

**José Antonio Hernández Guerrero**  
**María del Carmen García Tejera**



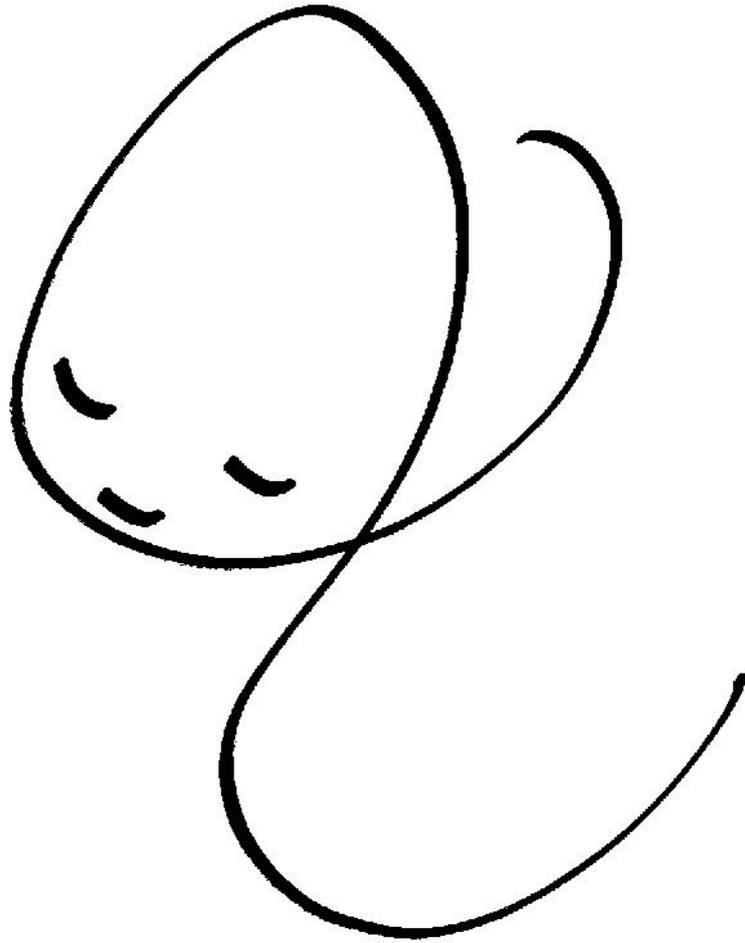
# **El arte de comunicar**

Club de Letras UCA



## **Índice**

- 1. Introducción**
- 2. Nociones fundamentales**
- 3. Cómo decir cosas interesantes**
- 4. Consideraciones didácticas**
- 5. Los objetivos**
- 6. Presupuestos básicos**
- 7. La finalidad de los procedimientos comunicativos**
- 8. La preparación de los discursos**
- 9. La “pronunciación” de los discursos**
- 10. Los factores de la “pronunciación”**
- 11. Características de la figura**
- 12. La organización de los discursos**
- 13. Las partes fundamentales de los discursos**
- 14. Los tipos de los discursos**
- 15. Apéndice**



P. P.  
2015

## **1.- Introducción**

Este breve libro -un método práctico para aprender y para perfeccionar **el arte de la comunicación**- proporciona unas pautas elementales para mejorar las técnicas en la construcción y en la expresión de los discursos tanto orales como escritos. Creemos que, si se lee reflexivamente y si se aplica de manera adecuada a las diferentes situaciones, puede ayudar a los comunicadores que pretendan perfeccionar la calidad de sus mensajes. En él esbozamos unas pistas orientadoras que servirán a los comunicadores para que corrijan sus defectos más graves y, sobre todo, para que descubran las cualidades personales que, debidamente cultivadas, pueden constituir los rasgos característicos de su estilo personal.

Este instrumento pedagógico sólo servirá a los lectores que, usándolo como una guía, recorran personalmente palmo a palmo todo el itinerario didáctico: a los que hagan ejercicios prácticos, reflexionen sobre ellos, los analicen críticamente y corrijan los fallos principales con rigor y con esmero.

En concreto, nos proponemos:

- que los lectores calibren las posibilidades reales y las dificultades más importantes para la elaboración y para la pronunciación de los discursos, y para la redacción de textos escritos
- que, siguiendo las líneas metodológicas aquí esbozadas, se orienten en los procesos de búsqueda de ideas, en la selección de contenidos y en el difícil arte del empleo de los diferentes procedimientos comunicativos,
- que conozcan unas fórmulas sencillas y unas técnicas prácticas de aprendizaje, de perfeccionamiento y de autocrítica,

Deseamos que sirva para responder a esas preguntas clave que se hacen todos los comunicadores: ¿cómo decir cosas interesantes y cómo pronunciarlas de manera adecuada? Cuando nos decidimos a hablar en público, pretendemos, sobre todo, que los oyentes no sólo nos oigan sino que, además, nos escuchen con atención y con interés: que comprendan nuestras palabras, que acepten nuestras propuestas y que valoren nuestros mensajes.

Hablamos para comunicarnos. Pero hemos de reconocer que los oyentes sólo escuchan las palabras que les interesan. Es cierto que oyen los sonidos y los ruidos que estimulan sus oídos, pero sólo escuchan las ideas que penetran hasta el interior de sus mentes, atraen su atención, interpretan sus aspiraciones más profundas o interpelan sus comportamientos más habituales. Para que las ideas que aquí exponemos resulten útiles, es imprescindible que el lector adopte la postura adecuada y que esté sinceramente dispuesto a aprender, a mejorar, a

autocriticarse, a autocorregirse, a ponerse en el lugar de los oyentes y, sobre todo, a decir lo que sabe, lo que siente y lo que vive.

## **2.- Nociones fundamentales**

### **Introducción**

En primer lugar, hemos de preguntarnos qué entendemos cuando decimos que pretendemos “hablar bien”.

Para responder a esta cuestión inicial, hemos de empezar distinguiendo varios conceptos diferentes que, a veces usamos de manera imprecisa: charlar, hablar, expresar, comunicar, convencer, persuadir, rebatir, disuadir, argumentar y conmover.

### **Charlar**

Charlar es establecer un contacto afectivo con los interlocutores mediante

las palabras. La charla es un vehículo de amistad o, al menos, de camaradería. Los temas que tratamos en la charla suelen ser intrascendentes y, casi siempre, puros pretextos para llenar el tiempo de la reunión o de la tertulia. No se sigue un orden en el tratamiento de los asuntos ni en la intervención de los hablantes. Posee un carácter informal, ligero y espontáneo.

Aunque es cierto que con este nombre se suele denominar de manera genérica los diferentes tipos de discursos en público como, por ejemplo, la conferencia, hemos de evitar que estas intervenciones se contagien de unos modos escasamente cuidados, de unos tonos y de un lenguaje que darían una impresión de frivolidad, de indolencia y de desaliño convirtiendo la disertación en pura palabrería de un “charlatán” o, quizás, en un alarde impertinente de verborrea.

Cuando no tenemos en cuenta los objetivos del discurso ni las funciones del lenguaje, las palabras se convierten en palabrería, y la preocupación por la lengua, en puro juego de un diletante. El lenguaje es, sobre todo, un instrumento, una herramienta y, en consecuencia, su valor estriba en los servicios que proporciona. Si prescindimos de sus aplicaciones "pragmáticas" – de su utilidad-, lo vaciamos de sentido.

El comunicador al que sólo o principalmente le preocupa la palabra es, en el mejor de los casos, un inaguantable "charlatán" y su discurso es una frágil pompa vacía.

## **Hablar**

Aunque este término posee también un significado general y los usamos

para designar cualquier tipo de uso lingüístico, en el ámbito de la comunicación solemos reservarlo para referirnos a la transmisión de información.

El lenguaje, como es sabido, es un comportamiento significativo, es una acción vicaria. Cuando hablamos, no operamos con realidades sino con sus representantes, que son los nombres, los adjetivos, los verbos y las demás categorías gramaticales. Con las palabras transmitimos conocimientos, experiencias, noticias o, en resumen, información.

### **Expresar**

Expresar es descubrir el propio mundo interior. Es manifestar, de manera consciente, intencionada o involuntaria, las sensaciones, los pensamientos o los sentimientos. La palabra –y todo el cuerpo- es inevitablemente un síntoma: proporciona informaciones del que la pronuncia. El tono de la voz, las construcciones sintácticas habituales, los términos más repetidos, las imágenes y comparaciones más usadas, etc. descubren una mentalidad, un talante, unas actitudes, unas preferencias, unos hábitos, un nivel social, una posición económica, una preparación cultural, una edad, un sexo y una profesión.

Cuando escuchamos un discurso, por la manera de hablar del orador, descubrimos quién es y qué es, qué fue y qué no quiere ser. Pero hemos de tener en cuenta que esta “expresión”, esta manifestación, esta confesión es, la mayoría de las veces, involuntaria, incontrolada e inevitable.

Otra cuestión es la autorreferencia discursiva que ocurre cuando la persona y la vida del hablante se convierten en objeto del discurso, en materia de la disertación, cuando el comunicador se refiere a él mismo y nos cuenta su

vida. Entonces, el discurso autobiográfico deriva fácilmente en autocomplacencia o en autodefensa, y suele provocar distracción, broma o rechazo. El autobombo produce siempre el efecto contrario del que se pretende. La palabra, en este caso, puede resultar petulante, cursi o adulatora.

### **Convencer**

Esta operación tiene por objeto mostrar y demostrar una verdad. Mediante la convicción, por lo tanto, se pretende que el destinatario acepte una propuesta, llegue a una conclusión a través de un razonamiento científico o de una argumentación lógica.

### **Persuadir**

La persuasión posee un carácter más global y en ella intervienen, sobre todo, los procedimientos emotivos<sup>1</sup>. En todo caso, la persuasión no debe ser confundida con el asentimiento derivado de la verosimilitud o el encanto de lo que se dice -con este propósito recurría Sócrates al relato de un mito- o la autoridad que se atribuye al hablante.

El grado extremo de la persuasión es la fascinación. En ella se cumple plenamente la segunda parte de una sentencia de Sartre: "la palabra es mágica para quien la escucha; es mágica porque no sólo por la razón y la evidencia le

---

<sup>1</sup> Pedro Laín Entralgo ha definido muy bien la dinámica *suasiva*, desligándola de la convicción: "Por obra de la función *suasiva* del habla -afirma-, el hablante persuade (mueve al oyente hacia su opinión), disuade (le aparta de la que hasta entonces tenía) o, si se me permite el neologismo, *antisuade* (da lugar a una opinión distinta de la suya); tres formas distintas de la acción que básicamente nombra el verbo latino *suadeo*, y que no sería impertinente traducir por "suadir", influir el que habla sobre el sentir del que le oye. 1996, *Idea del hombre*, Barcelona, Galaxia Gutenberg-Círculo de Lectores: (p. 192).

mueve".

No debemos confundir la persuasión con otras formas menos éticas de influir en el pensamiento y en las conductas de los oyentes. La adulación, la seducción o la amenaza, por ejemplo, constituyen procedimientos sutiles para ejercer la violencia<sup>2</sup>.

### **Rebatir**

La acción de rebatir se propone rechazar las propuestas y las tesis del oponente o contrincante. Consiste en demostrar la inconsistencia o la falsedad lógica de sus argumentos o la inutilidad e ineficacia pragmática de sus propuestas.

### **Disuadir**

La acción de **disuadir** se dirige al **destinatario** y se propone hacerle cambiar de opinión, de actitudes o de comportamientos.

### **Argumentar**

Consiste en dotar de pruebas razonables y de argumentos sólidos a las propuestas. Esta operación es el objeto preferente de la Dialéctica.

### **Conmover**

Esta tarea se orienta hacia la sensibilidad y, sobre todo, hacia la afectividad de los oyentes: consiste en estimular los sentimientos hacia un

---

<sup>2</sup> Paul Ricoeur, 1977, *La metáfora viva*, Buenos Aires, Ediciones Megápolis.

objeto, persona o acción.

