

Las estrategias psicológicas de la Retórica

José Antonio Hernández Guerrero

Fuente: Biblioteca Miguel de Cervantes

Introducción

En este trabajo sólo pretendemos estimular una reflexión seria sobre los fundamentos teóricos y sobre los contenidos prácticos de las estrategias psicológicas de la Retórica. En él explicamos las razones que justifican que la Retórica moderna dedique su atención a unas destrezas que -como por ejemplo, la afinidad emocional, la armonía sentimental, la empatía psicológica o la adaptación sociológica- son habilidades necesarias para lograr el fin de la oratoria: la persuasión.

Podemos afirmar que las habilidades mediante las cuales se establecen y se desarrollan las relaciones humanas - eminentemente psicológicas- constituyen unos instrumentos esenciales para lograr los objetivos de cualquier tipo de discursos oratorios. Pretendemos, por lo tanto, que esta propuesta sea útil.

El capítulo está dividido en tres partes desiguales: en la primera establecemos la base teórica; en la segunda formulamos algunas consideraciones históricas y en la tercera proponemos diversas estrategias psicológicas.

Base teórica

La base teórica de esta reflexión está constituida por tres principios: la Retórica es una asignatura pluri e interdisciplinar; la Psicología constituye el epicentro de las Ciencias Humanas y el fundamento de la Retórica y, finalmente, el ser humano es lenguaje: el alma del hombre es la palabra.

De estos tres principios teóricos extraemos una conclusión: la Retórica es una disciplina eminentemente psicológica. Esta naturaleza está confirmada, además, por la tradición clásica y por el pensamiento moderno

Las propuestas concretas y las pautas prácticas -las estrategias psicológicas que proponemos a continuación- están apoyadas en teorías modernas suficientemente acreditadas y, sobre todo, en análisis introspectivos de los comportamientos propios y ajenos como emisores y como receptores de los discursos.

La Psicología constituye el epicentro de las Ciencias Humanas

Sin necesidad de caer en un ingenuo e ineficaz «pampsiquismo», hemos de reconocer que todas las acciones y todos los comportamientos humanos poseen una dimensión psicológica. La Psicología de los agentes y de los pacientes de las actividades humanas, el perfil mental y emotivo de los actores y de los espectadores de cualquier episodio humano, constituyen unos datos imprescindibles para explicar y para valorar su sentido y para comprender los mecanismos internos que hacen posible sus peculiares conductas.

El elemento psicológico es precisamente el factor que caracteriza las actuaciones de los seres humanos y el rasgo que las diferencia de los fenómenos físicos de la naturaleza inanimada y del funcionamiento de las máquinas y de los artefactos.

En una opción política, en una actitud ética, en un sentimiento religioso, en una elección profesional, en la aceptación de una teoría filosófica o científica, en el juicio de un hecho, en el padecimiento o en la curación de una enfermedad, interviene, de una manera consciente o inconsciente y de forma variable, el temperamento del sujeto, su estado de ánimo, su equilibrio psíquico y su madurez emocional. Esta influencia decisiva se hace más patente en el uso del lenguaje y en el empleo de la palabra que depende, en gran medida, del tipo de relaciones que mantengamos con nosotros mismos y del modo en el que nos relacionemos con los demás. Este principio es, en mi opinión, tan cierto que nos lleva a afirmar que el ser humano es lenguaje (véanse los presupuestos básicos).

La Retórica es una disciplina eminentemente

psicológica

Sin pretender caer en un ingenuo reduccionismo, nos atrevemos a proponer, como hipótesis de nuestro trabajo, la consideración de la base psicológica de la teoría y de la práctica retóricas; nuestros análisis pretenden identificar el carácter psicológico de los conceptos fundamentales y de las estrategias específicas de la Retórica.

En el ámbito de la Retórica práctica se parte del supuesto implícito de que la oratoria es un destreza fundamentalmente psicológica. Las recetas de los best-sellers norteamericanos y las pautas de los manuales europeos poseen unos contenidos psicológicos. Los libros titulados *¿Cómo hablar en público?* ofrecen unas pautas y unos procedimientos similares a los titulados *¿Cómo tener amigos?*, *¿Cómo triunfar en los negocios?*, *¿Cómo ser feliz?*

El gran público lee estas obras como si fueran un conjunto de principios metafísicos, una serie de soluciones mágicas o de dogmas de fe. Los estudiosos y los especialistas (sobre todo los filólogos) las ignoran y las desprecian como si fueran meras obviedades o simple palabrería. Opino que la actitud sería la del que las lee con atención y trata de identificar la consistencia científica y el fundamento objetivo de sus propuestas. Una primera reflexión nos advierte que la persuasión -igual que el bienestar, la felicidad, el éxito y el triunfo- se logra, en gran medida, dominando los resortes psicológicos.

