

TEMAS DEL CAPÍTULO

- 3.1 Habilidades para la comunicación oral
- 3.2 Fórmula V-V-V de elementos visuales, vocales y verbales
- 3.3 Habilidades de comunicación no verbal
- 3.4 Habilidades de comunicación verbal

OBJETIVOS

Al terminar de estudiar este capítulo, usted será capaz de:

- Distinguir las habilidades innatas y aprendidas propias de la comunicación oral
- Conocer los componentes de la fórmula V-V-V
- Identificar elementos visuales, vocales y verbales
- Reconocer las disciplinas que estudian la comunicación no verbal de las personas
- Relacionar las habilidades visuales y vocales con la comunicación no verbal de las personas
- Describir los elementos visuales, verbales y vocales
- Conocer los órganos que intervienen en la producción y articulación de la voz
- Explicar la importancia de las habilidades verbales para la producción de ideas y transmisión de mensajes



"Y tenemos, sobre todo, la voluntad de la acción, la cual nunca es excesiva; porque hay que querer, querer siempre, querer, aun cuando no se pueda".

MIGUEL DE UNAMUNO

3.1 Habilidades para la comunicación oral

Habilidades innatas y habilidades aprendidas

Desarrollar habilidades para llegar a ser un comunicador competitivo exige llevar a la *acción* nuestras aptitudes,¹ las cuales deben reflejarse en actitudes que den como resultado *actuaciones eficaces*. Es así como aptitudes, actitudes y habilidades, así como el actuar de cada uno influyen notablemente en su forma de ser y en su comunicación oral con los demás.

Una habilidad es "la disposición que muestra el individuo para realizar tareas o resolver problemas en áreas de actividad determinadas, basándose en una adecuada percepción de los estímulos externos y en una respuesta activa que redunde en una actuación eficaz" (*Diccionario de las ciencias de la educación*, 1995:713).

Las múltiples situaciones en las que los procesos de comunicación se presentan en forma continua y permanente nos obligan a utilizar nuestras potencialidades, para generar conductas o acciones que son vistas como habilidades necesarias para lograr una influencia favorable en nuestro entorno y ser aprobados por los demás. Tales habilidades generalmente se desarrollan acordes a las normas de comportamiento establecidas por los grupos y fundadas en sus tradiciones, valores e ideales personales. La clave para lograr la competencia en la comunicación depende, entonces, de la capacidad de desarrollar habilidades que nos permitan adaptarnos con facilidad a los tipos más variados de situaciones y actuar en la forma que aprueben los demás y uno mismo.



¹ El *Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua* da tres acepciones para la palabra aptitud: 1. cualidad que hace que un objeto sea apto para cierto fin, 2. suficiencia para obtener un empleo o cargo, y 3. capacidad, disposición para el buen desempeño de una actividad, pág. 124.

Ángel Majorana, en su libro *El arte de hablar en público* (1978:34-37), menciona dos tipos de habilidades en la comunicación: las *innatas* y las *aprendidas*:

Hay aptitudes innatas y derivadas, naturales y adquiridas. El estudio integra y temple, pero no crea. Por otra parte, todo orador tiene una manera propia de concebir y expresarse. Lo que es útil a uno, perjudica a otro. En este orden, no existen normas constantes, tampoco hay categorías fijas.

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, etcétera. Existen también aptitudes, como la entonación de la voz, la fluidez al hablar, la gracia de movimientos corporales, la expresión de gestos, la dirección de las miradas, etcétera; todas estas habilidades pueden ser aprendidas y desarrolladas hasta llegar a convertirse en verdaderos talentos.

3.2 La fórmula V-V-V de elementos visuales, vocales y verbales

Los estudios de Albert Mehrabian, uno de los principales expertos en la comunicación interpersonal,² señalan que para lograr la efectividad de la comunicación es importante la unión de tres tipos de elementos que se relacionan en un mensaje cada vez que hablamos, que son: 1. visuales, 2. vocales, y 3. verbales (citado en Hybels y Weaver, 1974:81).

Con la finalidad de utilizar estos tres tipos de elementos para desarrollar habilidades que causen mayor impacto en nuestra comunicación oral, usaremos una fórmula fácil de recordar a la que llamaremos la **fórmula V-V-V**, por cada uno de los elementos que la componen.

Los elementos visuales

Se relacionan con la imagen física que los demás perciben de nosotros en el momento de la comunicación: la forma de gesticular y la de movernos, los desplazamientos que hacemos, el arreglo personal o vestuario que usemos. La apariencia física está determinada por tipo de cara, complexión, estatura, color de ojos y cabello, la manera de vestir y los objetos o accesorios que se portan.

Como una habilidad ligada a los factores de personalidad físicos, manejamos estos elementos visuales como estímulos que enviamos al receptor o público para provocar un impacto favorable en nuestra comunicación a través del *contacto visual*, *la postura*, *los movimientos*, *los gestos* o *la expresión facial*, *el desplazamiento* y *el manejo de los espacios físicos*.

Los elementos vocales

Son las modulaciones que percibimos en la voz, como la entonación, la velocidad, el volumen, el énfasis o la fuerza, el ritmo, la proyección y la resonancia. Saber manejar la voz es uno de los factores indispensables y más notables para el desarrollo de la habilidad oral, pues la gente tiende a escuchar y relacionar *personalidad* con *voz*. Mehrabian señala que “el tono y la calidad de la voz pueden determinar la efectividad del mensaje y la credibilidad del comunicador” (citado en Decker, 1992:48).

Sin habilidad vocal simplemente no lograríamos comunicarnos en forma oral. Para incrementar o mejorar la voz, necesitamos seguir las recomendaciones de algunos expertos que reconocen dos aspectos importantes: 1. *las funciones* que cumple la voz en relación con el mensaje, y 2. *las características vocales* que imprimen el significado a la palabra oral.



² Albert Mehrabian, *Silent Messages*, Belmont, Wadsworth, California, 1971:42-47. Véase también, del mismo autor, “Communication Without Words”, *Psychology Today*, 2, 1968:53.

Los elementos verbales

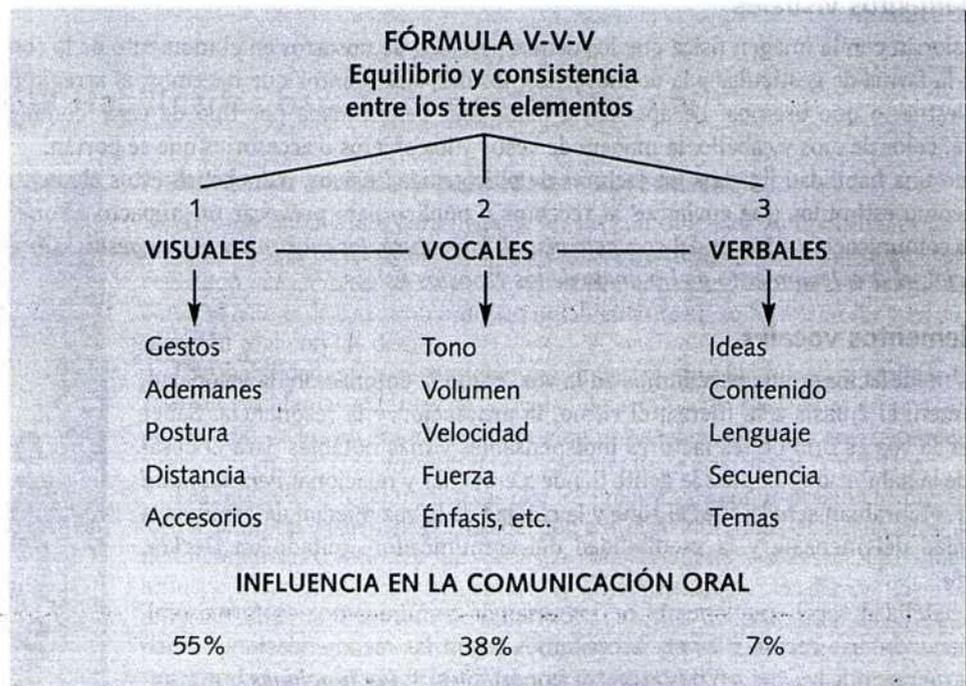
Se refieren a todas las palabras y los métodos lingüísticos que utilizamos para hablar, desde la forma de estructurar las ideas que formulamos, la selección del lenguaje y los términos que utilizamos, hasta el contenido o significado que se obtienen del mensaje que transmitimos.

