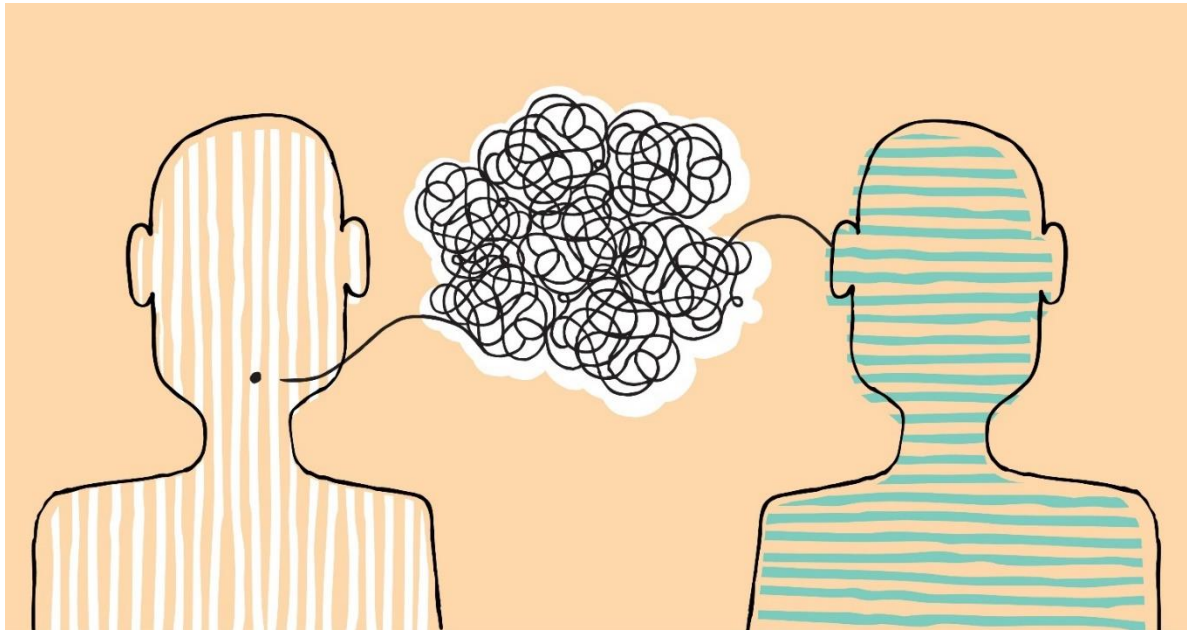


UNIDAD DIDÁCTICA 3: LA COMUNICACIÓN ORAL



ÍNDICE:

1. LA COMUNICACIÓN ORAL.
2. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN ORAL.
 - 2.1. LA ENTREVISTA DE TRABAJO
 - 2.2. LAS REUNIONES
 - 2.3. EL DIÁLOGO
 - 2.4. EL DEBATE
 - 2.5. LA CONFERENCIA
 - 2.6. LA ATENCIÓN TELEFÓNICA
 - 2.7. LA PUBLICIDAD
 - 2.8. EL INFORME
3. LA ESCUCHA ACTIVA.

1. LA COMUNICACIÓN ORAL.

Se puede definir como un modo de transmisión de mensajes mediante el uso de la lengua hablada, se transmite a través del aire y el código utilizado es el idioma.

Es muy utilizada en el ámbito laboral, ya que es más rápida que la escrita, permite la retroalimentación inmediata y va acompañada de la comunicación no verbal, que refuerza el contenido del mensaje.

Una buena comunicación oral **requiere:**

- Precisar y concretar las ideas antes de comunicarlas.
- Expresión clara y concisa (pronunciación, entonación, intensidad). Hablar alto y claro. Hablar poco a poco para facilitar la comprensión del mensaje.
- Adaptar el mensaje a la capacidad de la persona interlocutora. Exponer las ideas con un lenguaje que se ajuste al nivel intelectual y cultural de la persona interlocutora
- Sencillez en el discurso. Usar frases cortas y seguir un orden en la exposición de las ideas.
Expresarse con corrección, fluidez y seguridad
- Adoptar una actitud dialogante y mirar a nuestras/os interlocutoras/es.
- Controlar el lenguaje no verbal (miradas, gestos, posturas.....)
- Actitud asertiva (defendiendo su postura y opinión, pero respetando los derechos y opiniones de las demás personas).

