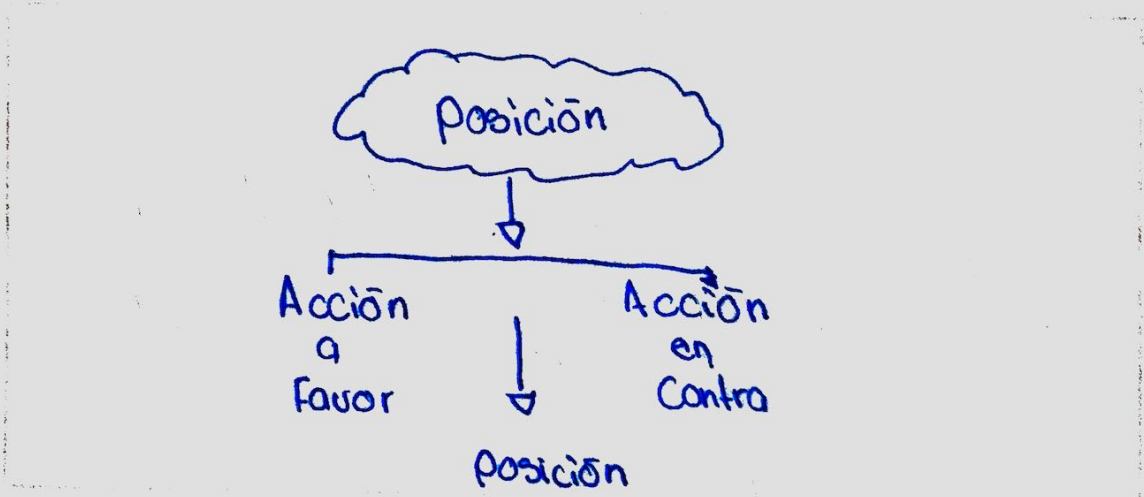
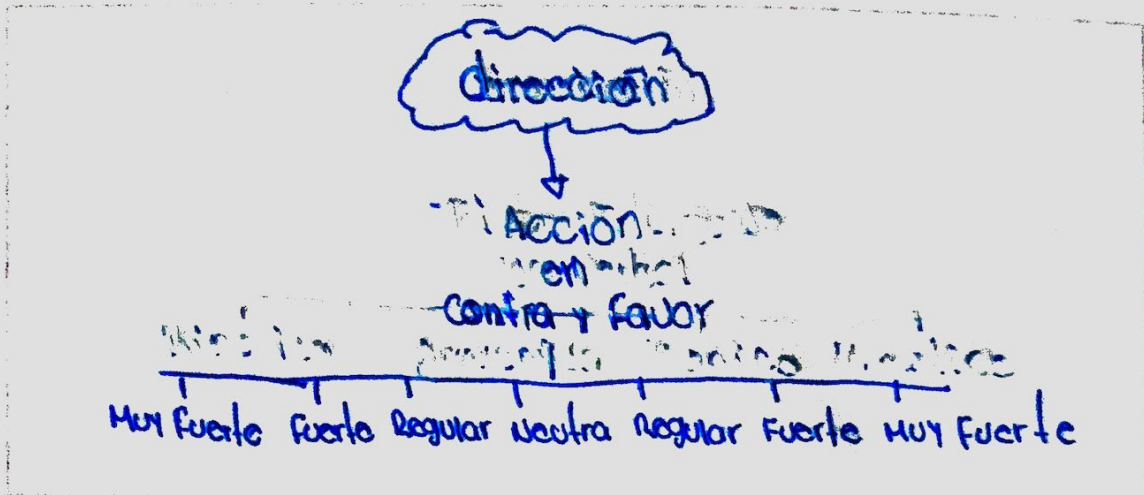
1. Escriba las diferencias que existen en la definición del concepto comunicación y la definición del concepto persuasión.  

Es la Cantidad de Personas Involucradas.  
 Ambas utilizan una combinación de múltiples técnicas de audio, visuales y verbales para persuadir a la audiencia.
2. Elabore una lista de cinco situaciones donde se necesitaría el uso de la persuasión para motivar a la gente a que realice una acción *deseable, buena o positiva*.  

Cuando queremos convencer a nuestro pueblo  
 Publicidad  
 Escuchar  
 Se asertivo  
 No imponer
3. Elabore una lista de cinco situaciones en las que se necesitaría el uso de la persuasión para convencer de alguna idea a la gente.  

Negociar  
 Discursos  
 Periodismo  
 publicidad  
 Propaganda

4. Realice los tres esquemas que representen la dirección, la posición y la intensidad de sus actitudes respecto a un tema, situación o evento. En seguida, relacione esos esquemas con un propósito persuasivo que podría cumplir, de acuerdo con sus actitudes, y escríbalo.







8. Ejemplifique tres situaciones en las que trataría de persuadir para motivar. En seguida anote y explique con cuál de los principios éticos se podría juzgar cada una de esas situaciones.

Situación 1:

Discurso

Principio ético:

realizados por políticos, sindicalistas, empresarios, para convencer a un público sobre la postura de un tema.

Situación 2:

propaganda

Principio ético:

se divulgan ideas, información o opiniones, con el objetivo de que las personas o actúen de manera determinada.

Situación 3:

Negociación

Principio ético:

Realizar una oferta con un precio muy elevado el receptor rechaza y negocia el precio. Ofreciendo un descuento.