

# VOCES QUE CONECTAN

Tratado de locución, oratoria  
y comunicación  
interpersonal

Darío Ramos Grijalva



Rubén Darío Ramos Grijalva  
Voces que Conectan: Tratado de Locución, Oratoria y Comunicación Interpersonal.

Quito: Universidad Internacional del Ecuador, 2025  
3.<sup>a</sup> edición, 112 pp. Vol: 15 x 21 cm

ISBN: 978-9942-682-07-9

DOI: <https://doi.org/10.33890/voces>

1. Comunicación y Lenguaje
2. Locución, Oratoria. *Comunicación Interpersonal*

Como citar: Ramos Grijalva, Darío. (2025). Voces que conectan: tratado de locución, oratoria y comunicación interpersonal. Universidad Internacional del Ecuador.

Voces que Conectan: Tratado de Locución, Oratoria y Comunicación Interpersonal

© Universidad Internacional del Ecuador.

Av. Simón Bolívar y Av. Jorge Fernández.  
(593-2) 2985-600 / (593-2) 5000-600  
[www.uide.edu.ec](http://www.uide.edu.ec)

Directora editorial: Andrea Farfán

Diseño y corrección de estilo: Universidad Internacional del Ecuador

Este libro fue sometido a un proceso de revisión por pares bajo el sistema de doble ciego (peer review).

Prohibida la reproducción de este libro, por cualquier medio, sin la previa autorización por escrito de los propietarios del copyright.

A mis estudiantes, de quienes guardaré siempre la indeleble  
nostalgia de conversaciones apasionantes.

## Contenido

Introducción	iv
Prefacio	v
Ilustración 1	2
Capítulo I	3
6 Pasos Esenciales en el Proceso de la Fonación	4
1.1 Respiración y voz	5
1.2 Vibración	6
1.3 Amplificación	7
1.4 Articulación	8
1.5 Sonoridad y nasalidad	12
1.6 Improvisación	14
Ilustración 2	16
Capítulo II	17
Lo que no se ve en un discurso: 7 recursos vocales	18
2.1 Claridad	19
2.2 Intensidad	19
2.3 Velocidad	20
2.4 Pausas	22
2.5 Ritmo	23
2.6 Tono	24
2.7 Énfasis	25
Ilustración 3	28
Capítulo III	29
Discurso: discurrir con estilo	30
3.1 Estilística oral	30
3.1.1 Comprensión: la ley del menor esfuerzo	31
3.1.2 Naturalidad, sea usted mismo	31
3.1.3 Sencillez, no se complique	31
3.1.4 Coherencia, el talento de no contradecirse	32
3.1.5 Concisión: huir de lo enrevesado	32
3.2 Estilos de discursos	32
3.3 El mensaje en el discurso	37
3.3.1 Estructura del mensaje en un discurso	38
Ilustración 4	41
Capítulo IV	42
Recursos expresivos: 14 ideas para persuadir al auditorio	43
4.1 Una declaración dramática	44
4.2 Pedir al público que preste atención	44
4.3 Empleo de titulares noticiosos	45
4.4 Anécdota personal	45
4.5 Un trozo de la vida mismo	46
4.6 Citas famosas	46
4.7 Definiciones tomadas del diccionario	46
	ii

4.8 Analogía y metáfora	47
4.9 Humor	48
4.10 Redundancia	48
4.11 Personalización	48
4.12 La Pregunta	48
4.13 Figuras	49
4.14 El sentido de la oportunidad	50
Ilustración 5	52
Capítulo V	53
Barreras de la comunicación: enemigas de la elocuencia	54
5.1 Barrera física	55
5.2 Barrera ideológica	56
5.3 Barrera psicológica	56
5.4 Barrera semántica	57
5.5 Barrera estructural	57
Ilustración 6	60
Capítulo VI	61
Comunicación interpersonal: el arte de interactuar	62
6.1 Definición	62
6.2 La complejidad de escuchar	63
6.2.1 Sentimientos hacia la fuente	64
6.2.2 La conciencia sobre nuestro propio papel	64
6.2.3 Nociones preconcebidas	64
6.2.4 La atención dispersa	65
6.3 Metas de la comunicación interpersonal	65
6.3.1 El placer	66
6.3.2 La catarsis	66
6.3.3 Respuestas manifiestas y encubiertas	66
6.3.4 Satisfacción de necesidades de comunicación	67
6.4 La complejidad de la comunicación interpersonal: variables clave	67
6.4.1 Empatía	68
6.4.2 Similitud de actitudes	68
6.4.3 La complementariedad de necesidades	68
6.4.4 La Autorrevelación	69
6.5 Tipos de comunicación interpersonal	70
6.6 Dimensiones y tipos de comunicación no verbal	70
6.7 El mensaje: núcleo de la comunicación interpersonal	72
6.8 El modelo de comunicación interpersonal más influyente	73
6.9 Futuro de la comunicación interpersonal	73
Ilustración 7	75
Apéndice 1: vicios del lenguaje	76
Preposiciones, adjetivos y adverbios	76
¿Usamos correctamente? *...	76
Usos indebidos de la preposición “a”	76

Usos indebidos de la preposición “bajo”	78
Usos indebidos de la preposición “con”	80
Usos indebidos de la preposición “de”	81
Usos indebidos de la preposición “desde”	83
Usos indebidos de la preposición “en”	84
Usos indebidos de la preposición “entre”	85
Usos indebidos de la preposición “hasta”	86
Usos indebidos de la preposición “para”	87
Usos indebidos de la preposición “por”	89
Usos indebidos de la preposición “sobre”	90
Corrección de malos usos de adjetivos apocopados	92
Uso correcto de adverbios	93
Apéndice 2: esquemas para improvisar temas	96
Epílogo	99
Referencias	101
Biografía del autor	105
Abstract	106

## Introducción

**L**a oratoria, la locución y la comunicación interpersonal son actividades complementarias. Sin embargo, muchos comunicadores y aficionados no poseen una técnica vocal y estilo oral definidos, pensando que el único atributo natural que deben tener de cara a un micrófono o a un auditorio es saber hablar (Ramos y Vera, 2018).

Este compilado de recomendaciones para la locución, oratoria y comunicación interpersonal, no constituye de ninguna manera una solución definitiva para quienes deseen perfeccionarlas al máximo. De eso dará cuenta el tiempo que se destine al perfeccionamiento de estas.

La finalidad de este aporte es el de ilustrar de forma elemental ciertas indicaciones que, sin duda alguna, ayudarán a quienes deseen perfeccionar su técnica vocal y estilo oral en el espléndido universo de la comunicación mediática, colectiva e interpersonal.

La oratoria, la locución y la comunicación son actividades complementarias que juegan un papel crucial en la vida cotidiana y profesional.

Sin embargo, muchos comunicadores y aficionados carecen de una técnica vocal y estilo oral definidos, creyendo erróneamente que el único atributo necesario es saber hablar.

Este libro, *“Voces que conectan: tratado de locución, oratoria y comunicación interpersonal”*, no pretende ser una solución definitiva para quienes desean perfeccionar estas habilidades, sino más bien un texto elemental que ofrece recomendaciones prácticas y técnicas para mejorar la técnica vocal y el estilo oral.

A través de sus páginas, el lector encontrará herramientas valiosas para desenvolverse con éxito en el universo de la comunicación mediática, colectiva e interpersonal.

## **Prefacio**

En un mundo donde la comunicación efectiva es esencial, *“Voces que conectan”* se presenta como una obra fundamental para aquellos que buscan perfeccionar sus habilidades de oratoria, locución y comunicación interpersonal. Este libro se divide en seis partes, cada una abordando aspectos cruciales del proceso de fonación, los recursos vocales, el estilo del discurso, los recursos expresivos, las barreras de comunicación y la comunicación interpersonal.

El primer capítulo desglosa los seis pasos esenciales en el proceso de la fonación, desde la respiración y la vibración hasta la amplificación, articulación, sonoridad y nasalidad, e improvisación.

Estos fundamentos son vitales para cualquier comunicador que desee mejorar su técnica vocal. La respiración adecuada, por ejemplo, es esencial para controlar la voz y mantener la claridad y fuerza durante una presentación. La vibración y amplificación ayudan a proyectar la voz, mientras que la articulación asegura que cada palabra se pronuncie claramente.

El segundo capítulo se centra en los recursos vocales que no se ven en un discurso pero que son esenciales para su efectividad, como la claridad, intensidad, velocidad, pausas, ritmo, tono y énfasis. Estos elementos ayudan a transmitir ideas y sentimientos de manera más efectiva. La claridad en la articulación, por ejemplo, permite que el mensaje sea comprendido sin esfuerzo por el auditorio. La intensidad y el tono pueden ser ajustados para enfatizar puntos importantes y mantener la atención del público.

En el tercer capítulo, el libro explora la estilística oral y los diferentes estilos de discursos, proporcionando una guía sobre cómo estructurar y presentar un mensaje de manera coherente y efectiva.

La comprensión, naturalidad, sencillez, coherencia y concisión son elementos clave que todo orador debe considerar. La naturalidad en el discurso permite que el orador se conecte genuinamente con el público, mientras que la coherencia asegura que el mensaje sea lógico y fácil de seguir.

El cuarto capítulo ofrece catorce ideas para persuadir al auditorio, utilizando recursos expresivos que van desde declaraciones dramáticas hasta el uso de humor y figuras retóricas. Estos recursos son herramientas poderosas para captar y mantener la atención del público. Por ejemplo, una declaración dramática puede sorprender y captar la atención desde el inicio, mientras que el uso de humor puede hacer el discurso más agradable y memorable.

El quinto capítulo aborda las barreras que pueden interferir con la elocuencia y comprensión del mensaje, ofreciendo estrategias para superarlos y asegurar que el mensaje llegue de manera clara y efectiva al auditorio. Las barreras físicas, ideológicas, psicológicas, semánticas y estructurales son obstáculos comunes en la comunicación, y este libro proporciona técnicas para identificarlas y mitigarlas.

Finalmente, en el sexto capítulo se presenta la naturaleza misma de la comunicación interpersonal en tanto fenómeno de comunicación, desde su definición, metas, variables, mensaje y futuro de la misma. Asignaturas pendientes e imprescindibles de ser analizadas por quienes deseen perfeccionar sus habilidades blandas en el universo de la comunicación.

*“Voces que conectan”* es un texto práctico para comunicadores, que brinda herramientas para mejorar la presencia vocal y la conexión con el público.

Darío Ramos Grijalva



---

# **6 Pasos esenciales en el proceso de la fonación**

---

## Ilustración 1

*Fonación: emisión de la voz*



Nota. Imagen diseñada por Freepick. Tomado de [www.freepik.com](http://www.freepik.com)



**L**a fonación como toda técnica es un proceso, por lo tanto, se infiere que esta encierra un procedimiento, que incluye los siguientes pasos: respiración, vibración, amplificación, articulación, sonoridad y nasalidad e improvisación (Ramos y Vera, 2018).

## Capítulo I

### Introducción

La fonación es el medio a través del cual se produce la voz, y es fundamental para cualquier actividad de comunicación oral.

Este capítulo desglosa los seis pasos esenciales en el proceso de la fonación: respiración, vibración, amplificación, articulación, sonoridad y nasalidad, e improvisación. Cada uno de estos elementos juega un papel crucial en la producción de una voz clara, fuerte y agradable.

La respiración proporciona el soporte necesario para la producción de la voz, ya que el aire exhalado actúa como fuente de energía para la vibración de las cuerdas vocales; sin una respiración adecuada, la producción vocal puede volverse inestable y débil. La vibración se refiere a la oscilación de las cuerdas vocales, que es lo que genera el sonido básico de la voz y ocurre en la laringe, donde las cuerdas vocales se cierran y abren rápidamente al pasar el aire, creando ondas sonoras.

La amplificación se refiere a cómo el sonido producido en la laringe se propaga a través del tracto vocal, donde se ajusta en resonancia y timbre. La articulación es el proceso mediante el cual se forman los sonidos en palabras, utilizando la lengua, los labios y el paladar.

La sonoridad está relacionada con la intensidad y potencia del sonido emitido, mientras que la nasalidad añade una calidad única a la voz, que es influenciada por la resonancia en las cavidades nasales.

Además, la improvisación es un componente esencial que permite a los hablantes adaptarse a diferentes contextos y modular su voz en tiempo real; así, la habilidad para improvisar no solo enriquece la interacción, sino que también hace que la comunicación sea más auténtica y significativa (González, 2020).

## **6 Pasos Esenciales en el Proceso de la Fonación**

La respiración adecuada es esencial para controlar la voz y mantener la claridad y fuerza durante una presentación. Según Zandan (2019), la respiración diafragmática permite una mejor proyección de la voz y reduce la tensión vocal. La vibración y amplificación ayudan a proyectar la voz, mientras que la articulación asegura que cada palabra se pronuncie claramente.

Estudios de Toscano (2019), destacan la importancia de la resonancia nasal para una voz vivaz y atractiva.

A continuación haremos una descripción de cada uno de estos elementos, pero antes cabe recordar a nuestro lector que locución deriva del latín *locutio* que significa “*acción y efecto de hablar*”, en ese sentido todos en determinado momento somos locutores, no solo quienes hacen uso de la palabra en medios de difusión masiva y self media: vídeo conferencias, podcasts, lives y vlogs.

## 1.1 Respiración y voz

Cada persona conlleva una emisora humana sonora muy complicada, que intentaremos explicar de manera concisa y aislada lo más posible del lenguaje técnico. Esta emisora se constituye básicamente por los pulmones que funcionan como sopladores, la glotis que oficia como un vibrador y tanto la cavidad bucal como las fosas nasales hacen las veces de amplificadores resonadores.

Los pulmones se encuentran en la caja torácica, ubicados entre las clavículas por la parte de arriba, y el diafragma por debajo (Gray, 2018). Al inspirar las costillas se elevan y ensanchan; mientras que cuando se espira, las costillas descienden y se contraen, ascendiendo el diafragma y saliendo el aire, de tal forma que solamente durante la espiración se emite la voz (Abry et al, 2000).

Es preciso inspirar aire rápidamente y sin ruido y espirarlo durante 20 segundos o más. Es fundamental saber respirar mientras se habla.

Como quiera que sea la actividad respiratoria, esta puede ser controlada mediante ejercicios.

### *Ejercicio vocal: la respiración diafragmática*

- Realicemos una respiración profunda. Coloquemos los dedos de la mano justo debajo del esternón. ¿Podemos sentir cómo se mueve el diafragma, contrayéndose y expandiéndose?
- Practiquemos esta técnica de respiración diafragmática durante cinco minutos al irnos a dormir y otros cinco minutos antes de levantarnos.

## 1.2 Vibración

El aire emerge de los pulmones y se direcciona a la tráquea, y desde allí alcanza a la laringe, que se encuentra por sobre la tráquea en forma de caja.

En el interior de la laringe, están las cuerdas vocales, donde se origina la fonación; vale decir, la voz.

En la fonación, la glotis se abre y se cierra, lo que permite la emisión de pequeños chorros de aire que generan vibraciones sonoras al pasar por las cuerdas vocales. Estas vibraciones producen ondas acústicas que son percibidas como sonido. La frecuencia de la vibración determina el tono del sonido: a menor rapidez de la vibración, el sonido es más agudo; de manera inversa, a mayor rapidez, el sonido tiende a ser más grave (Titze, 1994). Además, la intensidad del sonido está relacionada con la amplitud de las vibraciones: una mayor fuerza de vibración resulta en un sonido más intenso o fuerte (Sataloff, 1997).

La modulación de la tensión y la longitud de las cuerdas vocales, junto con el control del flujo de aire, permiten a los seres humanos producir una variedad de tonos y matices en su voz. Este proceso es esencial no solo para la comunicación verbal, sino también para la expresión emocional y artística a través de la música (Zarzuela et al., 2020).

### ***Ejercicio vocal: vibración***

- a. El tarreo, correctamente ejecutado, desarrolla la vibración de la voz.

- b. Relajemos los músculos de la cara, mandíbula y labios, de la misma manera que ocurre cuando estamos en reposo o dormidos. Los labios deberían permanecer ligeramente pegados.
- c. En la posición ya descrita líneas arriba, tarareemos una canción corta, al menos, tres veces, coloquemos el pulgar y el índice a los lados de la nariz, justo debajo de los ojos, y sintamos la vibración en esa área. Hacer este ejercicio de forma regular mejorará nuestra vibración.