### **Comunicar**

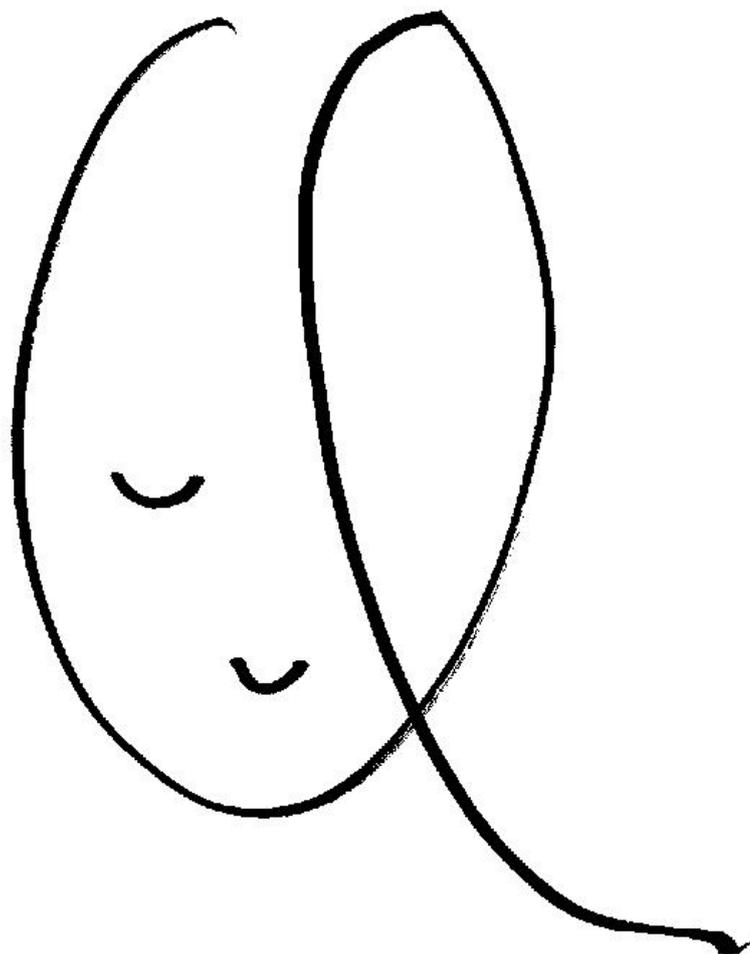
La comunicación es el nivel más elevado de lenguaje oratorio y constituye su función suprema. Engloba y culmina diferentes operaciones. La comunicación establece un contacto, descubre los sentimientos, transmite información, favorece el intercambio de valores y la nivelación de estimaciones: la comunicación nos une y nos reúne.

La palabra es interesante sólo cuando genera y estimula una verdadera comunicación: cuando es respetuosa, generosa y amable. Los antiguos reconocieron a la Retórica un poder extraordinario, hasta mágico, como podemos comprobar en las críticas que contra ella hizo Platón<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup>Los teóricos y los historiadores griegos describen la palabra como un instrumento poderoso y como un arma peligrosa. El tradicional Areópago de Atenas prohibía "hablar fuera de la cuestión", es decir, recurrir a procedimientos retóricos ilegítimos desde el punto de vista ético.





A.P.  
2015

### **3.- Cómo decir cosas interesantes**

Para responder de manera acertada a esta cuestión, podemos recurrir a un hecho de experiencia: sólo entendemos y atendemos las palabras que nos hablan de las personas, de los hechos o de las cosas que nos interesan. De semejante constatación podemos extraer las siguientes conclusiones:

**Sólo debemos decir aquellas cosas que interesan a los oyentes.**

El interés es una cualidad que hace referencia a los sujetos. Los objetos y los asuntos no son interesantes por sí solos. Interesan o no interesan a alguien. En consecuencia, si pretendemos identificar el grado de interés de un tema, hemos de determinar hasta qué punto importa o afecta a los destinatarios. El interés de los oyentes por un asunto podemos conocerlo, suponerlo o, en caso contrario, estimularlo.

El interés es una atracción interior de diversa naturaleza y de múltiples factores y grados, aunque no siempre posee las mismas raíces. Para reflexionar

un poco sobre su funcionamiento hemos de recurrir a nuestra experiencia personal y recordar nuestras reacciones y nuestros sentimientos cuando escuchamos un discurso; hemos de preguntarnos, por ejemplo, qué nos interesa más, lo conocido o lo desconocido.

La respuesta no es simple: por un lado podemos decir que lo conocido nos cansa, por otro lado, también sabemos que lo conocido nos divierte y lo desconocido nos apasiona. Nos interesan aquellos asuntos que -de alguna manera- se refieren a nosotros mismos. Los que están situados dentro de ámbito de nuestras propias vidas: los discursos que tratan de nuestro pasado, de nuestro presente y de nuestro futuro; las palabras que nos afirman o nos niegan; las cuestiones que nos inquietan, nos tranquilizan, nos animan o nos divierten.

Para que un discurso nos interese ha de partir de lo conocido y llevarnos a lo desconocido. Este es el camino necesario del pensamiento, de la argumentación lógica, de la prueba jurídica, del reclamo publicitario, del relato literario y del método didáctico.

Nos interesa el discurso que nos explica, el que descubre el significado de nuestras vidas, el sentido de nuestras sensaciones íntimas, de nuestras emociones profundas y de nuestros pensamientos confusos: las contradicciones entre lo que pensamos, sentimos, deseamos, amamos y hacemos, las raíces de las aspiraciones hondas, de las frustraciones amargas, de las alegrías, de las satisfacciones y de los sufrimientos.

Los animales se mueven por impulsos y sus comportamientos son reacciones a estímulos externos o internos: un perro come cuando tiene hambre

y bebe cuando tiene sed. Los hombres, por el contrario, actuamos impulsados por objetivos, motivaciones, razones, convicciones, intereses y, en una palabra, por significados.

Pero hemos de reconocer que los significados más o menos profundos no son siempre claros, evidentes o plenamente conscientes. Por eso nos interesan las teorías y las historias en las que nos vemos comprendidos y explicados, aquellas con las que, de alguna manera, nos vemos reflejados o identificados: las grandes teorías filosóficas, las obras literarias maestras.

### **No debemos hablar sin conocer los intereses de los oyentes.**

Hablar es responder y, en consecuencia, la primera actividad del orador, es escuchar las preguntas de los oyentes, identificar sus expectativas, interpretar sus inquietudes y, en el caso de que el orador advierta que carecen de ellas, las desconocen o no las saben descifrar, deberá gastar tiempo en creárselas o estimularlas: "sólo podemos vender un aparato de calefacción a los que tienen frío".

### **Hablar es actuar**

Hablar en público es una tarea difícil, compleja y arriesgada. Hablar bien es una destreza cuya adquisición supone algunas dotes naturales, es una pericia que, además de reflexión, esfuerzo y disciplina, exige el recorrido de un dilatado proceso de aprendizaje y de perfeccionamiento. Hablar no es sólo pronunciar sonidos significativos. Hablar es pensar, expresar, confesar, significar, contar, describir, comunicar, ocultar, disimular y mentir. Hablar en público, además, es actuar en el doble sentido de la palabra: el teatral y el

pragmático. El orador encarna un personaje, representa un papel y, además, influye en el ánimo y en los comportamientos de los oyentes y, en ocasiones, modifica la realidad.

La comunicación, además de ser una cuestión de Gramática o de Lingüística, constituye un objeto de estudio de la Psicología, de la Semiótica, de la Retórica, de la Dialéctica y de la Poética (vid. el capítulo anterior); es una operación en la que interviene toda la persona y una "actuación", una "acción", que pone de manifiesto el equilibrio psicológico, la coherencia ética y la preparación cultural del orador. El discurso público es una plataforma, una pantalla que destaca y amplía las cualidades y los defectos del orador.

Con estas afirmaciones pretendemos desengañar a los lectores que se conformen con aplicar unas recetas mágicas o con emplear unas fórmulas infalibles. Las siguientes nociones teóricas han sido extraídas de la práctica y constituyen nuestro punto de partida y el marco de referencia de nuestras reflexiones y de nuestros análisis posteriores.

### **Escuchamos el discurso "en cuerpo y alma"**

Como es sabido, no es lo mismo "oír" que "escuchar". Oímos con el oído y escuchamos con todos los sentidos y con todas las facultades, con la memoria, con el entendimiento y con la voluntad; con la mente y con el corazón.

Recordemos que, cuando escuchamos un discurso, observamos la figura del orador, sus expresiones, sus gestos, sus miradas y sus vestidos, y leemos los significados de todos estos datos, y esta lectura matiza o contradice lo que escuchamos con los oídos. Para pensar, para amar y para hablar necesitamos

ver, oír, oler, gustar y tocar. Escuchar es abrirse de par en par, es poner en tensión todas las facultades y poner en funcionamiento todos los sentidos.

El hombre es uno y hemos de hablarle al hombre entero. Frecuentemente, cuando tratamos de los deberes morales, por ejemplo, nos esforzamos por aclarar y por justificar las convicciones racionales. Hablamos sólo al cerebro y, cuando apelamos a las sensaciones o a las emociones, lo hacemos de una manera marginal. En nuestros análisis hemos de distinguir entre ideas, sentimientos, emociones, sensaciones; entre ética, estética, política, religión, etc.



#### **4.- Consideraciones didácticas**

##### **Necesidad de aprendizaje**

Hemos de tener suficientemente claro que la habilidad comunicativa se aprende, pero también hemos de rechazar la idea ingenua de que existen fórmulas mágicas para aprender a hablar en público y para llegar a ser un comunicador.

Aunque es cierto que la comunicación, como las demás destrezas culturales, supone ciertas cualidades naturales y algunas aptitudes, también es verdad que sólo llegará a ser comunicador el que se ejercite con abundantes ejercicios prácticos y, sobre todo, el que persista en una permanente actitud de autocrítica.

##### **Aprendemos apoyándonos en nuestras propias experiencias**

El mejor método práctico para aprender a comunicarnos -y, posiblemente, el único- es el que se apoya y se orienta en nuestra propia experiencia como oyentes. Aunque no es fácil vernos reflejados en los comportamientos

defectuosos de los demás, hemos de recordar las veces que hemos tenido que soportar una larguísima conferencia de una hora al colega que un rato antes se inquietaba porque el orador que le precedía "ya llevaba hablando más de cuarenta y cinco minutos".

### **El aprendizaje ha de ser práctico**

A comunicarnos, de igual manera que a nadar o a montar en bicicleta, sólo aprendemos con la práctica. Y debemos reconocer que la práctica -aunque admite y, en ocasiones exige, la ayuda, el consejo, la orientación y el estímulo del maestro o del guía- es una actividad personal e intransferible. En el aprendizaje de la comunicación, la acción del sujeto es totalmente insustituible.

### **La práctica no es suficiente**

La práctica por sí sola no perfecciona la actividad, no corrige los defectos. Conocemos a algunas personas que, a pesar de estar hablando toda la vida, siguen hablando mal. A veces, cuanto más practicamos una actividad, más acentuamos los defectos y más aumentamos los vicios.

### **Aprendemos mediante la crítica**

El comunicador ha de ser un receptor atento, un oyente respetuoso y, además, un observador de la vida: de los comportamientos, de las actitudes, de las mentalidades, de las inquietudes, de las aspiraciones y de las frustraciones de los demás seres humanos; ha de ser un analista de los acontecimientos sociales, económicos, políticos y culturales; un crítico riguroso de la actualidad, de las modas y de las corrientes.

Los vicios ajenos nos molestan, a veces, porque reflejan, aumentándolos o reduciéndolos, nuestros propios defectos. Los antimodelos son también útiles en la medida en la que nos ayudan a identificar los defectos propios y las carencias que debemos evitar o corregir. Criticar no es sólo denunciar los defectos ajenos ni, mucho menos, vanagloriarse de las propias cualidades al contemplar los vicios de los otros.

