COMUNICACIÓN SOCIAL II

BLOQUE I

- Comunicación. Definiciones. Elementos. Componentes. Tipos.
- Oratoria. Definición y características.
- El discurso, la persuasión.
- Distintos tipos de auditorio

COMUNICACIÓN

Existen cientos, quizás miles, de definiciones acerca de la comunicación. Y esta multiplicidad está vinculada a su principal propiedad: la comunicación es patrimonio de la humanidad, nos pertenece a todos, se encuentra en cada uno de nosotros. Desde nuestra más elemental existencia somos seres comunicantes, atados a un lenguaje y a sus reglas, de las que participamos aun antes de ser conscientes de ello.

Y para comunicarnos nos valemos de las palabras, los gestos, los silencios y los actos que hemos aprendido en el marco de nuestra cultura, que serán interpretados por otra persona, en función de la historia, conocimientos y experiencias de ese otro sujeto. Así, la multiplicidad de sentidos es inagotable.

Además, cada instancia de comunicación genera nuevos significados que se suman a los que ya teníamos o los modifican.

Como aproximación a una definición de comunicación proponemos observar la elaborada por la UNESCO, que se destaca por presentar una concepción muy amplia e integral:

"La comunicación sostiene y anima la vida. Es motor y expresión de la actividad social y de la civilización (…). Es la fuente común de la cual se toman las ideas. Fortalece el sentimiento de pertenecer a una misma comunidad. La comunicación vincula en el Hombre (…) sus aspiraciones más nobles de una vida mejor." ***(UNESCO, Un mundo, múltiples voces. Fondo de Cultura de México, México, 1980, pág. 19)***

En términos generales, la comunicación es un medio de conexión o de unión que tenemos las personas para transmitir o intercambiar mensajes. Es decir, que cada vez que nos comunicamos con nuestros familiares, amigos, compañeros de trabajo, socios, clientes, etc., lo que hacemos es establecer una conexión con ellos con el fin de dar, recibir o intercambiar ideas, información o algún significado.

La comunicación es un proceso mediante el cual el emisor y el receptor establecen una conexión en un momento y espacio determinados para transmitir, intercambiar o compartir ideas, información o significados que son comprensibles para ambos.

Elementos básicos que componen la comunicación:

Para una mejor comprensión de la anterior *definición*, desglosaremos los elementos básicos que componen la *comunicación*:

1. **Proceso**: La comunicación es un proceso que (en términos generales) incluye los siguientes pasos:
    - Primero, un emisor desea transmitir, intercambiar o compartir un mensaje con un receptor.
    - Segundo, el emisor codifica ese mensaje para que sea comprensible para el receptor.
    - Tercero, envía ese mensaje codificado mediante un canal (él mismo, un correo electrónico, un aviso en prensa, un programa de televisión, etc.)
    - Cuarto, el receptor recibe y decodifica ese mensaje.
    - Quinto, el receptor responde a ese mensaje en función a su comprensión del mismo y da lugar a una retroalimentación. En este punto, cabe señalar que durante este proceso se producen ruidos o interferencias que afectan la comunicación, y que tanto el emisor como el receptor deben tratar de superar para entablar una buena comunicación.

2. **Emisor** y **receptor**: Para que se dé la comunicación deben existir dos partes, el emisor y el receptor, y ambos deben estar predispuestos a comunicarse; es decir, a emitir un mensaje y/o a recibirlo. En el momento en que una de las partes no está interesada en dar y/o recibir un mensaje se anula la comunicación.

3. **Conexión**: Toda comunicación conecta o une a dos o más personas en un momento dado y en un espacio (físico o virtual) determinado. Sin embargo, cabe destacar que esa conexión puede tener diversas formas, es decir, que puede ser en persona (cara a cara), a distancia (por ejemplo, mediante el envío y recepción

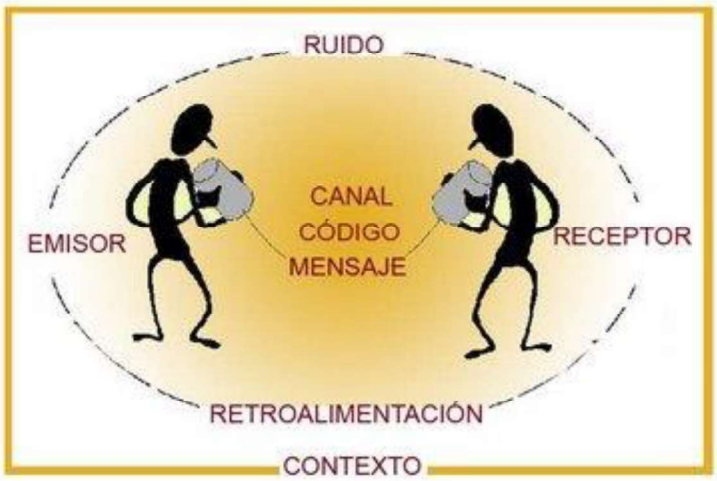
de correos electrónicos, mensajes instantáneos, etc..) o impersonal (mediante un programa de televisión o radio en la que el presentador transmite un mensaje a una audiencia compuesta por miles de personas).