LA ELABORACIÓN DEL MENSAJE ORAL

En la unidad anterior vimos que existen una serie de barreras que impiden que la comunicación sea eficaz. Las barreras se centran, a veces, en el emisor, en el receptor o en el canal.

En la comunicación oral estas barreras se pueden concretar en que el emisor no adapta el mensaje al objetivo, al momento, al receptor o al canal. O bien el receptor no presta la atención necesaria por falta de interés o porque utiliza estereotipos. Para finalizar, el mensaje puede no ser claro, o no estar acompañado del material de apoyo necesario.

Toda comunicación oral debe obedecer a un plan concebido de forma lógica y coherente. Debemos expresar el mensaje de forma que sea eficaz y logremos los objetivos propuestos.

Al elaborar un Mensaje Oral es importante estructurar y preparar el mensaje antes de formularlo, y para eso es conveniente seguir los siguientes pasos:

ANALIZAR LA SITUACIÓN: debemos responder a las siguientes preguntas: **Qué, por qué, a quién y cómo** lo comunico:

- a. **¿Qué voy a comunicar?**, hace referencia al contenido del mensaje.
- b. **¿Por qué lo voy a comunicar?**, es decir el objetivo del mensaje, que puede ser informar, motivar, negociar, etc.
- c. **¿A quién lo voy a comunicar?**, permite conocer la persona o personas destinatarias de nuestro mensaje, así como su nivel de conocimiento, etc.
- d. **¿Cómo lo voy a comunicar?**, concretando la fecha, hora, lugar y medios que voy a utilizar.



Esta diapositiva ilustra los pasos descritos anteriormente.

Las respuestas a estas preguntas nos permitirán elaborar el mensaje de forma adecuada, para finalmente transmitirlo a nuestros interlocutores.

PREPARAR EL CONTENIDO DEL MENSAJE:

- Pensar antes de hablar.
- Ordenar las ideas que voy a transmitir.
- Estructurar el mensaje.
- Preparar el material de apoyo (transparencias, diapositivas, vídeos...).

FORMULAR EL MENSAJE:

- Adaptar el mensaje al receptor empleando un vocabulario conocido.
- Utilizar frases cortas.
- Cuidar la entonación, pronunciación y volumen.
- Captar el interés con una exposición atractiva.

2. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN ORAL.

En la actividad empresarial hay muchas situaciones en las que se recurre al lenguaje hablado: Entrevista de trabajo, diálogo, discusión, debate, conferencias, mesas redondas, foro, etc.

2.1. LA ENTREVISTA DE TRABAJO

Representa el paso más importante y decisivo en el proceso de selección de personal. **Se encuentra desarrollado en el apartado *Búsqueda de Empleo***

Consiste en una conversación formal entre la persona que hace la selección y la candidata a un puesto de trabajo, con la **finalidad de:**

- Constatar y ampliar la información aportada por la/el aspirante al puesto en su CV.
- Comprobar la adecuación persona-puesto de trabajo.

- Comunicar las condiciones de trabajo a la persona candidata al puesto.
- Contratar a la persona candidata que mejor se adapte a los requerimientos del puesto y de la empresa.



Representa el paso más importante y decisivo en el proceso de selección de personal y por tanto no se puede dejar a la improvisación, **debes de prepararla**.

Consejos:

1. Procura obtener la máxima información sobre la empresa y el puesto.
2. Prevé qué preguntas pueden hacerte en función de tus puntos fuertes y débiles.
3. Ten claros tus objetivos profesionales.
4. Confía en ti misma/o y muéstrate capaz de afrontar los desafíos que lleva implícitos el puesto.
5. Sé puntual.
6. Cuida tu aspecto personal, sé discreta/o en el vestir.
7. Lleva tu CV impreso, los documentos acreditativos y referencias, con una presentación ordenada y cuidada. Repasa tu CV.
8. Espera a que sea la persona entrevistadora la que inicie el saludo.
9. Cuando te inviten a sentarte, hazlo correctamente.
10. Mira de frente y a los ojos.