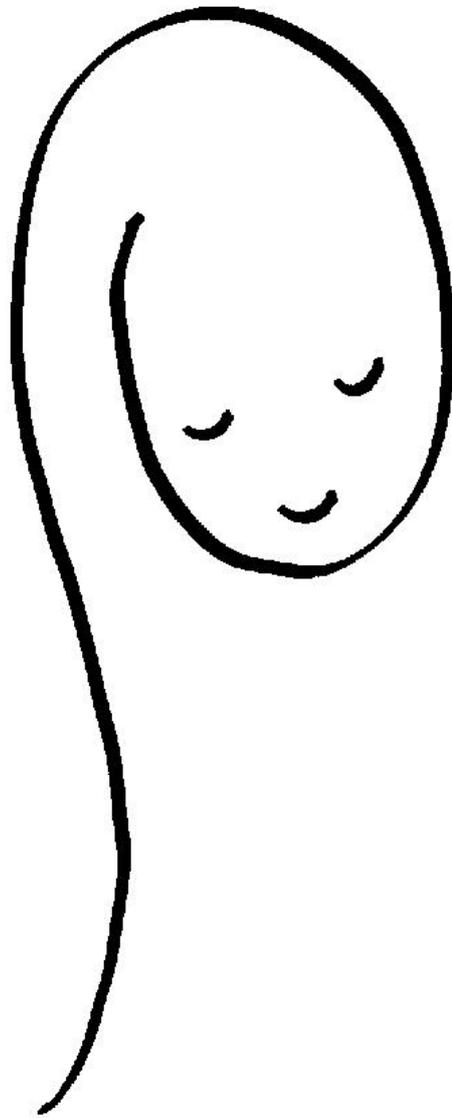
### **La construcción de un modelo ideal**

La práctica se mejora y se perfecciona mediante la imitación de unos modelos que han de ser atractivos, asequibles y estimulantes; pero no podemos olvidar que la atención a los modelos sirve, sobre todo, para que cada uno encuentre o componga su propio proyecto ejemplar, su ideal personal, diferente de todos los demás.

### **El uso de procedimientos metodológicos**

Para mejorar la eficacia comunicativa será útil el empleo de procedimientos técnicos simples y la aplicación de pautas metodológicas sencillas, apoyados en principios teóricos sólidos. Este breve **manual** sólo servirá a los lectores que estén convencidos de que, para hablar en público, han de aprender. Necesitamos prepararnos, adquirir destrezas y elaborar, previa y cuidadosamente, el discurso. En contra de algunas prácticas antiguas que tenían por objeto facilitar la "improvisación", nosotros defendemos que la eficacia de los discursos depende, en gran medida, de la adecuada preparación -remota y próxima- del orador.





P.P.  
2015



## **5.- Los objetivos**

### **La identificación de las posibilidades reales y de las dificultades personales**

Con las reflexiones teóricas y con los ejercicios prácticos que proponemos a continuación, nos proponemos calibrar las posibilidades reales de cada uno y las dificultades más importantes con las que tropieza. Cada persona posee unos caracteres que la identifican y, siempre que sean educadas convenientemente y aprovechadas en la situación oportuna, pueden aportar notables ventajas. Partimos del supuesto de que todos podemos mejorar.

### **La construcción de modelos de identificación**

La moderna pedagogía ha demostrado el escaso poder didáctico que poseen los conceptos, las definiciones abstractas y las explicaciones teóricas. Comprendemos, entendemos, aprendemos y valoramos aquellas ideas que

contemplamos plasmadas en personas concretas. Los personajes que admiramos o rechazamos reflejan nuestras virtudes o nuestros defectos, nuestras aspiraciones o nuestras frustraciones. Seleccionando las cualidades de diferentes sujetos, podemos componer un puzzle con la voz de un locutor de radio, con el gesto de un presentador de televisión o con la precisión de un profesor.

### **Esbozo de unas de líneas metodológicas**

Uno de los propósitos de este **manual** es sugerir pistas que ayuden a elaborar pautas y estrategias de aprendizaje y de perfeccionamiento de la comunicación.

Pretendemos que, a partir de estas sugerencias, cada lector construya su propio método e, incluso, sus particulares recetas para plantear y corregir sus problemas y para identificar sus mejores cualidades: trucos para sacar partido a la propia voz, para enriquecer el léxico, para despertar el interés de los oyentes, para construir el discurso, para memorizarlo, para empezarlo o para terminarlo.

### **El estímulo del aprendizaje**

Nos proponemos intensificar el entusiasmo y la pasión por la palabra explicando su poder, su belleza y, también, sus peligros.

## **6.- Presupuestos básicos**

### **Introducción**

#### **El ser humano es lenguaje**

El lenguaje ocupa un puesto central en la vida humana -personal y social, moral y cultural, política y económica- y, en consecuencia, es objeto preferente de las Ciencias Humanas. Pero estas afirmaciones no se refieren sólo al lenguaje articulado, a la lengua, sino que también abarcan los otros lenguajes como los gestuales y los icónicos. Sabemos que los vestidos, por ejemplo, además de abrigar, hablan; además de cubrir el cuerpo, descubren el alma: expresan los gustos, las aspiraciones, los temores y los complejos, pero hemos de advertir que los atuendos -los uniformes y los hábitos- influyen en la manera de pensar, en las actitudes y en los comportamientos de quienes los llevan.

El hombre se define y se realiza por su facultad del lenguaje, por su capacidad para dotar de significado a todas sus acciones, y por su necesidad de

leer y de descifrar el significado de los objetos, de los sucesos, de las acciones, de las actitudes y de los comportamientos ajenos. El hombre piensa gracias al lenguaje. Los lenguajes son los soportes de nuestros pensamientos. Podemos afirmar que, cuando hablamos, más que decir lo que y como pensamos, pensamos lo que y como hablamos. Las palabras, no sólo exteriorizan las ideas, sino que también interiorizan, a través de los conceptos, los objetos e, incluso, los sujetos con los que hablamos. Ser humano es reconocerse conectado con los demás seres mediante el lenguaje.

La relación humana no es, por tanto, una conexión física o química, como la que se establece entre las partes de un organismo o entre los componentes de las sustancias, sino la aproximación y la unión que se lleva a cabo mediante la dotación de significados según claves que remiten a las percepciones, las sensaciones, los sentimientos, las fantasías, los deseos, los recuerdos, las convicciones éticas, las creencias religiosas, las teorías filosóficas y doctrinas políticas.

### **La comunicación**

Pero hablar no es sólo expresar mensajes sino, sobre todo, transmitírselos a alguien, es comunicarse. Por eso, los pensadores actuales sitúan la comunicación como la meta suprema de la palabra: el que habla ha de reconocer explícitamente al destinatario del discurso como un interlocutor de un diálogo, que puede aceptarlo o contradecirlo.

### **La vida social es lenguaje**

El lenguaje posee en la vida social una importancia decisiva, no sólo

como instrumento para la transmisión del mensaje, sino también como integrante fundamental de su contenido y, en consecuencia, podemos afirmar que los conocimientos técnicos sobre el lenguaje resultan necesarios y útiles.

El lenguaje de un ser humano, privado de todo contacto social, quedaría reducido a una mera potencialidad. En contacto con sus padres y con sus familiares mayores, y mediante la relación con sus amigos, los niños van aprendiendo a nombrar los objetos y a las personas, a describir los espacios, a narrar los sucesos y a expresar sus sensaciones, anhelos y temores.

### **El lenguaje es el principal instrumento de la mayoría de las profesiones**

El lenguaje es el principal instrumento del educador, del publicista, del político, del jurista, del predicador, del filósofo, del artista, del poeta, del crítico, del médico etc. Todos estos profesionales son transmisores y traductores de mensajes: son especialistas de la palabra, son comunicadores.

### **El ser humano es uno y, al hablarle, hemos de dirigirnos a su totalidad.**

Frecuentemente, cuando nos referimos a los comportamientos, a las actitudes e, incluso, a los deberes morales, los explicamos aclarando y justificando las convicciones racionales. Hablamos al cerebro y, cuando apelamos a las sensaciones o a las emociones, lo hacemos de una manera marginal. Distinguimos entre ideas, sentimientos, emociones, sensaciones; entre ética, estética, política, religión, etc.

Esta dicotomía entre cerebro y sentimiento teóricamente está superada pero en la práctica sigue siendo utilizada. El comunicador ha de contemplar al hombre en su totalidad y debe tener en cuenta su dimensión sensitiva, afectiva, racional, social, ética, estética e ideológica. Es más, podemos decir que hablar es una manera de interpretar, de vivir y de integrar todos los otros aspectos. No podemos dividir al hombre y considerar por separado su inteligencia, su afectividad y su moral.

En consecuencia, cuando hablamos en público, hemos de dirigirnos a los sentidos -vista, oído, olfato, gusto y tacto-; a la inteligencia, a la memoria, a la fantasía, a la razón.

## **7.- La finalidad de los procedimientos comunicativos**

### **Introducción**

Con la intención de que resulte más fácil y más eficaz el empleo de los diferentes procedimientos comunicativos, ofrecemos en este capítulo un esquema de los distintos fines que se pueden lograr mediante el uso adecuado de cada uno de ellos. Juzgamos que, en un mismo discurso, pueden ser diferentes y compatibles las metas, pero el comunicador, en cualquier caso, deberá establecer un orden de prioridades y aplicar de manera consciente los criterios que juzgue oportunos.

### **Captar la benevolencia**

“Captar la benevolencia” de los oyentes es el primer objetivo del comunicador. Es una **condición** previa a la transmisión de los mensajes y una exigencia ineludible de la eficacia comunicativa. Entendemos y aplicamos el término "benevolencia" en su significado etimológico y en su valor psicológico.

El comunicador para hablar con comodidad, con fluidez y con acierto necesita sentirse respetado, valorado y querido. Esta es la razón por la que, en una tertulia de amigos nos sobran las palabras mientras que en una tribuna pública, nos faltan.

El hablante, para abrirse y para dejar que fluya el discurso, necesita un clima cálido en el que respire comprensión y aprecio. A veces, el ambiente es palpable y existe antes del comienzo del discurso: el comunicador y el público se conocen y se estiman mutuamente; pero, en otras ocasiones, el comunicador es desconocido, se siente un extraño y, quizás, rechazado.

En este caso es inevitable el empleo de procedimientos variados que "captan la benevolencia" de los oyentes y disuelvan los prejuicios negativos sustituyéndolos por disposiciones receptivas.

El procedimiento fundamental consiste en la adopción de una actitud sincera de auténtica modestia: el reconocimiento sereno de los valores propios y de sus limitaciones, sobre todo, de los conocimientos y de las ignorancias. Hay que "saber lo que uno sabe y lo que uno no sabe", decía un pensador y gobernante chino. Porque nuestra desgracia es que no nos damos cuenta de lo mucho que no sabemos.

Otro gran sabio del Oriente lejano, Tsé Mieu, lo expresó con las siguientes palabras: "Lo que el hombre sabe es nada en comparación de lo que no sabe". Al final es verdad que "no sabemos ni una cienmillonésima de nada", de acuerdo con la experiencia de un prolífico inventor de objetos prácticos y renovadores, el paciente y constante Edison.

### **Incitar la curiosidad**

La curiosidad, como es sabido, es uno de los impulsos, más generales, más intensos y más permanentes de los hombres y de los animales. Su origen reside, paradójicamente, en el ansia de seguridad y en el deseo de riesgo.

Tenemos curiosidad por descubrir lo oculto, por iluminar lo oscuro, por conocer lo desconocido y, al mismo tiempo, nos ilusiona el vértigo que produce adentrarnos en las interioridades, desplazarnos a las lejanías, subir a las alturas bajar a las profundidades. Nos empuja la curiosidad de lograr nuevas experiencias y de vivir nuevas vidas.

### **Plantear problemas**

Para estimular la curiosidad el orador podrá plantear problemas y formular preguntas a condición de que posteriormente los resuelva de forma correcta y las responda de manera adecuada ya que, en el caso contrario, generaría en los oyentes irritantes frustraciones. Hemos de caer en la cuenta de que hay una tarea más difícil que la de resolver problemas: la de plantearlos de una manera adecuada. Sabemos que no todos los que solucionan problemas de un manual de matemáticas, por ejemplo, son capaces de escribirlo, ni todos los que rellenan crucigramas saben inventarlos.

