

HABLANDO SE ENTIENDE LA GENTE

Módulo del nivel avanzado, 3ra. Edición.

UNIDAD I

Comunicación es:

- Establecer una relación, que puede hacerse a través de la transmisión de señales con un **código común**.
- **Un medio** que permite unir lugares o cosas, pueblos, casas, escaleras, cables, entre otras.
- A través de escritos para proporcionar o solicitar información, o presentar temas y asuntos específicos.
- Resolver conflictos mediante el diálogo, respetando las opiniones y puntos de vista de los demás, aunque no estemos de acuerdo.

La comunicación humana se caracteriza por la **interrelación** que se establece entre las personas que participan en un determinado contexto. Para que el mensaje pueda comprenderse es necesario considerar y responder el **cómo hacerlo, a quién** va dirigido, **a través de qué** lo hago llegar y **en dónde** darlo a conocer.

A esta interrelación se le denomina **circuito de la comunicación**. Se integra por un **emisor**, un **receptor**, el **mensaje** (a través de un **código**), el **canal o medio** por el cual se transmite y el contexto, es decir, la situación que une a **emisor y receptor**.

El **circuito de la comunicación**: medio a través del cual dos o más personas **intercambian mensajes, orales, escritos o corporales**.

Durante este proceso se relacionan el **emisor**, (**persona que comunica el mensaje**), y el **receptor** (**la persona que lo recibe**). En este intercambio alterno se propicia la respuesta o retroalimentación de forma inmediata.

Elementos de la comunicación:

- **Emisor**: comunica y emite un mensaje codificado.
- **Mensaje**: lo que se dice.
- **Código**: sistema de signos empleados.
- **Canal**: medio para transmitir.
- **Contexto**: circunstancia en la que se emite el mensaje.
- **Receptor**: recibe el mensaje y lo decodifica.
- **Realimentación**.

El tipo de mensaje y su propósito, se elige una forma de comunicación o canal.

En la comunicación oral, al **emisor** se le denomina **hablante**, y al **receptor oyente**; si ésta, es escrita, entonces el emisor escribe y el receptor lee.

Para hablar, oír, leer o escribir un mensaje, el emisor y el receptor necesitan tener el mismo código, es decir, un repertorio de palabras, signos y reglas que les permita comprender e interpretar adecuadamente el mensaje.

Los mensajes entre emisor y receptor se ubican en un **contexto**, es decir, una **situación en el espacio y el tiempo en que se presenta la comunicación**.

Para enviar y recibir mensajes utilizamos dos canales de comunicación: el **visual y el auditivo**.

Interferencia en la comunicación. Cuando el código del emisor y del receptor no es común, pueden existir dificultades para establecer la comunicación y ocasiona que los mensajes se confundan o no se escuchen. Estas interferencias pueden estar relacionadas con los elementos del **circuito de comunicación**, es decir, con el emisor, el receptor, el código, el mensaje, el contexto o la situación.

En el proceso de comunicación existe un intercambio de información, por lo que es necesario:

- Crear un código común que permita el entendimiento del emisor y receptor.
- Tener claridad en los mensajes que deseamos transmitir.
- Esperar el turno para hablar y respetar la participación de cada persona.
- Escuchar con atención al que habla, sin interrumpirlo, para conocer sus puntos de vista y decidir si estamos de acuerdo o en desacuerdo con su posición.
- Ser tolerantes con los puntos de vista que difieren de lo que nosotros pensamos.

Las **competencias comunicativas son: hablar, escuchar, leer y escribir**. La lengua es el medio más eficaz para lograrlo. Estas cuatro formas de comunicarnos se clasifican en dos grupos: **lengua oral y escrita**.

En la primera se agrupan **hablar y escuchar**.

En la lengua escrita están la **lectura y la escritura**.

En el proceso de comunicación se puede observar la manera en que se expresan los emisores. Sin embargo, esto no sucede con los receptores, la parte de la comprensión, solo podemos verificarla cuando el receptor se expresa.

Las dos formas de comunicarse con la lengua, oral o escrita, tienen la misma importancia. Ninguna depende de la otra, sólo tienen funciones distintas. Sin embargo, hay diferencias entre ellas, que afectan el comportamiento de la persona que habla o escucha y de la que escribe o lee.