Para explicar cómo se produce este impacto, analicemos lo que ocurre en una situación de comunicación: en los primeros segundos, al comunicarnos, lo primero que hacemos es vernos unos a otros: cómo somos, cómo nos movemos, cómo estamos vestidos, etcétera. Los elementos visuales producen el primer impacto para la aceptación o el rechazo de la interacción, pues conforman la primera impresión; el sentido visual capta rápidamente la información y con base en nuestra percepción selectiva recibimos, analizamos, evaluamos y emitimos el primer juicio de aceptación o rechazo hacia el comunicador y su mensaje.

En seguida, apreciamos la voz. Al vernos unos y otros, al mismo tiempo escuchamos, por lo que los sonidos de la voz son los que reforzarán o modificarán la primera impresión formada por los elementos visuales: el "cómo lo dice" hace que la interpretación de lo que escuchamos refuerce o modifique el primer juicio visual hacia el mensaje o el comunicador, ya que la entonación o el énfasis de la voz puede modificar la percepción sobre la persona e incluso cambiar el significado del mensaje.

Racionalizamos el contenido. Las ideas, convertidas en palabras, serán el elemento verbal que complete la evaluación de aprobación o rechazo hacia el mensaje o el comunicador, pues es en este plano donde se examinan el tema y sus derivaciones, el lenguaje y nivel de vocabulario empleados, junto con el sonido de la voz y las formas visuales del comunicador, que completan el mensaje y su interpretación, como un todo.

Como afirmó Mehrabian,³ para asegurar el efecto deseado de la comunicación es necesario que estos tres elementos —visuales, vocales y verbales— sean "consistentes" entre sí, que exista un equilibrio entre ellos; por ejemplo, que la emoción en la voz se conjunte con la energía de movimientos del cuerpo y la expresividad del rostro del comunicador para hacer congruente el todo: *la idea con la imagen*, es decir, *el fondo y la forma*.



³ Mehrabian, en su libro *Silent Messages* (citado por Decker, 1992:8), nos habla de mensajes "consistentes" cuando hay concordancia entre los tres elementos mencionados, y mensajes "inconsistentes" cuando existe desequilibrio entre ellos. La efectividad se logra cuando los mensajes son consistentes con las expectativas que tiene la gente que escucha.

3.3 Habilidades de comunicación no verbal

La comunicación no verbal incluye *todo aquello que transmite o lleva algún significado no expresado por medio de palabras, como los movimientos del cuerpo, la voz, los objetos, el tiempo y la distancia* (Ehninger, Monroe y Gronbeck, 1978:225).

Las ciencias o disciplinas auxiliares que han apoyado el estudio de la comunicación no verbal son la kinésica, la proxémica, la comunicación artefactual y la paralingüística.

Kinésica: La kinésica estudia la acción corporal, incluyendo 1. el contacto visual, 2. la postura, los movimientos, 3. los gestos o la expresión facial.

(Ray Birdwhistell; *Introduction to Kinesics*, 1952. Citado en Fernández Collado y Dahnke, 1986:203.)

El contacto visual

En una situación de comunicación, sin duda la primera habilidad física y de movimiento que debemos practicar es tratar de mantener el *contacto visual* con el receptor o los receptores. Los ojos son la única parte del organismo que tiene contacto directo con otra persona mientras hablamos o escuchamos. Este contacto, más que una simple mirada, es una señal para el emisor de que mientras él habla nuestra mente trata de procesar el mensaje verbal, al mismo tiempo que está siendo atendido y comprendido por el receptor.

Para un buen comunicador, esta habilidad no sólo consiste en hacer contacto visual con el receptor, sino que por medio de la mirada debe reflejar entusiasmo, naturalidad y convicción de ideas, pues ver con seguridad a los demás denota verdad e inspira confianza, además de que hace que el público dé credibilidad al mensaje. Sin embargo, Ekman, Friesen y Ellsworth (1972) mencionan varios errores que se cometen con frecuencia al aplicar el contacto visual,⁴ los cuales disminuyen la efectividad del mensaje.

Errores que deben evitarse en el contacto visual

- **Dejar vagar la mirada.** Un problema común se presenta cuando pensamos y nuestra mirada tiende a irse hacia arriba, como si mirásemos el cielo, o bien, miramos al piso porque no queremos ver a nadie. También nuestra mirada puede ir de un lado a otro sin detenerse o fijarse en algún sitio. Estos movimientos imprecisos de la mirada, que evitan el contacto visual con quien escucha, hacen que éste se sienta incómodo o ignorado.
- **Parpadear lentamente.** Un mal hábito es cerrar los ojos por más de dos o tres segundos cuando se está hablando. Esto puede interpretarse como "no quiero ver" a los escuchas; debido a la lentitud para abrir y cerrar los ojos, se puede perder interés en el mensaje.
- **Mantener el contacto visual menos de cinco segundos.** Cuando hablamos y estamos seguros del tema, nos sentimos cómodos en la situación y permanecemos tranquilos; generalmente fijamos el contacto visual con los escuchas de cinco a 10 segundos. Cuando mantenemos el contacto menos de este tiempo, esto indicará al receptor que hay vaguedad de ideas, falta de preparación en el tema o cierto rechazo hacia la situación.
- **Ver a las cámaras y no a las personas.** Cuando estamos frente a cámaras de televisión o de video, es importante establecer contacto visual con quienes dirigimos el mensaje, antes que a las cámaras. En una entrevista o en un foro de discusión, es mejor mantener el contacto visual con las personas con las que interactuamos que con las cámaras que graban la entrevista. Si la grabación se hace sin público, el director de cámaras indicará hacia dónde hay que dirigir la vista.
- **Concentrar el contacto visual en un solo sitio.** Es común, al hablar en público o en grupo, fijar la mirada solamente en quien nos muestra aprobación; en este caso, los demás escuchas pronto comienzan a sentirse olvidados. Un consejo en este caso es mirar a varios lugares del



⁴ Todos los movimientos faciales fueron filmados y estudiados cuidadosamente por Ekman, Friesen y Ellsworth en 1972, siguiendo los estudios de movimientos musculares precisos. Ekman y Friesen, 1975. (Citado en Fernández Collado y Dahnke, 1986:214).

auditorio, o fijar el contacto en tres o cuatro puntos de referencia en un recorrido de 180°; empezar en 0°, luego 45°, en seguida 90°, después 125° y terminar en 180°. Lo mismo debe ocurrir al regresar la mirada, hay que entrar nuevamente en contacto con algunos sitios donde se encuentra el público receptor.

Postura y movimientos

Por *postura* entendemos *la posición física del cuerpo*; ésta siempre influye en la percepción que los otros tengan de nosotros. La postura que cada quien adopta se relaciona con la condición mental o el estado de ánimo, y es un reflejo de ellos (Kendon, 1970; Schefflen, 1972; Duncan y Fiske, 1977);⁵ por eso se dice que la postura refleja el carácter del comunicador.

Algunos ejemplos confirman lo anterior: no es usual imaginarnos a una persona muy autoritaria con una postura muy relajada, o a una tímida con una postura muy erguida. El comunicador, para ser eficaz en este aspecto, debe aprender a pararse erguido y moverse con naturalidad. La mala postura y los movimientos inadecuados se consideran malos hábitos que hemos ido adquiriendo en nuestra vida; por ejemplo, si vemos a alguien con una postura muy encorvada, con los hombros hacia el frente, dejando caer los brazos a lo largo del cuerpo, nos dará una impresión diferente de la del individuo que siempre permanece muy erguido, pero inmóvil, con sus brazos extendidos, estáticos, pegados al cuerpo y las piernas juntas completamente rígidas. Sin duda, tales posturas pueden cambiarse por otras que resulten más adecuadas para la comunicación.