Fases de la Entrevista:

- a) Saludo. Mira el siguiente vídeo: <https://youtu.be/ymTG9KUsRDE>
- b) Charla introductoria.
- c) Conversación sobre el puesto.
- d) Despejar interrogantes. Ejemplo: <https://youtu.be/qt6FNc-OXXg>
- e) Despedida.

Cuida el lenguaje no verbal:

- ❖ **La Mirada:** El contacto ocular representa el inicio de una posible interacción, es señal de que estamos prestando atención.
- ❖ **La Expresión facial:** Indica tu estado de ánimo, sentimientos y actitudes, procura que la expresión concuerde con el mensaje. Es una fuente de retroalimentación continua acerca de si nos siguen o no.
- ❖ **La Sonrisa:** Suele ser una señal positiva que denota cordialidad.
- ❖ **Postura Corporal:** Adopta una postura cómoda que te permita resistir la entrevista sin cambiar continuamente



de postura. Debes dar una impresión de energía y vitalidad, mantén la cabeza alta, espalda recta y los pies en el suelo.

- ❖ **Las Manos:** Sirven para reforzar el mensaje verbal. El saludo de entrada si se hace con apretón de manos ha de ser firme.
- ❖ **La Distancia:** Mantén una postura cercana, pero sin invadir el espacio de intimidad de la persona entrevistadora.
- ❖ **Los Tics:** Evítalos, dan una imagen de nerviosismo e inseguridad.
- ❖ Presta atención a las recomendaciones del programa Aquí Hay Trabajo, haciendo clic en el enlace: [Aquí Hay Trabajo](#)

Existen diferentes tipos de entrevistas de trabajo: individual, grupal con dinámicas de grupo, para comprobar las habilidades y competencias profesionales de los candidatos.....

¿Sabes cómo afrontar una entrevista en tiempos de pandemia?



La propuesta cinematográfica para este tema es la película «El Método», aquí el tráiler:



ACTIVIDAD: Una vez analizados todos los pasos básicos del proceso de búsqueda de empleo, estás preparado para realizar tu búsqueda de una manera óptima. Para comprobarlo te invito a realizar el siguiente breakout, realizado y compartido generosamente por la profesora de FOL, Victoria Rodríguez Almonacid, del IES Pedro Mercedes de Cuenca: <https://view.genial.ly/5eb9c4c1a249660da04b4cda/game-busqueda-empleo-maldito-copia>

2.2. LAS REUNIONES

Es una comunicación oral entre un grupo de personas para recibir o dar información sobre un tema o tomar alguna decisión conjunta.

Constituyen uno de los distintivos del trabajo en equipo para:

- ✚ **Debatir y decidir** sobre aquellos asuntos de mayor trascendencia en los que convenga conocer la opinión de todo el equipo.
- ✚ **Fijar criterios, homogeneizar ideas, compartir opiniones**, intercambiar puntos de vista, ayudar a crear una cultura común (modo de actuar, nivel de exigencia, escala de valores, etc.).
- ✚ **Favorece el contacto personal:** facilita la comunicación y ayuda a cohesionar al equipo.



Para asegurar el éxito de la reunión, es **preciso prepararla**, organizando espacios, tiempos y temas a tratar, recogiendo en un "orden del día".

Es aconsejable buscar un lugar cómodo, amplio y equipado (pantalla, proyector, ordenadores, pizarra, etc.). Es importante la disposición de las personas participantes para facilitar su participación, en círculo o en forma de U.

2.3. EL DIÁLOGO



Es la conversación que realizan dos o más personas sobre un tema intercambiando opiniones o ideas. En ningún momento persigue llegar a una conclusión común entre las/os interlocutoras/es, únicamente desean conversar sobre un tema concreto y ofrecer cada uno sus ideas y opiniones. El diálogo es, pues una conversación entre dos o más personas para tratar algún tema concreto y contrastar opiniones.