Por ejemplo, en la oral escuchamos y decimos el mensaje de manera secuencial, quien escucha solo puede comprender los sonidos emitidos

secuencialmente. Mientras que en un texto escrito podemos observar todos los signos en forma global y simultánea.

Las cuatro competencias se unen como herramientas para que la comunicación sea efectiva.

En la comunicación se utilizan **diferentes medios para transmitir pensamientos, deseos, necesidades, sentimientos o algún otro mensaje**. Existe gran variedad de medios de comunicación. A continuación se presentan algunos:

- **Clave morse**. Utilizada en el telégrafo.
- **Sistema braille**. Para los invidentes (débiles visuales).
- **Lenguaje manual**. Para los sordos (débiles auditivos).

La comunicación no se limita únicamente al lenguaje verbal. Por lo general, acompañamos con apoyos **no verbales o extralingüísticos** éstos, son recursos que no forman parte de la lengua, pero que nos ayudan a complementarla. Como los gestos y las posturas o movimientos del cuerpo, y de las luces, imágenes, sonidos y sistemas simbólicos, como las banderas.

La comunicación no verbal puede ser corporal, auditiva y visual.

Por medio de la comunicación no verbal expresamos emociones, (alegría, tristeza, afecto, enojo, miedo, entre otras). Se evidencian con posturas y gestos de nuestro cuerpo, que complementan la comunicación verbal.

La comunicación no sólo se realiza por medio de la palabra hablada o escrita. Los sonidos como el timbre del teléfono, la campana del camión de la basura, el claxon de los carros, la música y los sonidos en general nos transmiten mensajes.

Una carcajada, nos dice que alguien está contento. Un llanto indica que está triste. El sonido de una alarma indica peligro. Estos son

ejemplos de comunicación auditiva, que forman parte de los elementos extralingüísticos que apoyan la lengua y son parte del lenguaje no verbal.

La **comunicación visual** es el conjunto de manifestaciones gráficas que expresan un mensaje o información.

La comunicación a través de **imágenes visuales** se utiliza principalmente para la prevención de riesgos, dar avisos o información breve y promover el consumo de algún producto. Por lo general, tienen **colores llamativos** para quienes las ven y la información se basa más en el **colorido** que en los textos.

Las **actitudes** son **reacciones positivas o negativas hacia una situación, objeto o idea determinada**. También es una tendencia, disposición o inclinación para **actuar de una manera específica**. Están vinculadas con la conducta humana y son las predisposiciones mentales que adoptamos frente a una situación determinada. Se **ven reflejadas en nuestros gestos, tono de voz y posturas corporales**.

Nuestras actitudes pueden favorecer la comunicación, pero también pueden causar conflictos en su desarrollo.

Por medio de nuestras actitudes **expresamos nuestros sentimientos o emociones de alegría, enojo o felicidad**, que nos sirven para comunicarnos con los demás. Sin embargo, **podemos cambiar o modificar las actitudes que perjudican o distorsionan lo que queremos decir**.

UNIDAD II

La **cultura** siempre está cambiando y se aprende, no es genética. Es **transmitida de generación en generación** por la familia, la escuela y el grupo social en el que nos desarrollamos. Es **compartida por todos los miembros de la sociedad y se conforma por costumbres, tradiciones y valores semejantes para convivir**.

La cultura es el **conjunto de símbolos, como valores, normas, actitudes, creencias, idioma, costumbres, ritos, hábitos, capacidades, educación, moral y arte, entre otros; o de objetos, como vestimenta, vivienda, productos, tecnología, obras de arte y herramientas, que son aprendidos, compartidos y transmitidos de una generación a otra por los miembros de una sociedad**.

Los pueblos construyen y desarrollan sus propias culturas. La cultura de los pueblos se manifiesta en sus **creencias, valores, normas y expresiones que los identifican y los hacen diferentes**.

Los **signos de puntuación** sirven para **precisar, clarificar y dar ritmo a nuestros pensamientos en la expresión escrita**:

- **Punto**: sirve para separar las oraciones de un párrafo y los diferentes párrafos de un texto. La palabra que continúa después de un punto se escribe siempre con mayúscula.
- **Coma** se usa para separar oraciones cortas. Cuando se escriben nombres, objetos o cuando se mencionan varios nombres propios, se separan con coma.

Para que los textos sean comprendidos, es necesario cuidar la redacción, la coherencia y la puntuación.

Los **sustantivos** pueden ser **propios o comunes**.