La mirada de la mayoría de los mortales es ingenua, superficial, simplificadora y, por eso, les resultan naturales y lógicos los hechos, las situaciones y los comportamientos. Perciben sólo la parte exterior del escaparate, la cara externa de los objetos, las meras apariencias de los sucesos y no son capaces de penetrar en el fondo o de imaginarse que las realidades humanas son complejas y problemáticas. Nos parece normal y natural que una lámpara se encienda cuando apretamos un interruptor o que un motor se mueva con gasolina o que un barco flote, que un avión vuele o que un automóvil se desplace a más de cien kilómetros por hora.

El comunicador ha de saber ver que las cuestiones humanas son más complicadas de lo que parecen. Cualquier noción -"verdad", "belleza", "bien", "vida", "muerte", "dolor", "justicia", "amor", son difíciles de comprender y de explicar.

### **Despertar el interés**

El interés del oyente por el contenido del discurso constituye uno de los factores determinantes de su presencia en el acto, un estímulo para su atención y una clave para su interpretación y para su valoración.

Pero el interés no se garantiza por los valores intrínsecos de un discurso sino por su conexión con las aspiraciones o con los temores más profundos, por la relación con las cuestiones y con los problemas más importantes, no necesariamente conscientes.

El comunicador que pretenda que su discurso sea escuchado, comprendido y aceptado tendrá que esforzarse por presentar los temas mostrando y destacando aquellos aspectos que están relacionados con los intereses concretos que preocupan a los oyentes.

Los alumnos, por ejemplo, están preocupados por la escasez de salidas profesionales. Los profesores buscan lecciones ya elaboradas, ejercicios prácticos y problemas con soluciones. El comunicador ha de tener presente los asuntos que en un momento determinado inquietan a sus oyentes.

### **Atraer y mantener la atención**

La atención, esa aplicación de los sentidos y de la mente a un objeto, es una actividad difícil, frágil y fatigosa. Casi todas las personas poseemos una capacidad de atención muy reducida.

La atención no es sólo ni principalmente una función de la voluntad. Aunque mediante la aplicación de determinadas técnicas se puede controlar, es imposible dominarla totalmente. A veces, la voluntad y el esfuerzo atraen sobre ellos la atención y, por lo tanto, distraen de su objeto inicial. La atención, más que una iniciativa del sujeto, es su respuesta a un estímulo: la atención hemos de atraerla y mantenerla.

Para que un objeto, un hecho o una palabra atraigan la atención deben poseer varias cualidades:

- 1.- Sobresalir sobre los que le rodean.

## 2.- Cambiar de aspecto.

Los procedimientos retóricos para atraer y para mantener la atención de los oyentes pertenecen a los distintos niveles del signo lingüístico: fonéticos - cambios de entonación, ritmo, tono-, gramaticales -ausencia o abundancia de artículos, preposiciones, conjunciones, construcciones poco habituales- y léxicos -empleo de términos extraños, arcaísmos, neologismos, etc.- semánticos - imágenes, hipérboles, recursos humorísticos, etc.

### **El uso de procedimientos sorprendivos**

Una manera eficaz para llamar la atención de los oyentes es sorprenderles mediante el empleo de frases ingeniosas que se pueden construir, por ejemplo, cambiando el sentido de algunas expresiones lexicalizadas.

### **Generar expectativas**

No siempre tenemos en cuenta un hecho que todos hemos comprobado reiteradas veces con nuestra propia experiencia: el futuro nos atrae más que el presente y que el pasado. El futuro constituye la clave del éxito que obtienen los acertijos, los chistes, los cuentos, las historias, los poemas, la quinielas, las religiones, la política, las obras de teatro, la películas, la radio, los periódicos y los discursos oratorios.

Aunque a primera vista parezca lo contrario, cuando hojeamos la prensa o

cuando escuchamos una conferencia, buscamos sobre todo unas pistas que nos orienten sobre lo que va a ocurrir: los pronósticos del tiempo o del fútbol, los sondeos de opinión, las perspectivas económicas, los proyectos, las promesas, las previsiones, los presupuestos. Pero hemos de reconocer que el oyente no siempre sabe lo que quiere: la oscuridad sobre el objeto de las aspiraciones y la indefinición de los deseos son hechos frecuentes en nuestros tiempos. Tienen expectativas quienes esperan un final, una solución, un desenlace. La expectativa genera la pregunta sobre las informaciones que el oyente pretende obtener. El orador ha de tener habilidad para conectar las expectativas del oyente con sus esperanzas más profundas.

### **Tranquilizar los ánimos**

Para recibir, entender, interpretar y valorar un discurso es necesario tener el ánimo sereno y distendido. La tensión provocada por el entusiasmo o por el miedo, por los afectos o por los odios, turba la capacidad de juicio crítico. Las emociones excesivas e incontroladas y, sobre todo, las bajas pasiones deben ser apaciguadas y enfriadas.

### **Suscitar deseos**

Todos sabemos que para comer con provecho es necesario sentir hambre, para beber hemos de experimentar sed, para dormir profundamente hemos de sentir sueño y para alimentarse de manera adecuada es indispensable el apetito.

El inapetente, por mucho que se esfuerce, deja de alimentarse, enflaquece y se debilita. Si para actuar y para vivir hemos de tener ganas, para escuchar un discurso hemos de sentir deseos. Pero, como ocurre con el fuego, los deseos se pueden encender, alimentar, enfriar y apagar.

### **Inspirar credibilidad**

Hemos de ser conscientes de que un discurso convence y persuade -más que por la coherencia de los argumentos o por la fuerza de las comparaciones- por la credibilidad que inspira la persona del orador. Es cierto que el orador ha de mostrar que está informado sobre el asunto del que trata y ha de dominar la lengua para expresarse con corrección, claridad y elegancia, pero, además, ha de dar testimonio. El orador es un especialista, es un profesor y, sobre todo, un maestro: un testigo que transmite su verdad. La credibilidad se inspira mediante una imagen que proyecte más que integridad, coherencia, más que verdad, sinceridad. La credibilidad no se inspira proclamando honradez, santidad, virtud o vergüenza. La credibilidad no se demuestra, no se exhibe ni se impone, sino que, como ocurre con los valores más auténticos, se muestra.

### **Propiciar la adhesión**

En la mayoría de los discursos, de manera más o menos consciente y en diferente grado según los contenidos y los objetivos, se busca la adhesión de los oyentes a la persona del orador o al personaje que representa. El orador es

también un líder, un portavoz y, en cierto sentido, un predicador. En ocasiones visualiza una teoría y otras veces encarna una doctrina, pero siempre proyecta un estilo de vida, una concepción de la existencia y un modelo de hombre.

### **Crear un clima de empatía**

Los discursos, en especial los festivos, persiguen la finalidad de crear un clima de "empatía" y un ambiente de hermandad. En ellos se celebra un suceso o se canta a un personaje que unen a los asistentes y pretenden que se sientan pertenecientes a una comunidad, a un grupo que participa de ciertas ideas o que experimenta sentimientos comunes.



## **8.- La preparación del discurso**

### **Introducción**

La elaboración de un discurso oratorio no consiste simplemente en la tarea de redactar un texto escrito. Existen diferencias entre la transcripción de un discurso coloquial, una comunicación escrita y los apuntes destinados a facilitar la pronunciación de un discurso oratorio.

En la preparación de los discursos, hemos de tener muy presentes, además de sus objetivos, los principales factores determinantes del contenido y de la expresión: el orador, los oyentes, el tema, la ocasión, el lugar, etc. Algunas orientaciones nos pueden ayudar a identificar los diferentes niveles que componen el discurso:

- el mensaje que transmite,
- la información que contiene
- y los medios y los procedimientos que utiliza.

En su preparación se adelanta el discurso en unas condiciones parecidas a

las de su pronunciación pero favorables para su manipulación y para su corrección. La elaboración de un discurso es una tarea análoga a los entrenamientos deportivos y a los ensayos teatrales. Preparar un discurso no es sólo escribir un texto como si se tratara, por ejemplo, de redactar un artículo para una revista o de un capítulo de un libro sino, más bien, un trabajo parecido al de la construcción de un edificio: previamente hemos de dibujar los planos, hemos de determinar un programa de funciones y de servicios, hemos de estudiar el terreno y el paisaje, calcular los cimientos, establecer la estructura, distribuir los espacios y hasta diseñar la decoración.

Recordemos que hablar es decir algo a alguien. En la preparación del discurso hemos de tener en cuenta el punto de partida, la meta de llegada y el camino que unen a ambos. Los factores principales son los siguientes:

- el orador con toda su vida,
- los oyentes con todas sus circunstancias,
- el tema, con sus complicaciones y matices,
- la situación temporal y espacial en la que se pronuncia el discurso.

### **La condición y las expectativas de los oyentes**

Los oyentes constituyen el factor más importante del proceso comunicativo. Son los destinatarios del discurso y la razón determinante de su contenido y de su forma: son los clientes.

Si queremos decir cosas interesantes, lo primero que hemos de hacer durante la preparación del discurso es estudiar a los oyentes para acomodar los razonamientos, las imágenes y, en general, el lenguaje a sus intereses y a sus expectativas. Hemos de intentar ver el mundo con los ojos de los otros y dejarnos invadir por las esperanzas y por los temores ajenos.

El orador debe simpatizar, sintonizar y sincronizar con los oyentes. Si vamos a hablar, por ejemplo, sobre el amor, deberemos exponer ideas diferentes y tendremos que emplear palabras, razonamientos e imágenes distintas si nos dirigimos a jóvenes, a adultos o a ancianos, a creyentes o a agnósticos, a artistas o a científicos, a hombres o a mujeres.

Durante todo el proceso de preparación del discurso hemos de tener presente a los oyentes, y usar sus coordenadas sociológicas como si se tratara de los márgenes y de las pautas del papel sobre el que anotamos las ideas que vamos a exponer y las palabras que vamos a emplear. Los principales datos que hemos de tener en cuenta son los siguientes: el sexo, la edad, la cultura, el lugar de residencia y la profesión. Todos estos datos deben usarse como criterios de selección de los contenidos y de los procedimientos del discurso y, sobre todo, como claves para identificar las expectativas de los oyentes.

Hemos de tener especial cuidado con algunos términos sobre todo los que poseen valores connotativos, ideológicos o, en general, simbólicos que, como es sabido, poseen significados contradictorios para distintos oyentes. Pensemos, por ejemplo, en "santo", "bueno", "izquierda", "derecha"...

### **La condición y las posibilidades del comunicador**

El comunicador, de igual manera que el actor teatral, representa un personaje. Hace el papel de profesor, político, juez o sacerdote. Es necesario que se identifique con el personaje y crea el mensaje que pretende transmitir. En la preparación del discurso, el orador que pretenda que su palabra sea creíble, deberá seleccionar aquellas ideas que ilustren o expliquen su vida, aquellos mensajes que sean coherentes con sus testimonios.

El orador no sólo es el intermediario que transmite unos conocimientos, sino que constituye el principal modelo a imitar. Los mensajes fundamentales que recibe el alumno y, probablemente, las enseñanzas que se le quedarán más grabadas son las actitudes vitales y los comportamientos humanos y profesionales del orador. Uno de los factores de la formación de los alumnos es el ejemplo. La teoría sirve de poco cuando se pretende moldear la mentalidad, la sensibilidad, las actitudes y los comportamientos. Nuestra propia experiencia nos muestra cómo nos persuaden más las conductas ejemplares que las rigurosas argumentaciones.

Más que los datos contenidos en el discurso, el oyente asimilará el respeto, el aprecio, el rigor del comunicador hacia determinados valores e instituciones y, de manera especial, su concepción del hombre, de la familia, de la vida, de la naturaleza, del bien, del mal, de la felicidad, del tiempo, del espacio, del trabajo, del dinero, de la belleza, de la pobreza, de la enfermedad, del amor, del respeto, del servicio, de la autoridad, del poder, etc.

El comunicador se convierte así en modelo o en antimodelo. El oyente aprenderá de su claridad en la exposición de las ideas; aprenderá del entusiasmo que transmita por la lectura y por el disfrute de los hechos y de los textos. La

mayoría de las vocaciones profesionales tiene su origen, más que en las palabras, en el ejemplo de un orador, de un verdadero maestro.