Algunas recomendaciones que mencionan Ander-Egg y Aguilar (1985:99-100), para manejar efectivamente la postura y los movimientos al hablar (sobre todo ante auditorios de más de 70 personas), son:

- **Manténgase erguido con naturalidad.** La buena postura de la parte superior del cuerpo refleja seguridad. Encorvarse o relajarse demasiado hacen pensar en individuos tímidos, abatidos o de poca autoestima.
- **No descuide la parte inferior de su cuerpo.** La manera de pararse es un elemento visual de gran impacto. Pararse con las piernas abiertas, muy juntas, o entrelazadas, no es recomendable. Es mejor mantenerlas en una posición ligeramente abierta, con un pie más adelante que el otro, evitando hacer movimientos o *balancearse* en forma continua.
- **Muévase sin exageración.** El movimiento da energía, apoya las ideas del mensaje e imprime dinamismo. Muévase moderadamente; acérquese o aléjese de quienes lo escuchan. Gesticule sin exageración, pero apoye con expresividad facial sus ideas. Utilice movimientos moderados, sobre todo con las manos, que lograrán ayudarlo a reforzar el contenido de su mensaje. Recuerde que el movimiento siempre es mejor que la pasividad y causa una impresión de gran vitalidad.
- **Use un estilo propio.** No existen reglas fijas que nos digan cómo movernos o pararnos en cada situación; tampoco una sola manera de moverse, pero hay recomendaciones que nos indican que los movimientos naturales, que denoten entusiasmo o espontaneidad, pueden ser efectivos para proyectar más de nosotros mismos.
- **Dé significado y congruencia a sus movimientos.** Cada movimiento, gesto o desplazamiento debe apoyar el significado específico de cada idea que comunicamos. Un puño cerrado puede indicar poder, lucha, esfuerzo, etcétera. Cambiar de lugar en el momento en que termina una idea y empieza otra ayudará al público a entender este cambio. Si hablamos de hechos formales, una postura formal sería congruente; precisamente el error que hay que evitar es el de decir una cosa y reflejar otra con los movimientos, así como estar inexpresivos y permanecer estáticos cuando se da un tema cuyo contenido es muy dinámico. En general, el comunicador debe guardar concordancia entre lo que expresa y lo que hace.
- **Obsérvese.** La postura, los movimientos y los gestos dependen de un conjunto de habilidades físicas que debemos tratar de desarrollar; verse en un espejo para examinar sus gestos y ademanes, o grabarse en un video mientras habla, le servirá para conocer qué comunica con su cuerpo; pida a otros que imiten su forma



⁵ Citado en Fernández Collado y Dahnke, 1986:204.

de caminar, de moverse y de gesticular; luego reflexione sobre lo que observó. Recuerde que los movimientos conscientes y en forma planeada pueden mejorarse para lograr, en forma gradual, tener más impacto en los receptores.

Los gestos y la expresión facial

La expresión facial refleja el entusiasmo, la naturalidad y la espontaneidad con que decimos el mensaje. Los movimientos de la cara, o gestos, son los elementos visuales de mayor impacto y es en ellos, por lo tanto, donde el comunicador debe desarrollar más habilidad para apoyar su mensaje efectivamente. Analicemos algunas recomendaciones al respecto:

- **Tenga vitalidad, refleje energía.** Es en la cara donde más mostramos el interés por las cosas; además, la energía que usamos para gesticular depende mucho de los estados anímicos por los cuales pasamos. Controle los sentimientos negativos que llevan a gestos desagradables y trate siempre de mostrar una expresión cordial, alejando pensamientos que se reflejen en gestos de nerviosismo o intranquilidad.
- **Conozca sus gestos nerviosos.** Observe qué gestos acostumbra hacer cuando se siente intranquilo o nervioso, y trate de controlarlos. ¿Tiende a tocarse la nariz? ¿Acostumbra tocarse el pelo? ¿Tiende a levantar las cejas? ¿Se muerde los labios? ¿Se queda por unos minutos con la boca abierta? Pregunte a los demás cómo lo ven. Examine en un video y tome nota de sus expresiones: es una buena forma de reconocer los buenos y malos hábitos en la expresión facial.
- **No exagere.** Muy pocas personas tienden a exagerar sus movimientos y expresiones faciales durante un acto de comunicación, pero es aconsejable pensar que la exageración de gestos tiene más influencia negativa que positiva, así que seamos moderados cuando queramos ser muy expresivos y dar más apoyo expresivo a los mensajes.
- **Mantenga una expresión cordial y sonría.** Muchas personas piensan que mostrarse *muy serias* les ayudará a verse formales al comunicar sus ideas, pero, en general, con la seriedad el público puede percibir hostilidad o distanciamiento. En cambio, quienes sonríen y expresan cordialidad tienen una clara ventaja en comparación con las otras, pues son percibidos como abiertos y amigables, y sus ideas son aceptadas con mayor facilidad.
- **No sonría falsamente.** Puede haber alguien que sonría, pero que refleje apatía o desgana en la expresión de su rostro, así como que tenga tristeza en su mirada, es decir, que refleje que sus gestos están ocultando lo que ocurre en su interior. La expresión facial, más que ningún otro movimiento de nuestro cuerpo, logrará el impacto deseado en los escuchas, pero no debemos actuar falsamente ni demostrar con la expresión sentimientos que no experimentamos, pues tarde o temprano lo falso se notará y hará disminuir nuestra credibilidad. Una expresión sencilla, pero honesta nos ayudará a lograr una identificación; una sonrisa verdadera puede ayudarnos incluso a ganar amigos.

La forma en que un comunicador se desplaza a través de un espacio y la distancia que mantiene con los receptores surten efectos que pueden ser benéficos o perjudiciales para la recepción del mensaje.⁶ Esta influencia ha sido determinada en estudios de *proxémica*, disciplina que estudia los desplazamientos en un espacio físico.



⁶ Edward T. Hall, en su libro *The Silent Language* (1959), usó la palabra "proxémica" para referirse a esta área de estudio y detalló más aún sus ideas unos años después al publicar *The Hidden Dimension* (1966).

Proxémica: estudia la distribución y los desplazamientos, en los espacios físicos.

(Edward T. Hall, *The Silent Language*, 1959, y *The Hidden Dimension*, 1966. Citado en Ehninger, Monroe y Gronbeck, 1978: 226).

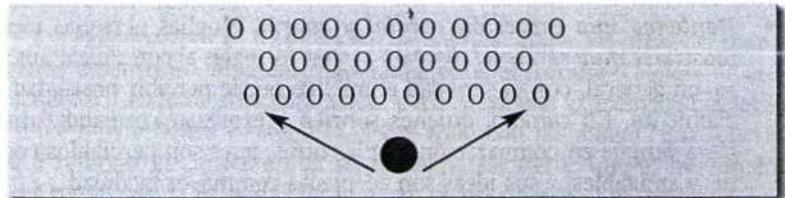


Algunas recomendaciones que brindan los expertos para desplazarse en ciertos espacios se deben a la influencia que tiene en los participantes el manejo de estas distancias, ya que las sensaciones de las personas varían de acuerdo con el acercamiento o alejamiento del orador, así como de los cambios del volumen de voz, los gestos, el contacto corporal y el contacto visual. En ciertas situaciones con extraños, las distancias personales son incómodas, aunque en determinados lugares o ciertas culturas promueven el acercamiento como signo de confianza y amistad. Comunicarse en espacios muy reducidos y cerrados provoca incomodidad en algunas personas, ya que sienten que se invade su "espacio vital"⁷ o espacio personal, el cual varía según la interacción aprendida en cada grupo social. Edward T. Hall identificó cuatro tipos de distancia para la interacción:

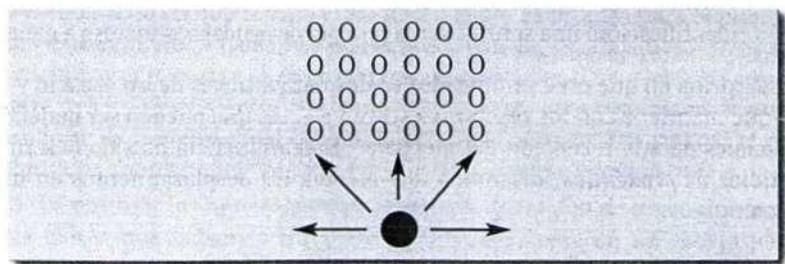
- **Distancia íntima:** implica cercanía extrema y contacto corporal (20 cm).
- **Distancia personal:** se manifiesta entre familiares, amigos y compañeros; implica cercanía y alguna forma de contacto corporal.
- **Distancia social:** permite cierta privacidad en espacios públicos. La comunicación interpersonal se lleva a cabo casi siempre en este espacio. Tal distancia varía de cultura a cultura.
- **Distancia pública:** es el límite impuesto por la capacidad de la voz del comunicador y los recursos técnicos. Cuanto mayor es la distancia, más ritualista o convencional es el comportamiento. Se tienden a exagerar los gestos y movimientos, además de realizar desplazamientos en forma planeada.

Los estudios que se han hecho sobre las distancias y los desplazamientos de un comunicador, en diferentes espacios físicos o instalaciones, han servido para sugerir consejos como los siguientes:

- **En auditorios o lugares rectangulares, no olvide los extremos.** Para el comunicador generalmente es difícil atender con el contacto visual a las personas situadas en cada extremo del lugar, por la tendencia a mirar al centro o en un ángulo de visión menor de 180°. Ejemplo:

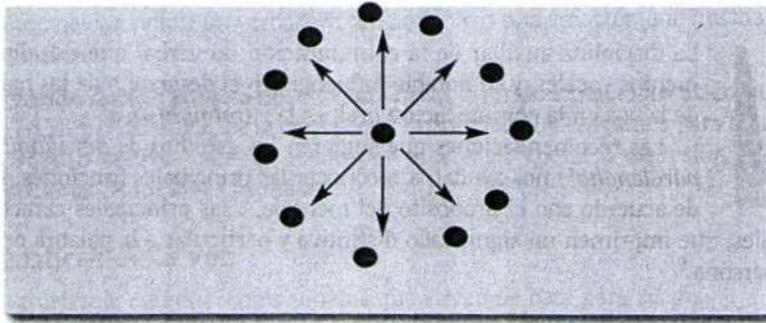


- **En auditorios o lugares cuadrados, siga la regla de los 180° grados.** El comunicador puede mantener el contacto visual con los tres puntos más importantes del lugar en donde se encuentra, viendo primero un extremo (grado 0), luego el centro (grado 90) y después el otro extremo (grado 180). Tal desplazamiento logra hacerse también deteniéndose un poco en los grados 45, de esta manera todo el público interactuaría con el comunicador. Ejemplo:



⁷ Edward T. Hall nombró así al espacio que una persona considera como suyo. Es un espacio en donde establecemos límites para el contacto corporal con otros. El manejo de dicho espacio está condicionado también por factores socioculturales aprendidos.

- *En lugares o espacios circulares, siga la regla de los 360 grados.* Esto indica que el comunicador deberá tratar de desplazarse y mantener su contacto visual con todas las personas ubicadas alrededor de él. Para ello, podrá girar lentamente y poner fija su mirada más o menos cada 45 grados. Ejemplo:



En cuanto a lugares abiertos o espacios muy grandes, en donde los receptores se encuentran a diferentes distancias con respecto al comunicador —como serían un estadio, una plaza, etcétera—, los movimientos tendrán que exagerarse.

En contraste, en los lugares muy pequeños o espacios cerrados, movimientos, desplazamientos y gesticulaciones se moderarán y se harán naturalmente, aunque con énfasis y precisión.

Comunicación artefactual

David y Judith Bennett realizaron un estudio en el cual se resalta la función del escenario, término que se refiere al mundo físico o espacio que rodea a la interacción comunicativa. “Toda acción social es afectada por el contexto físico en el que ocurre”. (Knapp, 1984.) Los objetos y la ubicación que tienen dentro de un lugar físico como *muebles, lámparas, plantas, esculturas, artículos decorativos, etcétera*, también fueron analizados en relación con la recepción o el rechazo de la comunicación y la disciplina que los estudia es la *comunicación artefactual*.

Otra forma de clasificación es la de Bennet (1984), que establece diferencias por la forma en que se presentan los objetos ante los receptores. Así tenemos:

- *Objetos integrados:* aquellos que se usan con un propósito específico de los participantes en la situación de comunicación. Por ejemplo, el escritorio y el borrador en un salón de clases.
- *Objetos incidentales:* los que pueden afectar a los receptores, aunque no sean parte de un plan ni haya intención de usarlos o ejercer una influencia con ellos. Por ejemplo, un ventilador o una lámpara con fuerte luz en el salón de clases.

Otro tipo de objetos se clasificará de acuerdo con el uso que el comunicador les dé en la comunicación. Tenemos:

- *Objetos revelados:* son los que el comunicador usa con énfasis; señala y muestra a los receptores. Por ejemplo, un folleto o un cuaderno con indicaciones en el salón de clases.
- *Objetos ocultos:* los que no son detectados por el público como parte del acto comunicativo y, sin embargo, se ha planeado su uso. Por ejemplo, un escudo en la sala de conferencias, un ramo de flores en la mesa, etcétera.

El mobiliario es importante porque la audiencia puede sentirse incómoda en una silla muy dura o sin respaldo, lo que le provoca inquietud y dis-



Comunicación artefactual: estudia el uso de los objetos y accesorios en un entorno o contexto.

(Prohansky, Ittelson y Rivlin, 1970. Citados en Fernández Collado y Dahnke, 1986:204).

trae su atención. El color y estilo de los muebles, así como su posición de acuerdo con los espacios también llegan a incrementar o reducir la tensión de las personas. Asimismo, los movimientos de los objetos (por ejemplo una puerta que se abre), logrará hacer que alguien olvide momentáneamente el mensaje que está expresando. Todos estos aspectos de la proxémica deben cuidarse, ya que pueden aumentar o restar la efectividad del proceso de comunicación.

Paralingüística

Paralingüística: estudia el sonido de la voz; volumen, entonación, velocidad, ritmo, énfasis o fuerza.

(Davitz, 1964. Zuckerman, De Paulo y Rosenthal, 1981. Citados en Fernández Collado y Dahnke, 1986:204).



La disciplina auxiliar de la comunicación no verbal que estudia los elementos vocales, y su notable influencia en el desarrollo de las habilidades de la voz en la comunicación oral, es la *paralingüística*.