- Los **sustantivos propios** son los que **nombran a un solo ser**, distinguiéndolo de los demás. **Siempre se escriben con mayúscula**.
- Los **sustantivos comunes** nombran **objetos o animales**. **Se escriben con minúscula: muchacho, gato, maleta**.

La transmisión de la cultura es un proceso de intercambio, que se da gracias a los beneficios que los seres humanos obtenemos de la

comunicación, ya sea oral o escrita. Se puede entender que todo lo que intercambiamos por medio de la comunicación es cultura, ya que el mismo proceso de comunicación también es cultura.

La **familia** constituye un valor cultural que afecta a toda la humanidad. Los seres humanos necesitamos de la familia no solo para la procreación de los hijos e hijas, sino también para su educación y supervivencia.

Para **aprender a escuchar**, te recomendamos lo siguiente:

- **Postura cómoda** que te permita tener contacto visual con la otra persona; haz gestos de asentimiento con la cabeza para indicar que estás atento.
- **No interrumpas a la otra persona cuando habla ni descalifiques o niegues su dicho, pues ya te tocará tu turno.**
- **Trata de ponerte en su lugar, sobre todo cuando expresa algún sentimiento de enojo o ira.**
- Solicita más información para comprender mejor la situación.

Intercambio cultural: es cuando **una persona llega a otra comunidad**, adopta algunos valores, normas y estilos de vida de ese nuevo lugar; a su vez, aporta a esa comunidad su estilo de vida.

La diversidad de **lenguas indígenas** existentes representa una riqueza cultural invaluable. Esta diversidad ubica a **México entre los diez primeros países del mundo que cuentan con más lenguas originarias habladas dentro de sus respectivas fronteras.**

El idioma que se habla en nuestro país es el español, el cual se ha ido formando y ampliando con el paso del tiempo, y tiene influencia de nuestras lenguas indígenas y de países como Italia, Grecia, Arabia y Estados Unidos.

Aunque existe diversidad en el empleo de la lengua, nos logramos comunicar. Al leer y conversar con otras personas, podemos encontrar

palabras cuyo significado desconocemos e interfieren en la comprensión del mensaje. Sin embargo, investigar su significado nos permitirá ampliar nuestro vocabulario y comunicarnos mejor.

Los **anglicismos** (préstamos lingüísticos del **idioma inglés** hacia otro idioma) son palabras que se usan comúnmente en el vocabulario español, pero tienen su origen en países de habla **inglesa**. Y las hemos hecho parte de nuestro lenguaje cotidiano, como por ejemplo: Sándwich, líder, picnic, fútbol, claxon y suéter.

Los **galicismos** son palabras de origen francés que se utilizan comúnmente en nuestro idioma, ejemplo: Hotel, garage, boulevard, y menú.

También, nuestro idioma se ha enriquecido con palabras de origen italiano. Ejemplo: espagueti y pizza.

La diversidad lingüística del idioma español que se habla en nuestro país tiene una gran riqueza.

Cuando hablamos de diversidad lingüística nos referimos a las variantes que se dan en una lengua; por ejemplo, no hablamos igual los habitantes del norte del país, que los del sur. Palabras de origen indígena: mecate, guajolote, renacuajo, chapulín, cacomixtle y papalote.

UNIDAD III

La **revolución tecnológica** ha hecho posible una comunicación colectiva más rápida, constituye una herramienta que permite mantenernos en permanente comunicación con una cantidad y variedad de acontecimientos políticos, económicos y sociales, tanto a nivel nacional como internacional.

El ser humano ha usado variados **medios para comunicarse**: primero utilizo **sonidos guturales y gestos**; después, la **lengua**, la **escritura** y las **imágenes y últimamente**, ha creado diversos y útiles medios de comunicación colectiva.

La **comunicación masiva o colectiva** está dirigida a grandes grupos de población, marca el salto de la comunicación personal a la comunicación masiva y posibilita la comunicación a distancia.

En la actualidad, los principales medios de comunicación son: el **periódico, las revistas, los libros, el telégrafo, el teléfono, la radio, la televisión, el cine y el internet**. Algunos se utilizan para enviar o recibir mensajes dirigidos a la mayor parte de la población.

La **primera etapa de la comunicación** fue **probablemente la de los signos y las señales**, la cual se desarrolló en los **inicios de la prehistoria**.