## **9.- La "pronunciación" de los discursos**

### **Introducción**

La oratoria es, no lo perdamos de vista, una actividad audiovisual, incluye un conjunto de operaciones corporales dotadas de diferentes significados. En este capítulo trataremos de las distintas vías de exteriorizar, de explicar y de transmitir mensajes.

### **La importancia de la "pronunciación"**

Constituye un lugar común entre los estudiosos la afirmación de que las palabras no son suficientes para provocar el encuentro íntimo entre las personas. La lengua es un instrumento social que selecciona los rasgos que cada lengua considera pertinentes en los objetos o en las acciones acciones, no la visión que cada uno tenemos de ellos.

El orador ha de ser consciente de que, para establecer la comunicación

con el espectador-oyente, el discurso ha de alcanzar una dimensión superior a la de la comunicación meramente lingüística. En la oratoria la palabra se integra en el discurso como un elemento solidario con la entonación, con la expresión del rostro y con el gesto.

### **Definición de la “pronunciación”**

La presencia física transmite un mensaje global, condensa el concepto que el orador posee de la vida, del hombre y de la sociedad, y sus palabras se interpretan contextualizándolas en el horizonte de la imagen que proyecta su figura.

### **Defectos y vicios de la “pronunciación”**

La **acción** pone de relieve las cualidades del orador pero, sobre todo, descubre sus defectos: el exhibicionismo, la vanidad, el narcisismo, la autosatisfacción, la pedantería, la frivolidad, el histrionismo, la paranoia: el orador, no sólo habla, sino que también actúa, representa.

Cuando hablamos escuchándonos a nosotros mismos, cuando hablamos para nosotros o en una palabra, cuando el discurso es un ejercicio de autobombo o de autocomplacencia, por muy bien construido que esté, provocamos inevitablemente un generalizado rechazo.

Debemos tener muy en cuenta que la capacidad de la mayoría de las personas para prestar atención a las palabras de un conferenciante es mínima. Muchas veces se fijan más en los gestos y en el tono del conferenciante que en el hilo del discurso.

## **10.- Los factores de la “pronunciación”**

### **La figura**

El aspecto que una persona ofrece de sí misma, la postura que adopta o la forma de expresarse son factores tan decisivos a la hora de transmitir un mensaje como el mensaje en sí. Todos los elementos físicos se convierten en signos externos, todos los rasgos externos se llenan de significados que son interpretados "leídos", por los oyentes o espectadores, todos "dicen" algo: el peinado o el despeinado, la melena o el pelado, la corbata o la pajarita son datos que los oyentes leen e interpretan: "El hábito hace al monje", "Las apariencias no engañan", "La cara no es el espejo del alma: es el cuerpo y es el alma".

Una impresión cómica puede neutralizar el efecto de un discurso, o, por el contrario, potenciarlo si lo que se pretende es precisamente hablar en clave de humor.



## **11.- Características de la figura**

### **La adecuación.**

Es fundamental que exista una correspondencia entre el "significado" y el "significante", entre el mensaje que se pretende transmitir y los signos externos que se emplean. La "inadecuación formal" produce sorpresa, desconfianza y, a veces, risa.

La manera de vestir, por ejemplo, debe estar en consonancia con la profesión o el oficio. No viste igual un profesor, un torero, un juez, un sacerdote, un cantaor, un poeta, un político o un camarero. Se va con un atuendo distinto a un mitin, a una fiesta, a una manifestación, o a un entierro.

### **La naturalidad de la figura**

Cada cuerpo posee su propio modelo. Su perfección se alcanza limando los defectos y desarrollando las cualidades. Perseguir una perfección absoluta o ideal, idéntica para todos, es una ingenuidad, una utopía, un error y una fuente

de frustraciones. Existen modelos jóvenes y adultos, masculinos y femeninos, altos y bajos, gruesos y flacos, rubios y morenos, peludos y calvos.

### **La actuación**

El orador no es un lector ni un declamador sino un **actor** en el sentido más rico de la palabra. **Actuar** es "poner en **acción**", es "**ejecutar**", es "**hacer**". Actuar es **actualizar**, es traer al momento presente, **vivir y hacer vivir** un acontecimiento, una idea, una doctrina. **Actuar** es **dar vida** a unos conceptos y a unas palabras.

El orador es un actor que expresa su mensaje personal al mismo tiempo que encarna un personaje. Las dos funciones han de ser complementarias y convergentes aunque, frecuentemente, predomina una sobre otra y, en ocasiones, la eclípsa.

### **La articulación de las palabras**

En primer lugar vamos a exponer los principios fundamentales en los que, a nuestro juicio, se deben apoyar las pautas metodológicas para perfeccionar la pronunciación.

1.- Cada persona posee su propia voz. Es uno de los rasgos caracterizadores y un síntoma revelador de la personalidad. Pone de manifiesto el origen geográfico, el nivel económico y social, la formación cultural, el sexo, la profesión y la edad.

2.- En contra de las apariencias, nuestra propia voz nos suele ser desconocida, extraña y, en consecuencia, nos resulta desagradable.

3.- La voz se puede y se debe educar si pretendemos articularla con mayor facilidad, claridad y belleza. Aunque algunas personas poseen mejores condiciones naturales, la voz agradable exige también el aprendizaje disciplinado.

Para mejorar la calidad de la articulación fónica hemos de tener muy en cuenta el autocontrol por parte del hablante, la adaptación a los oyentes y al tema y, por supuesto, las normas que regulan el funcionamiento de la lengua.

Aunque a algunos lectores les resulten obvios, creo que es necesario que enunciemos algunos principios para que podamos extraer las oportunas conclusiones que en la práctica frecuentemente olvidamos.

La pronunciación **adecuada** de los sonidos tiene por objeto conseguir que el discurso se **oiga**, se **escuche**, se **atienda** y se **entienda**: que se reciba el mensaje de manera clara, correcta y agradable.

La consecuencia es clara: la pronunciación confusa que impide que el oyente oiga claramente, que escuche con comodidad, que atienda con tranquilidad o que no entienda con precisión, debe ser corregida. Es correcta la pronunciación que resulta fácil para el hablante, eficaz para el mensaje y agradable para el oyente.

## **La voz**

La voz es el significante de la palabra, el soporte del significado y el síntoma más expresivo del discurso. De la voz podemos decir como de la cara: "es el espejo del alma... y del cuerpo". Por la voz conocemos el sexo, la edad, la procedencia, el estado de salud y el estado de ánimo. Tiene voz de tísico -decimos- de deprimido, de asustado, de ansioso, de alegre, de esperanzado. Por la voz del comunicador descubrimos el buen o el mal genio, la seguridad, la timidez. La voz constituye un retrato personal, identifica el temperamento y define la actitud frente a la vida.

La voz nos influye para que recibamos el mensaje con agrado o que lo rechacemos con disgusto.

### **1.- El conocimiento de la propia voz: el timbre**

#### **La claridad de la articulación**

Para que la voz ejerza la función significativa, para que la comunicación sea eficaz, cómoda y económica, es necesario que la articulación de los sonidos sea correcta, precisa y clara: que los diferentes sonidos no se confundan y que el oyente los perciba con distinción y con facilidad.

Para alcanzar un nivel de corrección aceptable y para articularlas de manera fácil, son convenientes unos ejercicios metódicos que corrijan los defectos y mejoren los hábitos articulatorios.

Por el tono podemos distinguir varios tipos de discursos que, si se repiten con frecuencia, pueden definir temperamentos o estados de ánimo. Haciendo una clasificación meramente descriptiva podemos reconocer los discursos del **enfadado** que parece que siempre está riñendo, el **miedoso** que siempre está asustado, el **bromista** que todo lo interpreta en clave de humor, el **paternalista** para quien todos los oyentes son sus "pequeños hijos", el **inseguro** que no se atreve a afirmar nada y su discurso es una pura duda, el **jactancioso** que todo lo pronuncia solemnemente, el **infantil** para quien la vida es un juego: que todo lo simplifica. Hay voces cómicas.

### **La naturalidad.**

Algunos confunden la "naturalidad" con la "espontaneidad" pero, en realidad, son dos cualidades diferentes.

La "naturalidad" es la adaptación del comportamiento

1.- a la manera de ser, a la condición y al papel que ejerce el comunicador.

2.- a la disposición y a las expectativas de los interlocutores (oyentes o espectadores)

3.- a la situación.

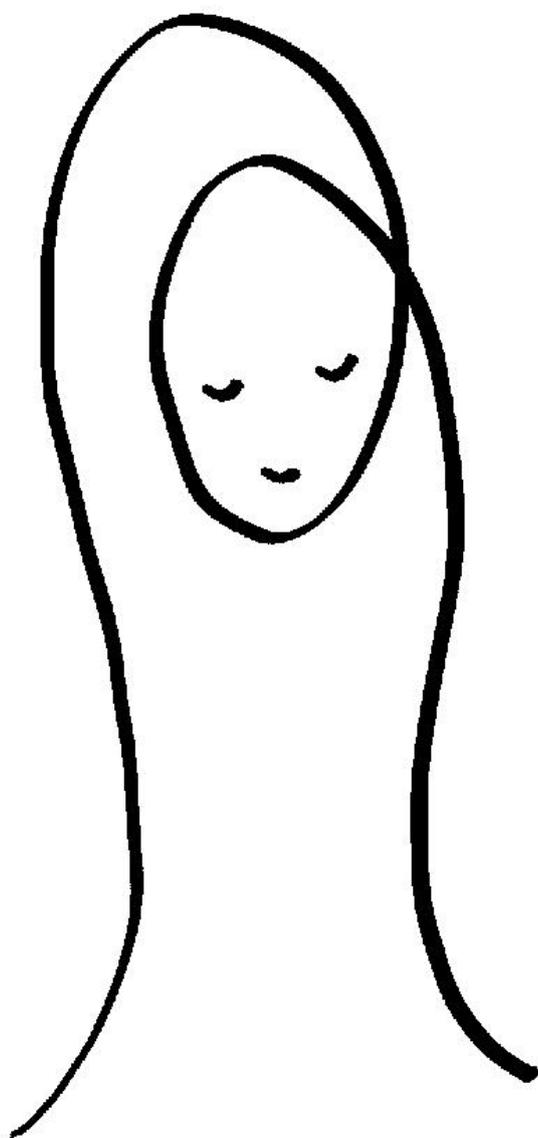
Entendemos por naturales las actitudes o los comportamientos que son conformes a la propia naturaleza: a las cualidades personales, a las limitaciones, a la condición y circunstancias que concurren en un determinado acto.

Debemos tener muy en cuenta que la naturalidad no es el punto de partida

sino, todo lo contrario, el resultado de un largo y laborioso proceso de autodisciplina y de aprendizaje. Advirtamos que el discurso se pronuncia en una situación especial sujeta a determinadas convenciones que exigen conocimiento y dominio de sus reglas y, sobre todo adaptación a un medio ambiente extraño. El marco físico y la disposición del público a veces distraen y bloquean.

El comunicador debe ganarse la benevolencia, la atención y la docilidad de sus oyentes. ¿Cómo lograrlo? Ante todo, con una presentación modesta. Pero como el orador mismo tiene que poner de relieve esa modestia, acaba por hacerse afectada. Por el contrario, la sinceridad genera confianza, la competencia, seguridad, tranquilidad, la sencillez, simpatía, el respeto, respeto.





P. P.  
2015

## **12.- La organización del discurso**

### **Introducción**

Los lenguajes visuales -como la pintura, la escultura y la arquitectura- son espaciales y, en consecuencia, sus diferentes elementos están presentes en un momento determinado y son percibidos globalmente de manera simultánea. El lenguaje oral, por el contrario, -de la misma manera que la música y el cine- posee una dimensión lineal, es un proceso temporal que abarca, además de un presente momentáneo en continuo movimiento, un pasado que progresivamente se alarga y un futuro que inexorablemente se reduce hasta desaparecer.

Hemos de tener en cuenta, sin embargo, que un discurso es una obra unitaria y, en consecuencia, para que sea adecuadamente entendida y valorada, se han de considerar todas sus partes en sus relaciones mutuas. No es suficiente que el oyente escuche y entienda las palabras en el curso de la pronunciación, sino que es necesario que, en cierta medida, mantenga presente en la memoria

las ideas expuestas al comienzo del discurso y espere los conceptos que se van a presentar en la continuación. A partir de estas reflexiones podemos extraer dos conclusiones:

1. - El discurso debe estar dividido en partes.
2. - Las partes del discurso han de ser fáciles de retener y de relacionar entre sí.