### **1.3 Amplificación**

Las cuerdas vocales no generan sonido por sí solas; requieren cavidades de resonancia porque el débil sonido producido en la laringe mediante la vibración de la glotis no es suficiente. Los resonadores o amplificadores incluyen la garganta (faringe), la boca y las fosas nasales. Por un lado, estos elementos aumentan el volumen del sonido y, por otro, alteran el timbre, dándole características melódicas, estridentes o similares a un aullido.

#### ***Ejercicio vocal: amplificación***

Pronunciemos: “bing-bong, zing-zong, jong-cong”, enfatizando el sonido *ng* y haciéndolo resonar en la nariz para potenciar la resonancia nasal.

Esta resonancia nasal añade vitalidad y atractivo, y es especialmente beneficiosa para aquellos que necesiten proyectar su voz.

## 1.4 Articulación

Articular correctamente es pronunciar en forma distinta todas las consonantes.

Articular no es lo mismo que vocalizar, dado que, las vocales son sonidos generados por la vibración de las cuerdas vocales, los cuales se intensifican a través de los resonadores de la faringe, la boca y la nariz.

El aparato articulatorio consta de los siguientes miembros:

- a. Lengua
- b. Labios
- c. Dientes (Incisivos)
- d. Paladar Duro
- e. Paladar Suave
- f. Alvéolos
- g. Maxilares: tanto inferiores como superiores

Estos a su vez se dividen en activos y pasivos; los activos son: labios, lengua y maxilar inferior, y se caracterizan por el dominio que sobre estos tenemos; los pasivos, en cambio, son aquellos que permanecen estáticos, sin movimiento voluntario (Ver figura 1).

El encuentro de un miembro activo con un pasivo genera un punto de articulación, de ahí que, una correcta articulación reposará sobre la flexibilidad que desarrollaremos en el uso de la lengua, labios y maxilar inferior, con ejercicios que veremos posteriormente.

<b>ACTIVOS</b>	<b>PASIVOS</b>
<b>Lengua</b>	<b>Incisivos (dientes superiores e inferiores).</b>
	<b>Paladar Duro.</b>
<b>Labios</b>	<b>Paladar Blando.</b>
	<b>Alvéolos (donde se incrustan los dientes)</b>
<b>Maxilar Inferior</b>	<b>Maxilar Superior.</b>

Existe un cierto número de consonantes claves, tales como: r, s, d, b, p, m, n, t, l, que dependen del movimiento activo de la lengua. La articulación de estos fonemas fue tomada del texto de *Rafael Seco* (1989), “*Manual de gramática española*” (pp. 260 - 266).

Por consiguiente, detallaremos la articulación de las consonantes antes mencionadas, y su pronunciación mediante frases de articulación:

**R:** para la articulación de la consonante r, la punta de la lengua se mueve rápidamente hacia arriba y hacia atrás, tocando los alvéolos y bloqueando el flujo de aire; sin embargo, este movimiento y contacto son muy breves.

**S:** la pronunciación de la S consiste en apoyar la punta de la lengua en los alvéolos, dejando una salida redondeada para el aire.

D: la punta de la lengua se posiciona cerca del borde inferior de los dientes superiores, sin tocarlos ni sobrepasarlos. Los dientes inferiores, un poco más atrás, sostienen la punta de la lengua.

B: en la consonante B, los labios se acercan bastante entre sí, sin llegar a tocarse en ningún momento; de este modo, el aire fluye de manera constante, aunque solo a través de un espacio muy reducido que queda entre ellos.

P: la consonante P se produce al juntar los labios brevemente, bloqueando así el flujo de aire que sale por la boca. Al abrirlos de inmediato, se genera una pequeña explosión de aire exhalado, que es apenas perceptible.

M: la posición de los órganos de articulación para la consonante M es la misma que para la P. Sin embargo, en este caso, el aire no se detiene momentáneamente y no se libera con una pequeña explosión en los labios; en su lugar, fluye de manera continua a través de las fosas nasales.

N: en la N, la lengua se apoya en los alvéolos, pero en lugar de dejar salir el aire por la boca; este sale por las fosas nasales.

T: la punta de la lengua hace contacto extenso con la parte interna de los dientes superiores.

L: esta consonante se articula de manera alveolar, al igual que la N, lo que significa que la punta de la lengua se coloca en los alvéolos. El aire se expulsa por los costados de la boca.

### ***Ejercicio vocal: articulación***

Todos pueden mejorar su pronunciación con el ejercitamiento de los músculos de los labios, mejillas y lengua.

Los sonidos más fáciles son las consonantes que se pronuncian juntando los labios, estas son tres: *P, B* y *M*.

He aquí algunas recomendaciones:

- Apretemos siempre los labios, como ejercicio, fuertemente para mejorar la pronunciación de estos sonidos. Más fuertemente de lo que estamos acostumbrados a hacer, y por mayor tiempo.
- Exageremos el sonido de las siguientes palabras, casi como si fuera doble:

Cama	camma
Capa	cappa
Cabo	cabbo

- Repetir frases, sin sentido, como estas:

“Se preparan para aparecer problemas prohibitivos”

“Móviles millones de memeces manifiestas”

- Las siguientes consonantes son consecuencia del contacto de la lengua con algún miembro pasivo: *T, D, N, L, S, R*. Estas consonantes intervienen en casi todas las palabras.

- Para pronunciar con exactitud, rapidez y facilidad, estas consonantes, apretamos la lengua con fuerza contra el paladar duro.

- Asimismo, intentemos lo opuesto: coloquemos la punta de la lengua a unos cinco milímetros aproximadamente. No levantemos toda la lengua. En su lugar, tocamos con la punta el paladar duro, justo detrás de los dientes, y produzcamos la r como si estuviéramos imitando el sonido de una ametralladora:  
rrrrrrrrrrrrrrrrrrrr, rrrrrrrrrrrrrrrrrrr, rrrrrrrrrrrrrrrrrrr,  
rrrrrrrrrrrrrrrrrr.

- Pronunciemos a diario, de ser posible, frases como las siguientes:

“Lolita Gálvez teje un tejido de lino”

“Alegres llegan doce gitanas por las montañas y por los llanos”

“Tío, tío toma ten; toma, toma tu sartén, ta, te ti, to tu sartén; ta, te, ti, to, tu sartén.

También: tra, tre, tri, tro, tru y bra, bre, bri bro, bru, y porque no: lul, lul, lul, lul, lul, lul, lul, lul.

**Nota:** pronunciemos las frases ya mencionadas, advirtiendo la articulación individual de las consonantes según su punto de articulación.

## 1.5 Sonoridad y nasalidad

Otra característica que distingue unos sonidos de otros es la sonoridad, o el hecho de que su articulación esté o no acompañada de vibración de las cuerdas vocales (Crystal, 2008).

De acuerdo con esta característica, los sonidos se dividen en sonoros, que implican voz o vibración, y sordos, que no tienen voz ni vibración. La mayor parte de los sonidos en nuestro idioma son sonoros.

Además, los sonidos se pueden clasificar en orales y nasales: los orales son aquellos en los que el aire se expulsa por la boca, mientras que los nasales son aquellos en los que el aire sale por la nariz.

Un ejemplo de estas articulaciones es la comparación entre la M y la B en la palabra “cambio”, que solo se diferencian por la nasalidad de la M.

### ***Ejercicio vocal: sonoridad.***

Escojamos gerundios como los siguientes y alarguemos el sonido de “N”, esto permitirá que nos ejercitemos en aquellos sonidos donde el aire sale por la nariz.

Cantando	cannntando
Corriendo	corriennndo
Saltando	saltannndo
Sintiendo	sintiennndo

- No olvidemos antes de realizar este ejercicio, la forma en cómo se articula n.

## 1.6 Improvisación

En contraste con lo que piensan algunos entendidos en oratoria y locución para medios, la improvisación consiste en tratar un tema conocido, generalmente muy concreto y limitado, utilizando palabras no elaboradas; lo contrario, es decir, tratar un tema sin conocerlo, se llama repentizar (Fernández, 2012).

La capacidad de improvisar, que posea un orador, dependerá del estilo de discurso que este adopte.

### *Ejercicio de improvisación.*

- Leamos un tema cualquiera, tomado de algún libro o periódico.
- Consultemos aquellas palabras que no entendamos su significado.
- Extraigamos la idea principal.
- Luego, expongamos el tema ante un amigo o familiar.

La capacidad de improvisar es obligación para quienes están involucrados en el arte de la transmisión de la palabra, y la única forma de desarrollarla es leyendo e investigando constantemente.

Mientras más temas comprendamos; más capacidad de improvisar tendremos.



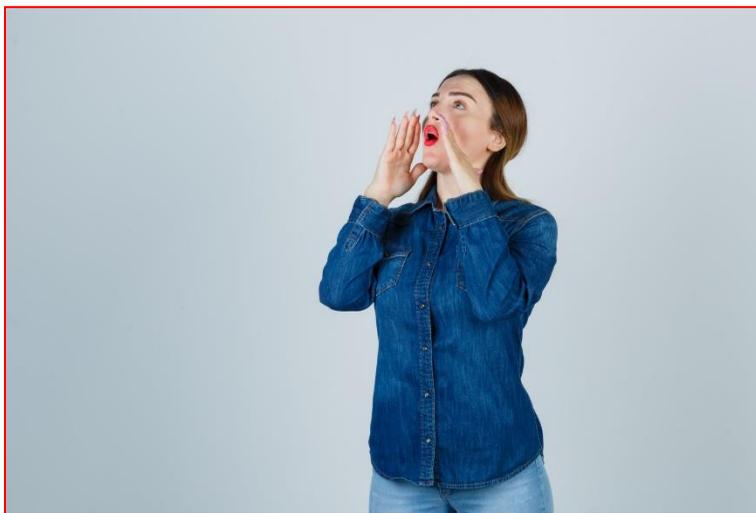
---

**Lo que no se ve  
en un discurso:  
7 recursos  
vocales**

---

## Ilustración 2

*Recursos vocales*



Nota. Imagen diseñada por Freepick. Tomado de [www.freepik.com](http://www.freepik.com)



**E**ntre los que merecen especial consideración, por su utilidad en la transmisión de ideas y sentimientos, a través de la voz, son los siguientes: claridad, intensidad, flexibilidad, tonos, ritmo, velocidad, pausas y énfasis.

## **Capítulo II**

### **Introducción**

Los recursos vocales son elementos que no se ven en un discurso pero que son esenciales para su efectividad. Este capítulo aborda la claridad, intensidad, velocidad, pausas, ritmo, tono y énfasis. Estos recursos ayudan a transmitir ideas y sentimientos de manera más efectiva, captando y manteniendo la atención del público.

Este capítulo aborda con detenimiento aspectos fundamentales como la claridad, intensidad, velocidad, pausas, ritmo, tono y énfasis.

La claridad en la voz es crucial, ya que permite que el mensaje sea comprendido sin esfuerzo. Si las palabras se articulan de manera precisa, la audiencia no tiene que luchar por entender lo que se dice, lo que a su vez les permite concentrarse en el contenido del discurso.

La intensidad, que se refiere a la fuerza o volumen empleada al hablar, no solo destaca puntos importantes, sino que también puede evocar emociones en el público, creando un enlace más emocional con el contenido presentado.

La velocidad y el ritmo son igualmente significativos. Hablar demasiado rápido puede impedir que el público siga el hilo del discurso, mientras que un ritmo bien controlado ayuda a mantener el interés y la atención, haciendo que la presentación sea más dinámica. Las pausas, además de ofrecer momentos para la reflexión, son herramientas efectivas para enfatizar ideas clave o preparar a la audiencia para los próximos conceptos.

El tono es otro aspecto que puede cambiar radicalmente la percepción del mensaje. Variar el tono puede transmitir entusiasmo, tristeza, urgencia u optimismo, reflejando así los sentimientos del hablante y facilitando que la audiencia conecte de manera más profunda.

Por último, el énfasis permite al hablante marcar la importancia de ciertas palabras o frases, guiando a la audiencia hacia los puntos más críticos de la presentación.

Tal como señala López (2018), la manera en que usamos nuestra voz puede transformar por completo la experiencia comunicativa, llevando al oyente a una conexión más significativa con el mensaje.

En este sentido, dominar estos recursos vocales es fundamental no solo para captar, sino también para mantener la atención del público a lo largo del discurso.

### **Lo que no se ve en un discurso: 7 recursos vocales**

La claridad en la articulación permite que el mensaje sea comprendido sin esfuerzo por el auditorio. Según Lora (2020), la intensidad y el tono pueden ser ajustados para enfatizar puntos importantes y mantener la atención del público. La velocidad y las pausas estratégicas son cruciales para evitar la monotonía y mantener el interés del auditorio.

## 2.1 Claridad

Primera característica de la articulación. Por tanto ha de lograrse en lo posible, una transparencia máxima, mediante el accionar de los miembros activos: maxilar inferior, lengua y labios. Solo a través del uso habilidoso y firme de los músculos que controlan estos órganos podremos conseguir una pronunciación clara y precisa.

Es preciso hablar despacio para articular con claridad; una vez que el maxilar, la lengua y los labios tengan mayor elasticidad y precisión de movimientos, habrá llegado el momento de aumentar la velocidad, hasta entonces ha de mantenerse la calma (García, 2018).

### *Ejercicio de flexibilidad muscular: maxilar inferior.*

- Bajemos la cabeza hasta que el maxilar inferior se tope con el pecho.
- Luego, abramos la boca, lo más que podamos.
- Quedémonos en esa posición durante dos minutos.
- Ahora, subamos la cabeza con la boca abierta y con masajes en el punto, justo donde se juntan el maxilar inferior con el superior. Relajémonos un poco, ya con la boca cerrada o abierta. La distensión del maxilar inferior ayudará a la flexibilidad de los músculos faciales.

## 2.2 Intensidad

Una responsabilidad básica de cualquier orador es hacer uso de la fuerza natural de voz; es decir, hablar con intensidad suficiente para ser comprendido (Smith, 2020).

Cuando un orador desea transmitir una sensación de energía, generalmente incrementa la potencia de su voz; hablar en un tono bajo puede transmitir una sensación de duda o falta de confianza en lo que se expresa.

En ocasiones, para captar mejor la atención del público, es útil reducir el volumen, mientras que en otras situaciones, elevarlo puede ser un método efectivo para generar interés. Es importante recordar que la intensidad no proviene únicamente del aumento del volumen, sino del contraste que crea respecto a enunciados o palabras anteriores.

### **2.3 Velocidad**

Hablar a una velocidad excesiva puede cansar a quienes desean escucharnos, lo que puede hacer que pierdan interés en el emisor.

Por otro lado, hay quienes se expresan con una lentitud que resulta frustrante. La rapidez de un discurso también depende de otros factores, como:

- a. ¿Cuál es el tema por tratar?
- b. ¿Quién es el público al que se dirige?

En términos generales podemos inferir que se habla con menos velocidad cuando los destinatarios del mensaje están poco familiarizados con el asunto que se trata, o cuando el grado de intelecto de aquellos sea muy diverso (Gómez, 2019).

Si por el contrario, abordamos contenidos frívolos que son de fácil captación por partes de los interlocutores, se hablará con acentuada ligereza que si se tratara de un asunto más serio.

Lo correcto es ajustar la velocidad al tipo de pensamiento o sentimiento, y al estilo oral, que el orador trata de adoptar.

En la cotidianidad de una conversación, variamos permanentemente la rapidez de nuestro hablar. Lo que resulta placentero. Ocurre de manera inconsciente y es contundente.

***Ejercicios vocales de velocidad:***

Leamos una de las más conocidas rimas de Gustavo Adolfo Bécquer, “*Las Golondrinas*” de su famosa obra Rima LIII de 1871, en voz alta, y reduzcamos la velocidad en aquellas partes en donde el texto está en cursiva y en negrillas. Observemos el resultado:

Volverán las oscuras golondrinas  
en tu balcón sus nidos a colgar,  
*y otra vez con el ala a sus cristales  
jugando llamarán;*

pero aquéllas que el vuelo refrenaban  
tu hermosura y mi dicha al  
contemplar, aquéllas que aprendieron  
nuestros nombres,  
*ésas... ¡no volverán!*

Volverán las tupidas madreselvas  
de tu jardín las tapias a escalar,  
*y otra vez a la tarde, aún más hermosas,  
sus flores abrirán.*

pero aquéllas cuajadas de  
rocío, cuyas gotas mirábamos  
temblar y caer, como lágrimas  
del día... *ésas... ¡no se  
abrirán!*

Volverán del amor en tus oídos  
las palabras ardientes a sonar;  
*tú corazón de su profundo sueño  
tal vez despertará;*

pero mudo y absorto y de rodillas,  
como se adora a Dios ante un altar,  
*como yo te he querido... desengáñate,  
¡así no te querrán!*

## **2.4 Pausas**

Las pausas sirven para puntuar los pensamientos. La pausa permite fácilmente las inflexiones de la voz, el cambio de tono y de ritmo ayuda a mantener más viva la atención (Meyer, 2020).

