

¿QUÉ ES LA COMUNICACIÓN VERBAL?

Ayala (2005), menciona que la comunicación verbal también llamada comunicación oral, tiene la capacidad de utilizar la voz para expresar lo que se siente o piensa a través de las palabras; los gestos y todos los recursos de expresividad de movimientos del hablante forman parte de aquello que inconscientemente acompaña a nuestras palabras pero que son comunicación no verbal.

Hay comunicación oral donde quiera que se diga algo a través de la palabra hablada. La expresión oral consiste en el empleo de la palabra (hablada) y del pensamiento en forma correcta elegante y clara. Las principales características de la comunicación verbal son las siguientes:

- Es espontánea.
- Se rectifica.
- Utiliza modismos, dichos, etc.
- Hay acción corporal.
- Se repiten palabras.
- Es casi siempre informal.
- Es dinámica.
- Se amplía con explicaciones.
- Rompe la sintaxis.
- Utiliza nuevos significados.

PROPÓSITOS DE LA COMUNICACIÓN VERBAL

Martínez (2004), menciona que los propósitos generales con que debe cumplir cualquier proceso comunicativo son los siguientes. En algunas ocasiones, el acto de comunicación puede incluir más de un propósito:

1. **Informar (función representativa).** Utiliza la función representativa del lenguaje, ya que con él se intenta explicar algún suceso o término, describir relaciones entre conceptos o bien instruir sobre algún proceso o conocimiento. Algunos tipos de comunicación oral que se consideran informativos son: instrucciones, informes, demostraciones, explicaciones sobre fundamentos de máquinas, etc.
2. **Entretener (función expresiva).** Usa la función expresiva del lenguaje, ya que con él se intenta lograr el encuentro y la comprensión entre hablante y oyente a través de la propia naturaleza social del lenguaje. Cumple el fin humano -origen de la comunicación-, que es precisamente acercarse a otros, compartir alguna idea, solo para llegar a un entendimiento o identificación. Algunos ejemplos de comunicación oral con este propósito son: una charla de café, el humor característico de un comediante ante una audiencia, las confidencias de dos amigos, la narración de experiencias personales de un jefe a sus empleados durante una reunión, etc.
3. **Persuadir (función apelativa).** Usa la función apelativa del lenguaje, ya que la persona, al comunicarse, quiere influir, hacer un llamado al pensamiento del oyente para formar alguna idea, provocar un cambio de actitud o reforzar creencias y valores. Este propósito se dirige al convencimiento racional y emotivo de las personas para que piensen de cierta forma. Ejemplos que manifiestan este propósito de la comunicación oral son: convencer a la gente de no utilizar productos que dañen nuestro planeta; participar en una discusión y expresar nuestro punto de vista a favor o en contra; hacer que un público crea en los beneficios de cuidar la salud, etc.

4. **Actuar (función apelativa/directiva).** Intenta dirigir o llevar al oyente a un grado de motivación que lo impulse a realizar alguna acción. Este propósito se considera también persuasivo, ya que procura influir en las creencias o actitudes de las personas, por medio de argumentos bien estructurados que atiendan las necesidades o expectativas del oyente; el comunicador tratará de “mover” el pensamiento de aquel para que decida actuar. Ejemplos de este tipo de propósito en la comunicación oral son: la cátedra de un maestro que motiva a sus alumnos para que estudien más sus materias; el entrenador que motiva a sus deportistas para que obtengan el triunfo; el jefe que promueve a sus empleados para que sean más productivos, etc. Pueden ser muchos los objetivos que la gente tenga para comunicarse en forma más específica, pero los propósitos generales representan las intenciones que tienen las personas al comunicarse oralmente.

REFERENCIA:

- Ayala, L. (2005). Lengua y comunicación oral y escrita. Octava edición. México: Organización Editorial Nuevo Siglo.
- Fonseca Y. (2005). Comunicación oral. Fundamentos y práctica estratégica. Segunda edición. México: Pearson Educación.
- Martínez, A. (2004). Comunicación organizacional práctica, manual gerencial. México: Trillas.