4. **Transmitir, intercambiar o compartir**: Cuando se entabla una comunicación se transmite, intercambia o comparte un mensaje, por tanto, puede ser un proceso dinámico de ida y vuelta entre el emisor y el receptor (en el que ambos intercambian ideas, información o significados), o, simplemente ser una transmisión del emisor al receptor (como sucede con los programas de televisión y radio).

5. **Ideas, información o significados comprensibles**: Para que se pueda entablar una comunicación entre un emisor y un receptor, deben existir ideas, información o significados (el mensaje) que sean comprensibles para ambos; es decir, que el conjunto de símbolos que utilizan (verbales o no) sean entendibles para ambas partes, caso contrario, no podrían entablar una comunicación.

Componentes del sistema de comunicación oral

La Comunicación es el componente humano por el que se establece una relación entre personas.



- **Emisor**: es el que transmite un mensaje. Se le suele llamar orador, conferenciante, presentador, es decir, quien habla. El emisor decide las ideas que quiere comunicar, analizar, los destinatarios, elige el canal y utiliza un código

adecuado para que el receptor reciba e interprete el mensaje correctamente y actúen en consecuencia. Del mismo modo debe analizar cada paso del proceso comunicativo y sus resultados en el receptor para ir corrigiendo las posibles deficiencias y las inevitables pérdidas de manera que pueda ir adaptando el mensaje.

- **Receptor**: es la persona o personas que reciben el mensaje enviado por el emisor. El receptor llamando oyente, auditorio, destinatario o el que escucha, debe descifrar e interpretar el mensaje y emitir una respuesta. Para ello, debe interesarse por el emisor y su comunicación.

- **Mensaje**: es lo que el emisor comunica al receptor (información, ideas, órdenes, sensaciones) El mensaje puede ser verbal (palabras, frases) o no verbal (gestos, presencia). El mensaje debe ser coherente, interesante, convincente y adaptado al destinatario en su contenido y en su terminología para su mejor compresión e interpretación, de manera que se eviten las distorsiones.

- **Código**: es el sistema organizado de signos, señales y símbolos previamente convenido para poder entenderse bien (letras, palabras, números, idiomas).

- **Canal**: es el medio a través del cual se transporte el mensaje. es necesario adaptar el canal (oral, visual, táctil) al contenido del mensaje, a las características del receptor y a los objetivos del emisor.

- **Respuesta**: es la contestación verbal y no verbal que el receptor da al mensaje del emisor. Es fundamental que el emisor analice las respuestas para descubrir la eficacia de la comunicación y modifique o potencia sus técnicas comunicativas.

- **Ruido**: No se refiere solo a una molestia sonora, sino a cualquier interferencia en este proceso; también se conoce como perturbación de la información. El ruido puede presentarse en el canal o medio de comunicación, en el código (lenguaje u otro) y en la forma. Se trata cualquier interferencia que se produzca en la comunicación que impida que esta se logre. Consiste en toda perturbación en el proceso comunicativo, distorsionando u ocultando el mensaje.

Tipos de comunicación

La comunicación ante cualquier persona o grupo de personas puede ser de dos tipos: verbal y no verbal.

- **Comunicación verbal**: es la que utiliza como medio de expresión el lenguaje. Puede ser oral o escrita según sea el canal por el que se transmita. La comunicación oral es la que emplea el lenguaje hablado. La palabra es nuestro principal instrumento de transmisión de información y comunicación con las personas que nos rodean.

- **Comunicación no verbal**: es la que emite el cuerpo humano. En una conversación normal el 65% aproximadamente de los mensajes que se transmiten no son verbales. Se realiza por los diferentes medios:

    - Canal visual: presencia y gestos.
    - Canal auditivo: intensidad y timbre de la voz, silencios, rapidez en el lenguaje, etc.
    - Canal táctil: contactos personales de saludo, amistad, compañerismo.