Las recomendaciones que sugieren los estudios de *paralingüística*⁸ o *paralenguaje* nos ayudan a reconocer las principales funciones de la voz, de acuerdo con el propósito del mensaje, y las principales características vocales, que imprimen un significado distintivo y particular a la palabra oral de cada persona.⁹

Funciones de la voz

La voz, como elemento fundamental para la comunicación oral, cumple varias funciones, ya que nos sirve principalmente para:

- **Denotar nuestra personalidad.** Nos distingue ante los demás; conforma gran parte de nuestra personalidad, pues se considera un sonido "único" que, al ser escuchados por otros, forma una impresión de nuestra identidad.
- **Comunicar nuestros sentimientos, actitudes y emociones.** Al respecto, Disraeli¹⁰ dijo: "No hay indicador tan seguro como la voz para saber si nuestro discurso causó una impresión en el público", pues con ella los demás pueden deducir nuestros intereses, filosofía de vida o estado emocional.
- **Transportar el mensaje.** Como medio de transporte, su función es llevar el mensaje hasta los escuchas, pero la decisión de elegir las condiciones de ese transporte es nuestra. ¿Queremos enviar nuestro mensaje en un transporte que va lento, con pausas prolongadas, empujón por empujón? ¿O bien elegimos enviarlo en un transporte cuya velocidad y ritmo son ultrarrápidos, sin pausas, con sonidos incompletos, que nadie entiende? Para mejorar el manejo de la voz preguntémosnos: ¿Cómo es el transporte que elegimos?
- **Generar imágenes.** Hacemos que los escuchas visualicen imágenes al escuchar una voz: la anciana cuyo tono vocal es muy agudo y nasal puede hacernos pensar en una bruja de cuento infantil. Un hombre de voz áspera y fuerte da idea de ser tosco y agresivo. Una voz suave, fina, lenta, nos sugerirá sumisión o falta de carácter. La tendencia a juzgar una voz y hacer juicios sobre la personalidad es un aspecto de gran importancia para el comunicador, ya que la voz crea imágenes en el pensamiento de los oyentes sobre el que habla y sobre lo que dice durante su comunicación.
- **Hacer más interesante la comunicación.** A través de la emoción, el entusiasmo y la energía al hablar, formamos en los escuchas un ambiente vital en donde las ideas expresadas cobran significado; aunque cuando alguien habla con poca expresividad o emotividad el tiempo transcurre lentamente, nos sentimos aburridos y tal vez ni escuchamos el mensaje completo. Como todo lo que se aprende puede cambiarse, es recomendable grabar nuestra voz, escucharla y juz-

⁸ Término que significa, por su etimología, "próximo al lenguaje"; se refiere al sonido que se emite al pronunciar alguna palabra con sus características vocales, que imprime individualmente cada persona según su estado de ánimo o emociones.

⁹ Davitz (1964) estudió los componentes emocionales de las expresiones vocales, entre las que menciona como un ejemplo la **cólera**, con sus características de volumen alto, tono agudo, timbre estrepitoso, velocidad rápida, inflexión irregular y ritmo cortado.

¹⁰ Benjamín Disraeli, político inglés (1804-1881), primer ministro en 1874, campeón del imperialismo británico, famoso por sus dotes de orador en discursos políticos. (Citado en Hesketh Pearson en su libro *Dizzy, The Life and Personality of Benjamin Disraeli, Earl of Beaconsfield*. Traducción al español por Julio Luelmo, Nueva York, 1953).

garla, para aprender como oyentes, no como productores; esto servirá para saber cuánta vitalidad reflejamos y cuánta energía transmitimos a los demás. ¿Somos capaces de interesar a nuestros receptores y llevarlos a un mundo de ideas lleno de vitalidad?

- **Conocer más del mensaje y de las personas a las que escuchamos.** El tono de ciertas expresiones, las pausas, las inflexiones bajas y suaves o de volumen alto casi nos hacen adivinar “entre líneas” la idea de nuestro interlocutor por la pronunciación de sus palabras, o algún estado de ánimo; la voz refleja un verdadero sentimiento o una emoción que muchas veces no se dice con la palabra.
- **Expresar, hablar, comunicar.** El éxito en las diversas situaciones de comunicación oral depende en 38%¹¹ de la voz, de acuerdo con la habilidad que tengamos para manejar este instrumento sonoro considerado “el medio por excelencia” para la expresión del lenguaje racional y emocional de los seres humanos.

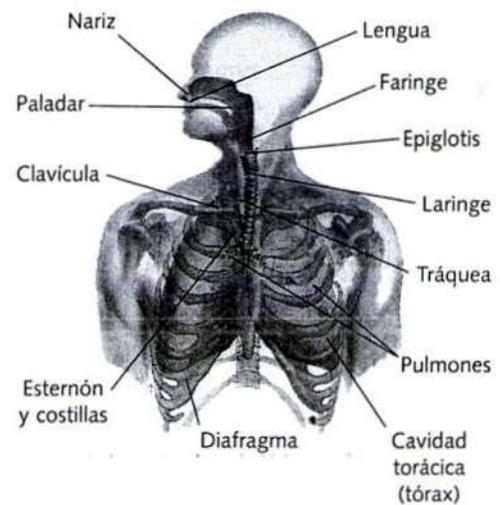
Características de la voz

El habla se articula con diferentes sonidos que sirven de base para las distintas características vocales individuales, que son generadas por nuestro aparato fonador; éste se compone de varios órganos que intervienen en la producción de la voz: *nariz, paladar, lengua, faringe, epiglotis, laringe, tráquea, clavícula, pulmones, cavidad torácica y diafragma.*

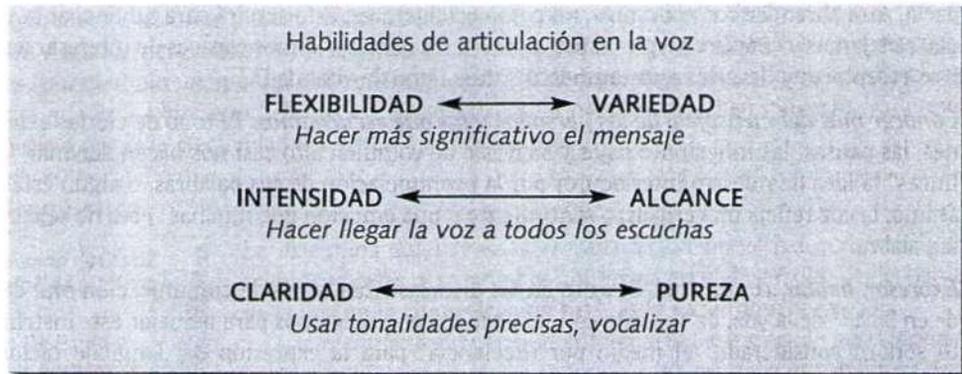
La producción del habla por medio de estos órganos recibe el nombre de *articulación*. Todas las vocales y consonantes del español, al igual que las de la mayoría de las lenguas, se articulan utilizando el aire pulmonar que sale de la cavidad torácica; para pronunciar correctamente las sílabas del lenguaje se necesitan las llamadas habilidades de articulación, entre las que se encuentran cuatro principales: 1. *claridad*, 2. *pureza*, 3. *intensidad o alcance* y 4. *variedad o flexibilidad vocal*. (Fernández de la Torre, 1995:37-41).

- **Claridad.** Es la cualidad principal de una buena *dicción*. En ella intervienen el maxilar inferior, la lengua y los labios. La práctica enérgica y constante de estos músculos, al pronunciar las palabras, ayudará a mejorar la nitidez de la voz, pues uno de los problemas más comunes al hablar es que las personas no mueven los músculos y su boca apenas se abre para pronunciar las palabras. El nerviosismo, la tensión y la rapidez son enemigos de la claridad. La velocidad de la voz puede modificarse y dar tiempo suficiente para que el mensaje sea articulado y pronunciado sin amontonar las ideas, mejorando la dicción.
- **Pureza.** Es la condición de una voz limpia, clara, sin defectos producidos por el aparato vocal, como ronquera o mala pronunciación. Cada sílaba, palabra o frase son pronunciadas con sonidos exactos y sin tropiezos.
- **Intensidad o alcance.** Son características que afectan directamente la escucha y el entendimiento del mensaje. Cuanto más intensidad y resonancia tenga la voz, más lejos llegará en un espacio. Es responsabilidad de un comunicador eficaz hacer uso de su fuerza vocal para que su mensaje llegue hasta los receptores más alejados del punto en donde se encuentre.
- **Variedad o flexibilidad vocal.** Flexibilidad es dar modulación a la voz. En teatro es necesaria para representar las emociones que viven los personajes, pero también en la vida diaria nos ayuda a dar el verdadero significado a los mensajes que queremos comunicar, ya que puede impedir el aburrimiento en los escuchas, pues la variedad de matices, tonos, ritmos, pausas y volumen lograrán que el mensaje sea más vivo, porque comunica “algo” a los receptores.