Para explicar de manera clara las distintas funciones que ejerce, en la actualidad, la división del discurso en diferentes partes podemos compararlo con un viaje, con un paseo y con una aventura.

Creo que esta imagen del viaje nos puede servir para explicar algunas condiciones que el discurso ha de cumplir para despertar el interés de los oyentes, para mantener su atención, para evitar el aburrimiento y para justificar el cansancio inevitable. El orador ha de tener clara la meta y ha de proponerla de manera adecuada:

1. - Ha de dividir los discursos en etapas.
2. - Ha de proporcionar algunos descansos.
3. - Ha de mantener presente y operativo el objetivo a lo largo del discurso.

### **El discurso oratorio es un paseo**

En el paseo adquiere especial importancia el recorrido. Su razón de ser no estriba en el destino sino en el mismo camino. Cuando se recorre el camino, se

termina el paseo. El término no es la finalidad sino el final. El paseo ha de ser: relajado, sin la tensión que exige alcanzar la meta, variado, con alicientes múltiples, divertido, con estímulos que distraigan de las ocupaciones y de las preocupaciones ordinarias.

Con esta comparación pretendemos destacar algunas características fundamentales de determinados discursos que, en cierto grado, deben estar presentes en todas las disertaciones. El discurso ha de ser:

- sugerente, que estimule la imaginación y evoque los recuerdos de los oyentes,
- ameno, que evite el aburrimiento,
- distraído, que rompa la monotonía.

Estas características se fundamentan en la variedad de procedimientos, en los cambios de registros y en la riqueza de matices expresivos.

### **El discurso es una aventura**

La aventura se define por su meta incierta, sorprendente y arriesgada. Es una escapada de la monotonía de la vida ordinaria, una huida de la tranquilidad de las tareas laborales. La aventura es la búsqueda de experiencias nuevas, de sensaciones inéditas: es una mezcla de esperanza y de temor, de ilusiones y de engaños, de conquistas y de frustraciones.

### **Las funciones didácticas de la división del discurso**

En contra de las apariencias, la mayoría de los oyentes posee una escasa capacidad de atención y de concentración. La experiencia de cada uno de nosotros -si la consideramos por separado- nos confirma que, por muy buena voluntad que tengamos y por mucho que nos esforcemos, a los pocos minutos del comienzo de una conferencia, perdemos el hilo.

Si pretendemos que los oyentes escuchen, entiendan y retengan el discurso, si queremos que "aprendan" el contenido y que digieran su sustancia,

1. - Hemos de suministrarlo dividido, troceado,
2. - Hemos de abrir pausas entre las partes o colocar articulaciones,
3. - Dichas partes no han de exceder, normalmente, el número de cuatro.

### **13.- Las partes fundamentales del discurso**

Las partes fundamentales del discurso persuasivo son la introducción, la narración, la argumentación y el epílogo.

#### **La introducción**

El comienzo del discurso es siempre un momento delicado porque de él depende, en gran medida, todo lo que vendrá después.

1. - Es una parte necesaria y obligatoria: nunca se debe omitir.
2. - Es la primera en la "pronunciación" del discurso y la última en la "preparación".
3. - Su extensión, su contenido y su lenguaje dependen de los objetivos y de los contenidos del discurso.

Si queremos comprender la razón y el contenido de la introducción,

hemos de tener en cuenta que la introducción cumple las siguientes funciones:

1. - Saludar a los oyentes.
2. - Propiciar la aceptación personal del orador.
3. - Favorecer la disposición de escucha -de atención y de interés- del oyente
- 4.- Facilitar que los oyentes se apropien del contenido del discurso.

### **1. - El saludo a los oyentes**

Como cualquier encuentro entre personas educadas, el discurso debe empezar con un saludo. El saludo del orador sirve de palabras rituales de apertura del acto y debe contribuir eficazmente para romper el hielo del silencio o la barrera del murmullo previo; también ayuda a crear un clima de cordialidad.

El saludo es un elemento importante y, a veces, se convierte en la clave de interpretación de todo el discurso. Con esas dos o tres palabras introductorias se puede presentar un conjunto de informaciones de considerable valor y de notable influencia en la recepción del discurso.

En el saludo el oyente percibe la actitud de autosuficiencia, de temor, de

tensión, de seguridad, de respeto, de ansiedad, de confianza, de sinceridad; recibe una impresión global de aspectos que van a determinar la recepción del discurso como la espontaneidad, el control, el equilibrio, los complejos, la temperatura, la delicadeza, la cordialidad, la antipatía, la verdad o la mentira.

## 2. - La aceptación del orador

De la misma manera que hemos afirmado que pronunciar un discurso oratorio no es sólo articular palabras sino, sobre todo, hablar a alguien, y de la misma forma que hemos defendido que ese alguien -esos destinatarios- ha de estar presente y activo en todo el proceso de la preparación, sostenemos que escuchar un discurso no es sólo oír unas palabras sino, sobre todo, atender a alguien; es algo más que recibir una visita en nuestro hogar, es acogerlo, entenderlo y aceptarlo: es permitir que penetre en el interior de nuestra mente, en la profundidad de nuestros sentimientos, es dejar que se entrometa en nuestras vidas.

Aunque es posible y deseable que los oyentes acudan a escuchar el discurso convenientemente dispuestos, en cualquier caso, el orador ha de favorecer una actitud abierta. El momento más adecuado para lograr esta postura receptora es la **introducción** pero, a veces, será conveniente insistir en ello a lo largo de toda la disertación.

### 3. Favorecer una disposición de escucha.

Escuchar, como es sabido, no es lo mismo que oír; es mucho más, ya que, además de la mera recepción acústica, supone la interpretación y la valoración de su significado e, incluso, la apropiación selectiva de los mensajes.

Pero hemos de advertir que no siempre podemos dar por supuesta en los oyentes tal actitud de escucha: algunos asisten por asistir; otros, para contemplar un espectáculo; otros, para ser vistos; otros, para cumplir un rito...

El orador que pretenda ser escuchado deberá tocar los resortes adecuados para que los asistentes abran y orienten las antenas -los sentidos, la mente y el corazón- para que reciban y asimilen el discurso: para que lo escuchen con benevolencia, atención, docilidad y, sobre todo, con interés.

Pero hemos de recordar que:

- . Sólo se atiende y se entiende lo que responde a una pregunta previa.
- . La palabra, para que sea recibida, debe ser pedida.
- . Dicha pregunta podrá ser explícita o implícita, consciente o inconsciente, pero, en cualquier caso, debe existir.
- . El discurso, para que "diga algo" a "alguien" ("no me dice nada", "no me interesa" ...) debe conectar con las cuestiones que preocupan, inquietan, interesan a los oyentes.
- . Por eso, el orador debe procurar actualizar la pregunta, proponer la cuestión, plantear el problema. La pregunta -que, insistimos, deberá estar

conectada con los intereses del auditorio- tendrá que ser adecuada: acomodada a la respuesta que va a proporcionar el orador.

Hemos de tener claro que cuestionar un hecho, un principio, un juicio, un valor... no es sencillamente formularlo como una pregunta o entre signos de interrogación. Cuestionar es humanizar la existencia, situarla en el horizonte de los grandes problemas que preocupan, conectarla con las situaciones vitales, con las aspiraciones y con los intereses, con los temores y con las frustraciones.

Para disponer a un oyente a la escucha hay que activar su inquietudes, sus preocupaciones inevitables. La generación de expectativas es una tarea delicada y arriesgada -que hemos de dosificar y equilibrar- ya que un exceso produce ansiedad y frustración. Debemos tener muy en cuenta que la capacidad de la mayoría de las personas para prestar atención a las palabras de un conferenciante es mínima. Muchas veces los oyentes se fijan más en los gestos y en el tono del conferenciante que en el hilo del discurso.

### **Facilitar la apropiación del contenido del discurso**

Aunque lograr la apropiación del discurso sea la meta de toda la disertación, de sus diferentes partes y de sus múltiples recursos, nosotros creemos que la introducción también se debe aprovechar para eliminar barreras que impidan la asimilación del contenido y para abrir vías que faciliten la adecuada "digestión".

Esta función se podrá lograr deshaciendo prejuicios, delimitando el tema,

aclarando conceptos o eliminando malentendidos.

Un procedimiento frecuente para centrar la atención de los oyentes es empezar con una cita como, por ejemplo, la siguiente:

"La política -advirtió Ortega en 1923, en las páginas que escribió para presentar la *Revista de Occidente*- no aspira nunca a entender las cosas". Podemos añadir que, en ocasiones, sólo contribuye a confundirlas, a enturbiar su comprensión, a impedir incluso su hipotética solución.

Recordemos cómo el nacionalismo, por ejemplo, fue en gran medida una reacción emocional de masas que constituyó un factor de transformación de la época contemporánea y que encierra el peligro de la violencia y de la destrucción. Consideremos los hechos de los Balcanes, del Oriente Medio, de la ex Unión Soviética, del Ulster o del País Vasco.

### **El núcleo del discurso**

El núcleo es la parte central y la más importante del discurso. En torno a él han de girar las otras dos partes: la introducción y la conclusión. El núcleo es el factor que determina el contenido y la expresión de dichas dos partes, por eso, se ha de elaborar en primer lugar.

El núcleo se ha de subdividir por las mismas razones que hemos aducido al referirnos al discurso entero. Es conveniente, además, que se anuncie el número de partes en las que se articula y el fundamento o el criterio en el que se apoya su división.

### **La conclusión del discurso**

La conclusión es la parte final del discurso con la que el orador recuerda al destinatario lo más relevante de lo expuesto en las secciones anteriores, con insistencia en la posición argumentativa que ha adoptado y con la que influye en los afectos del destinatario con el fin de hacer que su decisión le sea favorable.

La conclusión del discurso es su final y está constituida por el resumen del núcleo, por el resultado de las reflexiones y por las despedidas de los oyentes. En primer lugar, por lo tanto, la conclusión debe contener un esquema en el que, de manera clara y ordenada, se condensan las ideas o los datos fundamentales que se han explicado en el núcleo, el extracto de aquellas informaciones que, a juicio del orador, ha de quedar marcado en la memoria de los oyentes.

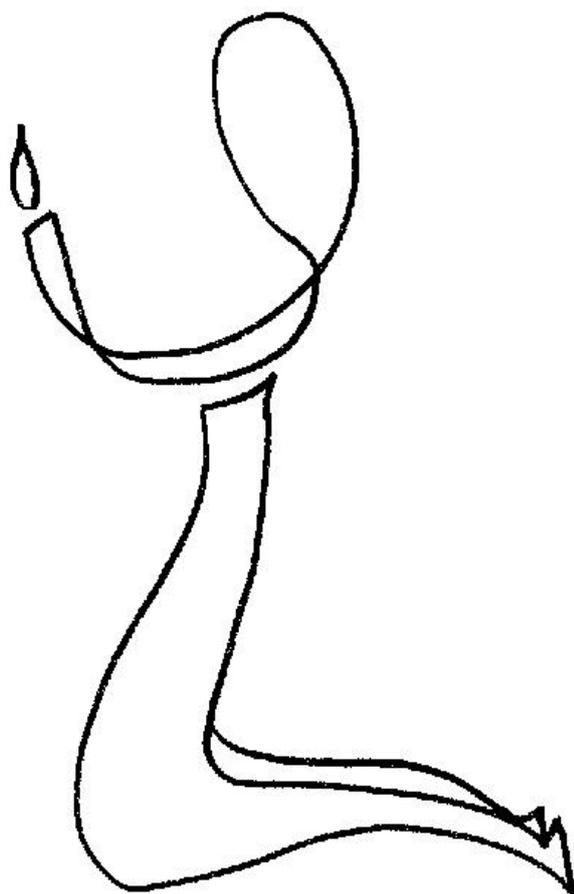
En segundo lugar, la conclusión consiste en la exposición de los resultados obtenidos tras la reflexión efectuada durante la parte central del discurso. En la conclusión se recogen los frutos.