Una ristra de palabras sin pausas es de una monotonía aterradora.

Existen tres tipos de pausas: psicológicas, lógicas y respiratorias.

Las pausas psicológicas ocurren cuando el orador desea otorgar al público un instante para pensar. Las pausas lógicas se utilizan según lo requiera el contexto de la frase y suelen ser breves, especialmente al introducir un nuevo tema; en este caso, a veces resulta complicado distinguir las de las pausas psicológicas.

Por último, las pausas respiratorias se producen cuando es necesario inspirar tras haber exhalado.

Leamos este fragmento de la obra del autor mexicano José María Morelos, contenido del documento Sentimientos de la Nación de 1813, y procuremos pausar el discurso en las partes que amerite.

### **Ejercicio: pausas en el discurso**

*“Una tiranía fundada con engaño (pausa psicológica), sostenida por el crimen (pausa respiratoria), yacente en una insondable profundidad de vicios y tinieblas (pausa), podrá prevalecer por algunos años sobre la fuerza de los pueblos (pausa psicológica). Las más de las veces la culpa se la tienen ellos mismos (pausa): como todas las cosas, la tiranía principia, madura y perece (pausa psicológica); y como todas las enfermedades y los males (pausa), al principio opone escasa resistencia, por cuanto aún no se ha dado el vuelo con que romperá después por leyes y costumbres (pausa lógica). La tiranía es como el amor (pausa), comienza burlando (pausa), toma cuerpo si hay quien lo sufra (pausa), y habremos de echar mano a las armas para contrarrestar al fin sus infernales exigencias (esto dicho con rapidez. Pausa psicológica). A la primera de las suyas (pausa), alce la frente el pueblo (pausa), hiera el suelo con el pie (pausa), échele un grito (al llegar aquí, hagamos una pausa mayor, tratando de crear ansiedad en nuestros receptores), y de seguro se ahorra asaz de tribulaciones y desgracias”*

Antes de realizar este ejercicio, es conveniente tener dominio sobre las pausas antes vistas.

## **2.5 Ritmo**

El ritmo está profundamente conectado con la velocidad del habla. Hay ocasiones en las que se debe hablar más rápido que en otras.

Un orador con un temperamento agitado tiende a hablar de manera rápida en todo momento, mientras que una persona más serena suele hacerlo a un ritmo más pausado.

Según Allen (2010), la variación en el ritmo puede influir en la percepción del discurso; un orador emocional tiende a acelerar su habla, mientras que uno calmado presenta su mensaje de manera más pausada y reflexiva (p. 112).

Por otro lado, el orador que es entusiasta y a la vez reflexivo intenta mantenerse en un término medio y ajusta su velocidad de habla, demostrando así la intensidad de sus convicciones o la profundidad de sus sentimientos.

## **2.6 Tono**

La entonación es la característica melódica de nuestra voz y se utiliza para enriquecer el significado y la expresividad del discurso. Es importante ajustar tanto la intensidad como el volumen de la voz con ligeros matices.

La entonación puede clasificarse en ascendente, descendente o mixta.

La entonación ascendente implica preguntas, indecisión, duda o suspenso. Cabe señalar que no hay que confundir la entonación ascendente con la intensidad alta.

La descendente, en cambio, sugiere firmeza, determinación, certeza, decisión o confianza (Fernández, 2015).

Una entonación mixta, que combine elementos ascendentes y descendentes, puede indicar una situación de conflicto o contradicciones en el significado. Esta forma de entonación se utiliza para expresar ironía o sarcasmo, así como para presentar una sugerencia.

## ***Ejercicios vocales de entonación***

Bajemos, en las citas que siguen, el tono de la voz cuando leamos las palabras que están en negrilla y en cursiva:

“Nadie es dueño del público sino cuando es dueño de sí; nadie es dueño de si, sino cuando ***es dueño de la voz***”.

“Es preciso dominarse mucho para vencer la monotonía de la voz. ***Cuando comenzamos en un tono y seguimos en el mismo***, los que nos escuchan, dejan de estar atentos al poco tiempo”.

***“El tono de la voz, en la conversación, recorre toda la escala desde la nota más alta a la más grave, y viceversa, sin detenerse jamás, constantemente inquieto como la superficie del mar”***

## **2.7 Énfasis**

El énfasis consiste en resaltar el significado de lo que se expresa, subrayando los aspectos más relevantes en las secciones donde el hablante desea captar la atención de su audiencia.

Lo que es la médula de un párrafo puede pasar muchas veces inadvertida por no cuidarse este aspecto tan importante (García, 2020).

El énfasis consiste en resaltar lo esencial del discurso para que la idea principal se destaque, lo que permite que los oyentes capten con claridad las ideas fundamentales del mensaje.

### ***Ejercicios vocales enfáticos***

Leamos el siguiente párrafo, golpeando las palabras que están en mayúsculas y en negrilla:

“Se necesita **VALOR** para sobrellevar las desgracias inesperadas. Para realizar los **EMPEÑOS**. Para salir airoso y triunfante de las posiciones **DIFÍCILES**. Para no acobardarse ante los **PELIGROS**”.



---

## Discurso: discurrir con estilo

---

### Ilustración 3

*Discurso: discurrir con estilo*



Nota. Imagen diseñada por Freepick. Tomado de [www.freepik.com](http://www.freepik.com)



**L**a palabra discurso tiene su etimología en el latín *discursus*, y significa serie de palabras con coherencia lógica y gramatical con los que se expresa lo que se siente o se piensa.

## Capítulo III

### Introducción

La estilística oral y los diferentes estilos de discursos son fundamentales para estructurar y presentar un mensaje de manera coherente y efectiva. Este capítulo explora la comprensión, naturalidad, sencillez, coherencia y concisión, elementos clave que todo orador debe considerar para perfeccionar sus intervenciones.

La comprensión es el primer paso hacia una comunicación efectiva; para ello, el orador debe utilizar un lenguaje accesible y apropiado para su audiencia. Una presentación que no logra ser entendida pierde su propósito, convirtiéndose en un monólogo vacío. La naturalidad en la expresión es igualmente importante, pues un orador que se siente cómodo y auténtico puede conectar mejor con su público, generando confianza y credibilidad. De este modo, los oyentes son más propensos a seguir activamente lo que se les expone.

La sencillez es un aspecto que no debe subestimarse. Según García (2021), un mensaje simple y claro no solo es más fácil de recordar, sino que también permite que la audiencia se enfoque en los puntos esenciales del discurso. Un discurso demasiado complejo o lleno de jerga puede alienar a los oyentes, mientras que uno que va al grano facilita la retención de la información. Por otro lado, la coherencia asegura que los diferentes elementos del discurso se conecten lógicamente, guiando a la audiencia a través de un viaje narrativo bien estructurado.

Finalmente, la concisión permite que el orador exponga sus ideas sin rodeos, manteniendo la atención del público. Un mensaje claro y directo no solo es más atractivo, sino que también respeta el tiempo y atención de la audiencia, un aspecto cada vez más valorado en entornos donde la sobrecarga de información es común.

La combinación de estos elementos no solo enriquece la presentación, sino que también ayuda al orador a establecer un vínculo más fuerte con su audiencia. A medida que se avanza en el desarrollo de estas habilidades, se hace evidente que cada uno de estos aspectos juega un papel crucial en el arte de hablar en público.

### **Discurso: discurrir con estilo**

La naturalidad en el discurso permite que el orador se conecte genuinamente con el público. Según Barter (2023), la coherencia asegura que el mensaje sea lógico y fácil de seguir.

La concisión y la coherencia van de la mano, siendo indisolubles para la comprensión de un mensaje.

### **3.1 Estilística oral**

Sin que importe el tipo o estilo de discurso, un orador debe considerar los siguientes elementos que perfeccionarán sus intervenciones (López, 2029), vale decir que estos elementos se aplican tanto al discurso oral como escrito y son parte de la estilística oral: comprensión, naturalidad, concisión, coherencia, sencillez. A continuación y de la manera más breve explicaremos cada una de estas.

### **3.1.1 Comprensión: la ley del menor esfuerzo**

La comprensión en un discurso implica que su contenido debe ser comprendido hasta por personas de instrucción media, aquellas que han terminado un bachillerato. El orador o debe poseer un conocimiento amplio sobre el tema que le ocupa, y este debe ser expuesto de manera limpia y bien digerida. El vocabulario o léxico que use debe estar al alcance de todos, evitando con ello caer en excesos intelectuales, más por un afán desmedido de vanidad y sorprender que por una verdadera vocación de querer impartir conocimiento.

Una premisa de la que debe partir todo orador es la ley del menor esfuerzo, o lo que es lo mismo, no someter al interlocutor o auditorio a procesos insufribles de comprensión del mensaje (García, 2020).

### **3.1.2 Naturalidad, sea usted mismo**

La naturalidad como parte de la estilística oral radica en sacar partido del propio vocabulario del emisor, usando modos expresivos usuales y habituales sin afectaciones ni rebuscamientos; lo que no impide que, y de acuerdo con las circunstancias, se deba recurrir a un lenguaje técnico. El orador debe sopesar los posibles escenarios en los que interactúa para ajustar su vocabulario.

### **3.1.3 Sencillez, no se complique**

La sencillez con la que uno discurre debe huir de lo enrevesado, artificioso, complicado y hasta barroco.

El término barroco del portugués barroco posee una connotación negativa en el saber hablar, significa que el hablante hace uso exagerado de adornos en sus expresiones olvidando la verdadera esencia de lo que se pretende decir para caer en una compilación fuerte, compleja y densa de ideas.

A mayor sencillez, mayor será la comprensión del auditorio.

### **3.1.4 Coherencia, el talento de no contradecirse**

La coherencia, a simple vista, no es otra cosa que evitar caer en contradicciones y presentar un discurso en el que los argumentos se presenten de forma lógica y razonada, siendo consecuente con lo que se dice y se hace, aquí es menester señalar que los decires no deben contradecir los haceres. Una idea se refuerza en coherencia cuando se la repite en oraciones o versos sucesivos, pero expresada de manera distinta (López, 2019).

### **3.1.5 Concisión: huir de lo enrevesado**

La concisión alude al hecho de utilizar las palabras indispensables, no de forma lacónica o ultrancondensada, evitando caer en la verborrea, redundancia o repetición innecesarias, en titubeos expresivos, huyendo de lugares comunes o clichés y de amplificaciones. La concisión y la coherencia van de la mano, son indisolubles para la comprensión de un mensaje.

## **3.2 Estilos de discursos**

Hay estilos de discursos bien marcados, dado que, un discurso en medios o en auditorios se adapta al género y forma de un mensaje.

Mientras que el de entretenimiento se dedica a divertir; el de un noticiario se dedica a informar y el comercial -o de publicidad- a persuadir.

Con el propósito de entender, describimos los estilos de discursos que a diario se escuchan en los medios masivos y digitales (YouTube, podcasts, en vivos, etc.) (Ver figura 2).

Figura 2: Tipos de discursos.

<b>Discurso de entretenimiento</b>	<b>Animación</b>
	<b>Lúdico</b>
<b>Discurso periodístico</b>	<b>Noticioso</b>
	<b>Opinión</b>
	<b>Comentario</b>
	<b>Editorial</b>
<b>Discurso monográfico</b>	
<b>Discurso publicitario</b>	<b>Institucional</b>
	<b>Enérgico vital</b>
	<b>De prestancia</b>
<b>Discurso político</b>	

Fuente: Elaboración propia

***Discurso de entretenimiento o animación: mientras más redunde, mejor***

Es el que más se escucha en los medios, quizá porque su complejidad no pasa por el contenido del mensaje, sino por la forma de este. Es típico en un discurso de entretenimiento, el uso de la redundancia y la personalización como recursos expresivos.

***Discurso periodístico: la veracidad a través de la voz***

En esta forma de discurso primará el tono sostenido, ya que cualquier inflexión exagerada de voz desfiguraría la veracidad de los hechos:

- ***Opinión, comentario y editorial***

La diferencia pasa por el grado de responsabilidad de quien lo emite; pues, el comentario es a título personal; mientras que el editorial refleja el pensamiento de un medio (García, 2020).

La entonación mixta, la velocidad acorde con el tema, esto es, si le es familiar o no al destinatario, y el uso del énfasis son preponderantes en este tipo de discurso.

Un correcto dominio de las fuentes, así como, un alto nivel cultural facilitará este tipo de elocución o discurso.

***Discurso monográfico: lo que importa es lo que se dice...***

Cuando un participante, de cara a un micrófono, interviene para un tema en específico; este discurso se convierte en monográfico.

Aquí la técnica vocal pasa a segundo plano, puesto que lo que interesa es la transmisión del mensaje; y no la técnica vocal del orador.

### ***Discurso publicitario, el arte de persuadir para convencer***

Este discurso es rico en recursos expresivos y vocales, su finalidad es persuadir e incitar a la compra de algún producto. Puede ser:

- a) Institucional, cuando con tono sostenido representamos vocalmente a productos, negocios o servicios. Hay calma e incluso solemnidad en su discurso. Este tipo de elocución se aplica en productos consolidados en su prestigio (Martínez, 2019).
- b) Enérgico Vital, este estilo es mucho más emocional e intenso con entonación mixta, sin dejar espacio al factor racional. Por lo general, este tipo de discurso se aplica en productos que están en pleno lanzamiento.
- c) De Prestancia, aquí la personalidad del locutor se entremezcla con la del producto, para influir en el público y obtener la compra. Aquí, la técnica vocal pasa muchas veces desapercibida, debido a que últimamente se recurre a personalidades de la televisión, en cualquier ámbito, para que sean estos los que anuncien el producto.

### ***Discurso político, la maña de engatusar***

Quizá este tipo de discurso es el más controversial por todo lo que encierra, el recurso en el que este tipo de discurso se apoya es la propaganda. La propaganda es un término que proviene del latín *propagare*, cuyo significado es, las cosas que han de ser difundidas, lo introdujo por primera vez el *Papa Gregorio XV* en 1622, cuando estableció la *De Propaganda Fide*, plan sobre la profundización y extensión del evangelio a los pueblos paganos.

La propaganda para algunos expertos es una forma falseada de la veracidad, pues detrás de esta se busca manipular a la ciudadanía con el fin de obtener beneficio propio (Jowet y O'Donnell, 2019).

El discurso político en su estado puro debe recurrir a la tríada aristotélica: *ethos* (ética), *pathos* (emociones) y *logos* (argumentos).

### 3.3 El mensaje en el discurso

Mensaje del *occit. ant.*, *messatge*, y este de *mes* “mensajero”, tomado del latín *missus*: enviado. Lo que supone que quien lleva un mensaje es el portador de un contenido, de un discurso, de una conversación, de una charla, de una carta o misiva creado por él o por terceros.

El mensaje es el resultado de la verbalización de nuestros pensamientos, es la manera propia que cada uno tiene de expresarlos, ya sea a través de la escritura o de la palabra.

También es la forma en como cada uno matiza la inteligencia, innovación, imaginación y creatividad en el intento por buscar relaciones entre la palabra, las ideas y las imágenes.

Para capitalizar la idea de lo que es un mensaje, se agregará que este es una interacción de naturaleza conversacional que implica el intercambio de información visual, auditiva y kinésica entre dos o más participantes, a través de un canal, medio o instrumento, para el caso que nos ocupa el instrumento que aquí se debe potenciar es la voz.

Es a través de la voz que se busca estimular los sentidos y activar las emociones con el fin de informarles, persuadirles, motivarles, integrarles, etc., a los destinatarios finales de un mensaje.

El mensaje adopta una serie de formatos y puede ser: directo, indirecto, narrativo, monólogo, diálogo, humorístico, testimonial, demostrativo, comparativo, realista, fantástico, informativo, en serie, etc.

