

COMUNICACIÓN ORAL ARMÓNICA, EFECTIVA Y SIGNIFICATIVA

Adyel Quintero Díaz
Ivette Consuelo Hernández A.



Definición De Términos Básicos

I. Comunicación Oral

Lenguaje Oral: Código verbal que nos permite organizar nuestros pensamientos en palabras.

Habla: La manera como conversamos. Ritmo y Dicción.

Voz: La manera como sonamos: tono, timbre, intensidad (volumen) y duración.

Expresión Corporal: Código de movimientos, gestos y desplazamientos innatos y aprendidos que acompañan a la expresión oral.

Kinésica: Manejo de los gestos y movimientos.

Proxémica: Manejo de espacios, distancias, zonas y territorios.

Cronémica: Concepción, estructura y uso del tiempo durante la comunicación.



II. Aspectos Del Habla

Vocalización: Adecuada emisión de las vocales.

Articulación: Producción exacta de consonantes.

Dicción: La unión de la vocalización y la articulación que permite una correcta pronunciación de las letras, sílabas y palabras durante frases y oraciones.

Tempo-Ritmo del habla: Manejo de la velocidad, pausas y cadencias durante la conversación.





III. Cualidades De La Voz

Timbre: Color o característica que distinguen e identifican a cada voz.

Tono: Nivel de ubicación de la voz en una escala de grave (bajo) al agudo (alto).

Intensidad: Grado de fuerza o energía que se imprime a la voz desde el débil (susurro) al fuerte (grito).

Duración: El tiempo de emisión: breve o prolongado, rápido o lento.

Fundamentos Del Método ELOQUENTEM



PRIMER FUNDAMENTO

Texto: El contenido del mensaje, explícito en las palabras.

Contexto: Circunstancias en las que se produce el mensaje (lugar, tiempo, hechos ocurridos).

Subtexto: Contenido implícito por debajo del texto, las intenciones (emociones, motivaciones, prejuicios y creencias), que se revelan a través de aspectos no verbales.

SEGUNDO FUNDAMENTO

Estatus Situacional

En todas nuestras situaciones comunicativas, siempre estamos jugando con los status. A los seres humanos, nos resulta imposible ser neutral en ese juego. Pero, ¿qué significa exactamente el término status, en la comunicación? Keith Johnstone, célebre director y maestro del teatro inglés contemporáneo, lo define como la posición que la persona ocupa en el orden jerárquico, a partir de su hacer escénico. En ese sentido, plantea que existen:



Los jugadores compulsivos de status alto:

Aquellos cuya presencia nos dice: “No se me acerquen, muerdo”. Generalmente realizan gestos muy amplios y ocupan mucho espacio a su alrededor. Se proyectan retadores, agresivos, tensos.



Los jugadores compulsivos de status bajo:

Su actitud es la de: “No me muerdan, no valgo la pena”. Sus gestos son cortos, el cuerpo es cerrado, ocupan la menor cantidad de espacio posible a su alrededor. Se proyectan como víctimas, perdedores, con miedo, rictus de sufrimiento.

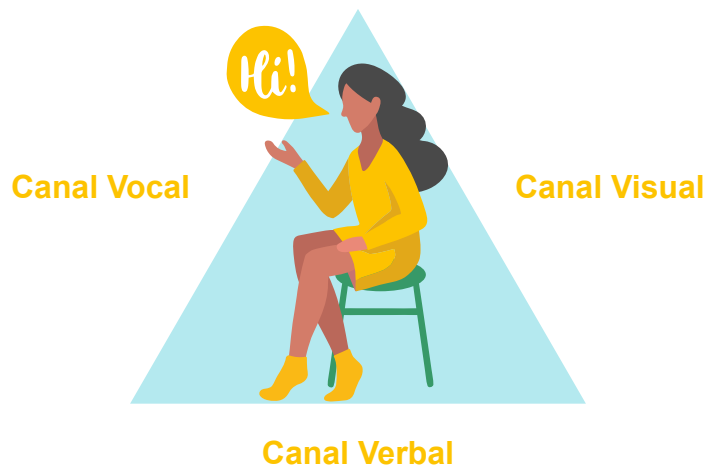


Los que hacen transferencias de status de manera estratégica:

Ajustan su status constantemente, una fracción arriba o una fracción abajo, de acuerdo con las circunstancias. Saben en cada momento qué status desempeñar para lograr sus propósitos comunicativos. Se proyectan abiertos, flexibles, con una escucha activa, y una acertada percepción de las señales que se emiten en torno a ellos.