Por todas estas razones podemos afirmar que la oratoria, más que una cuestión de Gramática o de Lingüística, constituye un objeto de estudio de una Retórica que incluye nociones de la Psicología, de la Semiótica, de la Dialéctica y de la Poética; la oratoria 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 y una pantalla que destaca y amplía las cualidades y los defectos del orador.

En este libro emprendemos, por lo tanto, una relectura de las nociones tradicionales y una reformulación de las pautas básicas que han de orientar el desarrollo de las destrezas de este arte de la palabra pública.

Consideraciones históricas. Las raíces de la tradición clásica

Reconocemos que no se trata de un proyecto novedoso ni de un planteamiento original ya que, desde sus orígenes, los teóricos han incluido en sus

análisis y en sus reflexiones múltiples consideraciones de naturaleza psicológica, y sabemos cómo los oradores más elocuentes han mostrado una aguda penetración psicológica.

Ya sabemos que en la Antigüedad Clásica se cultivó una concepción de la Retórica basada en los mecanismos psicológicos. El profesor López Eire ha identificado las raíces psicológicas que explican el poder «taumatúrgico» que sirvió de base para aquella interpretación *psicagógica* tan extendida entre los antiguos griegos¹.

Es necesario que analicemos científicamente y que aprovechemos racionalmente ese incomprensible poder del lenguaje humano cuya eficacia determinó que las culturas primitivas le atribuyeran unos orígenes y unos caracteres sobrenaturales². Desde esta perspectiva psicológica podemos releer el importante papel que asignan todas las grandes religiones a la doctrina del Verbo divino en la creación del mundo y en la institución de lo real. Con estas claves debemos reinterpretar los diversos mitos sobre la creación humana que expresan la idea de que el lenguaje es un don divino, un regalo que el hombre recibe junto a otras facultades como la vista, el oído, etc.³.

Apoyándonos en las investigaciones actuales, podemos valorar las teorías vertidas en las primeras Retóricas cuyos orígenes están localizados, como es sabido, en la Grecia del siglo V a. J. C. Recordemos cómo concedían a la palabra tanta fuerza por su capacidad de emocionar, que hasta le atribuían efectos mágicos propios de los hechizos y de los encantamientos⁴.

Es más, en sus orígenes, se concibe a la Oratoria como una capacidad, como un arte pragmático y a la Retórica como una disciplina fundamentalmente transformadora *-psicagógica-* porque, ya según el sofista Gorgias de Leontino (siglo V a. J. C.)⁵, enseña a componer discursos que, como drogas del alma, suscitan en los oyentes emociones, cautivan, embelesan y roban la voluntad de los oyentes por medio del sentimiento y del placer⁶. El poder de la palabra -como todo poder- es, efectivamente, ambivalente, posee valores contrapuestos: puede construir y destruir, salvar y condenar, defender y ofender, curar y matar; es una herramienta eficaz y un arma peligrosa⁷.

Es cierto que Platón⁸ prefirió una «Retórica filosófica», apoyada en la argumentación, próxima a la Dialéctica y no alejada, por lo tanto, del camino recto de la Verdad. Pero no podemos olvidar que él era consciente de que la Retórica no podía perder totalmente su dimensión «mágica» ni su contenido emocional.

Aristóteles, su discípulo, fue quien estudió las emociones, no sólo al tratar los tipos de *argumentos* o *pisteis* -«las pruebas *lógicas*, basadas en el *contenido* o *argumento del discurso*, y las dos de orden *psicológico*: las que se apoyan en el *carácter* del *orador* y las que dependen del *carácter* del *oyente*»- (López Eire, 1995: 24), sino también, en el capítulo del *estilo*, en el que, junto a la exigencia

racional de claridad, propone tácticas de naturaleza *psicagógica*⁹.