### 3.3.1 Estructura del mensaje en un discurso

Antes de estructurar un mensaje, lo primordial es saber lo que se va a decir, por cuál canal, a quién y con qué efecto o propósito. Para centrarse en esto que es lo medular de un discurso, se recomienda revisar los esquemas de improvisación al final de este texto que, sin duda, ayudarán al lector a ordenar las ideas de su discurso.

Una vez que estos elementos han sido definidos, el siguiente paso es dividir al discurso en episodios o en partes, de tal manera que las audiencias capten el conocimiento o el contenido del mensaje por fases, este proceso guarda la siguiente estructura:

Primero, se presenta el *exordio*, que busca captar la atención del público y cumple la función de introducción. En segundo lugar, está la *narratio*, donde se presentan los elementos del tema. Luego, se desarrolla la *argumentatio*, que implica la evaluación de los argumentos. Por último, se llega al *peroratio* o epílogo, que es la parte donde se cierra el discurso y se prepara al público para el mensaje final. Un ejemplo de esto podría ser "La Paz en el Mundo".

#### ***Introducción (Exordio)***

Damas y caballeros, hoy nos reunimos para reflexionar sobre un tema que es fundamental para la humanidad: la paz en el mundo. En un tiempo donde los conflictos y las divisiones parecen prevalecer, es crucial que recordemos la importancia de la paz y trabajemos juntos para alcanzarla.

#### ***Exposición (Narratio)***

La paz no es simplemente la ausencia de guerra. Es un estado de armonía y bienestar que abarca todos los aspectos de la vida humana. Incluye la justicia social, el respeto por los derechos humanos, la igualdad de oportunidades y la cooperación internacional. La paz se construye día a día, a través de nuestras acciones y decisiones.

### ***Argumentación (Argumentatio)***

Primero, consideremos la justicia social. Sin justicia, no puede haber paz duradera. Es esencial que trabajemos para eliminar la pobreza, la discriminación y la desigualdad. Cada persona merece vivir con dignidad y tener acceso a las oportunidades necesarias para prosperar.

En segundo lugar, el respeto por los derechos humanos es fundamental. Todos los seres humanos, sin importar su origen, religión o género, deben ser tratados con respeto y dignidad. La violación de los derechos humanos es una de las principales causas de conflicto en el mundo.

Además, la cooperación internacional es vital para la paz. Los problemas globales, como el cambio climático, las pandemias y el terrorismo, no pueden ser resueltos por un solo país. Necesitamos trabajar juntos, compartir recursos y conocimientos, y apoyarnos mutuamente.

### ***Epílogo (Peroratio)***

En conclusión, la paz en el mundo es un objetivo noble y alcanzable, pero requiere nuestro compromiso y esfuerzo constante. Debemos promover la justicia social, respetar los derechos humanos y fomentar la cooperación internacional. Solo así podremos construir un mundo más justo, seguro y pacífico para las generaciones futuras.

Para finalizar con este apartado, la sugerencia es tener temas de conversación previamente seleccionados y estudiados, y adaptarlos a esta secuencia, esto hará que nuestro discurso sea retenido por el público. El aprendizaje se procesa en el cerebro de forma racional y procesada, hacer lo contrario exigirá a las personas destinatarias de nuestro mensaje mayor esfuerzo por comprender y retener conocimiento.



---

**Recursos expresivos: 14  
ideas para persuadir al  
auditorio**

---

## Ilustración 4

### *Recursos expresivos*



Nota. Imagen diseñada por Freepick. Tomado de [www.freepik.com](http://www.freepik.com)



**A**lgo que facilitará la improvisación, es el uso de recursos expresivos, que a su vez, deberán ajustarse al tipo de discurso.

## Capítulo IV

### Introducción

Este capítulo ofrece catorce ideas para persuadir al auditorio, utilizando recursos expresivos que van desde declaraciones dramáticas hasta el uso de humor y figuras retóricas. Estos recursos son herramientas poderosas para captar y mantener la atención del público.

Entre las ideas presentadas, las declaraciones dramáticas juegan un papel crucial al generar un impacto inmediato en la audiencia. Estas afirmaciones audaces pueden provocar una reacción emocional que sirva como punto de partida para profundizar en un argumento.

Además, la incorporación de historias personales y anécdotas puede humanizar el mensaje, permitiendo que los oyentes se identifiquen con el orador y su mensaje; de este modo, la conexión emocional se fortalece, facilitando la persuasión.

El uso del humor es otro recurso eficaz en el discurso. Cuando se emplea de manera adecuada, el humor no solo relaja el ambiente, sino que también ayuda a romper el hielo y hacer que la audiencia se sienta más abierta. Tal como señala Martínez (2019), el humor, cuando se utiliza en contextos apropiados, puede convertirse en un puente que acerca al orador a su audiencia, promoviendo un clima de confianza y camaradería. Esto es especialmente relevante en entornos donde la tensión o el conflicto pueden ser palpables, ya que una risa compartida puede suavizar las emociones y aclimatar al público para recibir el mensaje.

Las figuras retóricas, como la metáfora, la aliteración o el símil, añaden un nivel de sofisticación y atractivo estético a la exposición.

Al ser utilizadas de manera estratégica, pueden resaltar puntos clave del discurso, hacer comparaciones impactantes y facilitar la comprensión de ideas complejas. De este modo, el orador no solo comunica información, sino que también crea imágenes vívidas en la mente de los oyentes, lo que puede ser determinante para su persuasión.

La habilidad de combinar estos recursos expresivos es fundamental para cualquier orador que busque no solo informar, sino también inspirar y persuadir a su audiencia. Al emplear declaraciones dramáticas, humor y figuras retóricas, se maximiza la efectividad del mensaje y se refuerza la conexión con los oyentes.

### **Recursos expresivos: 14 ideas para persuadir al auditorio**

Una declaración dramática puede sorprender y captar la atención desde el inicio, mientras que el uso de humor puede hacer el discurso más agradable y memorable. Según Rojas (2011), las figuras retóricas como la metáfora y la analogía enriquecen el discurso y facilitan la comprensión del mensaje.

Intentaremos ilustrar algunos recursos más utilizados, los cuales pueden ser usados tanto en la introducción, durante el desarrollo como en el cierre de un discurso:

## 4.1 Una declaración dramática

La declaración dramática es una afirmación con la que se busca llamar poderosamente la atención de los interlocutores o espectadores, esta puede consistir en una declaración que exaspere el ánimo, la curiosidad y la atención de los destinatarios, lo que supone que debe estar acompañada de una pausa psicológica (ver Recursos Vocales – Parte 2), de tal manera que se permita la reflexión e incluso algún otro tipo de emoción como la indignación, el temor, la sorpresa o el disgusto.

No se debe caer en el error de explicar que no fue eso lo que quiso decir, puesto que al ser un recurso preferente de introducción al discurso se perdería la efectividad de este.

Ejemplo:

Orador: (TIMBRE DE VOZ SERIO). El lugar de la mujer debe estar en la cocina (PAUSA).

Auditorio: (EN SUSPENSO).

Orador: (TONO NATURAL). Esto fue lo que dijo un activista antifeminista en una convención, situación que no la compartimos porque esto busca minimizar el espacio de las mujeres en una sociedad.

## 4.2 Pedir al público que preste atención

Para captar al público desde el comienzo, se puede sencillamente hacerlo reaccionar de forma unísona a una pregunta directa o retórica.

Preguntas tales como:

¿Levanten la mano a cuántos de ustedes les gustaría trabajar menos y ganar más?

¿Quiénes de ustedes desearían irse de vacaciones con todos

los gastos pagados?

¿Les gustaría saber cuál es el secreto para hacerse millonario sin menor esfuerzo?

Las preguntas pueden hacerse en la introducción, en el desarrollo o al final de una intervención, desde luego sin abusar, porque no nos gustaría que el público pierda interés cavilando en las respuestas a estas preguntas.

### **4.3 Empleo de titulares noticiosos**

Puede resultar eficaz comenzar un discurso con el titular de un periódico de relativa credibilidad o de algún portal digital, pues esto generará un hilo de ideas, conceptos y definiciones por hallar la salida a una interrogante o problemática que ha de ser planteada en el título del discurso. Habrá que tener cuidado, eso sí, con titulares tendenciosos o falsos (fake news).

Ejemplo:

Orador: (TONO DE VOZ SERIO): Titular: Accidente en la avenida Simón Bolívar deja cuatro fallecidos (PAUSA) ...

Orador: Si las autoridades no ponen empeño en revertir esta dolorosa realidad, entonces vamos a seguir lamentando la muerte de más ciudadanos...

### **4.4 Anécdota personal**

Una experiencia personal divertida o interesante puede generar, si está bien narrada, una conexión con el auditorio bien podría provocar su risa o establecer la relación del orador con el tema del discurso de una manera más humanizada.

Ejemplo:

Orador: (TONO NATURAL). “Cuando vivía en EEUU, mi esposa y mi hijo no podían salir a la calle por miedo al departamento de migración, pues a pesar de tener casi 15 años viviendo ahí, mi situación era irregular y sin esperanza de que cambie, hasta que un buen día...”

#### **4.5 Un trozo de la vida mismo**

Esta técnica al igual que la anterior consiste en emplear a una persona o acontecimientos reales y con ello ilustrar su mensaje. Por ejemplo, si usted en su discurso arguye que el servicio social deja mucho que desear, le será más útil contar el caso de una viuda de edad avanzada que carece de otros ingresos para afrontar su realidad.

#### **4.6 Citas famosas**

Es bastante usual iniciar un discurso con una cita famosa. Este recurso carece de espontaneidad, de tal manera que si se decide emplear este recurso, se debe expresar con intensidad alta y energía para lograr el efecto deseado. El mundo está plagado de citas creadas por muchos ilustres famosos, incluso por no tan ilustres. La cita que se escoja debe ser breve, y por supuesto, estar estrechamente vinculada con el tema y ser certera, para que no provoque ambigüedad o confusión en el auditorio.

#### **4.7 Definiciones tomadas del diccionario**

Las definiciones siempre que estén bien seleccionadas pueden poseer un efecto dramático y útil para fines del emisor.

No son muy recomendables para introducirlas en un discurso debido a su estado literal, pero puede que alguna definición tenga un significado sorpresivo y determinante, tal es el caso de las definiciones etimológicas, siempre será agradable apelar a las raíces latinas, griegas o anglosajonas de un término con el único fin de hacer atractivo e interesante un discurso.

## **4.8 Analogía y metáfora**

La analogía es un método efectivo para enriquecer un discurso y con ello encadenar sus secuencias, siempre y cuando la comparación sea válida y no forzada. La analogía merece ser empleada cuando la comparación es concisa, fácil de recordar e impactante, lo mismo que la metáfora. A veces no es tan fácil diferenciar una analogía de una metáfora, a continuación trataremos de explicar su diferencia de la manera más sencilla.

La analogía consiste en establecer una comparación o relación entre diferentes elementos, razones o conceptos mediante el uso de la lógica, por ejemplo se puede comparar la vida de un niño pobre con la de un rico para que a partir de ahí, se puedan extraer características generales, es decir, sin que importe si un niño es rico o pobre se puede concluir que ambos comparten alguna característica, en este caso la inocencia.

Por su parte la metáfora es una figura literaria que se refiere directamente a una cosa mencionado otra, es decir se desplaza el significado de un término a otro con una finalidad práctica y estética.

El mejor ejemplo que se me ocurre para el uso de la metáfora es el de atribuirle a un objeto, situación, lugar o momento otro significado, por ejemplo: el estadio es una caldera, la ciudad es un pandemonio, el crimen es una bestia asolando la ciudad, la inseguridad es un virus sin control, los políticos engañan al pueblo como Jenny a Forest (a propósito de la película Forest Gump).

Al igual que los otros recursos, estos ganan efectividad en tanto el emisor sepa usarlos y darles una oportunidad en su exposición.

## **4.9 Humor**

Se emplea el humor con relación al auditorio, pues muchas veces un chiste puede ser antiguo, incomprensible y confuso al punto que pocos lo entenderían. Hay que ser objetivo con el chiste que se desee emplear, pues este puede herir la susceptibilidad de algunas personas del auditorio. Si no está seguro de ser gracioso o de no tener un chiste para la ocasión lo mejor es apelar a otros recursos.

## **4.10 Redundancia**

La redundancia consiste en la repetición de términos, en el uso de sinónimos, en el uso de reiteraciones y en repeticiones utilizando otras palabras (González, 2020).

Sin embargo, la redundancia en un discurso informativo no es factible; pues este disminuiría la cantidad de información y restaría el grado de originalidad de un mensaje.

## **4.11 Personalización**

En un discurso se asume que siempre hablamos con alguien, nos dirigimos a alguien, esto supone el empleo de la segunda persona: tú o usted. Quien se sentirá beneficiado con el uso de este recurso será el destinatario, porque este se sentirá identificado con el emisor del mensaje.

## **4.12 La Pregunta**

Con el uso de este recurso se pueden iniciar diálogos, plantear alternativas, redundar en algo o interrogar al destinatario.

Hay distintos tipos de preguntas, según la intención del emisor: preguntas informativas, preguntas de opinión y preguntas de entretenimiento.

### 4.13 Figuras

Por figuras se entiende un rodeo de palabras con fines poéticos, tarea que sólo pueden permitirse quienes sepan usarlas (Pérez, 2018). A continuación significados y unos breves y sencillos ejemplos de las figuras retóricas o literarias más usuales:

**Metáfora:** descripción de algo o de alguien diciendo que es otra cosa. Ejemplo: la madre es una leona cuidando de su familia.

**Símil:** comparación explícita que utiliza la palabra como. Ejemplo: el tiempo es como el oro.

**Hipérbole:** exageración de una circunstancia, relato o noticia. Ejemplo: la otra noche te esperé bajo la lluvia mil horas como un perro.

**Personificación:** atribuir a seres inanimados u objetos cualidades de un ser humano. Ejemplo: el amor me volvió a sonreír.

**Aliteración:** cuando dos o más palabras que comienzan con el mismo sonido se usan repetidamente en una frase u oración. A continuación un ejercicio vocal para ejemplificar a esta figura.

Ejemplo: tío tío toma ten, toma, toma tu sartén: ta, te, ti, to, tu sartén

**Anáfora:** reiteración de una palabra o más, al inicio de oraciones sucesivas. Ejemplo: bonita mañana, bonito lugar, bonita la cama.

**Sinestesia:** atribución de una sensación a un sentido que no le corresponde. Ejemplo: mirada dulce, amarillo chillón, veo el sonido, oigo los colores.

**Metonimia:** denominación de un asunto, objeto, hecho o idea con el nombre de otro con el que se le relaciona. Ejemplo: el hombre era un quijote (en vez de soñador).

**Hipérbaton:** alteración del orden habitual de las palabras en una oración, expresión o enunciado. Ejemplo: el perro mordió al hombre; el hombre fue mordido por el perro.

**Retruécano:** repetición de manera inversa las mismas palabras de una oración. Ejemplo: el agua se hacía fuego, el fuego, agua.

**Sinécdoque:** usar una parte de algo para referirse al todo en una expresión. Ejemplo: el presidente decidió alzar los impuestos (presidente por gobierno).

#### **4.14 El sentido de la oportunidad**

Si el humor y las figuras son patrimonio de muy pocos; el sentido de la oportunidad más aún. Este recurso encierra un juego de lenguaje cambiando de manera intencionada, el significado de una palabra al pronunciarla incorrectamente, al responder de forma burlona o al utilizar expresiones con doble significado.

Un buen uso de este recurso dirá mucho, del sentido humorístico de quien lo use.

Han sido 14 de algunos de los recursos permitidos. Su utilidad, desgaste u oportunidad dentro de un mensaje dependerá del tipo de discurso.



---

### **Barreras en la comunicación: enemigas de la elocuencia**

---

## Ilustración 5

### *Barreras de la comunicación*



Nota. Imagen diseñada por Freepick. Tomado de [www.freepik.com](http://www.freepik.com)



**L**a claridad de un mensaje depende, además de que se sepa hacer buen uso de los recursos vistos hasta ahora, de cómo se evite la presencia de barreras que pueden afectar la comprensión del mensaje en un discurso.

## Capítulo V

### Introducción

Las barreras en la comunicación pueden interferir con la elocuencia y comprensión del mensaje. Este capítulo aborda las barreras físicas, ideológicas, psicológicas, semánticas y estructurales, ofreciendo estrategias para superarlos y asegurar que el mensaje llegue de manera clara y efectiva al auditorio.