2.4. EL DEBATE

Es una **controversia oral entre varias personas con diferentes opiniones sobre un tema**. En el ámbito laboral, sobre todo en los procesos de negociación y toma de decisiones, es necesario encontrar la forma de llegar a conseguir una opinión aceptada por todos, o por lo menos, por la mayoría. Para eso se aplica una técnica de expresión oral llamada DEBATE, cuyo desarrollo pasa por las siguientes fases:



DEBATE

- Momento de explicar la propuesta. Se debe hacer de una forma clara y amena y trata de dejar patentes los argumentos en los que se apoya la opinión.
- Réplicas y contrarréplicas: en la réplica alguna de las personas interlocutoras cuestionan las opiniones vertidas o los argumentos utilizados. En la contrarréplica se dan las explicaciones complementarias para reforzar los argumentos iniciales.
- Cada participante trata de imponer su punto de vista mediante la persuasión y la argumentación
- Conclusión: se llega a una conclusión o solución por mayoría.
- Es conveniente que, además de los participantes en el debate, exista un MODERADOR/A. Sus funciones serán: asignar turnos de palabra, evitar enfrentamientos personales, regular el tiempo de las intervenciones y mantener antedichas intervenciones centradas en el tema.

2.5. LA CONFERENCIA

Una conferencia es una disertación oral en la que una persona conferenciante (emisora) informa a un auditorio (receptoras) sobre un determinado tema. Es la exposición ante un auditorio, de algún tema por parte de un experto.

La persona conferenciante, antes de ponerse delante del auditorio, deberá preparar el tema mediante el mismo proceso de búsqueda de información, análisis y propuesta final que vimos para la argumentación del debate. Una conferencia eficaz debe tener, al menos, las siguientes partes:

- ❖ **INTRODUCCIÓN:** su objetivo es suscitar el interés del auditorio y presentar el tema que se va a tratar. Debe ser amena y para eso, se utilizan anécdotas o noticias recientes y de actualidad.

❖ **CUERPO:** una vez que se consiguió que el público esté interesado, se entra en materia. Para eso la exposición debe ser coherente, seguir una secuencia lógica y resaltar los aspectos más relevantes. Se debe conseguir que el interés no decaiga. Requiere preparación por parte de la persona conferenciante.

❖ **SÍNTESIS:** al finalizar la conferencia es conveniente dedicar los últimos momentos a efectuar un resumen en el que queden reflejados los puntos más interesantes. En muchos casos se pueden utilizar gráficos, esquemas o mapas conceptuales. En algunas ocasiones el conferenciante responde al finalizar su exposición a algunas dudas y sugerencias. En este caso la conferencia daría paso a un coloquio.



Es importante que durante la conferencia, la atención no decaiga. Para lograrlo hay que observar lo siguiente:

- ✚ Utilizar recursos gráficos de apoyo: diapositivas, transparencias...
- ✚ Pronunciar con claridad y utilizar un tono de voz adecuado.
- ✚ No eternizarse en ofrecer datos y datos.
- ✚ Romper la monotonía con anécdotas o dosis de humor.

Hoy en día los negocios competitivos necesitan de una toma de decisiones rápida y eficaz que sólo la encuentran a través de las videoconferencias.



COMO HABLAR EN PÚBLICO

Los nuevos servicios como Skype, Zoom, Discord, Google Duo, Slack, Microsoft Teams, o Cisco Webex Meetings han facilitado mucho las telecomunicaciones modernas, y han desarrollado una gran industria al respecto.