El pensamiento moderno

Hoy podemos afirmar que el fundamento de la fuerza pragmática de la palabra para generar reacciones corporales y para estimular comportamientos personales y colectivos reside fundamentalmente en su capacidad para despertar emociones o, en otras palabras, en su carácter psicológico.

El pensamiento moderno -a partir de las reflexiones de los sensualistas, de los ideólogos y de los sentimentalistas de los siglos XVIII y XIX¹⁰- ha insistido en la dimensión psicológica de la palabra y en el carácter emocional de la búsqueda y del hallazgo de la verdad, en la transmisión de la información, en la explicación, en la argumentación y en la persuasión. Hemos de partir del supuesto de que hablar es pensar, expresar, confesar, significar, contar, describir, comunicar, ocultar, disimular y mentir¹¹. 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 realidad¹². Antonio López Eire formula y resume estas ideas de manera clara y categórica: «Hablar es hacer; hablar es intervenir en una forma de conducta gobernada por leyes y de gran complejidad»¹³.

Con estas afirmaciones pretendemos desengañar a los que se conformen con unas recetas mágicas o con unas fórmulas infalibles para aprender a hablar en público¹⁴. 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 análisis posteriores¹⁵.

Las estrategias psicológicas

Para exponer de manera ordenada las diferentes estrategias psicológicas, analizaremos, en primer lugar, el sentido psicológico de la persuasión y, posteriormente, describiremos la dimensión psicológica de las cuatro funciones fundamentales del lenguaje: la expresiva o emotiva, la denotativa o referencial, la apelativa o conativa y la fática.

Estas cuatro funciones -que están presentes en cualquier discurso y que se conjugan, se equilibran o se desequilibran entre sí- ponen de manifiesto la personalidad, la salud mental o las perturbaciones psíquicas de los oradores y

determinan el éxito o el fracaso de los discursos oratorios.

Carácter psicológico de la persuasión

Persuadir es invitar a los oyentes a que se adhieran a unas ideas; es propiciar que acepten una teoría, que se identifiquen con una doctrina; es formular una propuesta para que los oyentes asuman y asimilen un mensaje, para que se identifiquen con unos valores representados por una institución o encarnados en un personaje. Persuadir es cambiar el pensamiento de los oyentes, es convertir sus ideas, es orientar sus actitudes, es estimular sus comportamientos. Persuadir es influir en la vida de los oyentes.

Podemos afirmar, en consecuencia, que la persuasión es un proceso, más emocional que racional, más psicológico que lógico, ya que en él intervienen, en diferentes proporciones, además de otros factores mentales, las emociones primarias¹⁶ que constituyen dimensiones decisivas, núcleos fundamentales y estratos profundos de la existencia humana; las emociones son, además, impulsos para la acción y programas de reacción automática¹⁷.

El orador que pretenda comunicarse con eficacia y con elocuencia deberá conocer los mecanismos mediante los cuales se despiertan, se orientan, se alimentan y se serenán las emociones. Los estudiosos de la Retórica no podemos perder de vista que en la última década hemos asistido a una eclosión sin precedentes de investigaciones filosóficas, psicológicas y neurológicas sobre las emociones¹⁸.

La consecuencia lógica será que la Retórica debe incluir el estudio del control de las emociones del orador y de los oyentes, la comprensión científica de los aspectos irracionales del psiquismo, el análisis de los mecanismos de la emoción, la identificación de las raíces de la torpeza y del malestar emocional y un inventario de los procedimientos para vencerlos¹⁹.

El contenido emocional de las nociones retóricas

La primera tarea que ha de emprender, tanto el retórico como el orador, es la de reflexionar sobre el contenido emocional de las nociones más empleadas en la Retórica: verdad, convicción, belleza, deleite, gusto, bondad, acción, sentimientos, afectos.

En segundo lugar, tendrán que analizar la naturaleza de las principales funciones retóricas o de las operaciones oratorias más importantes, como las de

transmitir información, ampliar el conocimiento, provocar la aceptación de mensajes, la adhesión a doctrinas, la identificación con personajes, la simpatía, la sencillez, la modestia, la sintonía.

¿Hemos caído en la cuenta en la naturaleza psicológica de la memoria o el recuerdo, el olvido?: no perdamos de vista que en la memoria no sólo se depositan ideas, sentimientos, sensaciones y experiencias, sino que el recuerdo -recordemos su etimología- está determinado y configurado fundamentalmente por contenidos psicológicos.