COMUNICACIÓN VERBAL

En muchos momentos de nuestra vida laboral o personal atribuimos a la comunicación, el éxito o el fracaso de nuestra actuación en los diferentes papeles que asumimos en la vida diaria. El trabajo, los negocios, la sociedad, la política, los amigos, la familia y el estudio son algunos de los aspectos que nos obligan a emitir mensajes orales y escritos. El lenguaje es el instrumento que nos permite comunicarnos con los demás al enviar y recibir mensajes. Podemos decir que existen dos tipos de comunicación: **la verbal y la no verbal**.

Dentro de la primera situamos a la comunicación oral y a la escrita y en la segunda, todo lo referente a la comunicación no verbal, es decir, el lenguaje corporal, gestual y también el de algunas manifestaciones del arte como la pintura, la escultura, la danza y la arquitectura.

Entrevistar a una víctima, tomar una denuncia, solicitar documentación en un operativo policial, escuchar testimonios, dialogar con un fiscal o un defensor, leer una

orden de allanamiento, elaborar un parte, son interacciones que requieren de la comunicación verbal y no verbal para llevarse a cabo.

La comunicación verbal muchas veces se complementa con la no verbal para reforzar el mensaje y dar una idea más clara de lo que se quiere decir. Aunque en ocasiones estos dos tipos de comunicación pueden contradecirse durante la transmisión del mensaje.

La comunicación verbal implica el uso de palabras para construir oraciones que transmiten pensamientos. Estas palabras pueden ser emitidas oralmente o a través de la escritura.

Comunicación escrita

Es aquella que se realiza a través de códigos escritos. A diferencia de la comunicación oral, la escrita puede perdurar en el tiempo. Esto ocasiona que la interacción con el receptor no necesariamente se produzca de manera inmediata.

La comunicación escrita se ha desarrollado a lo largo del tiempo con la creación de nuevos medios, y estará en constante evolución a medida que la ciencia y la tecnología sigan creando nuevos canales de comunicación.

Comunicación oral

Es aquella donde se utilizan las palabras habladas o se emiten sonidos de forma verbal. La entonación y la vocalización juegan un papel fundamental en este tipo de comunicación para que el mensaje llegue efectivamente y pueda ser interpretado por el receptor.

La comunicación oral, tiene la capacidad de utilizar la voz para expresar lo que se siente o piensa a través de las palabras; los gestos y todos los recursos de expresividad de movimientos del hablante forman parte de aquello que inconscientemente acompaña a nuestras palabras pero que son comunicación no verbal.

Hay comunicación oral donde quiera que se diga algo a través de la palabra hablada. La expresión oral consiste en el empleo de la palabra (hablada) y del pensamiento, en forma correcta elegante y clara.

Las principales características de la comunicación verbal son las siguientes:

- Es espontánea
- Se rectifica
- Utiliza modismos, dichos, etc.

- Hay acción corporal
- Se repiten palabras
- Es casi siempre informal
- Es dinámica
- Se amplía con explicaciones
- Rompe la sintaxis
- Utiliza nuevos significados

Cualidades de la voz y variedad vocal

- **Tono:** Las vibraciones que la voz produce y que son originadas por las cuerdas vocales, deben emitir un tono adecuado al momento de la expresión oral. Escuchar a un orador con tono muy grave o agudo es desagradable al oído. Es conveniente moderar el tono hasta lograr el debido. Esto garantiza la aceptación y hasta el gusto del que escucha. Leer y hacerlo en voz alta afirma tanto a la voz ya su lector como al que escucha.
- **Dicción**: Es pronunciar claramente. Las palabras deben entenderse sin ninguna duda. Cada fonema obliga a articular debidamente; de tal manera que los que escuchan no sean obligados a hacer inútiles esfuerzos para comprender.

La falta de una buena dicción entorpecerá la captación de lo que se lea o se diga. La dicción hace clara y entendible la lectura y la expresión oral, permite que el mensaje llegue a los oídos receptivos.

La dicción se somete a varias reglas, de las cuales las principales son:

- **Claridad:** articula perfectamente son omitir letras ni confundir sonidos, huyendo de la precipitación o la lentitud.
- **Corrección:** limitarse a la pronunciación pura y genuina de la lengua, evitando tornillos amanerados. Las pausas de puntuación deben marcarse debidamente.
- **Variedad melodiosa:** observar los tonos, la intensidad y los cambios que admiten los sonidos vocales en cada circunstancia peculiar.
- **Ritmo:** Es la armonía y acentuación grata y cadenciosa del lenguaje que resulta de la combinación y sucesión de voces y cláusulas escogidas convenientemente, diferenciadas por pausas y cortes.

Cuanto más cuidado se tenga en la organización de palabras y frases, más armoniosa será la expresión.