Estos obstáculos pueden ser clasificados en diversas categorías, y el capítulo en cuestión se centra en cinco tipos principales: barreras físicas, ideológicas, psicológicas, semánticas y estructurales. Cada una de estas barreras representa un desafío particular que puede desviar la atención del público o distorsionar el significado del mensaje.

Las barreras físicas, como el ruido ambiental o problemas técnicos con el equipo de audio, son los más evidentes y pueden ser fácilmente identificados. Sin embargo, suelen ser solo la punta del iceberg.

Las barreras ideológicas, que surgen de las creencias y valores preexistentes de los oyentes, pueden generar resistencia a aceptar nuevas ideas. Esto se debe a que las personas tienden a filtrar la información a través de sus propias convicciones, lo que puede alterar la recepción del mensaje.

Como indican algunos expertos en comunicación, las creencias previas pueden ser tan fuertes que actúan como una barrera que impide la recepción del mensaje (García, 2021).

Las barreras psicológicas, por otro lado, son más sutiles y pueden incluir el estrés, la ansiedad o incluso la fatiga del oyente. Estos factores emocionales pueden dificultar la concentración y el procesamiento de información, restando atención al discurso.

En cuanto a las barreras semánticas, se manifiestan en la confusión que puede surgir por el uso de terminología técnica o ambigua. Si las palabras elegidas por el orador no son claras o no se adecuan al nivel de comprensión de la audiencia, el mensaje puede perderse en la traducción.

Las barreras estructurales se relacionan con la organización del contenido. Un mensaje que carece de una estructura lógica o que se presenta de manera desordenada puede resultar confuso, dificultando que la audiencia siga la línea argumentativa del orador. Para contrarrestar estos ruidos, se proponen diversas estrategias, como el uso de un lenguaje sencillo, la clarificación de conceptos complejos y la implementación de un orden coherente en la presentación.

Ser consciente de las diferentes barreras que pueden afectar la comunicación es vital para cualquier orador. Al aprender a identificar y superar estos ruidos, no solo se mejora la claridad del mensaje, sino que también se potencia la conexión con el auditorio, lo que aumenta las posibilidades de una comunicación efectiva.

### **Barreras de la comunicación: enemigas de la elocuencia**

Las barreras físicas y semánticas son obstáculos comunes en la comunicación. Según López Vigil (2005), es esencial identificar y mitigar estas barreras para asegurar una comunicación efectiva. La claridad del mensaje depende de cómo se evite la presencia de estos ruidos y barreras.

Un mensaje, es una serie de estímulos orales y visuales que deben ser expuestos, de tal manera que el destinatario atienda, comprenda, acepte y retenga lo que se le pretende decir; y para ello, se debe tener un especial cuidado en identificar posibles barreras de comunicación que lleven a nuestros interlocutores a desatenderse de nuestro discurso en medios tradicionales o digitales.

Las barreras de comunicación pueden ser:

### **5.1 Barrera física**

Esta barrera se presenta de forma súbita, es originada por una fuente paralela de ruido o sonido, y a pesar de que el emisor puede evitarlo, no siempre resulta tarea fácil, ya que estas interferencias no dependen de la voluntad del emisor.

Este tipo de barrera se presenta cuando el oído compite paralelamente con otros sentidos a la hora de recibir un mensaje (González, 2020). Pueden ser barreras visuales, olfativas, táctiles y gustativas, y no son tan difíciles de ser identificados.

A manera de recomendación se sugiere, que el emisor de un mensaje preste mucha atención al ambiente que le rodea, tanto en el lugar en el que se encuentra como en los exteriores.

Hoy en día se asume que el revestimiento de un auditorio o locutorio es tan sofisticado que no permite la filtración de barreras físicas; por lo tanto, la presencia de estos cada vez es menos probable.

## 5.2 Barrera ideológica

Es frecuente escuchar a diario en los medios de difusión colectiva y digitales, emitir criterios tendenciosamente sesgados por quien los emite, sin detenerse a pensar que no todos los destinatarios pueden estar de acuerdo con ellos.

Las ideas proferidas a veces pueden, incluso, proyectar ideas latentes. No todas las convicciones propias pueden ser compartidas por los demás, no todos tienen el mismo sistema de valores. Las personas tienen derecho a disentir, a diferir y a opinar distintamente.

Para evitar este tipo de barrera se recomienda tratar los temas pensando en la pluralidad de opiniones. La opinión pública es la suma de puntos de vista individuales, a veces cambiantes, mal definidos, y vivaces, tal como lo sugiere *Edward Bernays*, razón suficiente para no dar por sentado que todos pueden regodearse con un solo punto de vista.

## 5.3 Barrera psicológica

Esta barrera se puede presentar cuando el ánimo del destinatario no le permite poner atención. Representa una fuerte carga emocional para quien lo padece. A veces, este estado emocional está en relación directa con el emisor del mensaje. Sin percatarse de la situación, puede haber en el emisor señales que predisponen psicológicamente a su auditorio, como por ejemplo el timbre de su voz, el atuendo, la presencia física, los gestos, las actitudes, los exacerbados comentarios o chistes personalísimos.

Está en manos del emisor el poder evitar este tipo de ruido.

## 5.4 Barrera semántica

Al utilizar códigos lingüísticos incomprensibles, sin tomar en cuenta el nivel instruccional del destinatario del mensaje se está incurriendo en este tipo de ruido.

A veces, y más por un afán de exagerado culto al intelecto las personas tienden a utilizar un excesivo lenguaje dominante (Pérez, 2019), haciendo de su discurso una serie de palabras que están lejos de la comprensión de los que escuchan.

Para evitar este tipo de barrera, es menester que quien emite el mensaje tenga en cuenta que su auditorio es de instrucción media, así haya unos cuantos que estén mejor instruidos.

Se debe recordar, no está por demás, aquel precepto universal de la comunicación, el de *la ley del menor esfuerzo*, que consiste en que quien escucha un mensaje a través de cualquier medio o canal debe esforzarse lo menos posible por retenerlo, tal como lo sostiene *Ignacio López Vigil*.

## 5.5 Barrera estructural

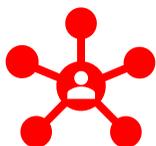
El formato o género de discurso que se escoja determina la presencia o no de esta clase de barrera, en mayor o en menor medida.

La barrera estructural suele ser frecuente, sobre todo, en aquellos que se inician en labores de locución y oratoria. Un mensaje debe conservar sus cualidades dependiendo de su cometido, no es lo mismo estructurar una noticia que un editorial, un reportaje que una crónica o un *storytelling* libre. Existen parámetros de realización, tanto de forma como de fondo.

A menudo se escucha en los medios tradicionales y digitales como algunos presentadores editorializan las noticias -y las más de las veces de manera consciente-; o abordan temáticas cuando la programación del medio persigue otros intereses de información.

Se escuchan espacios alquilados en medios, creyendo que por ello, se puede no tributar a la línea editorial del medio vertiendo opiniones de la más diversa índole.

Los oyentes no tienen por qué ser expertos analizando los mensajes, ellos consumen contenidos a la espera de satisfacer su necesidad sentida de estar informados o entretenidos, no pretenden más. De eso, están totalmente conscientes los que manejan la información; pero a la vez y abusando de aquello, algunos comunicadores desorientan a la ciudadanía con ardides como el de establecer la agenda pública, enmarcar tendenciosamente los hechos y cultivar en las personas antivalores como el temor, la violencia, la deslealtad, el irrespeto, la inequidad, etc.



---

**Comunicación  
interpersonal: el arte  
de interactuar**

---

## Ilustración 6

### *Comunicación interpersonal*



Nota. Imagen diseñada por Freepick. Tomado de [www.freepik.com](http://www.freepik.com)



**C**omunicación interpersonal es un proceso de realimentación instantánea, ya sea de forma multisensorial o mediatizada entre dos o más personas, siempre que cada uno de los intervinientes estén en la misma capacidad de ser críticos, reflexivos, actuantes y pensantes, en suma seres dialógicos.

## Capítulo VI

### Introducción

La comunicación interpersonal es un proceso dinámico y fundamental que facilita nuestras interacciones cotidianas, permitiéndonos compartir ideas, emociones y experiencias. En su esencia, se define como el intercambio de información entre dos o más personas, donde el acto de escuchar juega un papel crucial. Esta habilidad, a menudo subestimada, se erige como un pilar en la construcción de relaciones significativas y efectivas. El saber escuchar no solo implica oír las palabras que se pronuncian, sino también comprender el mensaje subyacente y la intención detrás de ellas (Goleman, 1995).

El desarrollo de metas y objetivos claros en la comunicación interpersonal es esencial. Establecer un propósito al comunicarse, ya sea para resolver un conflicto, establecer un acuerdo o simplemente compartir un momento, orienta el intercambio hacia resultados deseables.

Según Adler y Rodman (2009), la comunicación efectiva no solo depende de la claridad del mensaje, sino también de la capacidad del emisor para transmitir sus ideas de manera que resuene con el receptor. Para ello, es fundamental estructurar el mensaje de manera coherente y considerar el contexto y la perspectiva del interlocutor (Watzlawick, 1967).

La comunicación interpersonal es un arte que demanda práctica y reflexión constante. Al cultivar la habilidad de escuchar activamente, establecer objetivos claros y formular mensajes efectivos, no solo mejoramos nuestras interacciones, sino que también fortalecemos nuestras relaciones interpersonales. Así, la comunicación se convierte en un puente que conecta a las personas y enriquece nuestras vidas.

## **Comunicación interpersonal: el arte de interactuar**

### **6.1 Definición**

La comunicación interpersonal es una interacción de naturaleza conversacional que implica el intercambio de información visual, auditiva y kinésica entre dos o más participantes, a través de un soporte físico o electrónico.

Este proceso es fundamental para la construcción de relaciones humanas y la transmisión de conocimientos y emociones. Esto implica que, más allá de las palabras habladas o escritas, los participantes también interpretan señales no verbales, como gestos, expresiones faciales y posturas. Según algunos expertos, este tipo de comunicación se convierte en la base de las relaciones humanas, puesto que permite a las personas compartir experiencias, expresar emociones y construir vínculos significativos (Goffman, 1959).

Además, el uso de soportes físicos, como en el caso de reuniones presenciales, y soportes electrónicos, como correos electrónicos, videoconferencias y redes sociales, ha ampliado considerablemente las formas en que nos comunicamos.

La tecnología ha permitido que la comunicación traspase las barreras geográficas, facilitando interacciones entre personas a distancias significativas. Como apunta Thompson (1995), esta evolución ha transformado no solo la rapidez y la frecuencia de las interacciones, sino también la naturaleza misma de las relaciones interpersonales, convirtiéndolas en experiencias más diversificadas y complejas.

La comunicación interpersonal no solo es esencial para el establecimiento y el mantenimiento de relaciones; también juega un rol crucial en el contexto educativo y profesional.

La capacidad de transmitir conocimientos de manera efectiva está intrínsecamente ligada a la habilidad de comunicarse de forma clara y empática. En un entorno educativo, por ejemplo, los docentes deben utilizar una variedad de estrategias comunicativas para fomentar el aprendizaje y la participación activa de los estudiantes (Rogers, 1983).

En el ámbito profesional, la comunicación efectiva es considerada una competencia esencial, ya que está relacionada con la colaboración, la resolución de problemas y la innovación dentro de los equipos de trabajo (Denton, 2003).

La comunicación interpersonal es un fenómeno complejo que va más allá del simple intercambio de información. Esta interacción es fundamental para la construcción de relaciones humanas, la transmisión de conocimientos y el entendimiento emocional entre los individuos. La evolución de la tecnología ha multiplicado nuestras posibilidades de comunicarnos, lo que a su vez repercute en cómo formamos y mantenemos nuestras relaciones en un mundo cada vez más interconectado.

## **6.2 La complejidad de escuchar**

Escuchar de manera efectiva en un proceso de comunicación interpersonal puede resultar una tarea complicada debido a diversos factores interpersonales y psicológicos. Entre estos, se destacan los sentimientos hacia la fuente del mensaje, la conciencia sobre nuestro propio papel en la interacción, las nociones preconcebidas y la atención dispersa (Pelayo, 2002).

### **6.2.1 Sentimientos hacia la fuente**

En primer lugar, los sentimientos hacia la fuente influyen significativamente en nuestra capacidad de escucha. Cuando tenemos una relación emocional positiva con el emisor, es más probable que prestemos atención y valoremos su mensaje. Por el contrario, si existen resentimientos o desconfianzas, podemos filtrar la información de manera negativa, lo que dificulta una escucha efectiva. Según Paul Watzlawick et al. (1967), la calidad de las relaciones interpersonales afecta la comunicación; si el vínculo es conflictivo, la recepción del mensaje se distorsiona.

### **6.2.2 La conciencia sobre nuestro propio papel**

Otro aspecto por considerar es la conciencia de nuestro propio papel en la dinámica comunicativa. Muchas veces, los oyentes se centran en su necesidad de responder o en cómo se percibirán en la conversación, en lugar de absorber plenamente el mensaje del emisor.

Este fenómeno puede llevar a una escucha superficial, donde el contenido relevante se pierde entre nuestros propios pensamientos y preocupaciones. Según Carl Rogers (1980), una escucha empática requiere de la liberación de prejuicios y una disposición verdadera para comprender al otro.

### **6.2.3 Nociones preconcebidas**

Las nociones preconcebidas también juegan un papel crucial en la escucha. Cuando llegamos a una conversación con ideas preconcebidas sobre el tema o el emisor, podemos interpretar el mensaje de manera sesgada. Esto no solo limita nuestra comprensión, sino que también puede propiciar malentendidos. Herb Cohen (1993) señala que los prejuicios y las expectativas pueden actuar como filtros que distorsionan la interpretación del mensaje y, por lo tanto, la reacción del receptor.

#### **6.2.4 La atención dispersa**

La atención dispersa es un obstáculo común en la escucha activa. En un mundo lleno de distracciones, desde dispositivos electrónicos hasta preocupaciones diarias, mantener el enfoque en la conversación puede ser un desafío. Esto no solo dificulta la aceptación del contenido, sino que también puede transmitir al emisor una falta de interés o respeto. Daniel Goleman (1998) destaca que la atención plena es esencial para una comunicación efectiva; sin ella, los mensajes pueden pasar inadvertidos.

Los desafíos para escuchar efectivamente en la comunicación interpersonal son multifacéticos y están profundamente enraizados en nuestras emociones, pretensiones, prejuicios y la calidad de nuestra atención. Para superar estos obstáculos, es necesario cultivar la autoconciencia y practicar la empatía, así como esforzarse por mantener una mente abierta durante nuestras interacciones.

#### **6.3 Metas de la comunicación interpersonal**

La comunicación interpersonal se define como el intercambio de información entre individuos, utilizando diversos canales y códigos.

Son cinco las metas de este tipo de comunicación que incluyen al placer, la catarsis, respuestas manifiestas y encubiertas (Sánchez, 2002), y la satisfacción de necesidades de comunicación.

La comunicación interpersonal es un campo multifacético que se nutre de diversos elementos que influyen en la calidad y efectividad de nuestras interacciones. Entre estos elementos, el placer, la catarsis, las respuestas manifiestas y encubiertas, y la satisfacción de necesidades de comunicación son fundamentales para construir conexiones significativas.

### **6.3.1 El placer**

El placer que se experimenta al comunicarse no solo proviene de la simple interacción, sino también de la conexión emocional que se establece con el otro. Esta conexión puede ser evidenciada en conversaciones en las que se comparten risas, anécdotas y experiencias.

Como sugieren algunos estudios, la comunicación placentera fomenta un ambiente de confianza y apertura, lo que, a su vez, facilita un intercambio más profundo (Derlega & Grzelak, 2005).

### **6.3.2 La catarsis**

La catarsis, por otro lado, juega un rol crucial en la comunicación interpersonal, ya que brinda una oportunidad para expresar y procesar emociones. Las interacciones que permiten la liberación de sentimientos reprimidos pueden ser efímeras, pero su impacto suele ser duradero.

Al hablar nuestras emociones, encontramos un alivio que es fundamental para el bienestar psicológico. Este proceso de compartir lo que sentimos puede transformar una experiencia dolorosa en una oportunidad para crecer (Sullivan, 1953).

### **6.3.3 Respuestas manifiestas y encubiertas**

Las respuestas en la comunicación también son esenciales. Hablamos de respuestas manifiestas, que son las reacciones evidentes y directas a un mensaje. Sin embargo, las respuestas encubiertas también juegan un papel importante; a menudo, lo que no se dice puede ser tan revelador como lo que se expresa abiertamente.