¿Se han fijado ustedes en la permanente e irresistible fuerza de la connotación? Todas las palabras poseen unos significados connotativos, el uso las colorea sentimentalmente y las llena de calor emotivo: deténganse, por ejemplo en términos tan usuales como «amar», «cielo», «tierra», «agua», «arena», «lluvia», «sal», «hierro», «piel», «sangre», «carne» o «nervio».

Repasemos el valor de las operaciones retóricas como la «acción» o «pronunciación», o lo que llama Cicerón *eloquentia corporis*. Fijémonos en el contenido emotivo de las imágenes, del interés, de la atención o del gusto. En la palabra se anudan «el vivir y el decir», la vida y el discurso, o, mejor dicho, el discurso de la vida.

Función expresiva y estrategias psicológicas

La primera y la principal función oratoria es la expresiva. Es la primera en un orden cronológico y es la principal en un orden pragmático. El mensaje primero y el más importante que transmite el orador es su propia persona. Con su sola presencia se define: revela quién es y cómo es.

Lo primero que el orador dice es quién es, quién quiere ser y quién no quiere ser; qué quiere ser o qué no quiere ser. Y lo dice con su sola presencia. Los mensajes más importantes de un discurso oratorio son aquellos que el orador transmite con su figura, con toda su persona: con sus movimientos, con sus gestos, con sus atuendos, con el tono de su voz. Afirmamos que son los más importantes porque constituyen los argumentos en los que de hecho se apoya la credibilidad de sus mensajes orales y la aceptación o el rechazo de sus palabras.

Todos sabemos que hablamos con la expresión del rostro. Todos hemos experimentado cómo la cara y, especialmente, los ojos y los labios, hablan de una manera eficaz, directa, clara y elocuente: la expresión del rostro dice mucho más que las palabras, explica estados de ánimo; descubre aquellas emociones y aquellos sentimientos que, por falta de habilidad o por exceso de pudor, no sabemos o no queremos expresar con discursos lingüísticos.

Se suele decir que la cara es el espejo del alma. Yo pienso que la cara es mucho más: la cara es el alma. Con la expresión de la cara decimos muchas más cosas y más verdaderas que con las palabras articuladas. Algunas sensaciones, emociones y sentimientos -la atención, el miedo, los celos, la sorpresa, la simpatía, el asco, la indiferencia, el sufrimiento, la tristeza, el placer o el gusto- no se pueden traducir de manera adecuada con palabras, pero las decimos con la mirada, con la boca y con todos los músculos de la cara. Esta convicción la ponen de manifiesto algunas expresiones del lenguaje ordinario muy repetidas como, por ejemplo: «lo he visto escrito en su rostro», «tiene cara de pocos amigos», «tiene mala cara».

Desde esta perspectiva psicológica, la oratoria se muestra como una manera de explorar la interioridad del hombre; como una forma de sacar a la luz sus zonas secretas ya que abren unas vías que permiten buscar las censuras fundamentales que estorban la comunicación entre el consciente y el inconsciente.

La oratoria, además, sirve como prueba o test para diagnosticar diversos problemas psíquicos, como medio de facilitar el acceso a la conciencia determinados conflictos interiores que, con diferente grado de gravedad o de violencia, pueden ser percibidos como debilitadores o, incluso, como destructores del yo.

Para analizar esta función expresiva hemos de centrar nuestra atención en el orador, en su equilibrio psíquico y en su competencia como comunicador: en ese conjunto de cualidades y de hábitos que facilitan la eficacia de sus discursos.

La expresividad del rostro

En la oratoria la verdad en la expresión del rostro se consigue relajando los músculos y desbloqueando la mente, quitando los frenos que hacen que la cara se convierta en una careta rígida y, sobre todo, controlando las emociones que contradicen o desvirtúan el contenido de los mensajes orales.

Las técnicas de aprendizaje de la expresividad facial tienen como finalidad, sobre todo, hacer transparente la expresión del rostro neutralizando las represiones. Es necesario, por lo tanto, que se desbloquee la mente. Además de la soltura verbal y de las destrezas del lenguaje, además del dominio de la materia de la que trata, además de la competencia y de la pericia, el orador ha de poseer y ha de usar procedimientos para desatar y para abrir su espíritu, para desbloquear la mente. ¿Qué es -nos preguntamos- el bloqueo psíquico?