TERCER FUNDAMENTO

Desempeño Comunicativo



Canal Verbal

Diálogo interno y diálogo externo evidenciado en:

Habilidad para escuchar

Habilidad para preguntar y responder

Conocimientos

Vocabulario

Fluidez

Estructura discursiva

Canal Vocal

Dicción

Movilidad de órganos de la palabra

Tiempo-Ritmo del habla

Volumen

Expresividad

Canal Visual

Presentación Personal

Expresión Corporal

Postura

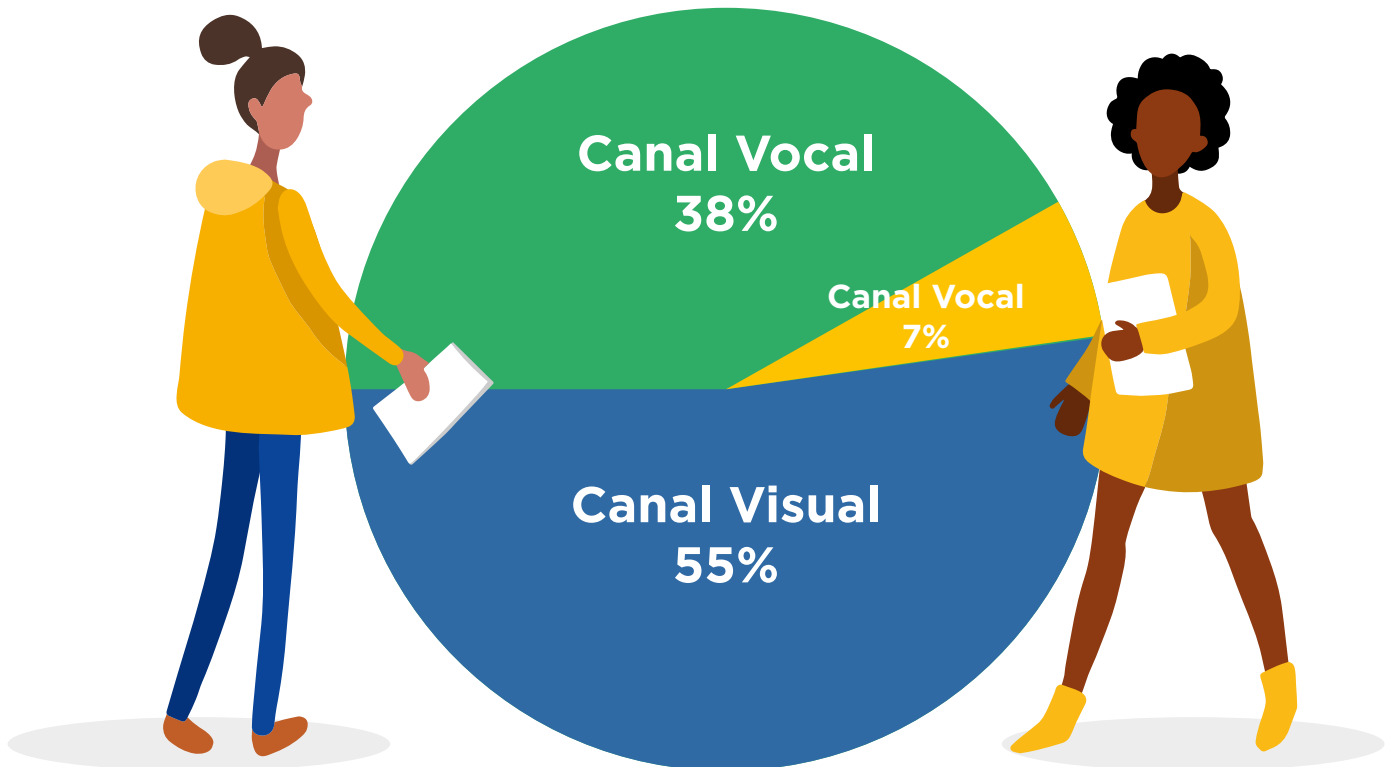
Mirada

Rostro

Kinésica

Proxémica

Impacto Comunicativo



Propósitos del Mensaje

Gastón Fernández de la Torre, lingüista español, dice que existe simultaneidad de propósitos, pero es necesario definir uno central. Los principales propósitos al preparar un mensaje son: entretener, informar, convencer y persuadir.

