

HABILIDADES COMUNICATIVAS Y COMUNICACIÓN POLÍTICA

Directores Juan Carlos Marzo Campos
 María Amparo Ramos López

Autora Maite Moyá Ruíz

Tesis doctoral
2016

UNIVERSIDAD
Miguel
Hernández



Universidad Miguel Hernández
Departamento de Psicología de la Salud





Universidad Miguel Hernández

Departamento de Psicología de la Salud

Tesis doctoral 2016

Habilidades Comunicativas y Comunicación Política

Directores

Juan Carlos Marzo Campos

María Amparo Ramos López

Autora

Maite Moyá Ruiz

Resumen

El presente trabajo de investigación, basado en una sólida base teórica y una fundamentación experimental, tiene como **objetivo** presentar un enfoque ampliado del ámbito de actuación de las habilidades sociales y comunicativas. Y concretamente a través de una **metodología de entrenamiento de habilidades sociales y competencias comunicativas en el campo político**. La premisa fundamental en los trabajos realizados hasta la fecha por los diferentes estudiosos del tema están centrados principalmente en el ámbito clínico, la educación y la industria, donde se ha demostrado que el entrenamiento de habilidades sociales y las competencias comunicativas previenen problemas de conducta o mejoran la comunicación interpersonal.

Si bien es cierto que existe una enorme cantidad de escritos y publicaciones sobre el tema, no se ha diseñado como tal un método concreto que trabaje el liderazgo político desde las habilidades sociales y las competencias comunicativas. Un tema de repercusión social que cada vez cobra más relevancia, ya que los líderes crean opinión y de alguna manera directa o indirectamente influyen en nuestras vidas, su forma de comunicar y relacionarse influye no sólo en su entorno más cercano sino en la sociedad en general.

Por tanto, la relación interpersonal continua de los líderes con su público y la influencia que los mismos ejercen en su entorno es suficientemente relevante como para crear un método de entrenamiento eficaz y específico de habilidades y competencias interpersonales en este ámbito, que mejore su sistema de comunicación y sus habilidades, entre otras, para escuchar y entender las demandas ciudadanas y hacerse entender con la sociedad en general y con sus equipos en particular. Tal y como hemos podido comprobar en los cinco años de recogida de datos de los resultados de la metodología de entrenamiento que presentamos, las habilidades sociales y las competencias comunicativas específicas les otorgan las herramientas idóneas para conseguirlo.

El método de entrenamiento que presentamos se preparó a raíz de un programa específico de comunicación política encargado por la Diputación de Valencia durante 5 años,

que nos permitió recoger una muestra de 387 participantes, todos ellos políticos/as y que con el tiempo y a raíz de la medición de los resultados del mismo nos ha permitido mejorar la metodología empleada. De los resultados del mismo podemos deducir la falta de dominio de muchas de estas competencias comunicativas, y de cómo el entrenamiento específico de las mismas ha contribuido a la mejora de rendimiento de los participantes.

En muestra que presentamos no hemos podido llevar un seguimiento en el tiempo de más de unos meses, por la corta duración del programa, en otros participantes de programas posteriores, donde sí ha existido seguimiento, el cambio ha sido mayor, a pesar del espectacular avance y de los resultados obtenidos en este primer trabajo.

Posteriormente se ha seguido desarrollando el método de entrenamiento con otros sujetos (políticos) en contextos diferentes (otros países, concretamente América Latina) donde hemos podido comprobar la importancia e influencia del contexto en algunas competencias comunicativas y sociales que varían considerablemente, mientras que en otras podemos afirmar que se repiten independientemente del contexto. Quedando como tema de futuras investigaciones la repercusión del contexto socio-cultural de la competencias comunicativas políticas y sociales y la universalidad o no de las mismas.

Palabras clave: comunicación, líder, política, oratoria, habilidades, comunicación verbal, comunicación no verbal.



D. Juan Carlos Marzo Campos (Director), Titular de Universidad y **Dña. María Amparo Ramos López** (Directora), Profesora Contratada Doctora, pertenecientes ambos al Área de Psicología Social del Departamento de Psicología de la Salud de la Universidad Miguel Hernández,

Certifican

Que la presente Tesis Doctoral titulada **Habilidades Comunicativas y Comunicación Política** de la que es autora **Maite Moyá Ruiz**, ha sido realizada bajo nuestra dirección y reúne las condiciones para ser defendida ante el tribunal correspondiente para optar al grado de Doctor.