- **Expresividad:** Este aspecto se trasluce en la expresión vocal y actitudes corporales. Hace referencia a la agitación pasajera que sufre una persona cuando se impresiona con lago, ya sea alegría, sorpresa, medio, etc.

Lo deseable en una exposición es conservar la uniformidad comedida del habla en la conversación. La exposición oral que se haga, sobre todo delante de un grupo de compañeros, debe ser activa, acompañando lo dicho con ciertos movimientos de cuerpo para transmitir entusiasmo y bríos naturales.

- **Uso de pausas:** Nos ayudan a agrupar las palabras habladas en bloques o unidades que tienen significado en conjunto. Son como los puntos en un escrito.

Las pausas permiten respirar, dar variedad a la voz y cambiar el tono y ritmo. Si se hace buen uso de ellas, ayudan a mantener viva la atención de los receptores, propiciando breves cortes para reflexionar o pensar en el mensaje. Las pausas muy prolongadas son consideradas inapropiadas, como las "muletillas", que son un sonido, una sílaba o una palabra que no tienen sentido en el mensaje pero que se repiten con frecuencia sólo para llenar un espacio entre las ideas que generamos, y tienen que ser expresadas una a una.

- **Entonación:** Corresponde a poner énfasis o dar más fuerza a aquellas palabras o sílabas con las que queremos llamar la atención de los que escuchan.
- **Interpretación:** Se refiere al grado en que nos involucramos con la información que estamos expresando que sólo con la voz podemos expresar un sentimiento o sentir de algún personaje, incluso darle vida a un tema.

Una buena interpretación se logra teniendo pleno conocimiento del tema que estamos interpretando.

- **Volumen:** Es la intensidad de la voz al escucharse. Un bajo volumen no permite percibir la voz. Un volumen demasiado fuerte molesta cuando distorsiona las palabras. El volumen adecuado se siente, ya sea al leer en voz alta o al expresarse oralmente, se comprueba por medio de los oídos, los rostros y las actitudes de los que nos escuchan. El volumen debe controlarse aumentarse o disminuirse de acuerdo con la intención que se quiera dar y a la manera como se espera sea recibido.

COMUNICACIÓN NO VERBAL

Reconocemos que algunas personas poseen ciertas cualidades naturales sobresalientes que influyen para tener éxito en su comunicación: una constitución física

armoniosa, simpatía, una voz sonora, un carácter firme y honesto, etc. Existen también aptitudes como la entonación de la voz, la fluidez al hablar, la gracia de movimientos corporales, la expresión de los gestos, la dirección de las miradas, etc.; todas estas habilidades pueden ser aprendidas y desarrolladas hasta llegar a convertirse en verdaderos talentos.

La comunicación no verbal se refiere a todas aquellas señas o señales relacionadas con la situación de comunicación que no son palabras escritas u orales.

Estas señas o señales son gestos, movimientos de la cabeza o corporales, postura, expresión facial, la mirada, proximidad o cercanía, tacto o contacto corporal, orientación, tonalidad de voz y otros aspectos vocales, el vestuario y el arreglo personal.

La comunicación no verbal complementa la comunicación verbal para reforzarla, contradecirla, sustituirla, acentuarla y regularla o controlarla.

Tipos de comunicación no verbal

La variabilidad de circunstancias y el contexto en que observamos la comunicación no verbal dan señales para interpretar el mensaje, pero es difícil hacerlo de manera correcta en un acto de comunicación no verbal, por consiguiente, no debemos cerrarnos a una o dos interpretaciones de los mensajes no verbales observados. Tenemos que estar conscientes de que puede haber numerosas razones para explicar determinada conducta no verbal de una persona en una situación particular.

A continuación, se enlistan los elementos de la comunicación no verbal que utilizamos como complementos de la comunicación oral al emitir cualquier mensaje:

1. **Comunicación corporal (Kinésica):**
2. **Comunicación paralingüística**
3. **Comunicación no verbal espacial (Proxémica)**
4. **Postura y movimientos**

1. **Comunicación corporal (Kinésica):** La palabra kinésica se deriva del griego kinen que significa “mover”. Uno de los objetos de estudio de la kinésica han sido los movimientos y los gestos corporales.

Ciertos gestos, llamados emblemas, son sustitutos no verbales para la palabra o las frases específicas, como afirmar o negar algo con el movimiento de la cabeza.

Otras funciones de los gestos y movimientos corporales son signos de afecto, de control y de adaptación.