Disposición de los órganos vocales



¹¹ Porcentaje mencionado por Albert Mehrabian en su libro *Silent Messages*, Belmont, Wadsworth, California, 1971. (Citado por Hybels y Weaver, 1976:111).



Otras características que es posible combinar en formas distintas para ayudarnos a mejorar el sonido de la voz, imprimiéndole más variedad, son: *volumen, velocidad, tono, ritmo, pausas y énfasis*.

- **Volumen.** Es la percepción del sonido en el oído; puede variar desde un sonido muy débil, suave o bajo, hasta uno muy fuerte o alto.
- **Velocidad.** Es el número de palabras que pronunciamos en una unidad de tiempo y una característica de la voz que se ajusta al tipo de pensamientos y sentimientos que transmite el comunicador. Por ejemplo, cuando estamos tristes hablamos más despacio que cuando estamos muy alegres o entusiasmados.
- **Tono.** Puede ir desde un tono muy grave hasta uno muy agudo. El comunicador necesita modularlo para dar a su mensaje mayor expresividad y matices diferentes de los de otras personas. Las investigaciones del profesor Mehrabian demostraron que el tono de la voz (conocido como entonación), la resonancia y el énfasis determinaban 80% de la credibilidad de una persona cuando los escuchas no la veían; por ejemplo, a través del teléfono o el radio (citado en Ducker, 1992:48).
- **Ritmo.** Es la sensación de dinamismo que se genera por la combinación de la velocidad del sonido y la extensión de las pausas. Cuando hablamos, lo hacemos rápida o lentamente, y dejamos pausas cortas o prolongadas entre las palabras. Este ritmo es importante para dar expresividad al mensaje. Un ritmo lento, con muchas pausas, cansa. Un ritmo ágil otorga dinamismo al mensaje.
- **Pausas.** Nos ayudan a agrupar las palabras habladas en bloques o unidades que tienen significado en conjunto. Son como los puntos en un escrito. 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 (eh...; hum...; si...; este...; pues...) pero que se repiten con frecuencia sólo para llenar un espacio entre las ideas que generamos y tienen que ser expresadas una a una.
- **Énfasis.** Poner énfasis equivale a subrayar (como en los escritos); es dar más fuerza a aquellas sílabas o palabras con las que queremos llamar la atención de los que nos escuchan. Es aplicar vitalidad a la voz para destacar aquellas frases que llevan lo esencial del mensaje, las ideas principales que deseamos que los escuchas recuerden.

Las técnicas de control de la respiración constituyen una parte fundamental de cualquier programa de educación de la voz, como en el canto, el teatro, el oratoria o las terapias en disfunciones del habla. El tipo de respiración más eficaz requiere una *inspiración rápida* y una *expiración controlada*, que poco a poco corresponda a las necesidades de aire para la voz.

Un cuidadoso movimiento controlado de las costillas y del diafragma es el rasgo principal del método de respiración *intercostal-diafragmática*, recomendado por los especialistas como técnica para aprender a respirar correctamente, la cual nos ayudará a incrementar la habilidad vocal siguiendo cinco pasos:



Técnica para desarrollar habilidades vocales

Relájese • Inhale • Articule • Haga pausas • Projecte

1. Relajación física y mental: fundamental para la emisión de la voz
2. Respiración correcta: fuente de energía y sonido de la voz
3. Articulación de sonidos: claridad de pronunciación o buena dicción
4. Pausas efectivas: proporcionan variedad, ritmo y sentido al mensaje
5. Proyección: dirigir la voz directamente a los escuchas

(Adaptación de varios conceptos de la *Enciclopedia del lenguaje de la Universidad de Cambridge*, dirigida por David Crystal, 1994:124-126).

3.4 Habilidades de comunicación verbal

Las habilidades de comunicación verbal son habilidades de pensamiento para idear, seleccionar y organizar un lenguaje con la finalidad de producir mensajes comprensibles y coherentes.

La preparación verbal es indispensable para hablar. El hombre, aun sabiéndose poseedor de conocimientos y cualidades para hablar ante los demás, puede sugestionarse negativamente respecto de sus habilidades de pensamiento para producir mensajes. Tal incapacidad o incompetencia verbal surge casi siempre por la falta de confianza en sí mismo debido al desorden de ideas, al desconocimiento del lenguaje o a la falta de preparación en algún tema y al desinterés por comunicarlo.

Son muchos los casos de personas que, con un reducido caudal de conocimientos, están siempre dispuestas a hablar de cualquier tema y, quizás inconscientes de su responsabilidad, se lanzan a opinar, recomendar y afirmar sobre lo que conocen muy poco. Otros, con gran audacia, tratan de comunicar ideas por la gran convicción que tienen de ellas, pero cuando exponen sus puntos de vista hacen notoria su falta de preparación lingüística y su pobreza de vocabulario, luego van de tropiezo en tropiezo al hablar, terminando por retirarse debido a su falta de habilidad verbal.

La preparación verbal infunde una sensación activa que puede dar mayor autoridad y confianza al comunicador a la vez que ahuyenta las influencias negativas que lo cohíben en el momento de expresarse. *La palabra es poder* es una frase popular que se oye frecuentemente; la palabra resulta más poderosa y efectiva cuando está afianzada en la preparación reflexiva y juiciosa que nos lleva a estructurar y dar forma correcta a nuestros mensajes verbales.

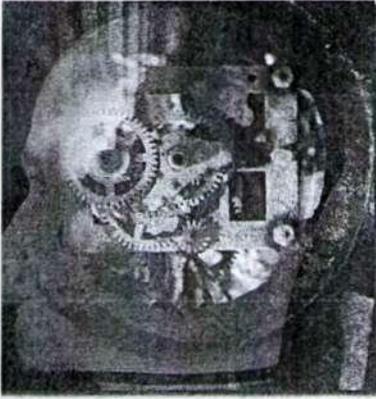
El desarrollo de las habilidades verbales guarda una relación muy íntima con *la preparación, el conocimiento, la inteligencia y la convicción de ideas*. Prepararse verbalmente es obrar con inteligencia y precisión. Tener conocimiento implica conocer bien el tema, seleccionarlo, estudiarlo e impregnarse de sus ideas. Tener convicción es dar vida a las ideas y poner entusiasmo al comunicarlas, de ahí que los grandes pilares que sostienen las habilidades verbales sean:



- **Preparación.** Para lograr esta acción, investiguemos en fuentes de información confiables; pongamos en la memoria pensamientos sobresalientes; observemos, leamos, conversemos con especialistas de diversas áreas del conocimiento, para formarnos ideas originales con referencias de valor; activemos nuestro cerebro para formular razonamientos lógicos, con la finalidad de que al compararlos con los de otras personas maduremos el compromiso de nuestras ideas y al compartir el contenido de un tema lo hagamos con la seguridad de estar hablando con verdad.
- **Conocimiento.** No es sólo adquirir información determinada, obtener datos o consultar fuentes bibliográficas, personales o electrónicas. Tampoco consiste sólo en apoyar las conclusiones propias con una serie de pruebas, evidencias o razonamientos. Conocer es algo más que leer libros, investigar datos y tener evidencias para realzar la verdad que deseamos presentar, así como

todavía más que reunir palabras y expresiones de impacto. Tener conocimiento es todo eso, más la apreciación e interpretación personal que nos conduce a enriquecer el espíritu auténtico y útil de lo que anhelamos transmitir, con el objetivo de que otros acepten nuestras ideas, las apoyen para lograr su entendimiento y las hagan suyas, generando conocimiento en otras personas.

- **Inteligencia.** Sirve para conocer con claridad los distintos asuntos y problemas. Cultivar nuestra inteligencia requiere métodos, técnicas y procedimientos que es posible aprender de expertos, filósofos o maestros; aunque no hay un método seguro o único para incrementarla, sí podemos recurrir a observar, leer, utilizar el sentido común y aprender de los demás para adquirir cada vez más conocimientos y reforzarla. En la comunicación oral, la inteligencia nos sirve para comprender lo que decimos y responder a cuestionamientos o inquietudes de nosotros mismos, de la situación o el contexto y de los receptores (Loprete, 1985:25).