Informar: Se centra en el tema, puede llevar a la comprensión de un asunto, resolver incertidumbres y ampliar conocimientos, pero no hay una relación evidente con los interlocutores. La exposición es objetiva, clara y concisa.

Entretener: El orador busca crear complacencia, agradar, divertir a su interlocutor, a través del humor, comentarios, reportajes, datos curiosos, narraciones, con un lenguaje muy vivaz y originalidad en la argumentación y en la exposición.

Convencer: Acude a la razón con argumentos* sólidos y demostrables para influir sobre la opinión del interlocutor. Se trata de probar una tesis.

Persuadir: Acude a la emoción valiéndose de apelaciones relacionadas con las creencias, necesidades y motivaciones del interlocutor. En el caso de la venta, busca acción, cambios de conducta por parte de los clientes. Genera seguidores.

***Argumentos:** Encadenamiento de ideas, que dan lugar a una conclusión.

***Apelaciones:** Referencias a datos o a hechos del mundo que avivan los sentimientos de una audiencia en particular. Ej. Referencias al amor, a la patria, a la seguridad, a los derechos básicos, a las tradiciones, entre otras.

Pautas para un discurso de impacto

- Planee y prepare la exposición de manera estratégica, mediante el claro establecimiento de un “**súper objetivo**”. Pregúntese: ¿Qué le interesa a este interlocutor o a esta audiencia? ¿Qué le conviene o le interesa a usted o a su organización dejar como **mensaje central**? Y concilie esto con los beneficios de cada audiencia en particular. Dicho **súper-objetivo** determina el **mensaje central** que guiará toda su presentación.
- De acuerdo con este **mensaje central**, seleccione sus tres, máximo cuatro **mensajes clave**, que desea que su audiencia tenga presente.
- Defina entonces, las **rutras discursivas**: tópicos de enfoque, para ser concreto y preciso.

- Elija los soportes (recursos para realzar su exposición): **argumentos** (elementos comprobables, estadísticas, cifras), y **apelaciones** (breves hechos, testimonios, historias personales inspiradoras, casos de éxito, o afirmaciones que involucren las creencias, motivaciones, necesidades y preferencias de la audiencia).
- Prepare un “**gancho de entrada**” que le permita cautivar de manera benevolente la atención de sus espectadores, y establecer el clima que seguirá su presentación. Esto le posibilitará, además, instaurar desde el comienzo una conexión emocional con su público que origine mayor interés y empatía.
- En ese mismo orden de ideas, prepare la conclusión de su presentación. No termine deslucidamente, Ej. “...y bueno, esto es básicamente lo que quería decirles, no sé si tienen preguntas...”. Emplee un “**broche de oro**”.

Efectos discursivos de impacto

- Utilice **lenguaje incluyente**, Ej. “Todos hemos requerido...”, “Para ustedes y para mi es evidente...”, “Invito a la audiencia a que...”
- **Evite el uso de términos hipocorísticos** (que disminuyen): los diminutivos o expresiones como “un poco”. Ej. “Más adelante puedo abordar un poco”. Es más favorable: “Abordaré más en detalle”, “sucintamente”, “brevemente”, “sintetizando...”
- Eluda el uso del “**NO**” **innecesario** al inicio del mensaje pues resta capacidad afirmativa y contundencia: Ej. “No sé si ustedes conocen”, “No sé si ustedes pueden...” Reemplácelos por: “Conocen ustedes...”, “Ustedes pueden...”
- No emplee **rodeos, ni verbos en conjugación pasiva**, tales como “Me gustaría saber...”, “Yo quería resaltar...”, “...Lo que queríamos ofrecer...” Es preferible usar el verbo de manera directa: Ej. “En este punto resalto...”, “Lo que ofrecemos a ustedes es...”. Tenga presente que el uso de los verbos “querer”- “gustar”, “desear”, frecuentemente no son utilizados de manera acertada, sino como muletillas que crean rodeos y restan contundencia. Adicionalmente, a los interlocutores no les interesa lo que nosotros “pensamos, deseamos o nos gusta”, sino lo que ELLOS desean, gustan y quieren.
- Así mismo, restan capacidad afirmativa las **muletillas**. Tome conciencia de ellas y reemplácelas por **conectores**.
- Evite, también, las **expresiones dubitativas** tales como: “La idea es que...”, “Esto es como innovar con esta propuesta”, “Digamos esto es lo que hemos planeado”, “Y bueno, esto es básicamente lo que queríamos...”. Reemplácelo, por ejemplo, por: “Esta propuesta les permite innovar en...”, o “Esta propuesta es innovadora porque...”.
- Tampoco emplee **lenguaje impersonal**. Ej. “Uno piensa”; “La gente cree...”; “Se obtuvieron resultados...”, (¿Quiénes?); “La decisión fue tomada...” (¿por quién?).
- Evite **los clichés** Ej. “Aportar nuestro granito de arena” y **las expresiones vacías** (palabras que por excesivo e indiscriminado uso se han tornado vacías y de bajo impacto), tales como “importante”, “increíble”, “tenaz”, “espectacular”.