- **Signos de afecto:** son expresiones faciales que reflejan el estado emocional de la persona. Puede reforzar o contradecir el mensaje verbal.
- **Signos de control**: son movimientos corporales y gestos faciales que monitorean y controlan la comunicación verbal con la otra persona. Proveen la retroalimentación que se necesita para saber si entiende el mensaje, si se necesita aclararlo.
- **Signos de adaptación**: son movimientos y gestos faciales, sin intención de comunicar. Son esfuerzos para adaptarse a las necesidades físicas e inmediatas, como un grito de dolor. En todo momento, el rostro humano presenta diversas emociones múltiples y no un estado emocional determinado, a esta combinación se le llama fusiones afectivas.

También se han descubierto aquellas emociones que se reflejan en los cambios de expresión que ocurren en cuestión de segundos, como pasar de una sonrisa a un gesto facial de enojo y luego a un gesto de asombro. A estas expresiones se les llama micro momentáneas y revelan los estados emocionales reales de la persona.

2. Comunicación paralingüística

La paralingüística es el "estudio de la expresión de los mensajes no verbales producidos por la voz".

Todos tendemos a interpretar y hacer juicios con base en las señales vocales. Las cuales corresponden a fenómenos acústicos específicos muy variados consistentes en elementos de calidad de voz, vocalizaciones y pausas. Los componentes del paralenguaje son los siguientes:

- Cualidades de la voz: involucran la amplitud y el control del tono, ritmo y articulación, así como la resonancia del labio vocal.
- Vocalizaciones: reír, llorar, gemir, bostezar, eructar, tragar, inhalar o exhalar profundamente, toser, hipar, quejarse, gritar, silbar, atarear, suspirar, carcajearse, sollozar, murmurar, chiflar, carraspear, jadear, susurrar, estornudar, etc. (caracterizaciones vocales). Volumen de muy alto a muy bajo y velocidad de muy lenta a muy rápida (calificativos vocales). Vocalizaciones como uh, um, mm, oh, etc. (segregados vocales).

Todos estos son fenómenos acústicos muy variados que percibimos al escuchar la voz humana. Con base en ellos, los receptores hacen juicios principalmente acerca de cuatro tipos de información:

- Las características personales del emisor: aspecto físico, edad, ocupación, clase social, sexo, nivel de educación y región geográfica.
- Actitud hacia el receptor
- Personalidad
- Estado emocional

3. Comunicación no verbal espacial (Proxémica)

Proxémica. Con esta área de conocimiento se investiga sobre cómo las personas utilizan el espacio para comunicar mensajes. Se refiere al estudio de la manera en que el hombre percibe, estructura, utiliza sus espacios personales y sociales.

Espacio interpersonal.

Es la rama de la proxémica que estudia las distancias o espacios entre las personas y cómo éstos definen su relación interpersonal. Es como una burbuja que protege al individuo y que se expande o contrae dependiendo de varios factores, entre ellos, el de la relación que se permite entre la persona y los demás.

El antropólogo Edward T. Hall ha identificado cuatro distancias interpersonales que definen las relaciones entre las personas:

- Distancia íntima: de 0 a 0.5 mts. Permite que las personas se acerquen de manera que llegan a compartir el calor y el olor de los cuerpos; también permite tocarse con las manos o piernas.
- Distancia personal: de 0.5 mts a 1.5 mts. Permite tocar a los demás si extendemos nuestros brazos, se perciben los perfumes, los olores fuertes y los colores. En la fase lejana, una persona todavía puede tocar si las dos extienden sus brazos.
- Distancia social: de 1.5 mts a 3.5 mts. Se usa cuando interactuamos de manera informal con compañeros de clase y amigos en una reunión social. Transacciones de negocios y conversaciones formales entran en esta fase. La mirada mutua es importante y necesaria. Las mesas en un restaurante y en la oficina se mantienen a esta distancia.
- Distancia pública: de 3.5 mts en adelante. No es posible captar los detalles de las caras y los ojos de los demás, pero se puede ver y oír sin esfuerzo. En su etapa

lejana hay que hablar más fuerte, hacer gestos más amplios, etc. Esta distancia es necesaria para acomodar a las grandes audiencias que desean escuchar y ver presentaciones teatrales.

4. Postura y movimientos

Postura: posición física del cuerpo.

La postura siempre influye en la percepción que los otros tengan de nosotros, pues ésta se relaciona con la condición mental o el estado de ánimo y es un reflejo de ellos.

Por ello debemos aprender a pararnos erguidos y movernos con naturalidad. La mala postura y los movimientos inadecuados se consideran malos hábitos que hemos ido adquiriendo en nuestra vida.

Algunas recomendaciones para manejar efectivamente la postura y los movimientos al hablar son:

- Mantenerse erguido con naturalidad. Esto refleja seguridad, encorvarse o relajarse demasiado hacen pensar en individuos tímidos o de poca autoestima.