Esto resalta la complejidad del lenguaje y la importancia de la empatía y la interpretación en nuestras interacciones (Watzlawick, 1967).

### **6.3.4 Satisfacción de necesidades de comunicación**

Finalmente, la satisfacción de necesidades de comunicación es crucial para el bienestar humano. Cada interacción puede satisfacer diversas necesidades, desde la necesidad de ser escuchado hasta el deseo de formar vínculos profundos. Al satisfacer estas necesidades, no solo fortalecemos nuestras relaciones interpersonales, sino que también fomentamos un sentido de pertenencia y conexión en nuestra vida cotidiana (Maslow, 1943).

En conclusión, el arte de la comunicación interpersonal abarca un amplio espectro de experiencias que incluyen el placer, la catarsis, diversas respuestas y la satisfacción de necesidades de comunicación.

Abordar estos aspectos no solo enriquece nuestras relaciones, sino que también mejora nuestra calidad de vida.

### **6.4 La complejidad de la comunicación interpersonal: variables clave**

Las variables que influyen en la comunicación interpersonal incluyen, entre otras, a la empatía, la similitud de actitudes, la complementariedad de necesidades, la autorrevelación y la diferencia de estatus (Sánchez, 2002). Estas variables determinan la efectividad y profundidad de la interacción entre los participantes.

La comunicación interpersonal es un proceso dinámico que se nutre de diversas variables que influyen en la calidad de las interacciones humanas. Entre estas variables, la empatía, la similitud de actitudes, la complementariedad de necesidades, la autorrevelación y la diferencia de estatus se destacan como elementos críticos que pueden facilitar o dificultar la conexión entre individuos.

### **6.4.1 Empatía**

La empatía es quizás uno de los aspectos más fundamentales de la comunicación interpersonal. Implica la capacidad de comprender las emociones y perspectivas del otro, lo que permite una conexión más profunda.

Según Goleman (1995), la empatía no solo fomenta una mejor comunicación, sino que también fortalece las relaciones interpersonales al ayudar a las personas a sentirse valoradas y comprendidas. Esta conexión empática puede contribuir a un ambiente de apoyo y confianza, donde la comunicación fluye de manera más natural.

### **6.4.2 Similitud de actitudes**

Por otro lado, la similitud de actitudes entre individuos puede facilitar la comunicación. La investigación sugiere que las personas tienden a sentirse más cómodas y abiertas al interactuar con aquellos que comparten creencias y valores similares (Byrne, 1971).

Esta similitud no solo crea un sentido de camaradería, sino que también puede disminuir la ambigüedad que a menudo afecta las conversaciones. La identificación común puede servir como un puente que conecta a las personas, permitiendo una comunicación más efectiva.

### **6.4.3 La complementariedad de necesidades**

La complementariedad de necesidades también juega un rol crucial en la comunicación. Cada individuo tiene necesidades únicas que buscan satisfacer a través de sus interacciones.

Según el modelo de interdependencia en la comunicación, las personas a menudo se atraen hacia aquellos que pueden complementar sus necesidades (Kelley & Thibaut, 1978).

Por ejemplo, alguien que busca apoyo emocional puede sentirse atraído por otra persona que tiene una inclinación natural a ofrecer consuelo, lo que crea un ciclo de satisfacción entre ambas partes.

#### **6.4.4 La Autorrevelación**

La autorrevelación es una variable esencial que se refiere al acto de compartir información personal y significativa con otro.

Este proceso no solo fortalece la intimidad entre las personas, sino que también puede facilitar una comunicación más franca y abierta (Derlega & Grzelak, 2005).

Al compartir aspectos de uno mismo, se fomenta un ambiente en el que ambas partes se sienten más cómodas al expresar sus pensamientos y emociones.

#### **6.4.5 Diferencia de estatus**

La diferencia de estatus es un factor que puede influir significativamente en la comunicación. Las dinámicas de poder juegan un papel importante en cómo se llevan a cabo las interacciones. Las personas en una posición de mayor estatus pueden tener más control sobre el contenido y la dirección de la conversación, mientras que aquellos en un estatus inferior pueden sentirse cohibidos (Tannen, 1990). Esta diferencia puede afectar no solo la naturaleza del intercambio, sino también la percepción de las contribuciones de cada individuo.

La comunicación interpersonal se ve afectada por una serie de variables que incluyen la empatía, la similitud de actitudes, la complementariedad de necesidades, la autorrevelación y la diferencia de estatus. Comprender estas variables es esencial para mejorar la calidad de nuestras interacciones y construir relaciones más fuertes y significativas.

## **6.5 Tipos de comunicación interpersonal**

La comunicación interpersonal es un fenómeno complejo que puede ser clasificado en distintas categorías, entre las que destacan la comunicación multisensorial, no verbal y mediatizada.

En particular, la comunicación no verbal juega un papel crucial en nuestras interacciones diarias, abarcando elementos como el lenguaje de signos, las acciones y el uso de objetos. Este tipo de comunicación no solo complementa la verbal, sino que también puede suplir o incluso contradecir lo que se expresa verbalmente.

De esta manera, la comunicación no verbal puede funcionar para acentuar el mensaje verbal o regular el flujo de la conversación, proporcionando un contexto emocional que a menudo se pierde en la palabra hablada (Burgoon, 1994).

## **6.6 Dimensiones y tipos de comunicación no verbal**

Las dimensiones de la comunicación no verbal abarcan la conducta visual, las expresiones faciales, el movimiento del cuerpo y la postura, la apariencia física y el vestido, la conducta táctil, el espacio y los aspectos no lingüísticos del discurso (Birdwhistell, 1970). Por otra parte, varios autores proponen una tipología, y para efectos de esta publicación, hablaremos de las siguientes: proxémica, olfativa, cronémica, artefactual, kinésica, gestual, vocálica, y táctil (Pelayo, 2002).

Las dimensiones de la comunicación no verbal son diversas y abarcan múltiples aspectos de nuestra conducta. Entre las principales dimensiones se incluyen:

1. Conducta visual: Se refiere a cómo utilizamos la mirada para comunicar emociones y establecer conexiones. La dirección y la duración de la mirada pueden indicar interés o desinterés.
2. Expresiones faciales: Las expresiones son cruciales para transmitir emociones e intenciones, a menudo complementando lo que se dice verbalmente.
3. Movimiento del cuerpo y postura: La forma en que nos movemos y la manera en que nos posicionamos en relación con otros pueden ofrecer información significativa sobre nuestro estado emocional.
4. Apariencia física y vestido: La forma en que nos vestimos y nos presentamos puede influir en las impresiones que causamos en los demás.
5. Conducta táctil: El contacto físico puede denotar cercanía emocional o profesionalismo, dependiendo del contexto.
6. Espacio: La manera en que usamos el espacio personal y cómo nos posicionamos con relación a los demás puede afectar significativamente la dinámica de la comunicación.
7. Aspectos no lingüísticos del discurso: Incluyen variaciones en el tono de voz y otros elementos auditivos que modifican el significado de lo que se dice.

En cuanto a la tipología de la comunicación no verbal, varios autores han propuesto diferentes categorías. Para el presente análisis, consideraremos las siguientes:

- Proxémica: Estudia la utilización del espacio en la comunicación.
- Olfativa: Explora el papel de los olores en la percepción y comunicación.
- Cronémica: Se refiere al uso del tiempo en las interacciones, incluyendo la puntualidad y la duración de la comunicación.
- Artefactual: Analiza cómo los objetos y elementos visuales que nos rodean afectan nuestra comunicación.
- Kinésica: Se enfoca en los movimientos corporales y gestuales.
- Gestual: Abarca los movimientos de manos y otras partes del cuerpo que subvencionan el mensaje verbal.
- Vocálica: Considera los aspectos tonales de la voz que transmiten emociones e intenciones.
- Táctil: Investiga el significado de los toques y contactos físicos en la comunicación.

La interacción de estas dimensiones y tipos de comunicación no verbal se manifiesta en cada uno de nuestros encuentros diarios, haciendo que la comunicación sea un proceso rico y multifacético (Knapp & Hall, 2009).

## **6.7 El mensaje: núcleo de la comunicación interpersonal**

El mensaje constituye el núcleo de la comunicación interpersonal, al ser un conjunto objetivo de signos lingüísticos, icónicos, estímulos sonoros y visuales. Estos elementos se desarrollan a partir de uno o más códigos, cuyo propósito es estimular los sentidos de los destinatarios para cumplir funciones como informar, persuadir, integrar y motivar

Así, el mensaje se erige como el vehículo a través del cual cada individuo expresa sus pensamientos, ya sea mediante la escritura o la palabra, estableciendo un puente de conexión con los demás.

## **6.8 El modelo de comunicación interpersonal más influyente**

En el ámbito de los modelos de comunicación, el enfoque formulado por Harold Lasswell se presenta como uno de los más influyentes, a pesar del tiempo que ha transcurrido, es sin duda un modelo atemporal y vigente hasta hoy.

Este modelo se basa en cinco preguntas fundamentales que permiten desglosar el proceso comunicativo: quién dice qué, a través de qué canal, a quién y con qué efecto. Estas interrogantes facilitan un análisis exhaustivo de la comunicación, proporcionando una estructura que ayuda a comprender cómo se produce y se recibe el mensaje en diversas situaciones (Lasswell, 1948).

## **6.9 Futuro de la comunicación interpersonal**

La llegada de la era digital ha significado una transformación radical en la comunicación interpersonal. En un contexto caracterizado por el big data y la revolución digital, han surgido novedosas formas de interacción, tales como la comunicación cibernética y el uso de plataformas tecnológicas. Esta transformación no solo ha alterado las dinámicas de intercambio de información, sino que también ha redefinido conceptos como la globalización y la identidad digital, los cuales son fundamentales para entender las nuevas maneras de conectar y comunicarse en nuestra sociedad contemporánea.

Es así como, la comunicación digital no solo actúa como un canal adicional, sino que reconfigura las relaciones interpersonales y el entendimiento mutuo en un mundo cada vez más interconectado (Castells, 2010).



---

## Vicios del Lenguaje

---

## Ilustración 7

### *Vicios del lenguaje*



Nota. Imagen diseñada por Freepick. Tomado de [www.freepik.com](http://www.freepik.com)



**A** continuación se transcribe un capítulo completo del texto de María Teresa Forero, titulado “*En busca de la perfección*” dedicado al uso incorrecto de algunos giros que son utilizados indistintamente en el habla coloquial.

## **Apéndice 1: vicios del lenguaje**

No se ha omitido ningún detalle de lo planteado por *Forero*, más bien se aumentaron ejemplos en los usos indebidos de las preposiciones que aquí constan, todo lo tratado en este apartado es de importancia vital, ya que no solo se enriquecerá nuestra escritura, sino también, nuestra manera de hablar.

### **Preposiciones, adjetivos y adverbios ¿Usamos correctamente? \*...**

Por lo general, las inquietudes que surgen en torno a las preposiciones se centran en cuál es la que se debe usar: ¿crema para manos o crema de manos? ¿Acostado a la sombra o acostado en la sombra? En este documento, podrás encontrar las dudas más comunes y la manera de solucionar errores relacionados con las preposiciones, para que tus textos sean exitosos.

### **Usos indebidos de la preposición “a”**

Es necesario utilizarla cuando aparece antes de un objeto directo: observó a su hijo jugando en el jardín. Sin embargo, si se busca expresar un sentido indefinido, esta preposición no debe incluirse: estoy buscando un socio para una importante empresa editorial.

La combinación de un sustantivo seguida de "a" y un verbo en infinitivo, como en "la tarea a realizar", debe evitarse; lo adecuado es utilizar "por": "la tarea por realizar".

La expresión "ven a acá" es incorrecta; lo correcto es "ven acá", sin la preposición.

Frases como "cocina a gas" y "olla a presión" son erróneas; se debe usar "de" para indicar el agente que realiza la acción, como en "molinos de viento".

Para referirse a agregados, se debe emplear "con"; así, se dice "crema con fresas" o "fideos con atún", no "fresas a la crema".

La forma correcta es "con la mayor brevedad", por lo que "a la mayor brevedad" es un error. La preposición "a" no designa un lugar específico, así que "dolor al pecho" es incorrecto; se debe usar "dolor de pecho".

Finalmente, después del sustantivo "limpieza", la preposición adecuada es "en", como en "limpieza en seco".

### ***Más ejemplos de usos indebidos de la preposición "a":***

#### 1. Confusión en la construcción de frases:

- Incorrecto: "Voy a ir a la tienda para comprar frutas."
- Correcto: "Voy a la tienda para comprar frutas." (Aunque en este caso "a" es correcto en sí, a veces se tiende a agregar preposiciones innecesarias, por ejemplo: "Voy a ir a la tienda.")

#### 2. Uso incorrecto en la expresión de horarios:

- Incorrecto: "La reunión es a las tres de la tarde."
- Correcto: "La reunión es a las tres." (Este uso es técnicamente correcto, pero a veces se escuchan frases como "es a las tres de la tarde" cuando una forma más precisa sería "a las tres", evitando repetidos.)

3. Uso innecesario en frases con verbos:
  - Incorrecto: "Te invito a salir a caminar."
  - Correcto: "Te invito a salir."
4. Mal uso en frases de movimiento:
  - Incorrecto: "Voy a mi casa a pie."
  - Correcto: "Voy a pie a mi casa."
5. Uso redundantemente en comparaciones:
  - Incorrecto: "Es más alto a su hermano."
  - Correcto: "Es más alto que su hermano."

### **Usos indebidos de la preposición “bajo”**

La preposición "bajo" puede tener dos significados: a) una posición inferior y b) en un sentido figurado, implica estar sometido a algo.

Por lo tanto, la expresión correcta sería "sobre esa base, se firmaron acuerdos". Usar "bajo esa base" daría a entender que se han puesto a disposición de la otra parte, o que se han sometido.

En lugar de decir "bajo mi punto de vista", se debería utilizar "desde mi punto de vista", ya que esto no implica inferioridad ni sumisión. Asimismo, se debe utilizar "durante la dictadura" en lugar de "bajo la dictadura" al referirse a un periodo de tiempo.

### ***Más ejemplos de usos indebidos de la preposición “bajo”:***

1. Uso incorrecto para indicar posición:
  - Incorrecto: "El libro está bajo la mesa de la cocina."
  - Correcto: "El libro está debajo de la mesa de la cocina."

2. Confusión con "bajo" en expresiones figurativas:
  - Incorrecto: "Bajo la dirección del jefe, todos trabajaron duro."
  - Correcto: "Bajo la supervisión del jefe, todos trabajaron duro."(Aunque "bajo" puede ser correcto en algunos contextos, en este caso "bajo la supervisión" es más adecuado.)
  
3. Inexactitud en el uso de términos de comparación:
  - Incorrecto: "Su rendimiento fue más bajo que el de sus compañeros."
  - Correcto: "Su rendimiento fue inferior al de sus compañeros."
  
4. Uso incorrecto en contextos de autoridad:
  - Incorrecto: "El trabajador está bajo el mando de su supervisor."
  - Correcto: "El trabajador está bajo la autoridad de su supervisor."(Aunque "bajo" se puede usar aquí, alternar con "bajo la supervisión" puede resultar más claro.)
  
5. Uso inadecuado con relación a normas o leyes:
  - Incorrecto: "Bajo la regla de la empresa, todos deben llegar a tiempo."
  - Correcto: "De acuerdo con la regla de la empresa, todos deben llegar a tiempo." (Ambos son correctos, pero "de acuerdo con" suele ser más claro.)
  
6. Confusión al usar "bajo" en contexto de condiciones:
  - Incorrecto: "Bajo este clima, es difícil trabajar."
  - Correcto: "En este clima, es difícil trabajar." (Aunque "bajo" se puede usar, "en" resulta más natural en este contexto.)
  
7. Uso erróneo en descripciones de estados:
  - Incorrecto: "Se siente bajo estrés."
  - Correcto: "Se siente estresado." (La forma correcta de expresar la emoción.)

## Usos indebidos de la preposición “con”

En ciertas ocasiones, se reemplaza la preposición "a" por "con" en frases que denotan movimiento, lo cual es un error.

Por ejemplo, es incorrecto decir "debes ir con un dentista", ya que esto implica que se debe ir en compañía de un dentista. La forma adecuada es "debes ir al dentista".