Hace 5 000 años se dio la transformación hacia la escritura, que se constituyó en un importante avance dentro del progreso humano.

A principios del **siglo XX, los periódicos, revistas y libros leídos** en el mundo produjeron cambios en el modo de actuar y sentir de las personas. Posteriormente, aparecieron otros medios masivos de comunicación que compitieron en la información.

Los equipos de radio se hicieron más ligeros y la radiotelefonía se generalizó.

El cine fue inventado en Francia en 1895, con las primeras versiones de cine mudo; posteriormente inició el cine con sonido. Los filmes en color se hicieron populares después de la Segunda Guerra Mundial.

En 1929, se realizó **la primera transmisión televisiva**, con una imagen poco definida. Se hicieron modificaciones técnicas y poco después se iniciaron las primeras transmisiones públicas.

El 20 de julio 1969 la primera tripulación humana **llegó a la Luna**. Dicho suceso fue visto a través de receptores de televisión

La capacidad actual de hacer llegar nuestros mensajes a sitios distantes en forma instantánea a través de la televisión, la radio, el teléfono, la computadora o el fax, nos es tan familiar que hasta actuamos con indiferencia ante ello.

La radio nos permite escuchar e imaginar, ya que los mensajes solamente se perciben por el oído, lo que nos permite realizar otra actividad. Esto no es posible con medios como la prensa y la televisión.

La radio es un medio universal por ser económico, de fácil manejo y gran movilidad. Al igual que la televisión, puede ofrecer la información en el mismo momento en que ocurren los hechos, lo cual le da gran valor periodístico.

La radio es un medio amigable, creativo y útil para ejercer la participación de todos con:

- El derecho a la libertad de expresión.
- El derecho a la información.

La televisión presenta estímulos visuales y auditivos. Llega a formar parte de los hábitos de las personas; solo se necesita encenderla. Cuando se utiliza la televisión con fines educativos contribuye a mantener la atención y a favorecer la comprensión de los contenidos que presenta.

La comunicación es la relación que se establece entre un grupo de personas por medio de un lenguaje; el cual se conforma por un código y reglas específicas que permiten compartir mensajes con intenciones y propósitos particulares que pueden influir en gustos y formas de entender, pensar y actuar.

El **cine** como medio masivo de comunicación tiene los mismos componentes del ciclo de comunicación: emisor, mensaje, canal y receptor. El cine y el video también tienen su propio lenguaje. Sin embargo, la imagen es quizás el elemento más importante del lenguaje cinematográfico.

Actualmente, el cine mexicano aborda temas polémicos acerca de la sociedad en la que vivimos, como la corrupción, la política y la pobreza. Esto ha permitido que algunos directores de cine sean reconocidos a nivel internacional.

Como la televisión y la radio, el cine es un medio de comunicación que transmite cultura. Es decir, influye, impone e incluso cambia las normas de comportamiento, los valores, los ideales y las costumbres.

Los medios de comunicación a distancia, como la radio y la televisión, están concesionados a empresarios. Por ello, cuidan que la programación y los productos anunciados durante la transmisión sean consumidos por los usuarios, procurando llegar a todo tipo de público, sin importar cuáles sean sus necesidades e intereses.

Sin embargo, hay canales televisivos donde la mayoría de sus programas son educativos, por lo que su misión es promover la cultura, la enseñanza, y su objetivo es brindar una programación rica en contenidos educativos, culturales y documentales. Su valor principal es promover el desarrollo de las comunidades a través de la educación.

La radio es uno de los medios de comunicación masivos, transmite noticiarios, música y programas con temática diversa como salud, política, etc.

La televisión ha extendido su audiencia en todo nuestro país, de tal manera que tiene gran impacto en la forma de vida de muchas personas.

La **publicidad** tiene como finalidad **influir y estimular en el público la aceptación de algún producto, servicio, o mejorar la imagen de una institución.** Se denomina **publicidad de producto o servicio.**

La publicidad también es un proceso de comunicación que utiliza imágenes y palabras para comunicarnos mensajes.

Una **sociedad de consumo** se construye por un **“bombardeo” publicitario.**

Los colores, los sonidos y las formas son parte de la estructura de un producto publicitario, que atraen nuestra atención para provocar una acción o respuesta que puede ser la compra de lo que nos ofrecen y que no siempre es de primera necesidad.