- Por último, entrene sus **habilidades narrativas**. En un relevante estudio sobre el liderazgo desarrollado por Howard Gardner, el autor llegó a la conclusión de que una de las características que identificaban a los grandes líderes es que fueron grandes contadores de historias. Contar un gran cuento exige del narrador de unas habilidades narrativas básicas que le permitan transformar la información de la cual nutre su discurso, en un gran relato que mantenga atento al público y con ganas de escuchar hasta el final.

“Hay dos caminos para persuadir a las personas. El primero es a través de la retórica convencional, que es la forma en que entrenan a los ejecutivos(...). La otra forma de persuadir a la gente, y que es finalmente más poderosa, es mediante la unión de una idea con una emoción. Y la mejor forma de hacerlo es mediante una historia cautivadora. En una historia, no solamente se teje una gran cantidad de información en el relato sino que se conquista la emoción y la energía de la audiencia.”

ROBERT MCKEE (Guionista Norteamericano)

Recomendaciones para inicios y cierres inolvidables

La mejor manera de construir el discurso es presentar las ideas en un orden establecido y siguiendo una progresión desde la **introducción**, pasando por el **nudo o cuerpo** hasta el **desenlace o conclusión**.

- **La introducción** no puede dejarse al azar. Se prepara detalladamente. Implica, además del saludo (cálido y seguro), **captar la atención del público**. Evite entrar abruptamente al tema, use ***ganchos discursivos** pertinentes. Del mismo modo evite preámbulos demasiado largos, excusas banales, o frase de cajón y predecibles. Después de ello, establezca de forma clara la tesis que va exponer (su mensaje central), **los tópicos** que va a desarrollar para sustentarla y **el interés que representa para la audiencia**, el tema escogido.

*Ganchos discursivos efectivos

1. Una cita memorable relacionada con el tema.
2. Una estadística contundente.
3. Una imagen asombrosa o magnífica.
4. Un comentario controversial o una afirmación sorprendente.
5. Una breve historia relacionada con el tema.
6. Un símil, una metáfora o una analogía.
7. Referencias a la situación específica de la audiencia o a hechos relacionados con ella.
8. Un ejemplo personal afortunado, que proporcione una “lección útil para el tema”
9. Preguntas al público.
10. Contextualizar (pasado, presente y futuro del asunto a tratar).
11. Humor inteligente y pertinente (Con Tono – Tino – Tacto)
12. Crear suspenso.

- **El cuerpo o desarrollo**, es la parte donde se distribuyen jerárquicamente las ideas principales (argumentos), con sus respectivos soportes (casos o hechos, imágenes, historias, estadísticas, ejemplos, citas y referencias, entre otras).
- **La conclusión** representa el momento de destilar el mensaje y quedarse con la esencia, la estructura más fácil de recordar. Es necesario asegurarse de **que el público tenga claro la acción** que usted quiere que lleven a cabo como respuesta a lo oído. No termine abrupta o deslucidamente. Emplee un **“broche de oro”**.

Para ello, puede resultar útil revisar de manera sucinta, los puntos principales del discurso, relacionados con los motivos por los cuales la audiencia puede entrar en acción, añadiendo en lo posible efectividad (moviendo al público, si se cree oportuno, a la emoción, a la risa, etc.). También puede hacer referencia a su comienzo, emplear una cita de impacto o una pregunta retórica que mueva al público a la reflexión. El cierre, al igual que la introducción, no se puede dejar al azar. Prepárelo a conciencia.