"La facultad de comunicar los puntos esenciales de los problemas es la gran diferencia que existe entre los espíritus cultivados y los no cultivados. Sin duda, la más grande ventaja que se obtiene en las aulas superiores es la disciplina de la mente y con ello el orden de las ideas."

John G. Hibben¹²

- **Convicción.** Es tener la responsabilidad de probar por medio de la palabra una verdad que para nosotros existe. Es creer en lo que vamos a decir para convencer a los demás de nuestras ideas. A través de la reflexión y la meditación examinamos los pros y los contras para asegurarnos de la confiabilidad del mensaje y lo compararemos con entusiasmo, porque existe esa gran fuerza de la verdad que necesita salir, exteriorizarse, vivirse, expresarse para llegar a otros. Un comunicador con un compromiso responsable y ético consigo mismo, con su grupo y su sociedad, buscará que sus ideas se conozcan y lleguen a influir en muchas otras personas; la convicción nace de cultivar el hábito de pensar y madurar las ideas hasta quedar convencidos de que la palabra será honesta y valiosa para quienes escuchan.

Cada vez que nos tracemos la meta de lograr un gran impacto en la comunicación oral y de alcanzar el éxito, pensemos en mejorar las habilidades necesarias para desarrollar los elementos verbales que constituyen los mensajes, desde el proceso de pensamiento, en donde se generan las ideas, hasta la expresión oral de su contenido, a través de un determinado vocabulario.

RESUMEN

En el proceso comunicativo, las habilidades innatas y las aprendidas establecen una relación directa con los elementos visuales, vocales y verbales que usamos. Según los estudios del profesor Mehrabian, experto en comunicación interpersonal, los elementos visuales y vocales representan 93% del impacto que logra el comunicador en sus escuchas, por lo que son materia de estudio de la comunicación no verbal.

Las habilidades que debemos reconocer en nosotros, para manejarlas con pleno dominio, son las ligadas con el modo de actuar y hablar que reflejamos en el momento de la comunicación.

Los elementos visuales que podemos manejar son todos aquellos que la gente percibe de nosotros a través de nuestra imagen personal, el contacto visual y la forma de gesticular, movernos, desplazarnos en espacios físicos y comportarnos en cada situación.

Los elementos vocales son los que manejamos con la voz, instrumento y vehículo de comunicación por excelencia. Los matices, tono, ritmo, velocidad, énfasis,

etcétera; son factores que desarrollan esta habilidad física, imprimiendo significados diversos a los mensajes en los que, más que la idea o el tema en sí, influye en sentido positivo o negativo el "modo de decir las cosas".

En conjunto, los tipos de habilidades son materia de análisis de disciplinas de comunicación no verbal como la kinésica, que estudia los movimientos corporales; la proxémica, que estudia el manejo de las distancias en espacios físicos; la paralingüística, que estudia el manejo de la voz, y la comunicación artefactual, que se encarga de estudiar el efecto que causan todos los objetos o artefactos que usamos y nos rodean en el momento de la comunicación.

Las habilidades verbales se refieren al desarrollo y el uso que damos al lenguaje, desde la generación de una idea hasta la expresión oral ante los escuchas, con cierto tipo de vocabulario, la forma de organizar las ideas y el estilo personal de decir el mensaje. Tales habilidades se relacionan con la preparación, los conocimientos, la inteligencia y la convicción de ideas para lograr el interés y entendimiento del mensaje por parte de los receptores.

¹² En Carnegie Dale, *Cómo hablar bien en público*, Hermes, 1986:62.

Definición de conceptos

Después de estudiar el Capítulo 3, escriba las siguientes definiciones:

1. Habilidades de comunicación

2. Elementos verbales

3. Elementos visuales

4. Elementos vocales

5. Fórmula V-V-V

6. Comunicación no verbal

7. Kinésica

8. Paralingüística

9. Proxémica

10. Comunicación artefactual

para estudio

Preguntas

1. ¿Qué tipos de habilidades necesita desarrollar una persona que quiere ser un líder en su comunidad?
2. ¿Para qué sirve a un comunicador saber utilizar las habilidades de comunicación no verbal? ¿Qué ciencias o disciplinas han fundamentado los estudios de la comunicación no verbal?
3. ¿Cuáles son los elementos que ayudan al impacto en la comunicación oral?
4. ¿Cómo se relacionan las habilidades vocales con las habilidades verbales?
5. ¿Qué tipo de habilidades cree usted que se requieran para trabajar profesionalmente en una organización?
6. ¿Todas las personas podrían tener el mismo éxito si tuvieran las mismas habilidades verbales?
7. ¿En qué puede ayudar la comunicación artefactual a una persona en su comunicación oral?
8. ¿Para qué sirve tener conocimientos de proxémica y kinésica en la comunicación oral?
9. ¿Cómo se desarrollan las habilidades verbales?
10. ¿Cuáles son las características de la voz que pueden darle variedad al mensaje?

Ejercicios de aprendizaje

1. Escriba una lista de las habilidades que considere necesario desarrollar para ser director de una organización o empresa.

2. Escriba los aspectos en que se fija más la gente cuando una persona está hablando de manera interpersonal y que influyen positivamente.

3. Anote los aspectos en que se fija más la gente cuando una persona está hablando de manera interpersonal y que influyen negativamente.

4. Describa las cualidades de una persona a quien le daría credibilidad y pensaría que tiene competencia comunicativa.

5. Escriba y llene el siguiente cuadro para elaborar un "autodiagnóstico" y pueda reconocer sus áreas fuertes y sus áreas débiles en elementos visuales, vocales y verbales, para cumplir el rol de comunicador.

**Contrato de compromiso
de comunicación oral**

Yo, _____,

(NOMBRE)

para cumplir con efectividad mi papel de comunicador, pondré especial empeño en reconocer en mí mismo aquellos aspectos en los que puedo desarrollar o incrementar mis habilidades de comunicación oral durante este curso; por lo tanto, haré mi autodiagnóstico en la forma más objetiva posible, señalando con una ✓ los aspectos en los que considero que tengo más habilidad y con una X los aspectos en los que creo tener menos habilidad.

ELEMENTOS VISUALES	ELEMENTOS VOCALES	ELEMENTOS VERBALES
Movimientos del cuerpo	Manejo de la voz	Lenguaje e ideas
Comunicación no verbal		Comunicación verbal
Físico _____	Claridad _____	Lenguaje claro _____
Arreglo personal _____	Pureza _____	Lenguaje sencillo _____
Expresión facial _____	Fuerza _____	Lenguaje vívido _____
Contacto visual _____	Alcance _____	Secuencia de ideas _____
Ademanos _____	Velocidad _____	Unidad en el tema _____
Postura _____	Tono _____	Lenguaje correcto _____
Desplazamientos _____	Volumen _____	Convicción de ideas _____
Autodominio _____	Ritmo _____	Creatividad _____
	Énfasis _____	Conciencia del tiempo _____
	Pausas _____	

De acuerdo con este autodiagnóstico, HAGO EL COMPROMISO de cumplir las prácticas de comunicación oral que me ayudarán a alcanzar las metas que escribo a continuación:

Meta 1: Sobre habilidades visuales

Meta 2: Sobre habilidades vocales

Meta 3: Sobre habilidades verbales

NOMBRE

FIRMA

Prácticas de comunicación oral

Práctica 1: *El espejo*

Pida a un amigo o compañero que describa las principales características visuales y vocales que él percibe en usted. Pídale también que imite algunos movimientos, gestos y la voz, y que le indique las que juzgue más sobresalientes. Reflexione sobre lo que vio y escuchó.