UNIDAD IV

En la **comunicación escrita** intervienen la **creatividad y la sensibilidad de la persona que escribe el texto, que es la expresión de ideas, pensamientos y sentimientos que se desea comunicar a otras personas.**

En la **lengua oral** interviene el **tono de voz y el lenguaje corporal** para la comprensión del mensaje.

La **lengua escrita** utiliza los **signos ortográficos** para expresar las emociones, pensamientos e ideas y que se desea comunicar.

Llegar a la escritura formal significó pasar de lo oral a las representaciones pictográficas, es decir, imágenes que reflejaban ideas, hasta la utilización de letras con sonidos específicos.

Un antecedente remoto de cómo lo oral se escribe y lo que se escribe se vuelve oral, lo constituían los heraldos, personas que a nombre de las autoridades del gobierno anunciaban, pueblo por pueblo, distintas ordenanzas.

Con la **imprensa** las posibilidades de comunicación se ampliaron y la difusión de la lectura y de la escritura se extiende. Hoy en día, los medios impresos y electrónicos están al alcance de la mayoría de las personas. Sin embargo el acceso a la comunicación todavía no es generalizado a todas las personas.

Las noticias no solo se escuchan en la radio o en la televisión, también aparecen en los periódicos, que son una fuente fundamental para saber lo que ocurre en nuestro entorno.

El **periódico** tiene una forma particular de presentar información, que permite reconocer fácilmente las noticias más importantes y su contenido; cuenta con diferentes secciones.

Reconocer la función y la forma en que se presentan los elementos que conforman el periódico facilita su consulta.

Las **secciones del periódico** son:

- **Principal.** Ahí se encuentran las noticias más relevantes para los lectores; y se hace referencia al lugar donde se encuentran las distintas secciones.
- **Aviso de ocasión.** En esta sección encontramos información sobre artículos de segunda mano en venta, profesionistas y técnicos que ofrecen sus servicios.
- **Editorial.** En esta sección encontrarás un artículo de fondo con la visión oficial del periódico, en un editorial las opiniones son personales, y se analizan los temas de mayor importancia y actualidad; puede localizarse en la sección principal y aparece destacado por un marco o cintillo.
- **Internacional.** Esta sección contiene información de los sucesos importantes del mundo.

- **Nacional.** Esta es la sección donde se informa de las noticias más relevantes ocurridas en el país.
- **Estados.** La diferencia entre esta sección y la nacional es que aquí se le da énfasis a las noticias locales.

Hay distintas maneras de leer un periódico, algunas de ellas son:

- Leer únicamente los titulares y el primer párrafo de las noticias.
- Con una lectura de ojeada.
- Leer por secciones.
- Leer de manera completa desde la primera hoja hasta la última.

Revista. Es un medio de comunicación que forma parte de la prensa escrita. Contiene artículos sobre diversos temas; la mayoría de las revistas se publican periódicamente. Reconocer la estructura de una revista nos permite aprovechar mejor la información que nos ofrece.

Folleto. Dípticos o trípticos (Dobla una hoja en tres o dos partes iguales). Están dirigidos a un público en particular. Promueven ideas políticas y sociales, consejos para la salud, un producto o un servicio. Pequeño resumen de la información más relevante. Redacción clara y precisa. El folleto está orientado a estimular un beneficio social, por lo que debes expresar las ideas más importantes en oraciones breves.

Usar verbos que motiven a la acción.

Cartel: Son materiales gráficos. Principalmente, transmiten mensajes que causan impacto y sus textos son breves.

Volante: Son materiales impresos, de un cuarto o de media cuartilla y sirven para anunciar un producto o un servicio. Se utiliza como herramienta de propaganda de bienes o servicios y contiene:

- **Título.** Debe ser breve porque depende de él, que el volante sea leído o vaya a la basura. Puede utilizarse para convocar a una reunión de vecinos.
- **Texto.** La letra es más pequeña que la del título. Contiene el mensaje central del volante y debe ser conciso. Imágenes. No olvides anotar el número telefónico, nombre del local, dirección, entre otros.

Hay gran avance en relación con la comunicación. El teléfono es el medio de comunicación a distancia, por excelencia; nos conecta rápidamente con las personas. Muchas personas tienen teléfonos públicos y no todas las personas cuentan con el servicio telefónico.