Y para que así conste a los efectos oportunos, emiten el presente informe en

Elche, a 17 de Septiembre de 2016

Fdo: Dr. Juan Carlos Marzo Campos

Director

Fdo: Dña. María Amparo Ramos López

Directora



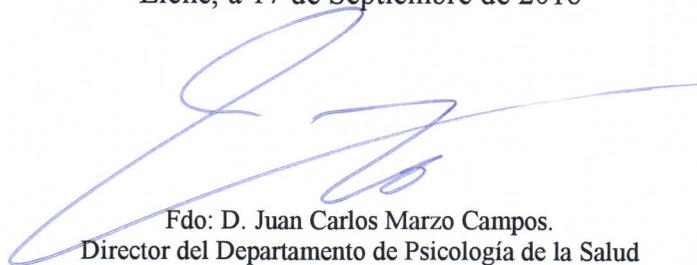
D. JUAN CARLOS MARZO CAMPOS, Director del Departamento de Psicología de la Salud de la Universidad Miguel Hernández,

INFORMA:

Da su conformidad a la lectura y defensa de la Tesis Doctoral **Habilidades Comunicativas y Comunicación Política** de la que es autora la Maite Moyá Ruiz y dirigida por el Dr. Juan Carlos Marzo Campos y la Dra. María Amparo Ramos López, para la obtención del título de Doctor de la Universidad Miguel Hernández.

Y para que así conste a los efectos oportunos, emite el presente informe en

Elche, a 17 de Septiembre de 2016



Fdo: D. Juan Carlos Marzo Campos.
Director del Departamento de Psicología de la Salud

Agradecimientos

Esta tesis la dedico **especialmente a mi querida madre** que me enseñó a seguir mis sueños, siempre presente en mi corazón y en mi pensamiento. A mi padre que me inculcó el amor por el conocimiento. Y con **todo mi cariño** a mi hijo **Alexander** y a mi esposo **Manuel** que tanta generosidad y amor me han demostrado apoyándome incondicionalmente en mi desarrollo profesional. Ellos son y han sido mi inspiración y mis pilares fundamentales para seguir avanzando.

Un **profundo agradecimiento y admiración** a mi guía y mentor durante estos seis años de trabajo, **mi tutor el Dr. Juan Carlos Marzo**, del que tanto he aprendido y cuyas indicaciones y apoyo, siempre entusiasta y motivador, han sido claves para llegar hasta aquí. Además de un gran profesional es una excelente persona al que quiero dejar constancia de mi admiración y agradecimiento. Igualmente mi **agradecimiento especial** a la **Dra. María Amparo Ramos** cuya visión y detalle ha sido de gran valor para llegar a la esencia de este trabajo y que con tanta profesionalidad y amabilidad ha sabido guiarme para conseguir el resultado final de este trabajo. Ellos han sido mis líderes en este proyecto y claves para el éxito del mismo.

Para conseguir un objetivo hay que tener la oportunidad. Mi agradecimiento **a todos los que permitieron** que este trabajo se llevara adelante, confiaron en mí y **me dieron la oportunidad** de desarrollarme en el apasionante mundo de la comunicación y las habilidades, **cientos de personas** que participaron en este estudio. Y a los que siguen participando en mi entorno laboral haciendo que siga creciendo y mejorando. Otro pilar fundamental es el equipo, un equipo de trabajo que te permita llegar a los mejores resultados, por ello, un agradecimiento especial a **mi compañera y amiga Beatriz** que siempre estuvo a mi lado en los momentos más difíciles, por su apoyo incondicional y por ser una **persona clave de mi equipo**.

Y por último, un agradecimiento a todos los autores que hicieron de sus investigaciones su aportación y guía al apasionante mundo de la comunicación permitiendo asentar las bases del conocimiento en una ciencia tan enriquecedora e incipiente. Esta tesis me ha enseñado más allá de lo que podría ser el contenido de la misma, me ha enseñado: tenacidad, automotivación, apoyo, confianza, superación... valores que quedan presentes para el resto de mi vida.