2.6. LA ATENCIÓN TELEFÓNICA

El teléfono, además de un medio de comunicación, es una de las más potentes herramientas comerciales, y su uso oportuno contribuirá a una adecuada atención al cliente. Es preciso saber dar una imagen agradable y de servicio, por ello cuando se atiende por teléfono es necesario conocer las reglas básicas de este tipo de comunicación:

Reglas básicas de atención telefónica

- ☎ Cuando suena el teléfono debe existir una persona responsable que lo coja antes. cuanto
- ☎ Al descolgar, saludar siempre y citar el nombre de la empresa.
- ☎ Al recibir una llamada, identificar a la persona que llama (*no debe pasarse una llamada sin haberla identificado antes*).
- ☎ Escuchar con atención y preguntar hasta tener el asunto de la llamada claramente identificado.
- ☎ Antes de efectuar una llamada a un cliente conocido hay que anotar los puntos que vamos a tratar (*nos permite ahorrar tiempo y evitar que olvidemos algún punto importante*).
- ☎ Concentrarnos siempre en la conversación y no hacer otras cosas a la vez.
- ☎ Si estamos atendiendo una llamada y no nos queda más remedio que atender una segunda, comentarlo con quien nos llamó primero. *En general, se trata de dar prioridad a la primera llamada que recibimos.*



- ☎ Cuando llamamos a un cliente conocido debemos saludar a quien nos atiende, identificarnos personalmente, identificar a nuestra empresa y preguntar por la persona con la que queremos hablar.
- ☎ Hablar bajo y poco a poco, y siempre con amabilidad.

LA COMUNICACIÓN TELEFÓNICA



2.7. LA PUBLICIDAD

Es una técnica destinada a difundir o informar al público sobre un bien o servicio a través de los medios de comunicación con el objetivo de motivar al público hacia una acción de consumo. En un mundo en que la oferta de bienes es muy variada, las empresas tratan de convencer a los consumidores de que sus productos son los más adecuados para satisfacer sus necesidades.

Una de las formas que tienen las empresas para convencernos de adquiramos sus productos es lanzarnos mensajes publicitarios

Sus objetivos son:

- ✔ Captar la atención.
- ✔ Ser creíble y fácil de recordar.
- ✔ Conseguir una respuesta de la persona consumidora, esto es, que compre el producto o solicite el servicio.

2.8. INFORMES

En la unidad anterior vimos que el informe es una enumeración detallada y ordenada de hechos concretos o actividades, como respuesta a una pregunta efectuada por una institución o persona que búsqueda información, de forma que permita una rápida y fácil comprensión.

Los informes se redactan por escrito, pero, es posible que debas presentarlos en forma oral ante un público. En la exposición de informes debes:

- ❖ Planificar perfectamente la exposición y ensayar antes la presentación.
- ❖ Utilizar un lenguaje llano y preciso.
- ❖ Ayudarse, si es posible, de medios audiovisuales, de gráficos y tablas para hacer más comprensible la información.
- ❖ No leer demasiado las notas que lleves.
- ❖ Procurar no utilizar un tono de voz demasiado monótono que aburra a los interlocutores.
- ❖ No hablar demasiado rápido y sin pausas pues los interlocutores se pueden perder.
- ❖ Mostrar seguridad en el que explicas.
- ❖ Controlar el tiempo de exposición.

- ❖ No dar la espalda a tus interlocutores, aunque tengas que leer transparencias.
- ❖ Presentar, al finalizar, una síntesis despacio de conclusión.

3. LA ESCUCHA ACTIVA.

Para que las técnicas de comunicación estudiadas sean efectivas es preciso que la persona receptora o receptoras se impliquen en el proceso de comunicación de forma activa, es decir, deben realizar un esfuerzo para comprender el mensaje, esto se consigue mediante la escucha activa.

La persona **EMISORA** debe:

- ✓ Preparar bien el tema a tratar.
- ✓ Crear un clima adecuado para el proceso de comunicación.
- ✓ Resumir de vez en cuando lo que se ha dicho y finalizar con una serie de conclusiones.
- ✓ Aceptar comentarios y críticas.

La persona **RECEPTORA** debe:

- 👍 Evitar los prejuicios.
- 👍 Escuchar la totalidad del mensaje.
- 👍 No adelantar conclusiones.
- 👍 Si es posible, preguntar dudas a la persona emisora.
- 👍 Escuchar con empatía (identificación con los sentimientos y realidad de la otra persona).

Tomar notas breves o incluso hacerlo de forma visual, aumenta la concentración de la persona receptora. Un ejemplo gráfico de ello es el «[sketchnoting](#)».