No descuidar la parte inferior del cuerpo. Pararse con las piernas abiertas, muy juntas o entrelazadas no es recomendable. Es mejor mantenerse en una posición ligeramente abierta, con un pie más adelante que el otro, evitando hacer movimientos o balancearse en forma continua.

- Moverse sin exageración. Ello imprime dinamismo y vitalidad. Hay que moverse moderadamente, acercarse o alejarse de quienes escuchan. Gesticular son exageración, pero apoyando con expresividad facial las ideas. Usar movimientos moderados con las manos que refuercen el contenido del mensaje.
- Usar un estilo propio. Los movimientos naturales que denoten entusiasmo o espontaneidad pueden ser efectivos para proyectar más de nosotros.
- Dar significado y congruencia a los movimientos. Cada movimiento, gesto o desplazamiento debe apoyar el significado específico de cada idea comunicada. El comunicador debe guardar concordancia entre lo que expresa y lo que hace.

- Observarse. Vernos en un espejo o grabarnos en video mientras hablamos, puede servirnos para conocer qué comunicamos con el cuerpo.

ORATORIA

La oratoria no es solo oralidad, es decir, no es el mero hecho de hablar a otro y otros, sino que involucra una cantidad de técnicas y reglas o principios que nos permiten expresarnos de manera clara ante un público numeroso.

La finalidad de la oratoria es transmitir un mensaje sin miedos o desconfianzas y con desenvoltura. La oratoria está relacionada con la elocuencia, de poder convencer con nuestras palabras o conmoverá quien o quienes nos oyen.

Dentro de la literatura, la oratoria tiene que ver con los procesos literarios cuya finalidad es la de persuadir (como por ejemplo una conferencia). Un orador debe modificar las emociones de los oyentes, no sólo brindarles información.

Ahora bien, la oratoria es algo natural en el ser humano, como capacidad de persuadir o convencer a otro acerca de mi punto de vista u opinión. Sin embargo, se ha desarrollado como disciplina con sus reglas y sus características propias.

Según la Real Academia de la Lengua Española, la oratoria es el "arte de hablar con elocuencia". Es decir, la habilidad de comunicar de un modo eficaz para deleitar, conmover o persuadir a la audiencia. De este modo, la oratoria sirve para captar la atención del receptor, seducirlo a través de un mensaje claro y conciso, y conseguir que tome decisiones o adopte una determinada posición.

Origen de la Oratoria



Como la mayoría de las ciencias humanas, la oratoria tuvo su origen en Grecia de la mano de los sicilianos. En Grecia la oratoria era utilizada con fines políticos y para alcanzar prestigio.

Sócrates fundó una escuela de oratoria, situada en Atenas, y definió al *orador* como el hombre instruido y con ideales altos que iba a garantizar el progreso del estado.

Demóstenes fue el orador que fue considerado el mejor dentro de este arte. Cicerón fue quien la perfeccionó en la República Romana. Él escribió varios discursos y tratados que han llegado a nosotros casi en su totalidad.

Aunque sus orígenes son antiguos, la utilidad de la oratoria sigue sirviendo para despertar el interés del interlocutor, ya sea una persona o un grupo, y para convencerlo; especialmente en el contexto de sobreinformación en que vivimos.

Tipos de oratoria

Existe en la actualidad una clasificación de los tipos de oratoria según la finalidad del orador. A continuación, se expresan algunos tipos de oratoria:

- Oratoria social: También llamada ceremonial, augural o sentimental, son las que se desarrollan en un determinado ámbito donde el ser humano participa de una ceremonia.
- Oratoria pedagógica: Busca transmitir la cultura mediante la palabra hablada, es decir transmite conocimientos. Es una oratoria didáctica o académica que busca enseñar.
- Oratoria forense: Se usa dentro de la ciencia jurídica y busca exponer con claridad los informes de jueces, abogados y fiscales.
- Oratoria persuasiva: Cuando los políticos exponen y debaten ideas políticas y utilizada principalmente en época de sufragio.
- Oratoria sacra o religiosa: Realiza sermones a partir de la palabra de Dios utilizando como base la Biblia u otros libros religiosos.
- Oratoria dentro de una empresa (llamada "*Management Speaking*"): Es utilizada por hombres de negocios y empresarios a fin de transmitir objetivos corporativos.

El buen orador

La oratoria no es simplemente hablar en público, un buen orador debe reunir ciertas características que lo hacen distintos al resto de los hablantes comunes.