El bloqueo o el miedo escénico

El bloqueo es un mecanismo de defensa ante una situación extraña, ante un clima adverso; es una reacción psíquica provocada por el temor a que, descubriendo nuestro interior, se rompa la imagen que creemos o que queremos dar; el bloqueo es también un agarrotamiento físico provocado por el miedo de que se pierda el control sobre uno mismo.

El bloqueo es una manera inconsciente de impedir que se descubra la intimidad de nuestro mundo interior; es una forma incontrolada de evitar que se pongan en evidencia nuestras limitaciones y nuestros defectos.

El bloqueo es una censura originada por el miedo a que el inconsciente se posea del sujeto y acabe por desposeerlo de su consciente; es la reacción psicósomática originada por el miedo a que la razón sea incapaz de coordinar la totalidad de sus elementos aparentemente heterogéneos surgidos del inconsciente.

¿Cuáles son las estrategias más elementales para romper el bloqueo?

Proponemos dos fórmulas opuestas y complementarias que hemos de desarrollar mediante el adecuado adiestramiento del conocimiento propio que abarca la autoestima y la humildad. Hemos de lograr este conocimiento examinando, tanto nuestra propia percepción, como la percepción que los oyentes tienen de nosotros.

La autoestima

La personalidad, la madurez -el *vir bonus* de Quintiliano- la construimos conociendo y valorando las propias cualidades físicas y mentales, las materiales y las espirituales. Para hablar con fluidez y con poder de convicción el orador ha de poseer un suficiente grado de autoestima y de autoconfianza, que no es lo mismo que autosatisfacción o autocomplacencia que conducen al autobombo. Una cosa es sentirse a gusto consigo mismo y otra muy diferente presumir y alardear.

La humildad

Consiste en el reconocimiento sereno de las propias limitaciones. Este conocimiento de las cualidades y de los defectos constituye la fórmula más adecuada para lograr el control de la propia ansiedad, la confianza en sí mismo y la capacidad para hacer frente al estrés. Esta aceptación de la propia personalidad es el camino para despertar confianza y para infundir respeto en los oyentes.

Advertimos que, cuando hablamos de «expresión» no queremos decir que debemos dar rienda suelta a nuestros sentimientos y dejar al descubierto todas nuestras intimidades, sino que nos referimos a la capacidad de expresar de manera controlada nuestros propios sentimientos del modo más adecuado y más eficaz, posibilitando la aceptación de los mensajes que pretendemos transmitir.

Creo que el término que mejor resume la anteriores ideas es el de «madurez», la palabra con la que tradicionalmente se ha designado el equilibrio y el dominio emocional. Hoy se habla de la «inteligencia emocional».

La función denotativa y las estrategias psicológicas

Partimos del supuesto fundamental de que el discurso oratorio ha de ser «interesante». Cuando nos decidimos a hablar en público, pretendemos, sobre todo, comunicarnos en el sentido más amplio y más profundo del término: deseamos que los oyentes nos escuchen, que comprendan nuestras palabras, que acepten nuestras ideas y que valoren nuestros mensajes. Pero hemos de reconocer que los oyentes sólo escuchan las palabras que les «interesan».

¿Qué es -nos preguntamos- el interés? Los oyentes oyen los sonidos y los ruidos que estimulan sus oídos; interpretan algunas palabras e incluso determinadas frases, pero sólo escuchan y asimilan las ideas que penetran hasta el interior de sus mentes, las que atraen su atención y las que interpretan sus aspiraciones más profundas o las que interpelan sus comportamientos más habituales. El resto las desechan mediante la distracción.

Podemos resumir estas reflexiones afirmando que al oyente sólo le interesan los mensajes que tienen que ver con su vida²⁰. No olvidemos que el interés y la atención de los oyentes, temas específicos de la Pedagogía, tienen una base psicológica. El interés y la atención tienen que ver con las aspiraciones íntimas y con los deseos profundos, con el mundo personal de la fantasía y de las emociones. Sólo interesan los asuntos que, de manera directa o indirecta, tienen que ver con el yo y con lo mío, con los que nos afecta, con los temas que

constituyen el objeto de nuestros amores o de nuestros odios, de nuestras ocupaciones o de nuestras preocupaciones.