Sólo queda compartir con todos ellos mi gran satisfacción por haber llegado hasta aquí y permitirme seguir avanzando. **GRACIAS.**



INDICE

INTRODUCCIÓN GENERAL	pág. 17
-----------------------------------	---------

I PARTE MARCO TEÓRICO

INTRODUCCIÓN	pág. 23
--------------------	---------

CAPÍTULO 1. LA COMUNICACIÓN	pág. 25
--	---------

Introducción	pág. 27
--------------------	---------

1) El significado de la palabra comunicar	pág. 29
---	---------

2) Definiciones de comunicación	pág. 30
---------------------------------------	---------

3) Modelos básicos para el análisis de los sistemas comunicativos	pág. 36
---	---------

4) Comunicación verbal y no Verbal	pág. 52
--	---------

4.1. La comunicación verbal	pág. 53
-----------------------------------	---------

4.1.1. Naturaleza y conceptos	pág. 53
-------------------------------------	---------

4.1.2. Comunicación verbal vocal	pág. 55
--	---------

4.1.3. Comunicación verbal no vocal: la Escritura	pág. 58
---	---------

4.2. La comunicación no verbal	pág. 59
--------------------------------------	---------

4.2.1. Intencionalidad y antecedentes	pág. 59
---	---------

4.2.2. La comunicación no verbal: una ciencia interdisciplinar	pág. 62
--	---------

4.2.3. Definiciones de comunicación no verbal	pág. 64
---	---------

4.2.4. Metodología de estudio de la comunicación no verbal	pág. 67
--	---------

4.2.5. La importancia de los mensajes no verbales	pág. 70
---	---------

4.2.6. La codificación del comportamiento no verbal	pág. 71
---	---------

4.2.7. La naturaleza de los elementos no verbales	pág. 73
---	---------

4.2.8. El origen de la expresión emocional	pág. 74
--	---------

4.2.9. Movimientos corporales y género	pág. 77
--	---------

4.2.10. Funciones de la comunicación no verbal	pág. 77
--	---------

4.2.11. Las señales no verbales	pág. 80
---------------------------------------	---------

CAPÍTULO 2. HABILIDADES SOCIALES y COMUNICATIVAS

Introducción	pág. 95
2.1. Introducción a las Habilidades Sociales	pág. 97
2.1.1. Origen y evolución de las Habilidades Sociales	pág. 97
2.1.2. Diferentes enfoques	pág. 100
2.1.3. Habilidades sociales según el contexto socio cultural	pág. 101
2.1.4. Conceptos generales.....	pág. 102
2.1.5. Elementos de las Habilidades Sociales	pág. 105
2.1.6. Entrenamiento en Habilidades Sociales.....	pág. 106
2.2. Habilidades comunicativas	pág. 112
2.2.1. Concepto y tipos de competencia	pág. 108
2.2.2. Dimensión de la competencia comunicativa.....	pág. 112
2.2.3. Concepto y tipos de habilidades comunicativas	pág. 114
2.2.4. Entrenamiento de Habilidades comunicativas.....	pág. 115

CAPÍTULO 3. LA IMAGEN

Introducción	pág. 121
3.1. Imagen pública	pág. 122
3.2. La imagen como habilidad del líder político	pág. 123

CAPÍTULO 4. LA ORATORIA EN EL ÁMBITO POLÍTICO

Introducción	pág. 129
4.1. La Oratoria en el ámbito político	pág. 130
4.2. Qué trabajar en la competencia comunicativa política	pág. 135

CAPÍTULO 5. COMUNICACIÓN Y LIDERAZGOS POLÍTICOS

Introducción.....	pág. 141
5.1. El liderazgo político.....	pág. 142
5.2. Comunicación política.....	pág. 147
5.3. Comunicación del Líder.....	pág. 149
5.4. Características del discurso de los nuevos liderazgos.....	pág. 151
5.5. Los medios de comunicación y la política.....	pág. 154
CONCLUSIONES MARCO TEÓRICO	pág. 157