- La oratoria siempre se realiza con un orador individual frente a un público (receptor colectivo).
- El orador debe hablar con claridad, pero además con entusiasmo, eficacia y persuasión. El lenguaje es su herramienta principal. Un orador debe hacerse escuchar. debe lograr que el público muestre interés y sea reflexivo.
- Debe el orador tener claro el fin de su discurso. Puede ser un discurso persuasivo, a fin de convencer al público de una opinión, por ejemplo. Además, puede enseñar, conmover o agradar a su público.
- La apariencia e imagen es muy importante, así como el aseo personal. El atuendo que elige el orador debe estar acorde con las circunstancia dependiendo si es una ocasión formal o informal.
- Un orador debe mantener una actitud positiva, estar relajado y gozar de buena salud física y psíquica.
- Además, debe poseer mucha capacidad de memoria, ya que la oratoria requiere un 90% de habla y apenas un poco de lectura de apuntes, de ser necesario.
- Un orador debe ser sincero y congruente, es decir, que haya relación entre lo que un orador dice y hace. Además, debe ser leal a quien ha confiado en él o ella.
- Un orador debe perder el miedo y los prejuicios a hablar en público, debe tener soltura y saber estar frente a un público.
- Un orador debe conseguir que el público lo escuche con atención, se sensibilice con él y lo comprenda, y, en caso de ser un discurso persuasivo, que el oyente se convenza de lo que el orador está diciendo acerca de un tema.

Características de una buena oratoria

A la hora de preparar un discurso —sea cual sea el destinatario y el objetivo de este— hay que conocer cómo debe formularse para que sea eficaz. Por este motivo, existe un conjunto de aspectos imprescindibles que debes considerar a la hora de exponer tus ideas:

- **Inicio atractivo:** De acuerdo con algunas investigaciones, los adultos solo pueden mantener la atención durante un promedio de 20 minutos. Es más, para despertar su interés, solo dispones de unos pocos segundos. De ahí la importancia de hacer presentaciones que desde el primer momento resulten atractivas a la audiencia. Este es el motivo por el que muchos conferenciantes comienzan sus discursos con un chiste, una anécdota o una historia personal, ya

que, si no atraen la atención del público desde el inicio, después será mucho más difícil.

- **Planteamiento original:** Uno de los errores más frecuentes a la hora de hablar en público es ceder el protagonismo al proyector, convirtiéndose el orador en un mero lector del contenido de la presentación. Los recursos audiovisuales deben ser un complemento a la presentación, no el guion de esta. Es decir, se pueden incluir imágenes conceptuales, gráficos en movimiento, citas célebres o vídeos relacionados con la temática. Estos elementos deben aportar un valor añadido a la creación de emociones en el auditorio, sin redundar en el discurso hablado.

- **Desarrollo fluido:** Resulta tedioso escuchar una charla donde el orador recita un discurso previamente memorizado. Esta falta de espontaneidad levantará un muro entre tu atril y el público, al tiempo que te puede poner en una situación algo incómoda si te quedas en blanco. Por ello, lo más recomendable es llevar anotaciones sobre los distintos puntos que deseas tratar a lo largo de la charla y abordarlos de forma natural. Esto te permitirá, además, variar el contenido y el tono en función del público, fortaleciendo así el vínculo con los oyentes.

- **Interacción con el receptor:** Otro de los puntos esenciales de la oratoria es la conexión con la audiencia. Pedir la opinión a alguna persona, introducir referencias sobre los participantes, plantear preguntas o permitir que el público termine una frase o repita una consigna son técnicas que facilitan el *engagement* de la audiencia. Además, es recomendable dedicar unos minutos previos a la exposición para conversar y conocer al público, ya que esto ayuda a aplacar los nervios y a descubrir detalles e historias de los asistentes para incorporarlas al discurso y conectar con ellos de un modo más íntimo.

- **Ser coherente con el lenguaje corporal:** El cerebro humano es capaz de reconocer el mensaje que va a emitir un sujeto a través de la expresión corporal del mismo. Paradójicamente, la forma para trabajar el lenguaje corporal es centrarse en las ideas: si realmente sientes lo que vas a decir, tus movimientos te seguirán de forma natural. Además, es recomendable que practiques aspectos

del lenguaje no verbal, como el tono, el volumen, la cadencia, la modulación de la voz, la postura corporal, las expresiones faciales o los silencios.

- **Discurso personalizado según la audiencia:** El público debe determinar el contenido de tu disertación si quieres hacerte entender y establecer un vínculo con él. Por eso, es importante conocer qué es lo que desean saber tus oyentes, cuáles son sus intereses y cuestiones sobre el tema para preparar posibles dudas y preguntas.