En tercer lugar, la conclusión sirve para despedir a los oyentes, para agradecer su asistencia, su atención y su interés, y, a veces, para expresarles deseos de bienestar.

Finalmente, la conclusión tiene por objeto arrancar un aplauso de aprobación. Las palmas finales de un discurso sirven para que el público

expresarse de manera sonora su admiración al orador y su gratitud por sus palabras; para medir el grado de asimilación de los contenidos de la disertación, el nivel de adhesión a los mensajes lanzados y, en resumen, la intensidad de identificación con el orador.





P.P.  
2015

## **Los tipos de discursos**

La configuración de un discurso depende, en gran medida, de diferentes factores: no se prepara ni se emite igual una conferencia que la presentación de un orador o la participación en una mesa redonda. Debemos, pues, referirnos a los “tipos” o “géneros de discurso”, entendiendo por tales los cauces por los que discurre una disertación; los moldes que imponen formas y determinan los procedimientos que se habrán de emplear. Cada género de discurso vendrá determinado por diferentes criterios, según sean los contenidos, los objetivos, los formatos o la modalidad de intervención. Nos referiremos a estos dos últimos.

### **1- Tipos del discurso según el formato**

El formato del discurso consiste en la fórmula de presentación y de representación del discurso; está determinado por el papel que desempeña el actor o los actores y, en definitiva, por la manera de llevar a cabo la puesta en escena. Podemos distinguir cuatro grupos: uno, desempeñado por una sola persona (la disertación individual); los tres restantes, por varias (la mesa redonda, la tertulia y el debate).

### **La disertación individual**

Es la que pronuncia un solo orador y a ella nos hemos referido en apartados anteriores al hablar de la preparación, el diseño y la pronunciación del discurso. Insistimos en que, para evitar el posible aburrimiento del público, el discurso debe ser corto, variado e interesante.

### **La mesa redonda**

Al contar con varios participantes (y, en consecuencia, integrar varios niveles de interlocución), supone una fórmula más dinámica: los diferentes miembros que la componen exponen sus propias ideas y hablan entre ellos para transmitir información a los oyentes. Con este tipo de intervención, el discurso resulta más variado y, en consecuencia, capta mejor la atención del público. Para lograr la mayor eficacia comunicativa, las intervenciones deberán ser breves, diversas, complementarias y convergentes.

### **La tertulia**

Debemos distinguir dos tipos de tertulia: la “inmanente” (que empieza y termina en ella misma, en la que los “contertulios” son a la vez hablantes y destinatarios), y la “trascendente”, concebida y desarrollada entre “tertulianos” para enviar mensajes a un público o auditorio (como las que se desarrollan en programas radiofónicos o televisivos).

Las tertulias son más ágiles y espontáneas que las mesas redondas. En el caso de la que denominamos “tertulia trascendente”, para que cumplan eficazmente su función y no caigan en la superficialidad e incluso en la

frivolidad, deben evitarse las interferencias entre los participantes, el monopolio de uno de ellos o el desconocimiento de los temas que se plantean por parte de sus miembros.

### **El debate**

Consiste en la discusión sobre un tema en la que intervienen dos o más personas. Actualmente, cada uno de los contendientes que participa en un debate suele presentar un punto de vista diferente sobre la cuestión objeto de discusión; por esa razón, se interpretan como verdaderos combates dialécticos a los que asisten partidarios de los que intervienen en él; incluso se decide quién gana o quién resulta vencido en la “lucha”.

### **2- Tipos de discurso según la modalidad de intervención**

Todos estos tipos tienen en común la brevedad y la ocasionalidad: nos referiremos, pues, a las presentaciones de oradores, a las conclusiones de un acto, a la moderación de una reunión, y a las preguntas y las aportaciones de los oyentes.

#### **Las presentaciones de oradores**

Se trata de una fórmula ritual, necesariamente breve, que sirve para enmarcar en su contexto y en el ámbito adecuado la presencia y la intervención de un orador: nunca, pues, se debe acudir a la tan repetida fórmula “El Sr.... no necesita presentación”.

El presentador tiene que ser consciente de que él **no es** el protagonista; por tanto, habrá de evitar cualquier referencia a sí mismo así como desarrollar previamente el tema objeto de la disertación. Tampoco debe contar la biografía

completa de aquel a quien presenta: conviene que seleccione los datos que justifiquen la presencia del orador en ese acto. Asimismo, al finalizar la presentación debe mostrar su satisfacción por la oportunidad de contar con el orador y agradecerle su intervención.

### **Las conclusiones de los actos**

Tanto si se lleva a cabo por el orador como por la persona que lo ha presentado, la conclusión de un acto debe ser breve y escueta. En el primer caso, resulta totalmente impertinente anunciar reiteradamente el final de la intervención... sin que esta se produzca realmente. La conclusión más eficaz debe limitarse a hacer un breve resumen de los resultados y agradecer la asistencia de los presentes. De forma similar a la introducción, el presentador del acto no debe repetir las palabras del orador, ni hacer una glosa ni un comentario de su discurso: puede limitarse a dar las gracias nuevamente –tanto al orador como al público por su presencia- con fórmulas como ésta: “Damos las gracias a..... por su interesante discurso. Hemos aprendido y disfrutado con su intervención. Muchas gracias también a todos por su asistencia”.

### **La moderación de una reunión**

El moderador de una reunión actúa como un maestro de ceremonias: es el responsable del cumplimiento tanto del orden como del tiempo destinado a las intervenciones. Su función consiste en iniciar y terminar el acto; conceder y retirar la palabra... pero debe abstenerse de intervenir en los contenidos y de enjuiciar o interpretar las aportaciones de cada uno de los participantes. Deberá conjugar el respeto a las normas previamente establecidas para el desarrollo del acto con la flexibilidad de su aplicación.

### **Las preguntas y las intervenciones de los oyentes**

Es frecuente que, al final de una intervención (tanto individual como colectiva) se permita al público asistente formular alguna pregunta o efectuar alguna observación. Se trata de una opción que entraña ciertos peligros: mientras que a veces el público permanece mudo, en otros casos ocurre que alguno de los presentes aprovecha para “pronunciar” su propia conferencia con el fin de que el resto de los asistentes admire sus grandes conocimientos sobre la materia, o para contar su propia vida, o para rebatir totalmente lo dicho por el orador...

Tanto para preguntar como para aportar algún dato tras una intervención, conviene dominar el tema que se ha tratado en ella. Para que sean realmente útiles, las intervenciones del público deberán ser pertinentes, oportunas, claras, concretas y elaboradas. Y, por supuesto, breves. Lo ideal es llevar algún guión previo, preferentemente formulado por escrito.



## **Apéndice**

En este apartado final incluimos las respuestas que hemos proporcionado a las preguntas más frecuentes formuladas por participantes en algunos de nuestros cursos sobre comunicación. En primer lugar, nos han perdido que trazáramos las líneas más importantes que definen el perfil del **comunicador**

Para trazar el perfil adecuado del comunicador nos apoyamos en los siguientes supuestos básicos:

- 1º.- Aunque algunas cualidades innatas facilitan el aprendizaje de las destrezas y de las técnicas que exige la tarea de comunicar, es posible alcanzar un nivel aceptable de habilidades si se adquieren los conocimientos necesarios mediante el estudio, y si se desarrollan las cualidades personales –en ocasiones desconocidas- a través de ejercicios prácticos adecuadamente articulados y hábilmente dirigidos.

- 2º.- El ejercicio de la comunicación es una actividad compleja que exige, además de la adopción de diversas disposiciones psicológicas y de diferentes actitudes sociológicas, el dominio de algunas pautas lingüísticas y de diversas técnicas retóricas.
- 3º.- Los modelos de comunicadores pueden ser diferentes dependiendo de las características personales de los profesionales, la naturaleza de los contenidos que han de explicar y de las peculiaridades de los mensajes que pretendan transmitir.
- 4º.- Mediante una adecuada preparación, es posible alcanzar un nivel satisfactorio de destreza y de eficacia comunicativas.

Como explicamos anteriormente, concebimos la “comunicación” como el nivel supremo de la relación interpersonal: es la cumbre a la que llegamos mediante la transmisión de mensajes que expresamos a través de nuestra imagen personal, de la modulación de la voz, de la explicación de los contenidos y del uso de los procedimientos racionales, psicológicos y literarios del discurso oral o escrito.

La comunicación propicia la identificación, al menos parcial, con el emisor del discurso a través de la aceptación de unas propuestas que, generando deseos o ilusiones, sirven de pautas de comportamiento.

**¿Cuáles son las destrezas que ha de desarrollar un comunicador?**

Designamos con el término de “comunicador” al hablante que posee las destrezas de

- suscitar la curiosidad de los oyentes
- generar preguntas
- despertar su interés
- mantener su atención
- explicar con claridad un asunto
- transmitir mensajes
- propiciar la aceptación de propuestas
- lograr la identificación con proyectos
- estimular compromisos

- cambiar las actitudes.

- mover a la acción.

Como resumen podemos repetir los fines definidos por la Retórica clásica: *docere* –enseñar-, *delectare* –agradar-, *movere* –mover-.

### **¿Dónde se apoya la eficacia comunicativa?**

Uno de los principales pilares sobre los que se apoya la eficacia comunicativa es la credibilidad que inspira el comunicador, una cualidad que está determinada por tres factores pertenecientes, respectivamente, a los ámbitos éticos, psicológicos y profesionales:

- Su integridad, que genera la convicción de que, aunque pueda equivocarse, no nos engañará.
- Su coherencia entre su discurso y sus comportamientos.
- Su equilibrio emocional y su capacidad de empatía.
- Su competencia profesional, que transmite la convicción de que habla de lo que sabe, de lo que ha aprendido por el estudio o por la experiencia.

### **¿Cuáles son los rasgos principales que definen al comunicador?**

En nuestra propuesta recogemos las cualidades que hemos advertido en diferentes profesionales que son considerados como buenos comunicadores. Podemos afirmar que, en líneas generales, coinciden con las aptitudes con las que Caridad Hernández define a los creadores:

- actitud abierta y crítica frente al entorno,
- adaptabilidad a las diversas condiciones del medio,
- capacidad de reacción,
- posibilidad de percibir cambios en su campo perceptivo,
- interés y predilección por lo nuevo
- persistencia y confianza en la solución de los problemas,
- fuerza del “yo”,

- aceptación de sí mismo,
- autonomía personal e independencia de juicio,
- rapidez para producir ideas,
- flexibilidad de pensamiento,
- capacidad de análisis y de síntesis.

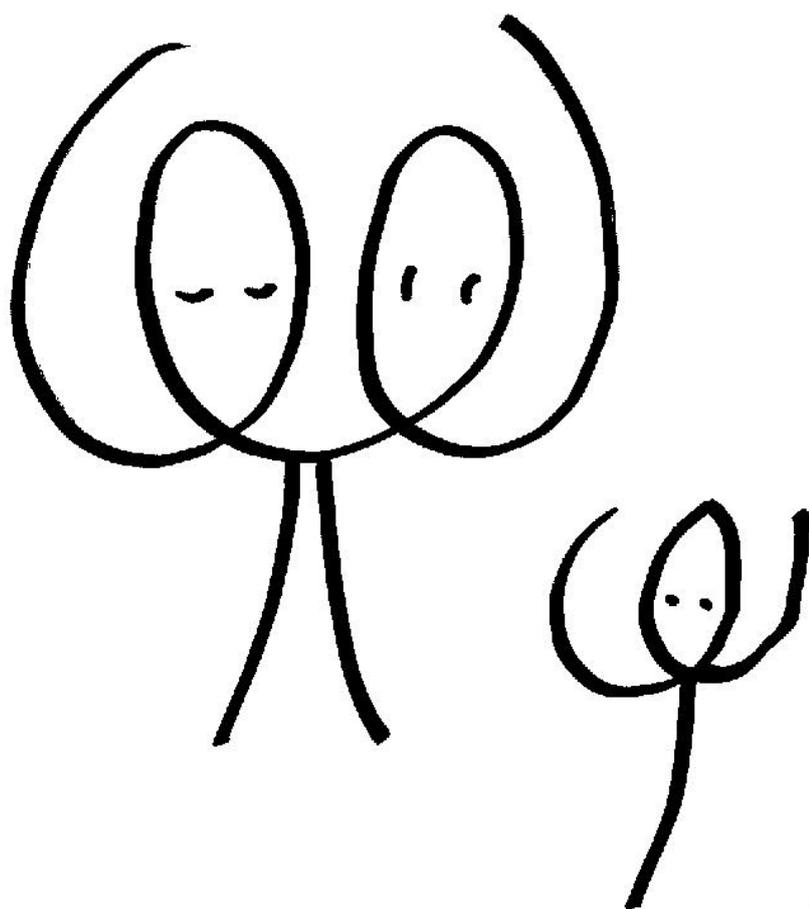
### **¿Cuándo podemos afirmar que un comunicador ha hablado bien?**

Por escasos que sean nuestros conocimientos teóricos y técnicos sobre la comunicación, todos los oyentes advertimos cuándo un hablante se comunica bien o cuándo, por el contrario, lo hace mal. En contra de lo que nos ocurre con otras artes como, por ejemplo, con la pintura, con la escultura, con la arquitectura o con la música, nos resulta fácil diagnosticar el grado de competencia comunicativa de los diferentes profesionales de la palabra.