Práctica 2: *Mi personaje favorito*

Interprete un papel: observe una grabación de un video o la presentación por televisión de un comentarista seguro, vigoroso y enérgico, luego intente imitarlo. Puede escoger un líder de la política, de los negocios o los deportes. ¡Recuerde que hay que hacerlo con muchas ganas!

- Piense cómo lo haría el personaje elegido.
- Realice movimientos y gestos como él los haría.
- Imite el sonido de su voz, su entonación, fuerza, énfasis, etcétera.
- Pida la opinión del grupo sobre cómo lo hizo usted.
- Si es posible, grabe su actuación y al finalizar compárela con el video del personaje modelo.

Práctica 3: *Debilidades*

De un periódico, seleccione alguna noticia y, después de leerla, coméntela ante compañeros, amigos, colegas, etcétera. Pida que alguno de ellos cuente el número de veces que usted haya realizado movimientos nerviosos, inadecuados o incongruentes con el mensaje, ya sea ademanes, gestos o posturas. Esto le dará una idea de cuán grave es su problema con los movimientos o si en realidad no tiene ninguno.

Práctica 4: *Para conocer mi voz*

Utilizando una grabadora de voz, lea dos o tres párrafos de una lectura y escúchese detenidamente. Analice sus habilidades vocales y medite sobre las áreas de oportunidad que tiene para mejorar. Repita este proceso tres o cuatro veces, con la misma lectura, tratando de dar variedad a su voz, modificando el tono, la rapidez, el volumen, las pausas, etcétera. Luego compare la primera grabación con la segunda, con la tercera, y así sucesivamente. ¿Hubo modificaciones? ¿Cómo se escucha? ¿Le gusta su voz? ¿Qué elementos piensa que podría mejorar?

Práctica 5: *Análisis de voces*

Llame por teléfono a varias casas comerciales para pedir información sobre algún producto y analice, en la voz de la persona que conteste, las características vocales estudiadas. ¿Cuáles voces le parecieron mejores? ¿Qué cualidades notó para decidir la respuesta anterior? ¿Qué características negativas se presentaron más comúnmente?

Práctica 6: *Voz y sentimientos*

Seleccione alguna frase de una canción muy conocida; por ejemplo, "México lindo y querido, si muero lejos de ti, que digan que estoy dormido y que me traigan aquí". Pida a varios compañeros que digan la misma frase, pero con diferente entonación, para que denote agresividad, ternura, ironía, amor, enojo, indecisión, tristeza, alegría, buen humor, miedo, etcétera. ¿Quién lo hizo mejor? ¿Quién no le dio la entonación adecuada para transmitir el significado correcto?

Casos para estudio y análisis

La primera impresión

Era un día distinto para Jorge. Su jefe lo había citado en la sala de juntas de la empresa para presentarle al director comercial, con quien Jorge trabajaría de ahora en adelante, ya que debido a su excelente proyecto de promoción y ventas presentado a la compañía, viajaría al extranjero a integrarse con otros profesionales para llevar a cabo el trabajo y hacer realidad sus ideas.

Cuando Jorge llegó al lugar de la entrevista, su jefe lo llevó hasta la sala donde se encontraba el señor Martínez de la Cueva, el director comercial, a quien Jorge conoció mediante una presentación formal.

Al estrecharse las manos, Jorge y el señor Martínez de la Cueva se miraron a los ojos y en ese momento ambos percibieron sus respectivos estatura, color de ojos, tono de piel, forma de peinarse, color y forma del traje que vestían y complejión física.

Después de saludarse, Jorge comenzó a hablar sobre los puntos más importantes para el desarrollo de su proyecto de ventas y su voz se escuchó agradable, clara y bien modulada, con un lenguaje elegido y depurado, lo cual le causó muy buena impresión al señor Martínez de la Cueva, quien se formó un concepto de Jorge como una persona muy segura de sí misma. De hecho, la primera impresión que le produjo el rostro tosco y anguloso de Jorge, su baja estatura y su modesto traje, se compensó con la conversación interesante con la que Jorge lo estaba envolviendo. En cambio, a Jorge la voz áspera y el tono un poco hostil, el lenguaje descuidado y a veces hasta insolente del señor Martínez de la Cueva no le pudieron causar otro efecto sino uno muy desagradable. La primera impresión causada por el bien vestir, la gran estatura y buen semblante del señor Martínez de la Cueva se fue desvaneciendo a medida que hablaba... y con esas palabras... y ese sentido irónico... Entonces, Jorge pensó

que la persona que tenía ante sus ojos no era el jefe que él deseaba para desarrollar su proyecto.

Al terminar la entrevista, el señor Martínez de la Cueva, quien al hablar había visto muy poco a los ojos de Jorge, seguía con un gesto de dominio en el rostro, y con voz fuerte e imperativa, indicándole los pormenores del viaje; aunque interiormente se sentía complacido pensando en trabajar con una persona que tenía tanto conocimiento de las ventas y mucha responsabilidad en el trabajo, como era Jorge. En cambio, Jorge, quien se mostró siempre sereno, controlando sus reacciones ante la prepotencia y el dominio de Martínez de la Cueva, se retiró del lugar sintiéndose muy defraudado y reflexionando sobre la posibilidad de no realizar su proyecto en el extranjero, teniendo como jefe a esa persona.

Preguntas

1. Por su actuación durante la entrevista, ¿cuál de los dos participantes fue más efectivo en su comunicación? Explique.
2. ¿Qué tipo de habilidades, de las mencionadas en el capítulo, están presentes en este caso para que se diera el resultado obtenido?
3. ¿Qué elementos de comunicación no verbal se destacaron más en esta situación para causar un efecto positivo y cuáles para causar un efecto negativo?
4. Desde el punto de vista de habilidades de comunicación, ¿qué recomendaciones haría al señor Martínez de la Cueva? ¿Qué recomendaciones haría a Jorge?
5. ¿Qué disciplinas de comunicación no verbal sería conveniente estudiar para saber actuar en casos como éste?

Bibliografía

- Ander-Egg y Aguilar, *Técnicas de comunicación oral*, Humanitas, Buenos Aires, 1985.
- Birdwhistell, Ray L., *Kinesics and Context, Essays on Body Motion Communication*, University of Pennsylvania Press, Filadelfia, 1970.
- Carnegie, Dale, *Cómo hablar bien en público*, Hermes, México, 1986.
- Crystal, David, *Enciclopedia del lenguaje de la Universidad de Cambridge*, Taurus Ediciones, Santillana, Madrid, 1994.

- Decker, Bert, *El arte de la comunicación: cómo lograr un impacto interpersonal en los negocios*, Grupo Editorial Iberoamérica, 1992.
- Diccionario de las ciencias de la educación*, Aula Santillana, Santillana, México, 1995.
- Diccionario Océano Uno Color*, 1996.
- Ehninger, Gronbeck, McKerrow y Monroe, *Principles and Types of Speech Communication*, 10ª ed., Scott, Foresman and Company, 1986.
- Enciclopedia del Lenguaje*, Editorial Crystal, 1994.

- Fernández Collado, Carlos y Gordon L. Dahnke, *La comunicación humana, ciencia social*, McGraw-Hill, 1986.
- Fernández de la Torre, G., *Comunicación oral*, Norma, Colombia, 1992.
- Hall, E.T., *The Silent Language*, Doubleday, Nueva York, 1959.
- Hesketh Pearson, *Dizzy. The Life and Personality of Benjamin Disraeli. Earl of Beaconsfield*, traducción al español de Julio Luelmo, Nueva York, 1953.
- Hybels, Sandra y Richard L. Weaver II, *La comunicación*. Logos Consorcio Editorial, México, 1976.
- Knapp, M. L., *Nonverbal Communication in Human Interaction*, Holt, Rinehart and Winston, Nueva York, 1978.
- Loprete, Carlos A., *Introducción a la oratoria moderna*, compendios Nova de iniciación cultural, Época, 1985.
- Majorana, Ángel, *El arte de hablar en público. Manual del perfecto orador*, traducción de Francisco Lombardia, Albatros, Buenos Aires, 1978.