- **Incluye un propósito o llamada a la acción:** El desarrollo de las habilidades comunicativas incluye la definición de esa idea clave que debe ser el eje de nuestra intervención. Busca un título a tu mensaje, el que quieres que se recuerde al finalizar la charla, y confecciona el discurso en base a él.

Tipos de públicos

Dividiremos los públicos de acuerdo con el nivel de conocimiento que tiene en relación con el tema que desarrolla el orador:

1. Público Experto – Modo Técnico

Se trata de una audiencia experta que entiende la temática que vas a tratar. Este tipo de presentaciones son habituales entre personas de un mismo gremio en el que todos parten de una gran cantidad de conocimientos en el área. Por lo tanto, no deben desarrollarse conceptos demasiado básicos como qué es una suma a unos matemáticos o qué es un corazón a una sala de médicos. El lenguaje estará plagado de tecnicismos, se hará énfasis a detalles y la charla en general tenderá a un carácter de mayor complejidad.

2. Público Novato – Modo Divulgación

La audiencia novata tiene conocimientos nulos sobre la charla, lo que dificulta enormemente la tarea de hacer llegar el mensaje. El ejemplo más sencillo para entender a este tipo de público es pensar en cómo se les explicaría física cuántica a unos niños. Evidentemente no se usaría un lenguaje técnico, ni se perdería en mil detalles. También es buena idea utilizar ejemplos que acerquen la temática a la audiencia. En este tipo de presentaciones es mucho más importante centrarse en ideas globales, de manera que

se consiga que la audiencia salga de la charla habiendo aprendido ciertas nociones básicas y dos o tres conceptos clave sobre el trabajo en particular. No agobiar al público con demasiada información, porque prácticamente todo será nuevo para ellos, no tendrán tiempo a digerirlo y se sentirán perdidos.

3. Público Indeterminado – Modo Interacción

No es del todo habitual no saber a qué público se enfrenta, pero sí puede llegar el caso en el que por ejemplo se tenga que realizar una presentación en otro lugar.

Una de las mejores cosas que se puede hacer es realizar preguntas al público para averiguar el nivel que tienen e ir adecuando la complejidad de los detalles y conceptos.

Un comunicador para ser eficaz, debe guardar concordancia entre lo que expresa verbalmente y lo que hace con su cuerpo.

Referencias Bibliografías

- Ayala, L. (2005) *Lengua y comunicación oral y escrita.* Octava edición. México: Organización Editorial Nuevo Siglo.
- «Comunicación Oral Fundamentos y Práctica Estratégica», Primera Edición, de Fonseca Yerena Maria del Socorro, Pearson Educación, México, 2000, Pág. 4.
- FONSECA Yerena, S. (2005*) Comunicación oral. Fundamentos y práctica estratégica.* Segunda edición. México: Pearson Educación.
- «Fundamentos de Marketing», Decimocuarta Edición, de Stanton William, Etzel Michael y Walker Bruce, McGraw-Hill Interamericana, 2007, Pág. 511.
- "Manual de comunicación para organizaciones sociales. Hacia una gestión estratégica y participativa". Comunia Asociación Civil Virrey Liniers 1186 1º B. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. 2020
- MARTÍNEZ DE VELAZCO, A.; NOSNIK, A. (2004) *Comunicación organizacional práctica, manual gerencial.* México: Trillas.
- McENTEE, E. (2004) *Comunicación oral.* Segunda edición. México: Mc Graw Hill
- MIRALLES, A. M. (Julio de 2001) *El debate latinoamericano sobre la comunicación.* Revista Documentos, volumen 3, No. 1, UPB, Medellín.
- Miller, K., (2005) *Communication Theories: Perspectives, processes, and contexts.* 2nd edition. New York: McGraw-Hill.
- OLIVAR ZÚÑIGA, A. (2006) *Fundamentos teóricos de la comunicación.* Monografías.com.
- "Oratoria". Autor: Equipo editorial, Etecé. De: Argentina. Para: *Concepto.de*. Disponible en: https://concepto.de/oratoria/. Última edición: 5 de agosto de 2021. Consultado: Agosto de 2022. Recuperado de: https://concepto.de/oratoria/#ixzz7dq8XbJeX
- Recuperado de: https://www.unir.net/humanidades/revista/que-es-oratoria-caracteristicas/.UNIR - Universidad Internacional de La Rioja 2022. Consultado en agosto de 2022
- Recuperados de https://lapresentaciondetuvida.com/tipos-de-audiencia/
- UNIDAD I Comunicación verbal y no verbal (2014) Compilación de LCC Angela Hernández Rios UTDIDM. Recuperado de https://licangelahdez.files.wordpress.com