Ejemplos de frases para bloquear y puentear en Medios:

- No puedo hablar por..., pero como XXX le puedo comentar que...
- Eso usted debe preguntárselo directamente a él (ella). A lo que sí puedo hacer referencia, desde mi posición como XXX, es a...
- Tenemos por política no hacer referencia pública a esos temas, por respeto a... (o, dado su nivel de confidencialidad, o porque aun está en investigación); sin embargo, puedo comentarle que...
- Esa es la opinión de... La nuestra es...
- Es una de las tantas opiniones que hay sobre el tema. La nuestra es...
- Prefiero no especular sobre el futuro, pero sí puedo hacer referencia al presente, y en ese sentido le comento que...
- Qué bueno que usted me hace esa pregunta, pues me permite aclarar que...
- Es un tema muy amplio (o complejo) realmente, y su explicación trasciende el marco de esta entrevista; por eso, voy a referirme específicamente a...
- El tema tiene muchas aristas; me concentraré específicamente en...
- Sobre ese tema no tengo suficiente información en estos momentos; sin embargo, puedo decirle que...
- Ese tema está en cabeza de... (El Ministro X, el Presidente, etc.). Lo que sí nos corresponde a nosotros es...
- Lo que usted me pregunta está muy relacionado con..., y me lleva a pensar (o: me hace recordar que...) en...

Lista y clasificación de conectores para lograr fluidez y corregir muletillas

ADITIVOS. Expresan suma de ideas.

Noción de suma: y, además, también, así mismo, por añadidura, igualmente.

Matiz intensificativo: encima, es más, más aún.

Grado máximo: incluso, hasta, para colmo.

OPOSITIVOS. Expresan diferentes relaciones de contraste entre enunciados:

Concesión: con todo, a pesar de todo, aun así, ahora bien, de cualquier modo, al mismo tiempo.

Restricción: pero, sin embargo, no obstante, en cierto modo, en cierta medida, hasta cierto punto, si bien, por otra parte.

Exclusión: por el contrario, en cambio.

CAUSATIVOS-CONSECUTIVOS. Expresan relaciones de causa o consecuencia entre los enunciados:

Consecutivos: por tanto, por consiguiente, de ahí que, en consecuencia, así pues, por lo tanto, por eso, por lo que sigue, por esta razón, entonces, entonces resulta que, de manera que.

Causales: porque, pues, puesto que.

COMPARATIVOS. Subrayan algún tipo de semejanza entre los enunciados:

Del mismo modo, igualmente, análogamente, de modo similar.

REFORMULATIVOS. Indican que un enunciado posterior reproduce total o parcialmente, bajo otra forma, lo expresado en uno o más enunciados anteriores:

Explicación: es decir, o sea, esto es, a saber, en otras palabras.

Recapitulación: en resumen, en resumidas cuentas, en suma, total, en una palabra, en otras palabras, dicho de otro modo, en breve, en síntesis.

Ejemplificación: por ejemplo, así, así como, verbigracia, particularmente, específicamente, incidentalmente, para ilustrar.

Corrección: mejor dicho, o sea, bueno.

ORDENADORES. Señalan las diferentes partes del texto:

Comienzo de discurso: bien (en un registro coloquial), ante todo, para comenzar, primeramente (en un registro más formal)

Cierre de discurso: en fin, por último, en suma, finalmente, por último, terminando, para resumir.

Transición: por otro lado, por otra parte, en otro orden de cosas, a continuación, acto seguido, después.

Digresión: por cierto, a propósito, a todo esto.

Temporales: después (de), después (que), luego, desde (que), desde (entonces), a partir de, antes de, antes que, hasta que, en cuanto, al principio, en el comienzo, a continuación, inmediatamente, temporalmente, actualmente, finalmente, por último, cuando.

Espaciales: al lado, arriba, abajo, a la izquierda, en el medio, en el fondo.

Fundamentos del Canal Visual

LA MIRADA:

Durante el acto comunicativo (sea una negociación cara a cara, una exposición), tenga en cuenta que su mirada:

• **Guía la atención del público:** a dónde va la mirada del orador, va la mirada de su(s) espectador(es). Por eso:

a) Tome conciencia de hacia dónde mira tanto cuando habla como cuando escucha a otra persona: si su mirada es dispersa, esto generará dispersión en la atención del público.

b) Comparta la misma entre todos sus interlocutores, de manera impredecible, si se encuentra dictando una conferencia.

c) Mientras escucha preguntas, mantenga contacto visual con su oyente.