Pero hemos de partir de un supuesto básico: el yo es una realidad cambiante y múltiple, es temporal y espacial, es unitaria y plural. Mi yo es mi pasado, mi presente y mi futuro, mis recuerdos, mis pensamientos actuales, mis proyectos y mis ilusiones. Mi yo es mi mente, mis emociones y mi espíritu; mi cuerpo, mis vestidos, mi casa, mi calle, mi ciudad y mi nación.

No se trata de reducir los temas a los asuntos personales del oyente sino de acercar y de relacionar cualquier cuestión con las materias que constituyen su existencia concreta, su vida individual, su ámbito familiar, su tarea profesional, sus relaciones sociales, sus opciones políticas y sus convicciones religiosas. Se trata, de presentar el tema por la cara en la que el oyente se ve reflejado. Para que un hecho sea interesante es necesario que entre en el mundo presente de los oyentes. Simplificando y ejemplificando podemos decir que el estudiante prepara el tema que puede salir en el examen.

El ámbito de la *elocutio*

Situándonos en el ámbito de la *elocutio* desde una perspectiva psicológica, hemos de prestar especial atención tanto a los procedimientos retóricos del nivel de la expresión como del nivel del contenido: al ritmo, a la rima, a la paronomasia, a la *derivatio*, al paralelismo, a la repetición, al pleonismo, a las hipérboles y, sobre todo, a las imágenes, la ironía, el sarcasmo y a todas las fórmulas de humor. Hemos de advertir que el ritmo, un fenómeno cósmico, físico y biológico, es un procedimiento artístico y, en especial, una estrategia psicológica. El ritmo acústico del discurso favorece la sintonía emotiva y facilita la aceptación racional de los mensajes. El paralelismo es un procedimiento de asociación física -temporal o espacial-; es una propuesta de aproximación lógica y una invitación a la identificación sentimental. La oposición -la contradicción o la paradoja- es una fórmula que provoca la sorpresa y facilita la comprensión.

Hemos de reconocer que la elaboración de imágenes -comparaciones o metáforas- constituye un procedimiento psicológico dotado de notable fuerza explicativa y demostrativa. No sólo porque las imágenes proporcionen un cuerpo material a las nociones y realidades inmateriales, sino porque, desde los análisis de Freud, hemos constatado que, para el ser humano, todas las cosas son otras cosas: sólo percibimos, medimos, valoramos y comprendemos los objetos y sus movimientos, sólo interpretamos a los hombres y a sus acciones, por comparación con nuestros objetos y con nuestros movimientos, con nuestra persona y con nuestros comportamientos.

Todas las realidades son significantes de otras realidades, todas las imágenes

tienden a la personificación y son estrategias psíquicas de acercamiento físico, racional y afectivo, de adhesión y de identificación. Explicar es comparar -relacionar o traducir- lo desconocido con lo conocido, lo extraño con lo familiar, lo ajeno con lo propio. Demostrar es mostrar, es desvelar, es descubrir, iluminar: es acercar una realidad al área de visión, al campo de comprensión.

El mecanismo psicológico de las imágenes es el mismo que el de los símbolos, que constituyen -como es sabido- soportes materiales de identificación colectiva. Cuando se grita «¡Viva España!», «¡Viva el Betis!» o «¡Viva Cristo Rey!», en el fondo se dice «¡Viva yo!».

La función apelativa y las estrategias psicológicas

Captar la benevolencia de los oyentes es el primer objetivo del orador. 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 psicológico²¹.

El orador, para hablar con comodidad, con fluidez y con acierto, necesita sentirse respetado, valorado, apreciado 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 favorable es palpable y existe antes del comienzo del discurso: el orador y el público se conocen y se estiman mutuamente; pero, en otras ocasiones, el orador es desconocido, se siente un extraño y, quizás, rechazado. En este caso es inevitable el empleo de estrategias variadas que «captan la benevolencia» de los oyentes y disuelvan los prejuicios negativos sustituyéndolos por disposiciones receptivas.

La estrategia fundamental, como dijimos anteriormente, es adoptar 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 ignorancias²².