Además, este error también se observa en el uso de los verbos "presentarse", "recomendar" y "quejarse".

### *Más ejemplos de usos indebidos de la preposición “con”:*

1. Confusión en el hábito de usar "con" para indicar compañía:
  - Incorrecto: "Voy con mis amigos a la tienda."
  - Correcto: "Voy junto a mis amigos a la tienda." (Ambos son correctos, pero "junto a" puede agregar claridad en ciertos contextos.)
2. Uso incorrecto con relación a herramientas:
  - Incorrecto: "Escribí la carta con computadora."
  - Correcto: "Escribí la carta en la computadora." ("Con" se usa para referirse a herramientas, pero "en" es más específico en este caso.)
3. Uso inadecuado en expresiones emocionales:
  - Incorrecto: "Estoy muy feliz con tu éxito."
  - Correcto: "Estoy muy feliz por tu éxito." ("Por" es más apropiado en este contexto de emociones.)
4. Confusión al expresar causa o motivo:
  - Incorrecto: "Me enojé con tu comentario."
  - Correcto: "Me enojé por tu comentario." ("Por" se utiliza mejor para indicar la causa de una emoción.)

5. Confusión en la relación de personas:
  - Incorrecto: "Ella es muy buena con su trabajo."
  - Correcto: "Ella es muy buena en su trabajo." ("En" es más adecuado para referirse a habilidades específicas.)
6. Uso incorrecto en contextos que requieren aclaraciones:
  - Incorrecto: "Hablé del problema."
  - Correcto: "Hablé sobre el problema." (El uso de "del" puede confundir, mientras que "sobre" se adapta mejor.)
7. Uso inadecuado en frases que comparan:
  - Incorrecto: "Es mejor con hacer ejercicio que no hacer nada."
  - Correcto: "Es mejor hacer ejercicio que no hacer nada." (El "con" no es necesario y puede ser confuso.)
8. Confusión en el uso de "con" para indicar tiempo:
  - Incorrecto: "Me veré con él, lunes."
  - Correcto: "Me veré el lunes con él." ("Con" es innecesario y no se utiliza de esta manera.)

## **Usos indebidos de la preposición “de”**

Es imprescindible incluir la preposición "de" después de verbos y expresiones como "acordarse", "estar seguro", "darse cuenta" y "tener la certeza".

Por ejemplo, se dice "reloj de pulsera" en lugar de omitir "de", como ocurre con "reloj de arena" y "reloj de sol".

Asimismo, la preposición "de" no puede omitirse en la expresión de fechas, como en "24 de agosto de 2025". En frases como "la separación de la iglesia y del Estado", no se debe repetir la preposición "de", ya que podría generar confusión.

Lo correcto es "la separación de la iglesia y el Estado". En otros casos, la preposición "de" no debe preceder ciertas expresiones: "a caballo", "a pie", "adrede", "a ratos", "a traición" y "gratis".

Debido a la influencia de otros idiomas, es incorrecto utilizar "de" tras verbos relacionados con movimiento, como en "voy de mis amigas", siendo lo correcto "voy a la casa de mis amigas".

Con relación al dequeísmo, no se debe usar "de" en subordinadas objetivas. Para comprobar su uso, se puede reemplazar la parte en duda por "esto": "Comprobó que se había equivocado" equivale a "Comprobó esto", por lo que no se añade la preposición. Sin embargo, en otros casos, el verbo de la oración principal puede requerir "de".

### ***Más ejemplos de usos indebidos de la preposición "de":***

1. Uso incorrecto en expresiones de tiempo:
  - Incorrecto: "La reunión es de mañana."
  - Correcto: "La reunión es mañana." (El uso de "de" es innecesario aquí.)
2. Uso incorrecto para expresar características:
  - Incorrecto: "La casa de blanca."
  - Correcto: "La casa es blanca." (El uso de "de" es incorrecto cuando se describe una característica.)
3. Confusión en la relación de comparación:
  - Incorrecto: "La película es más divertida de la otra."
  - Correcto: "La película es más divertida que la otra." (El "de" es incorrecto en contextos comparativos.)

4. Uso incorrecto en la introducción de sujetos:

- Incorrecto: "Es bueno de estudiar todos los días."
- Correcto: "Es bueno estudiar todos los días." (El "de" no se necesita y puede hacer que la frase suene extraña.)

### **Usos indebidos de la preposición “desde”**

La preposición "desde" se refiere al punto de partida, ya sea en términos temporales o espaciales: He estado trabajando desde hace un año; caminé desde el centro hasta mi hogar.

Por lo tanto, su uso como si fuera una expresión de causa es erróneo: desde que debía esa cantidad, tuvo que pagar con intereses.

#### ***Más ejemplos usos indebidos de la preposición “desde”:***

1. Uso incorrecto para indicar un punto de vista:

- Incorrecto: "Desde mi opinión, esto es un error."
- Correcto: "Desde mi punto de vista, esto es un error." (Debemos usar "punto de vista" en lugar de "opinión".)

2. Uso incorrecto para indicar origen:

- Incorrecto: "Vengo desde España."
- Correcto: "Vengo de España." (Aunque en algunas variantes del español se pueda tolerar, lo correcto es "de".)

3. Confusión en la relación de causa:

- Incorrecto: "Desde que me dijo eso, estoy molesto."
  - Correcto: "Desde que me dijo eso, me estoy sintiendo molesto."
- (La frase es gramaticalmente correcta, pero puede causar confusión; se debe ser claro sobre el estado de ánimo.)

4. Uso de "desde" para indicar un límite de tiempo inadecuadamente:
  - Incorrecto: "La reunión es desde las 10 hasta las 12."
  - Correcto: "La reunión es de las 10 a las 12." (Aquí se utiliza "de" para indicar el rango de tiempo.)
  
5. Uso incorrecto en comparación:
  - Incorrecto: "Desde más alto que yo, puede ver mejor."
  - Correcto: "Desde un lugar más alto que yo, puede ver mejor." (La preposición necesita un sujeto.)
  
6. Confusión en locuciones adverbiales:
  - Incorrecto: "Lo sé desde siempre."
  - Correcto: "Lo sé desde hace siempre." (Aunque se acepta en algunas regiones, la estructura correcta es "hace".)
  
7. Confusión en la relación de proximidad:
  - Incorrecto: "Vive desde cerca de la plaza."
  - Correcto: "Vive cerca de la plaza." (El "desde" no es necesario para indicar proximidad.)
  
8. Uso incorrecto en el contexto espacial:
  - Incorrecto: "Mira desde la ventana."
  - Correcto: "Mira por la ventana." (Aunque es comprensible, "por" es más preciso en este contexto.)

### **Usos indebidos de la preposición "en"**

No es apropiado usar la preposición "en" al referirse a la mesa, ya que esta preposición indica, entre otras cosas, el lugar donde se encuentra algo o alguien.

También es incorrecta su utilización en frases como "hizo una estatua en mármol"; se debería decir "hizo una estatua de mármol".

Por influencia de algunos idiomas extranjeros, se usa de manera incorrecta en expresiones como “ir en casa de su abuela”, lo correcto es “ir a la casa de su abuela”. “Acostado en la sombra” significa estar acostado encima de la sombra, lo cual es imposible. Lo correcto es “acostado a la sombra”.

Compara estas dos oraciones: la reunión se realizó en la noche y la reunión se realizó durante la noche. “En la noche” indica un tiempo puntual, un momento preciso.

En cambio “durante la noche” indica que se hizo a lo largo de la noche. Por lo tanto en la noche es incorrecto, pues no se trata de un tiempo puntual.

### ***Más ejemplos de usos indebidos de la preposición “en”:***

1. - Incorrecto: Ella vive en Madrid desde 10 años.  
- Correcto: Ella vive en Madrid desde hace 10 años.
2. - Incorrecto: El libro está en la mesa de la sala.  
- Correcto: El libro está sobre la mesa de la sala.
3. - Incorrecto: Me gusta caminar en el parque.  
- Correcto: Me gusta caminar por el parque.
4. - Incorrecto: Hice la tarea en la noche.  
- Correcto: Hice la tarea por la noche.
5. - Incorrecto: Salimos en la mañana temprano.  
- Correcto: Salimos por la mañana temprano.

### **Usos indebidos de la preposición “entre”**

No se debe utilizar "entre" en frases que expresan restricción o selección, como en "de entre todos los libros, prefiero este". En este caso, una de las dos preposiciones es redundante.

La forma correcta sería decir "entre todos los libros prefiero este" o "de todos los libros prefiero este".

### ***Más ejemplos de usos indebidos de la preposición “entre”:***

1. - Incorrecto: La tienda se encuentra entre la calle y la esquina.  
- Correcto: La tienda se encuentra en la calle, en la esquina.
2. - Incorrecto: Él es el mejor jugador entre los dos equipos.  
- Correcto: Él es el mejor jugador de los dos equipos.
3. - Incorrecto: El libro está entre la mesa y la silla.  
- Correcto: El libro está sobre la mesa o al lado de la silla.
4. - Incorrecto: El acuerdo fue firmado entre los dos países.  
- Correcto: El acuerdo fue firmado por los dos países.
5. - Incorrecto: Se sienta entre sus amigos en la clase.  
- Correcto: Se sienta con sus amigos en la clase.
6. - Incorrecto: Estoy entre trabajando y descansando.  
- Correcto: Estoy entre el trabajo y el descanso.
7. - Incorrecto: Ella se siente cómoda entre los cambios.  
- Correcto: Ella se siente cómoda con los cambios.
8. - Incorrecto: La bolsa está entre mis zapatos.  
- Correcto: La bolsa está al lado de mis zapatos.

### **Usos indebidos de la preposición “hasta”**

Cuando se utilizan dos adverbios de negación, el uso de "hasta" complica la interpretación del mensaje, como en la frase no me iré hasta que no me paguen.

En lugar de esa construcción, se puede usar "mientras" o eliminar una de las negaciones: no me iré hasta que me paguen.

Debe evitarse el saludo "hasta ahora". Reemplázalo por "hasta luego o hasta la vista", etcétera.

### ***Más ejemplos de usos indebidos de la preposición "hasta":***

1. - Incorrecto: Hasta que terminó la tarea, fui a jugar videojuego.  
- Correcto: Hasta que terminé la tarea, fui a jugar videojuegos.
2. - Incorrecto: La reunión duró hasta tres horas.  
- Correcto: La reunión duró tres horas (o "duró hasta tres horas" en un contexto específico).
3. - Incorrecto: Vimos hasta el amanecer en la fiesta.  
- Correcto: Vimos el amanecer en la fiesta.
4. - Incorrecto: Comenzaré mis estudios hasta septiembre.  
- Correcto: Comenzaré mis estudios en septiembre.
5. - Incorrecto: Hasta los niños pueden entenderlo.  
- Correcto: Incluso los niños pueden entenderlo.
6. - Incorrecto: Caminé hasta el parque y después hasta la tienda.  
- Correcto: Caminé hasta el parque y después fui a la tienda.

### **Usos indebidos de la preposición "para"**

Una de las funciones de la preposición "para" es señalar un propósito, como en "trabajo para vivir". Así, al decir "jarabe para la tos", se interpreta que el objetivo del jarabe es... ¡promover la tos! Lo apropiado sería decir "jarabe contra la tos".

### ***Más ejemplos de usos indebidos de la preposición "para":***

1. - Incorrecto: Ella trabaja para ganar dinero para su familia.  
- Correcto: Ella trabaja para ganar dinero por su familia.  
Nota: "para" no se usa para indicar el destinatario de un propósito en este caso, pero puede alternar según el contexto.
2. - Incorrecto: Este regalo es para mí.  
- Correcto: Este regalo es de mi parte.  
Nota: Aunque "para" se usa coloquialmente, en contextos formales, "de mi parte" puede ser más apropiado.
3. - Incorrecto: Salí para la tienda, pero estaba cerrada.  
- Correcto: Salí a la tienda, pero estaba cerrada.
4. - Incorrecto: Este ejercicio es para mejorar tu salud física.  
- Correcto: Este ejercicio es para que mejores tu salud física.  
Nota: Aunque "para" puede usarse, puede ser confuso y "para que" proporciona una mejor claridad sobre el propósito.
5. - Incorrecto: Aprendí mucho para los exámenes.  
- Correcto: Aprendí mucho para hacer los exámenes.  
Nota: "para" aquí puede a veces dejarse ambiguo, aclarando el propósito puede mejorar la frase.
6. - Incorrecto: El libro es para leerlo.  
- Correcto: El libro es para leer.  
Nota: "Para leerlo" es redundante porque "leer" ya implica la acción; "para leer" es más claro.
7. - Incorrecto: Hicimos esto para tener éxito.  
- Correcto: Hicimos esto para que tengamos éxito.  
Nota: Incluir "que" hace que el propósito sea más claro.
8. - Incorrecto: Este lugar es perfecto para estudiar.  
- Correcto: Este lugar es ideal para estudiar.  
Nota: "Perfecto" puede ser muy absoluto, "ideal" es más flexible.

## Usos indebidos de la preposición “por”

Suele empleársela erróneamente en la expresión “no puede por menos que” ... Lo correcto es decir, “no pude menos que...”

También es un error decir “al contrario”. Debe decirse por “el contrario o contrariamente”.

### *Más ejemplos de usos indebidos de la preposición “por”:*

1. - Incorrecto: Gracias por su ayuda para el proyecto.

- Correcto: Gracias por su ayuda con el proyecto.

Nota: "Con" es más apropiado para indicar colaboración o asistencia.

2. - Incorrecto: Lo hice por ti, para agradecerte.

- Correcto: Lo hice por ti, como agradecimiento.

Nota: Aunque "por" se puede usar aquí, "como agradecimiento" suena más fluido.

3. - Incorrecto: Este libro fue escrito por un famoso autor para niños.

- Correcto: Este libro fue escrito por un famoso autor de literatura infantil.

Nota: "Para" puede ser confuso aquí; "de" especifica mejor el tipo de literatura.

4. - Incorrecto: Vengo por un café.

- Correcto: Vengo a por un café.

Nota: En algunas variantes del español, como el español de España, "vengo a por" se considera más correcto.

5. - Incorrecto: Estudié por el examen toda la semana.

- Correcto: Estudié para el examen toda la semana.

Nota: "Para" indica el propósito específico de la acción.

6. - Incorrecto: Fui a la tienda por comprar pan.

- Correcto: Fui a la tienda para comprar pan.

Nota: "Para" se usa correctamente aquí para indicar el propósito.

7. - Incorrecto: Quiero hablar por ella sobre el problema.

- Correcto: Quiero hablar por ella con relación al problema.

Nota: "Por" no es la preposición adecuada en este contexto; "con relación a" es más adecuado.

### **Usos indebidos de la preposición “sobre”**

"Sobre" se utiliza para referirse a un lugar, ya sea físico o simbólico. Por esta razón, la expresión "trabajo sobre pedido" es incorrecta; lo adecuado sería decir "trabajo a pedido".

También es incorrecta la expresión cuatro sobre diez alumnos aprobaron el examen, pues indicaría que esos que aprobaron estaban ubicados encima de los otros. Debe reemplazarse por de diez alumnos, cuatro aprobaron el examen.

No debe usarse “sobre” para indicar tema o argumento si la frase se refiere a un lugar, pues crea confusión: habló sobre la terraza. ¿indica el tema de su charla o el lugar desde donde habló? Debe reemplazarse por el giro adverbial “acerca de”: habló acerca de la terraza.

### ***Más ejemplos de usos indebidos de la preposición “sobre”:***

1. - Incorrecto: Hablamos sobre el clima en la reunión.

- Correcto: Hablamos del clima en la reunión.

Nota: Se prefiere "del" cuando se refiere a un tema específico en el contexto de una conversación.

2. - Incorrecto: La película trata sobre un nuevo descubrimiento.  
- Correcto: La película trata de un nuevo descubrimiento.  
Nota: "Tratar de" es la forma correcta en este contexto para indicar el tema de una película o libro.
3. - Incorrecto: Ella tiene opiniones sobre política.  
- Correcto: Ella tiene opiniones en materia de política.  
Nota: Aunque "sobre" no es incorrecto, "en materia de" suena más formal y específico en este contexto.
4. - Incorrecto: Este libro es sobre historia antigua.  
- Correcto: Este libro es de historia antigua.  
Nota: "De" es más apropiado al referirse a la temática de un libro.
5. - Incorrecto: Estudiaremos sobre las causas del cambio climático.  
- Correcto: Estudiaremos las causas del cambio climático.  
Nota: "Sobre" es innecesario en esta oración; el sentido se entiende sin él.
6. - Incorrecto: Me gustaría informarte sobre los resultados de la prueba.  
- Correcto: Me gustaría informarte de los resultados de la prueba.  
Nota: En este caso, se usa "informar de" en lugar de "informar sobre".
7. - Incorrecto: Hicieron una presentación sobre el nuevo proyecto.  
- Correcto: Hicieron una presentación del nuevo proyecto.  
Nota: "Del" es más adecuado al referirse directamente a un proyecto específico.
8. - Incorrecto: La conferencia trata sobre la salud mental.  
- Correcto: La conferencia trata de la salud mental.  
Nota: Se prefiere "tratar de" en el contexto de abordar un tema específico en una conferencia.