• **Debe establecer contacto visual:** detenerse por unos segundos en su público, con el fin de generar credibilidad (Cuando uno está seguro de algo, lo puede sostener con los ojos). Al respecto:

a) Verifique durante cuánto tiempo sostiene una comunicación visual tanto con una persona como con grupos.

b) Así mismo, empiece a mirar detenidamente la pupila de personas con las cuales hace contactos cortos, como con el individuo que le sirve un café o le despacha algo en una tienda.

c) Empéñese en sostener su mirada durante las conversaciones con personas con las cuales siente mucha confianza.

d) El tiempo adecuado para sostener el contacto visual está en dependencia del sentido de la frase y de la intención comunicativa. Por ejemplo, si está pronunciando un mensaje clave y a mitad de frase pierde contacto, sus palabras perderán contundencia frente a su interlocutor.

• **Precisa reflejar las imágenes, intenciones y emociones presentes en el discurso;** es decir, ser sincrónica con lo dicho para imprimirle veracidad y hacerlo más comprensible. Por ello:

a) Evite los “ojos de pescado” (inexpresivos), pues esto genera distancia, y le resta interés a lo expresado. Observe los ojos en los buenos presentadores de televisión o en los actores, y un día mírelos quitando el sonido para que se centre aún más en la expresión: notará cuán variada es.

b) Cuando “hable en imágenes”, imagine el contenido de las palabras: véalas. Si usted lo ve, su espectador también lo verá.

c) Adicionalmente, frente a un espejo, repita frases cortas que contengan sentimientos muy definidos y expréselos claramente con los ojos. Ejemplo: “Usted qué hace aquí...”; “¿A dónde vas?”; “Que pereza tan horrible...”; “Que bebé tan bello...”; “Mañana es el gran día...”

LA POSTURA:

La posición de su cuerpo puede ser un reflejo de su posición mental, e influye en la opinión que otros tengan sobre usted y en la manera como lo traten. Por esto es esencial que:

• Vigile su cabeza

Sostenga la cabeza libre y equilibrada con la nuca alargada, como si flotara sobre la columna.

• Vigile la parte superior de su cuerpo

Procure que sus hombros se mantengan libres de tensión, hacia fuera y hacia abajo, conservando una línea recta.

- **Vigile la parte inferior de su cuerpo**

Uno de los patrones de mala postura más común es el de descolgar las vértebras lumbares (a nivel de la cintura), como “sentando” las costillas sobre las caderas. Empéñese en conservar alargado el espacio entre las costillas y las caderas.

- **Ejercítese en estar libremente erguido**

Haga de cuenta que su cabeza es un globo de helio y que la columna es la pita que cuelga del globo. La cabeza “flota” libremente sobre la columna, con la nuca alargada y los hombros libres alineados hacia fuera y hacia abajo. A la vez sienta como cada vértebra se alinea libremente una sobre la otra, sin derrumbarse en ningún punto, conservando alargado el espacio entre costillas y caderas.

EL ROSTRO:

Como ha demostrado el Dr. Paul Ekman, célebre psicólogo e investigador contemporáneo de la expresión facial, “la verdad está inscrita en el rostro”. Al respecto, le proponemos:

- Ensayar diferentes momentos de su discurso frente a un espejo: busque la expresión de la cara o “máscara” que corresponda, de manera más conveniente, a cada instante (de alegría, preocupación, tristeza, analítico, etc.), sosténgala suavemente y diga la frase sin cambiar dicha expresión.
- Evite además los rictus (Ejemplo ceño fruncido o sonrisa falsa permanente); y la “cara de piedra” o “de jugador de póquer”, pues son absolutamente inexpresivas e interfieren en la relación con su interlocutor.
- Entusiásmese con su mensaje y deje que su rostro exprese y apoye sus ideas.
- Genere simpatía aprendiendo a sonreír bajo presión. La mejor manera de ejercitar la sonrisa se basa en alzar los pómulos antes que en formar una sonrisa con los labios. Considere la parte superior de sus mejillas como manzanas y simplemente alce las manzanas para formar una sonrisa.

LAS MANOS:

Tenga presente que la composición visual de su gestualidad, puede contribuir a realzar su presencia escénica y destacar las ideas centrales de su intervención. A continuación, le ofrecemos algunos tips básicos para el manejo de las manos:

- Muévalas mayormente de forma asimétrica, y utilice las dos al tiempo (simétricamente) para hacer énfasis en alguna idea o palabra.
- Emplee gestos ilustrativos cuando desee que algún mensaje se labre con fuerza en la mente de su interlocutor (grafique o haga una representación con sus manos de la imagen contenido en el texto proferido).
- Mantenga además las palmas abiertas, pues esto lo proyectará más accesible y permitirá que el gesto se defina mucho mejor.
- Ejecute siempre movimientos amplios, variados y fluidos.