Opinamos que la *Retorica ad Herennium*²³ ofrece múltiples fórmulas prácticas para «captar la benevolencia» de los oyentes. Aplicando un criterio estrictamente pragmático, agrupa distintos procedimientos -todos ellos de carácter psicológico- en torno a los diferentes factores de la comunicación oratoria: el orador, el adversario, los oyentes y el tema del discurso.

El orador ha de adoptar una sincera disposición de servicio; ha de mostrar un discreto dominio profesional del tema que aborda; ha de transmitir una confianza

plena en la capacidad comprensiva de los oyentes²⁴.

La «benevolencia» de los oyentes hacia el orador se capta, en segundo lugar, estimulando la «malevolencia» contra los adversarios. A tal fin, se descubrirán sus defectos y se denunciarán sus errores y sus vicios. Mediante una detallada descripción de sus maldades, el orador despertará hacia ellos el odio²⁵.

También se dispone favorablemente el ánimo de los oyentes reconociendo el acierto de sus rectos juicios, alabando sus dotes ponderativas -fortaleza, sabiduría, clemencia y nobleza- y transmitiéndoles, sobre todo, la confianza en la ecuanimidad de sus atinadas decisiones²⁶.

Finalmente, se propiciará la benevolencia de los oyentes subrayando los valores de las propias propuestas y debilitando la fuerza de las tesis adversarias²⁷.

La función fática y las estrategias psicológicas

Algunos mensajes sirven, sobre todo, para establecer la comunicación, para que el orador la prolongue o para que la interrumpa; para cerciorarse de que el canal de comunicación funciona («Oye, ¿me escuchas?»), para llamar al interlocutor o confirmar si su atención se mantiene («Bien oiréis lo que dirá...»). Esta orientación hacia -en términos de Malinowaki- la función fática implica la conexión, el contacto y la transmisión que se llevan a cabo mediante operaciones físicas, lingüísticas y emotivas; mediante la exposición de valores y la estimulación de estimaciones y de sentimientos. Conectar es empatizar con el público, es coincidir con sus intereses, es sintonizar con sus aspiraciones, es responder a sus expectativas, es situarse en su lugar y es, también y sobre todo, atraer al oyente hasta colocarlo en el sitio del orador.

Contactar con el público es acercarse y tocar -palpar con todos los sentidos-, es experimentar y hacer experimentar las sensaciones y los sentimientos comunes. El orador es un actor y -como si se tratara del protagonista de una obra teatral o cinematográfica, de un torero o de un cantante- conecta con el público, cuando logra que los espectadores se sientan actores, se crean que están delante del toro o que son ellos los que han marcado el gol.

Técnicas de conexión con el receptor

Como fórmulas prácticas para facilitar el acercamiento ideológico, imaginario y sentimental, proponemos varias vías complementarias, pertenecientes a

diferentes niveles y a distintos ámbitos

- En primer lugar es necesario que el sonido y la voz del orador se ajuste , para lograr la conexión física, es necesario que se ajuste a los oídos de los oyentes mediante la claridad articulatoria, una melodía agradable y un ritmo variado.
- La elaboración de un dibujo mediante palabras y la pintura de los objetos a través de imágenes hacen visibles las ideas. Para ello se establecerán unos puntos concretos de contacto físico presentando y describiendo un objeto sensible: con forma y volumen, con colores, con olores y con sabores.
- La narración de una historia contando un suceso actual y abriendo unos cauces por los que discurran unidos, mediante la narración del episodio.
- El diseño de unas líneas de conexión mediante el acercamiento al presente y el estímulo de sensaciones y de sentimientos comunes.
- El ofrecimiento de algún soporte de identificación colectiva proponiendo símbolos y emblemas. Hemos de partir del supuesto que transmitir mensajes no es simplemente proporcionar información, sino lograr un sintonía interpretativa y valorativa: la comunicación es una comunión. No podemos olvidar que el discurso oratorio es una prueba de reconocimiento y de ofrecimiento -de hospitalidad- mutuos del orador y del público: es una expansión y, sobre todo, una forma privilegiada de la compañía que requiere el calor de la acogida recíproca²⁸.

Hemos de lograr, valga la imagen, domarlo como si de un caballo se tratara, pero no para la carrera ni para la carga, sino el paseo -suave, preciso y justo- de los coches de caballos: sin perder la vitalidad y, menos aún, la sinceridad.