9. - Incorrecto: El descanso es importante sobre el rendimiento académico.

- Correcto: El descanso es importante para el rendimiento académico.

Nota: "Para" es más adecuado aquí para expresar finalidad o importancia.

10. - Incorrecto: El documental explora sobre el arte contemporáneo.

- Correcto: El documental explora el arte contemporáneo.

Nota: "Sobre" es innecesario en esta construcción; se puede eliminar y la frase sigue teniendo sentido.

### **Corrección de malos usos de adjetivos apocopados**

Apócope es la pérdida de una o más letras al final de una palabra, como en buen samaritano. El adjetivo bueno perdió la o final.

Muchas veces con ciertos adjetivos se cometen errores, pues las reglas para apocopar varían de un adjetivo a otro.

Observa el siguiente listado.

Alguno, apocopa ante masculino singular, aunque haya otras palabras en el medio, como en algún maravilloso cuento. Delante de adjetivos femeninos que comienzan con “a” acentuada se produce la apócope: algún águila voraz.

Cualquiera, apocopa ante masculinos y femenino: cualquier día, cualquier hora.

Postrero, solo apocopa ante masculinos. Así, es correcto el “postrer día”; es incorrecto la “postrer entrega”.

Primero, solo apocopa ante masculinos. Por lo tanto es un error la primer cana.

## Uso correcto de adverbios

Abajo, no debe estar precedido de las preposiciones “a” y “de”. Para indicar lugar se reemplaza por “debajo de”. Formas correctas: debajo de la mesa está el tapete. Lo miró de arriba abajo.

Adelante, no debe seguirle la preposición “de”. Se reemplaza por “delante”: los niños y el padre caminaban delante de la madre.

Adonde, debe emplearse solo con verbos de movimiento. Se reemplaza por donde. “La bolsa estaba donde la había dejado”.

Aparte, no debe emplearse con el significado de además. Así, la expresión aparte de Julio llegó María es incorrecta.

Atrás, no debe seguirle la preposición “de”. Lo correcto es detrás de.

Cerca, no debe seguirle un adjetivo posesivo. Así, lo correcto es cerca de mí y cerca mío es incorrecto.

Como, no debe usarse con el significado de algo, así es incorrecto estoy como cansado. Debe decirse estoy algo cansado.

Delante, no debe seguirle el adjetivo posesivo. Lo correcto es delante de mí.

Despacio, significa lentamente; es un error utilizarlo en lugar de en voz baja. “Hablabo despacio” significa que hablaba con muchas pausas. Lo correcto es, “hablabo en voz baja”.

Después, las expresiones después de y después de que son correctas. Dependerá de la construcción de la frase cuál se utilice.

A detrás, no puede seguirle un posesivo, por lo tanto lo correcto es detrás de mí.

Enfrente, le sigue la preposición “de”. Lo correcto es está sentada enfrente de mí y no está sentada enfrente mío.

Frente, debe construirse con la preposición “a”, y no con posesivos: lo tienes frente a ti.

Medio, significa no por completo y, como todo adverbio, no concuerda con un sustantivo, por lo tanto es incorrecto “media hermana”, “media cansada”, y otras expresiones, pues significan mitad de hermana, mitad de cansada, etcétera.

No, debe evitarse en oraciones exclamativas, pues con- funde: ¡Cómo no lo apoyaremos!

Sin embargo, expresa una oposición parcial a algo dicho antes: es muy inteligente, sin embargo no quiso seguir estudiando. No debe usarse con el significado de en cambio, como en “decía que quería conocer Roma, sin embargo se fue a París”. Es una expresión incorrecta.



---

## Esquemas para improvisar

---

**Apéndice 2: esquemas para improvisar temas**

**Esquema 1: Planificador de ideas**

<b>Ideas Centrales</b>	<b>Cantidad o porcentaje de tiempo</b>	<b>Información auxiliar</b>	<b>Detalles</b>

Fuente: Tomado de HABLE BIEN EN PÚBLICO de Sandy Linver (1993:80).

## Esquema 2: Presentación de un hecho

Idea central del hecho	Ideas secundarias	Personajes	Acciones	Contexto
				Cultural:
				Ecológico:
				Legal:
				Político:
				Económico:

Fuente: Elaboración propia, a partir de Iriarte y Orsini (1993:225).

### Esquema 3: Análisis de un hecho

Hecho	¿Dónde ocurre el hecho?	¿Por qué ocurre el hecho?	Circunstancias del hecho	Repercusiones del hecho	Comentarios personales

Fuente: Elaboración propia.

## Epílogo

A lo largo de *Voces que conectan*: tratado de locución, oratoria y comunicación interpersonal, Darío Ramos Grijalva nos ha guiado por un viaje profundo y enriquecedor en el arte de la comunicación oral.

Este libro, dividido en seis capítulos principales, ofrece una visión integral de los fundamentos de la fonación, los recursos vocales, la estilística oral, los recursos expresivos, las barreras de comunicación y la comunicación interpersonal.

Capítulo I: 6 Pasos esenciales en el proceso de la fonación.

El primer capítulo desglosa los seis pasos esenciales en el proceso de la fonación: respiración, vibración, amplificación, articulación, sonoridad y nasalidad, e improvisación. Estos elementos son fundamentales para la producción de una voz clara y potente, y cada uno juega un papel crucial en la técnica vocal.

Capítulo II: Lo que no se ve en un discurso: 7 recursos vocales.

En el segundo capítulo, se exploran los recursos vocales que no se ven en un discurso pero que son esenciales para su efectividad, como la claridad, intensidad, velocidad, pausas, ritmo, tono y énfasis. Estos recursos ayudan a transmitir ideas y sentimientos de manera más efectiva, captando y manteniendo la atención del público.

Capítulo III: Discurso: discurrir con estilo.

El tercer capítulo se centra en la estilística oral y los diferentes estilos de discursos, proporcionando una instructivo sobre cómo estructurar y presentar un mensaje de manera coherente y efectiva. La comprensión, naturalidad, sencillez, coherencia y concisión son elementos clave que todo orador debe considerar.

Capítulo IV: Recursos expresivos: 14 ideas para persuadir al auditorio.

El cuarto capítulo ofrece catorce ideas para persuadir al auditorio, utilizando recursos expresivos que van desde declaraciones dramáticas hasta el uso de humor y figuras retóricas. Estos recursos son herramientas poderosas para captar y mantener la atención del público.

Capítulo V: Barreras de comunicación: enemigas de la elocuencia.

El quinto capítulo aborda los ruidos o barreras que pueden interferir con la elocuencia y comprensión del mensaje, ofreciendo estrategias para superarlos y asegurar que el mensaje llegue de manera clara y efectiva al auditorio.

Capítulo VI: Comunicación Interpersonal: el arte de interactuar.

Finalmente, el sexto capítulo contempla la definición, metas, variables, dimensiones y tipos de comunicación no verbal, compilando de este modo el alcance de la comunicación interpersonal cualquiera sea el escenario de su aplicación, logrando con ello una interacción efectiva.

En resumen, *Voces que conectan* no solo es un texto práctico, sino también una fuente de inspiración para comunicadores de todos los niveles. Su enfoque detallado y práctico lo convierte en una herramienta indispensable para aquellos que buscan mejorar su presencia vocal y su capacidad para conectar con el público.

Con esta obra, Darío Ramos Grijalva ofrece un valioso recurso para todos aquellos que desean perfeccionar sus habilidades de comunicación y alcanzar la excelencia en sus presentaciones.

Andrea Morales Galárraga  
Mgtr. En Comunicación Para La Empresa  
Universidad Andina Simón Bolívar  
Docente Investigadora Tiempo Completo  
Universidad Técnica De Ambato  
Profesora Universitaria Jala University

## Referencias

- Abry, D., Dufour, B., & Tresguerres, J. A. (2000). Voice Production: An Overview. *Voice*, 14(1), 2-11.
- Adler, R. B., & Rodman, G. (2009). *Understanding Human Communication*. Oxford University Press.
- Allen, R. (2010). La psicología del discurso: Cómo la personalidad influye en la oratoria. Ediciones Oratoria.
- Bécquer, Gustavo Adolfo. "Rima LIII". En *\*Rimas y Leyendas\**, 1871.
- Birdwhistell, R. (1970). *Kinesics and Context: Essays on Body Motion Communication*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Burgoon, J. K. (1994). *Nonverbal Communication*. Routledge.
- Byrne, D. (1971). *The Attraction Paradigm*. Academic Press.
- Carnegie, D. (2000). *El camino fácil y eficaz para hablar eficazmente*. Elipse.
- Castells, M. (2010). *Communication Power*. Oxford University Press.
- Cohen, H. (1993). "Negociar es un arte: Orientación en el proceso de toma de decisiones." Ediciones Deusto.
- Crystal, D. (2008). *Diccionario de lingüística y fonética (6.ª ed.)*. Oxford: Blackwell.  
<http://dx.doi.org/10.1002/9781444302776>
- Denton, W. (2003). *Effective Communication in Organizations*. New York: Routledge.
- Derlega, V. J., & Grzelak, J. (2005). Communication, Affect, and Health. En *Handbook of Communication and Emotion* (pp. 1-29). Academic Press.
- Fernández De La Torriente, G. (1999). *Cómo escribir correctamente la comunicación escrita*. USA: Editorial Playor.
- Fernández, G. (2012). *Técnicas de Oratoria*.
- Fernández, L. (2015). *El poder de la voz: Comunicación efectiva y técnicas de oratoria*. Editorial Voz.
- Forero, M.T. (2005). *Cómo escribir correctamente y sin errores: técnicas de comunicación escrita*. Editorial: Latinbooks.

- García, M. (2020). El arte de hablar en público: claves para una comunicación efectiva. Editorial Insight.
- García, M. (2020). Elementos esenciales de la redacción efectiva. Editorial Estudios.
- García, M. (2020). La influencia de los medios en la opinión pública. Editorial Comunicación.
- García, M. (2021). Comunicación efectiva: Barreras y estrategias. Editorial Comunicación.
- García, M. (2021). El poder de la palabra: Fundamentos de la oratoria moderna. Ediciones Comunicación.
- Goffman, E. (1959). The Presentation of Self in Everyday Life. Edinburgh: University of Edinburgh Press.
- Goleman, D. (1998). "Inteligencia emocional: Por qué es más importante que el coeficiente intelectual." Kairós.
- Gómez, L. (2019). Comunicación efectiva: Estrategias para conectar con tu audiencia. Editorial Éxito.
- González, M. (2020). Comunicación y Percepción: La Interacción de los Sentidos. Editorial Comunicación Efectiva.
- González, M. (2020). Elementos de Redundancia en el Discurso. Editorial Lenguaje y Comunicación.
- González, M. (2020). La voz como herramienta de comunicación. Ediciones Voces.
- Gray, H. (1918). Anatomy of the Human Body. Lea & Febiger.
- Guía de aprendizaje: Lenguaje y semiótica. (2020). En D. Ramos (Comp.), Lenguaje y Semiótica (61 pp). Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil (UTEG).
- Jowett, G. S., & O'Donnell, V. (2019). Propaganda and Persuasion. Sage Publications.
- Kelley, H. H., & Thibaut, J. W. (1978). Interpersonal Relations: A Theory of Interdependence. John Wiley & Sons.
- Knapp, M. L., & Hall, S. (2009). Nonverbal Communication in Human Interaction. Cengage Learning.
- Lasswell, H. D. (1948). The Structure and Function of Communication in Society. En L. Bryson (Ed.), The Communication of Ideas. Institute for Religious and Social Studies.
- Linver, S. (1993). Hable bien en público. Editorial: Vergara.

- López Vigil, I. (2005). Manual urgente: radialistas apasionados. Recuperado de [https://radioteca.net/media/uploads/manuales/2013\\_10/ManualUrgenteRadialistas.pdf](https://radioteca.net/media/uploads/manuales/2013_10/ManualUrgenteRadialistas.pdf)
- López, J. (2018). Comunicación efectiva: El arte de hablar en público. Editorial
- López, J. (2019). Técnicas de comunicación eficaz en el discurso. Editorial Comunicación.
- López, R. (2019). Comunicación efectiva: estrategias para oradores. Ediciones del Saber.
- Martínez, J. (2019). El arte de persuadir: Estrategias comunicativas efectivas. Editorial Persuasión.
- Martínez, R. (2019). Estrategias de comunicación en el marketing contemporáneo. Editorial Marketing y Comunicación.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396.
- Meyer, J. (2020). El arte de la oratoria: Claves para una comunicación efectiva. Editorial Comunicación.
- Morelos, José María. "Sentimientos de la Nación". 1813.
- Pelayo, J. (2002). Introducción a las habilidades para la comunicación administrativa en C. Fernández, La comunicación en las organizaciones (pp. 156-189). Trillas
- Pérez, J. (2019). El lenguaje en la comunicación interpersonal. Ediciones del Conocimiento.
- Pérez, L. (2018). El Arte de la Palabra: Figuras Retóricas en la Literatura. Editorial Letras.
- Prieto Castillo, D. (2006). "La vida cotidiana en la pedagogía radiofónica". Recuperado de [prieto-castillo.com/comunicación](http://prieto-castillo.com/comunicación).
- Ramos, Darío. Vera, Yenny. (2018). Comunicación Audiovisual: Fundamentos de la locución y oratoria Ediciones Clarivate Analytics.
- Rogers, C. (1980). "Una manera de ser." Ediciones Martínez Roca.
- Rogers, C. (1983). Freedom to Learn for the 80's. Columbus: Merrill.

- Sánchez, S.R. (2002). La comunicación interpersonal en las organizaciones en C. Fernández, *La comunicación en las organizaciones* (pp. 47-67). Trillas.
- Schulberg, B. Publicidad Radiofónica. Editorial: Mc Graw Hill.
- Seco, R. (1989). Manual de Gramática Española. Editorial: Círculo de lectores.
- Smith, J. (2020). El arte de la oratoria: Claves para una comunicación impactante. Editorial Comunicación.
- Sullivan, H. S. (1953). *The Interpersonal Theory of Psychiatry*. W.W. Norton & Company.
- Tannen, D. (1990). *You Just Don't Understand: Women and Men in Conversation*. William Morrow.
- Thompson, J. B. (1995). *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*. Stanford University Press.
- Tortora, G. J., & Derrickson, B. (2014). *Principles of Anatomy and Physiology* (15th ed.). Wiley.
- Watzlawick, P. (1967). *The Situation Is Hopeless, But Not Serious: The Pursuit of Unhappiness*. W.W. Norton & Company.
- Watzlawick, P., Beavin, J. S., & Jackson, D. D. (1967). "El lenguaje de la comunicación." Ediciones Siglo XXI.

## **Biografía del autor**

**Darío Ramos Grijalva**

**Universidad Internacional del Ecuador**

Doctor en Ciencias de la Comunicación. Escritor, catedrático y experto consultor en comunicación organizacional. Ha escrito obras sobre comunicación corporativa, relaciones públicas, sociedad de la información y del conocimiento, además de artículos indexados.

## Abstract

"Voces que conectan" es una guía para mejorar la comunicación verbal y no verbal, organizada en seis capítulos. Uno de ellos cubre los seis pasos de la fonación: respiración, vibración, amplificación, articulación, sonoridad y nasalidad. Otro se centra en recursos vocales como claridad, intensidad y ritmo. También se explora la estilística oral y la estructura de discursos, destacando comprensión y concisión. Además, se presentan estrategias de persuasión, incluyendo humor y figuras retóricas. También se trata sobre barreras de comunicación y cómo superarlas. Por último, hay un capítulo que aborda la comunicación interpersonal y sus variables, esencial para mejorar habilidades blandas.



ISBN: 978-9942-682-07-9