Lo que hacen sus manos posee además una repercusión en el ritmo del habla y en las entonaciones vocales; así es que si las manos operan mayormente desde lo simétrico, esto tiene a generar isocronía y monotonía en la emisión.

“Porque a donde quiera que vaya la mano, las miradas la siguen, a donde van las miradas, el pensamiento las sigue, a donde va el pensamiento, el sentimiento lo sigue, donde va el sentimiento está el raso (experiencia estética)”

-PENSAMIENTO INDIO-

ECONOMÍA DE MOVIMIENTOS:

Es preciso cuidar que nuestro cuerpo apoye el discurso, lo complete, mas no que distraiga la atención del espectador. Los desplazamientos injustificados del cuerpo en el espacio y el tiempo, lo único que hacen es alejar la atención del otro y proyectarnos inseguros. Por tanto, elimine los movimientos parásitos o acciones que no están en sincronía con el discurso, por ejemplo: rascarse innecesariamente, acomodarse el cabello, jugar con el lapicero, etc.

DESPLAZAMIENTO Y PISADA:

Su pisada requiere ser firme, y su caminar, estratégico, en relación con el discurso; por ejemplo, si desea generar mayor atención sobre una diapositiva, puede acercarse a ella; si anhela buscar complicidad o intimidad con el público, aproxímese a estos; si quiere provocar una reflexión, lo puede lograr desplazándose en actitud meditativa mientras invita a la audiencia a pensar acerca de un tema concreto, etc.

NATURALIDAD Y SELLO COMUNICATIVO:

Observe los gestos y desplazamientos que realiza cuando está en una situación que le genere agrado y confianza y hágalos conscientes para emplearlos en situaciones más formales. Conseguirá así un sello personal auténtico, natural y seguro.

Fundamentos del Canal Vocal

*“En las relaciones profesionales se debe hablar poco, claro y conciso.
Esto da sensación de preparación, seriedad y actividad.
La grandilocuencia solo sirve para dirigirse a las masas”*

-JORGE PERELLÓ-

Una voz contundente tiene tres condiciones: *

SUFICIENTE

- En tiempo de emisión.
- En alcance en cualquier tipo de auditorio.

SE FUNDAMENTA EN EL MANEJO ÓPTIMO DE LA RESPIRACIÓN.

CLARA

- Emisión adecuada de las vocales.
- Pronunciación exacta de las consonantes.
- Elocución precisa de cada palabra.
- Ritmo y cadencia de cada mensaje.

SE FUNDAMENTA EN EL PERFECCIONAMIENTO DE LA DICCIÓN.

EXPRESIVA Y VERSÁTIL

- Uso de los recursos vocales expresivos en función del significado.
- Identificación de las “palabras-énfasis”.
- Empleo de inflexiones y matices variados.
- Exactitud en los acentos y pausas para evitar ambivalencias

SE FUNDAMENTA EN LA EJERCITACIÓN DE LA INTERPRETACIÓN.

Ejercicios Para Relajar La Laringe

1. Realice círculos amplios con la lengua entre dientes y labios, manteniendo los labios cerrados. 20 círculos para la derecha, 20 para la izquierda.
2. Con los labios cerrados, mastique un gran buche de aire dentro de su boca, manteniendo suavemente la punta de la lengua contra los dientes incisivos inferiores. Hágalo durante medio minuto a un minuto.
3. Piense y emita el sonido “ahhh”, que pronunciamos placenteramente cuando estamos descansados y algo una deliciosa bebida, o respirar aire puro en un maravilloso paisaje al aire libre.

Entrenamiento de la Dicción

La dicción es la forma precisa, clara, elegante y necesaria de expresar cada palabra, teniendo como base que las vocales le dan belleza a lo que decimos, y las consonantes dan precisión y distinción a la comunicación. Dentro de los hábitos sonoros que adquirimos en la cadena hablada, podemos presentar vicios u olvidos que generalmente están muy relacionados con la cultura comunicativa que nos rodea. Le recomendamos practicar estos dos sencillos ejercicios:

EJERCICIO PARA HABLAR MEJOR

A. Tarjeta: Este sencillo ejercicio le permite mejorar la resonancia (potencia y proyección de la voz), la vocalización y la respiración (permeabilidad nasal), pues evita las inspiraciones audibles por boca, tan molestas para el interlocutor.

* Conceptos tomados del libro: Manual Para Educar La Voz Hablada y Cantada, CRISTHIAN CABALLERO; con algunas modificaciones de la autora.