El tono de voz y la actitud son importantes para que nuestro interlocutor pueda imaginar y sentir claramente nuestro estado de ánimo, la actitud que tenemos.

El celular es un **teléfono portátil**, sin cables, el cual permite utilizarlo para hablar y para enviar mensajes escritos.

Saber tomar recados telefónicos y transmitirlos adecuadamente, ya sea en forma oral o por escrito, es una habilidad que conviene desarrollar, ya que es muy útil en el entorno diario. Por ello, es necesario comunicar de modo preciso al interesado (a) el mensaje cuando lo llaman por teléfono.

Al escribir un **recado** se debe anotar:

- El nombre de la persona que llamó.
- El día y la hora en que lo hizo.
- El mensaje que dejó.
- Número telefónico en donde se puede localizar a la persona que llamó.

Los directorios telefónicos, impresos o electrónicos, públicos o personales, son un medio para concentrar los datos más significativos (números de teléfono y domicilio de las personas o servicios).

El directorio telefónico tiene dos secciones: **la blanca y la amarilla**. En la sección **blanca están los nombres, direcciones y teléfonos de las personas que cuentan con servicio telefónico**.

En la **amarilla** aparecen los **sectores comercial, industrial, profesional y diferentes servicios**. En el directorio también se encuentran los teléfonos de los servicios públicos como Bomberos, Cruz Roja.

El **telégrafo** también ha tenido cambios, actualmente **se utiliza el fax**.

El telégrafo es un sistema de telecomunicación destinado a la transmisión de señales a distancia, el cual transmite mensajes de texto breve por medio de una codificación, pueden ser: ordinarios, urgentes, con respuesta pagada, confirmados. Existen los telegramas de bolsa, de servicio nocturno, por teléfono, confirmados por teléfono, militares, oficiales, publicitarios entre otros.

El fax es un aparato diseñado para enviar y recibir escritos o gráficos a distancia por la línea telefónica. Hasta hoy, ha sido un gran medio de comunicación, principalmente en las oficinas.

El **internet** es una red que opera en todo nuestro planeta. Ofrece distintos servicios, como envío y recepción de correo electrónico o utilización de las redes sociales.

Cuando se escribe una carta o un mensaje por correo electrónico no se tiene una conexión directa con el receptor. Se escribe un texto y se envía; el receptor lo encuentra cuando abre su buzón y entonces puede contestarlo. El correo postal, el correo electrónico, el foro y las redes sociales son algunos medios para lograr esta comunicación.

El **mensajero instantáneo o chat** permite comunicarnos a través del **internet** en forma simultánea; por medio de texto, audio y hasta video. Para poder enviar mensajes instantáneos, necesitas:

- Una computadora.
- Instalar uno de los programas diseñados para mensajero instantáneo.

El servicio postal es el responsable de transportar documentos escritos y otros paquetes de tamaño pequeño.

Antes de la aparición del teléfono, el correo postal era el sistema de comunicación a distancia más utilizado.

Las **cartas** que se envían por este medio son mucho más personalizadas. Y están escritas a mano.

Componentes de la **carta**:

- **Fecha** (día, mes y año). Se escribe en la parte superior derecha, después del membrete.
- **Destinatario**: Nombre de la persona a quien va dirigida la carta.
- **Saludo**: Para dar inicio a la carta.
- **Desarrollo**: En esta parte se exponen los motivos de la carta.
- **Cierre**: Se refiere a la despedida con la persona a la que se le envía la carta.
- **Firma**: Debe ser siempre de puño y letra.

La carta debe ir dentro de un sobre que lleva:

- El nombre y la dirección de quien envía la carta, en la parte superior izquierda; a estos datos se le llama remitente y a quien envía la carta destinatario. Se recomienda que escribas la palabra Remitente. En el mismo sobre se escribe el nombre y domicilio con código postal y estado, de la persona a quien se envía la carta. A esta persona se le llama destinatario.

Otra forma de comunicarte es el **correo electrónico**, este servicio permite el envío de correspondencia entre usuarios, incluyendo textos, imágenes, videos, etcétera, que puedes compartir en cualquier parte del mundo. También es llamado *e-mail*.

El **foro** es una **reunión a través de un medio electrónico**, en donde se **discuten asuntos o temas de interés entre las personas**. Todos pueden intervenir y participar. Por medio del foro se intercambian ideas, se expresan dudas y se responden preguntas. Se favorece la participación activa de las personas y se produce un aprendizaje activo.