Cuando afirmamos que una conferencia es larga, pesada, aburrida, ininteligible, inaguantable, vacía, inoportuna o, simplemente, mala, estamos señalando unos defectos graves que no sólo deben ser descritos de forma clara y rigurosa, sino que pueden proporcionarnos unas pistas orientadoras para conocer las cualidades de los discursos persuasivos.

Como conclusión de estos análisis, podemos afirmar que la perspectiva más adecuada para identificar los rasgos que definen al buen comunicador es la de los oyentes. Pero este ejercicio crítico sólo será válido y eficaz si, mediante una serie de preguntas oportunas y hábilmente encadenadas, profundizamos en

los hechos que determinan esas impresiones negativas. El método adecuado consiste en explicitar unos criterios mediante los cuales dichas impresiones se convierten en juicios razonados y en pautas prácticas para el aprendizaje de la comunicación.



P.P.  
2015

### **¿Qué cualidades son imprescindibles en el comunicador?**

Aunque hemos afirmado que, con una adecuada preparación teórica y práctica, la mayoría de los hablantes podemos mejorar notablemente nuestras habilidades comunicativas, reconocemos que sólo alcanzarán un elevado nivel persuasivo quienes estén adornados de una serie de cualidades que, al menos en un grado elemental, son imprescindibles. Las principales son las siguientes:

- Una voluntad decidida de llegar a ser comunicador.
- Una agudeza introspectiva suficiente para analizar el significado de sus experiencias.
- Curiosidad por conocer los sucesos de actualidad.
- Habilidad para descubrir las expectativas de los destinatarios.
- Amor a la palabra clara, transparente y exacta.
- Deseos de seguir creciendo.
- Sensibilidad solidaria.



### **¿Qué destrezas debe desarrollar, tanto verbales como no verbales?**

El profesional que pretenda elevar el nivel de su eficacia comunicativa tendrá que desarrollar las siguientes destrezas pertenecientes respectivamente a los ámbitos no verbales y verbales:

#### **Destrezas no verbales**

- Saber callar y administrar hábilmente las presencias y las ausencias, las actuaciones y las inhibiciones, las pausas y los silencios.
- Saber escuchar atentamente, interpretar adecuadamente y valorar con rigor los interrogantes, las expectativas y demandas explícitas o implícitas de los destinatarios de sus discursos.
- Prestar atención para leer las expresiones de los rostros.
- La autocrítica serena y permanente.
- La elección de diferentes modelos de identificación.

- El hábito de analizar críticamente las intervenciones de los comunicadores profesionales.
- La paciencia y la tenacidad para progresar de manera gradual y continua.

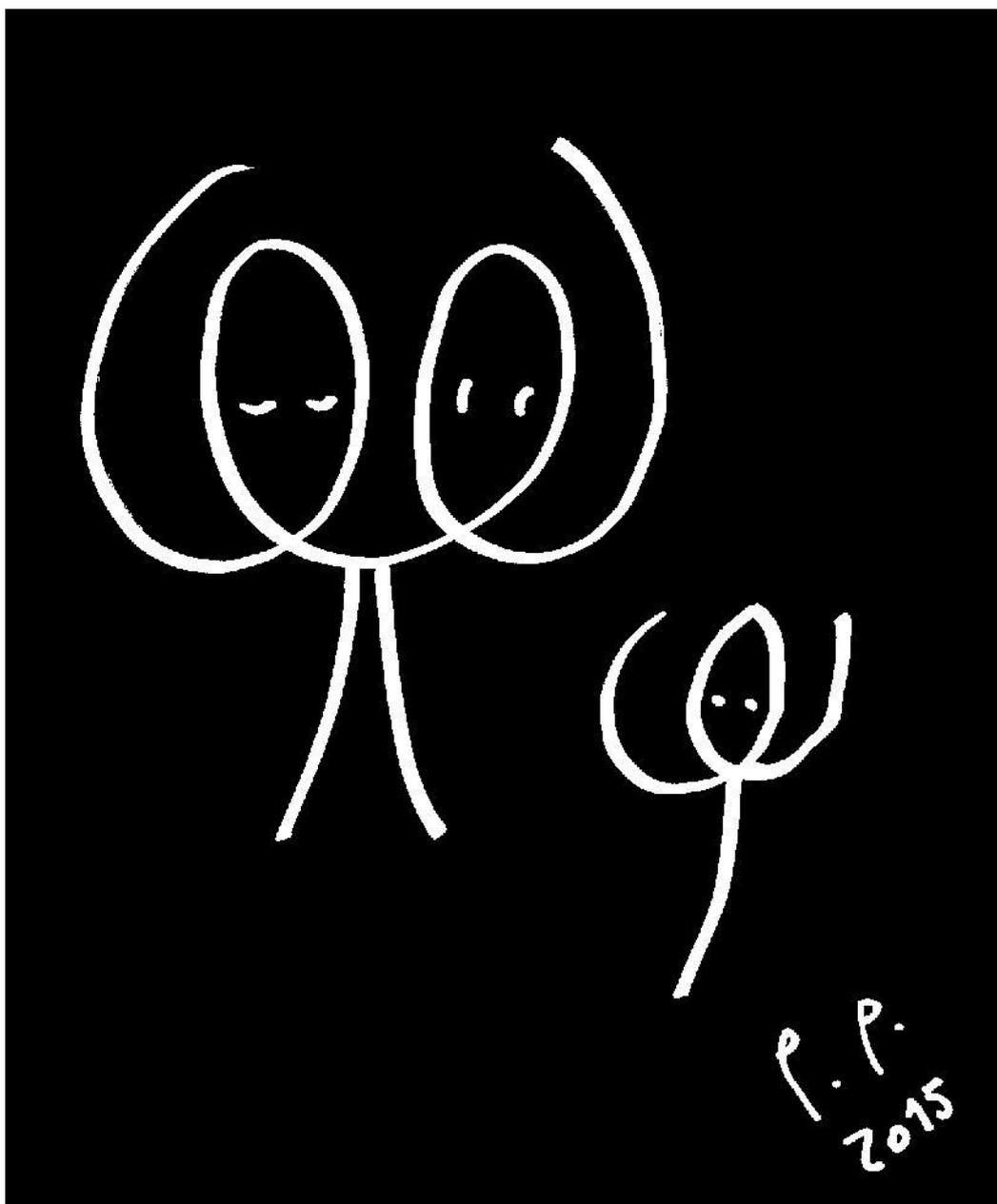
### **Destrezas verbales**

- Agilidad y claridad en la articulación de los sonidos.
- Corrección gramatical.
- Riqueza y precisión léxica.
- Dominio de los procedimientos retóricos.
- Creatividad literaria.

### **¿En qué se apoyan sus respuestas?**

La formulación de los criterios para evaluar la calidad comunicativa de los profesionales de la palabra, y para elaborar las pautas que orienten el desarrollo de las destrezas expresivas, explicativas, retóricas y dialécticas, se apoyan en los principios establecidos en las Ciencias Humanas y en las conclusiones extraídas de los análisis de los discurso que escuchamos y de los que pronunciamos.

Aunque es cierto que la calidad comunicativa depende, en cierta medida, de la observancia de algunas normas lingüísticas –fonéticas, gramaticales y léxico-semánticas- también es verdad que las claves de la mayoría de los problemas que dificultan una comunicación fluida, amena y eficaz, y las raíces de las soluciones son fórmulas complejas explicadas por las diferentes Ciencias Humanas.



**¿Es suficiente el estudio de manuales para mejorar nuestras habilidades comunicativas?**

Los principios teóricos, los criterios de análisis y las pautas metodológicas proporcionados por los manuales y por las diferentes ciencias humanas sólo sirven en la medida en la que los utilizamos como fórmulas operativas en los tres procesos de preparación, de pronunciación y de crítica de los discursos.

El aprendizaje y el perfeccionamiento de las diferentes destrezas comunicativas hemos de abordarlos mediante la realización de unos ejercicios escalonados en los que expliquemos y apliquemos las técnicas derivadas de las diferentes teorías científicas actuales.

**¿Podemos establecer un modelo teórico para el aprendizaje y para el perfeccionamiento de la comunicación?**

El proceso de desarrollo de las competencias comunicativas ha de comenzar por un ejercicio de autocrítica mediante el cual se identifique el modelo de comunicador al que cada uno aspira dependiendo de la profesión que ejerza e, incluso, el perfil humano que lo caracteriza. A tal fin se tratará de conocer –además de las motivaciones- las cualidades que lo adornan y los defectos que lo limitan.

El procedimiento más eficaz es el de fijar la atención tanto en los profesionales más cualificados como en los que adolecen de mayores deficiencias. Para la realización de estos ejercicios de análisis de autocrítica es indispensable contar con la ayuda de especialistas experimentados que eviten

las confusiones entre las cualidades, los defectos y los rasgo del estilo personal. La corrección de los defectos ha de empezar por los más fáciles de identificar y de corregir.

**¿Cuáles son los principales estímulos externos para llegar a ser un buen comunicador?**

Las destrezas comunicativas, además de favorecer el ejercicio de la mayoría de las profesiones como, por ejemplo, la abogacía, la enseñanza, el periodismo, la medicina, la enfermería, la publicidad o el comercio, eleva nuestra autoestima, mejora las relaciones sociales y familiares, y enriquece la amistad. No es extraño, por lo tanto, que la Retórica, como ha ocurrido en toda la tradición occidental, se incluya en los planes de estudios de titulaciones universitarias como Derecho, Medicina, Ciencias de la Educación, Filosofía, Arquitectura, Ciencias de la Información e Ingeniería. Podemos afirmar que un adecuado aprendizaje de las destrezas comunicativas abre amplios espacios de oportunidades.

**¿Es posible indicar perfiles de comunicadores que neutralicen la idea de que hay un solo modelo o referente válido?**

Partimos del supuesto de que el modelo no es un personaje físico –ajeno y alejado de cada uno de nosotros- del que hemos de copiar sus excelentes habilidades sino, por el contrario, es un esquema teórico que, sin necesidad de que esté claramente definido ni detalladamente acabado, constituye un ideal alcanzable. Su perfil, por lo tanto, es diferente al que nos presentan los distintos profesionales, y va cambiando conforme ampliamos nuestras experiencias y a medida en que profundizamos en nuestros conocimientos teóricos y técnicos. El análisis de los modelos ajenos nos sirve, sin embargo, para descubrir nuestras posibilidades inéditas y nuestras carencias desconocidas.

### **¿Tiene sentido preguntarse por el carisma?**

Si usamos este término en su acepción coloquial y si aceptamos que es amplísima la diversidad de las destrezas que encierran las múltiples tareas comunicativas, podemos aceptar que son muchos los hablantes que poseen determinadas cualidades que, adecuadamente cultivadas, elevan notablemente su elocuencia retórica. Pero, para alcanzar estas metas, es imprescindible que pidamos ayuda a los expertos con el fin descubrir esos valores que, en la mayoría de los casos, permanecen ocultos o inhibidos.