1. Manteniendo la posición bostezo, sostenga con firmeza un carné o tarjeta plastificada entre sus labios y dientes (los labios cubren los dientes).
2. Lea un texto durante 3 o 5 minutos, no importa que sólo emita el sonido M y no se entiendan las palabras. Mientras lee mantenga su mano en su pecho, percibiendo la vibración. Igualmente, coloque un dedo sobre el borde exterior del carné para percibir la vibración allí, procurando que esta aumente (No debe hacer fuerza sino relajar la laringe como en un bostezo para que el sonido salga amplio).
3. Posteriormente retire el carné y lea un trozo del texto de manera normal, manteniendo la mano en el pecho. Percibirá el cambio.

B. Arvejas: Este ejercicio le permite corregir fallas en la pronunciación de las palabras. Perfecciona, en especial, la pronunciación de consonantes.

- Emplee arveja de grano seca. Introduzca los granos debajo de su lengua, lo más atrás posible para dejar la punta libre.
- Empiece con 5 arvejas y lea un texto complejo, ojalá trabalenguas. Trate de pronunciar lo más claro posible y moviendo muy bien los labios durante las vocales.
- Cuando logre leerlo sin dificultad, introduzca tres arvejas más, y así sucesivamente cada vez que venza la dificultad, hasta lograr mantener 20 a 25 arvejas en su boca y leer con claridad y movilidad de labios.

Recursos Expresivos de la Voz

LA INTERPRETACIÓN DE LA PALABRA

La voz ha de tener variaciones y contrastes con el fin de montar estratégicamente la atención de quién lo escucha. Para actuar la palabra, hacerla carne, expresarla de manera orgánica y creíble, a través del cuerpo y la voz: identifique qué sentimiento o imagen está presente en cada momento del mensaje y ensaye diferentes maneras de representarlo, ilustrarlo o vivenciarlo mediante su expresión corporal. Usted puede:

- **Representar o Ilustrar la palabra:** en este caso, el cuerpo y la voz “dibujan” lo dicho; por ejemplo, los gestos icónicos (que representan el mensaje) sirven para ello.
- **Vivenciarla:** para lograrlo, utilice la técnica de visualización; es decir, construya imágenes mentales de lo que va a pronunciar; dibuje interiormente un paisaje de lo que está exponiendo, deténgase, disfrute el instante y deje que la palabra fluya a partir de la imagen.

“En la vida siempre vemos aquello de lo que estamos hablando. Cualquier palabra escuchada por nosotros nos crea una representación concreta. (...) A menudo traicionamos esta importantísima propiedad de nuestra psique, tratamos de influir en el espectador con palabras “vacías” tras las que no existe ninguna imagen viva proveniente de la realidad en permanente flujo. (...) En consecuencia el texto, la acción verbal, ha de ser fijada por medio de imágenes, visualizaciones y hablar de ellos con ideas-palabras. (MARÍA ÓSIPOVNA, LA PALABRA EN LA CREACIÓN ACTORAL)

Cuidados De La Voz

“NO CUIDE SOLAMENTE LO QUE SE VE...
¡CUIDE TAMBIÉN LO QUE SE ESCUCHA!”

Es importante conocer los principales cuidados que se debe tener en el manejo y uso de la voz, con el fin de prevenir alteraciones en su producción y mantenerla siempre en buenas condiciones.

- Emplee un volumen moderado en todas las situaciones del día.
- No intente hablar por encima de ruidos ambientales muy fuertes como maquinaria, ruidos en discotecas, bares, vehículos, trenes o edificios en construcción, entre otros.
- No haga uso prolongado de la voz durante los estados gripales, laringitis, congestiones nasales o infecciones respiratorias.
- Para evitar la tos y el carraspeo permanentes, consuma agua.
- Evite hablar mientras levanta objetos muy pesados o mientras realiza ejercicios fuertes.
- Prevenga usos impropios de la voz como gritos, chillidos y risas demasiado fuertes.
- Cuando hable, trate de evitar las tensiones en los músculos de la cara, cuello, garganta y hombros.
- Evite los lugares polvorientos o con humo.
- Prevenga los cambios bruscos de temperatura. Abrígue se adecuadamente cuando tenga que cambiar de un ambiente cálido a uno frío.
- Elimine o disminuya el consumo de cigarrillo y de alcohol.
- Respire por la nariz, no por la boca.
- Controle el consumo de comidas picantes o excesivamente condimentadas durante la jornada laboral, o si presenta problemas gástricos.