En los **foros** se comparte información con un **objetivo y un tema establecidos**. De esta manera, el participante puede, en cualquier momento y desde cualquier lugar, conocer las reflexiones, ideas y opiniones de otros. Las personas que usan un foro no necesariamente tienen que coincidir en tiempo para enviar o leer mensajes.

Un **debate** es una discusión ordenada sobre un tema, en la que se confrontan opiniones y se defiende la opinión propia con argumentos. Intervienen dos o más personas.

Los debates formales requieren que los participantes conozcan el tema a tratar, para que los argumentos sean sólidos, además de una planeación.

La **planeación de un debate** incluye los siguientes pasos:

- Escoger el tema y delimitarlo
- Preparar la información
- Elegir a un moderador
- Preparar el debate
- Invitación de participantes

Realizar un **resumen** que contenga:

- Título del tema
- Situación que trata
- Personajes que intervienen
- Asunto a discutir
- Fuentes bibliográficas o de consulta

Actividades que realiza el **moderador**:

- Hacer una breve introducción del tema sobre el cual se debatirá.
- Conceder la palabra en el orden de solicitud.
- Fijar los tiempos de participación.
- Centrar el tema si hubiera divagaciones.
- Resumir la información si es necesario.
- Elaborar una conclusión general.
- Preparar el debate.
- Preparar los argumentos que utilizará.

Recomendaciones:

- El debate dirigido puede lograr buenos resultados en sesiones de 45 a 60 minutos.
- Puede utilizarse todo tipo de ayudas audiovisuales.
- No conviene que los participantes tomen notas escritas, pues esto distrae su atención del debate.
- Deben evitarse las preguntas que puedan contestarse con un “Sí” o un “No”, pues no contribuyen al debate.

El **moderador** deberá:

- Presentar a los participantes.
- Plantear el momento inicial de la discusión y permitir que cada uno exprese su punto de vista.
- Realizar el planteamiento de preguntas para que los participantes argumenten y defiendan su opinión.

- Guiar la discusión tomando en cuenta las recomendaciones revisadas durante la planeación del debate.

Antes de terminar el debate se presentan las conclusiones, para lo cual el moderador deberá:

- Dar la palabra a cada participante para que resuma sus ideas después de realizar la discusión.
- Hacer un recuento de las ideas principales de la discusión y las conclusiones finales.

Cuando hablamos de manera formal frente a algunas personas, podemos utilizar elementos que sirvan de apoyo, como imágenes, frases e ideas, para una mejor comprensión.

Algunos lugares en los que puedes buscar información que te sirva de apoyo son: revistas especializadas, noticias referentes al tema publicadas en periódicos o páginas de internet.

Recomendaciones para exposiciones:

Usar frases cortas que te permitan recordar lo que les quieres decir, por ejemplo: ¡Cuidado, el agua se agota!, “Y si se acaba el agua, ¿tú qué harías?”.

Asegurarnos de contar con la información suficiente y los materiales necesarios para apoyar nuestra exposición.

Respira profundamente si observas que tu cuerpo tiembla o sientes mucha ansiedad.

Observa a tu público directamente a los ojos, pero trata de recorrer a todos los participantes con tu mirada. Evita mirar hacia el techo, las paredes o el piso y recuerda que debes mirar al público.

Procura hablar sin prisa, utilizando un tono de voz adecuado para las circunstancias. Si el espacio es pequeño, con el volumen natural de la voz será suficiente, pero si es amplio, tendrás que elevar el volumen para que todos puedan escucharte.

En algunas ocasiones dirígete a una persona solamente, por ejemplo, ¿qué opinas Margarita?, ¿qué podemos hacer para evitar el contagio? En otras ocasiones, dirígete al grupo en general.

Evita meter las manos a los bolsillos o colocarlas en la espalda, ya que esas expresiones corporales demuestran inseguridad o miedo.

Puedes caminar de un lugar a otro para captar la atención de los participantes.

Utiliza el material que tengas a la mano para generar apoyo visual. Si tienes folletos suficientes, repártelos y explícaselos. Haz uso del cartel mostrando las imágenes que en él aparecen.

Asegúrate de que el público te entienda, para ello, hazles algunas preguntas. Realiza preguntas relacionadas con el tema.

Utiliza un lenguaje cordial. Siempre sé amable.