II PARTE METODOLOGÍA

Introducción.....	pág. 165
1. Objetivos del estudio	pág. 166
2. Metodología utilizada	pág. 167
3. Descripción del curso de entrenamiento para políticos/as	pág. 168
4. Descripción de la muestra utilizada	pág. 172
5. Instrumentos de análisis	pág. 175
5.1. Cuestionario de autodiagnóstico.....	pág. 176
5.2. Hojas de registro: Observación externa.....	pág. 179

III. PARTE RESULTADOS

1. Resultados del cuestionario de autodiagnóstico	pág. 184
1. Categoría de comunicación.....	pág. 186

2.	Categoría de oratoria.....	pág. 207
3.	Categoría de conclusiones de mejora.....	pág. 219
2.	Resultados del análisis observacional de la dinámica del curso	pág. 222

IV. PARTE DISCUSIÓN

1.	Análisis de los objetivos	pág. 238
1.	Mejorar el conocimiento de los políticos participantes sobre la comunicación. Y específicamente sobre su propia comunicación	pág. 238
2.	Analizar los principales elementos de la comunicación en los políticos. La importancia de la Comunicación verbal y no verbal	pág. 239
3.	Mejorar su estado emocional y por tanto salvar las principales barreras para comunicar tales como nervios, ansiedad o mente en blanco	pág. 242
4.	Conocer y manejar la importancia de la imagen en el liderazgo político y cómo utilizarla en su imagen y discurso.....	pág. 243
2.	Variables explicativas de los resultados obtenidos	pág. 245
1.	El concepto de la comunicación	pág. 245
2.	Características observadas en la comunicación política	pág. 246
3.	Elementos imprescindibles de la comunicación	pág. 248
4.	Preparación de discurso	pág. 249
5.	Comunicación verbal y No verbal	pág. 253
6.	De aquí la importancia del “Entrenamiento en Habilidades Comunicativas”	pág. 255
3.	Conclusiones finales	pág. 258
4.	Limitaciones del estudio y aplicaciones actuales.....	pág. 261

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	pág. 265
---	-----------------

ANEXOS	pág. 290
---------------------	-----------------

INTRODUCCIÓN





INTRODUCCIÓN GENERAL

La comunicación es una disciplina apasionante que ha formado y forma parte fundamental de mi vida profesional. Cómo funciona y cómo nos afecta en nuestra forma de actuar y de relacionarnos ha sido desde siempre mi gran fuente de inspiración, y sigue siendo la línea de investigación y de trabajo sobre la que actúo. He buscado acercarme a ella desde diferentes perspectivas y tuve la suerte, desde bien joven, de poder trabajar en este área con líderes políticos y empresariales, una experiencia que me ayudó a compaginar mis estudios en el sector de la comunicación, el campo práctico y a la observación directa de cientos de líderes.

Durante los más de 15 años de trabajo en el área de la comunicación política he podido observar cómo aquellos líderes que poseían mayor número de habilidades sociales y competencias comunicativas, llegaban a los puestos más altos y se posicionaban mejor, incluso frente a otros aparentemente mejor preparados o con más conocimiento y experiencia. Estos líderes se convertían en los líderes que más seguidores tenían y más convincentes resultaban. El dominio de la comunicación es el patrón que casi todos, por no decir todos, tenían en común. Las habilidades comunicativas no sólo les hacían adquirir mayor liderazgo, sino que éste a su vez les permitía aumentar su seguridad.

Hasta aquí eran observaciones que se repetían, pero que no tenían un seguimiento científico; formaban parte de mi experiencia empírica. En 2004 inicio mi carrera como asesora y como formadora de habilidades comunicativas para líderes políticos. Con el objeto de ir mejorando mi método de trabajo empiezo a recoger datos de cada una de las formaciones que impartía a estos líderes. Unos años después quería darle una base teórica y científica a esta experiencia, y es cuando, animada por mi profesor Juan Carlos Marzo, decido utilizar parte del material recogido para convertir el trabajo de campo en una metodología con base científica que pudiera servir de base tanto a futuras investigaciones como al desarrollo de futuras habilidades y competencias.

El resultado es la tesis que presento a continuación, donde un fuerte marco teórico respalda en gran medida la metodología que propone esta investigación. El método se inició basándose

en lo que cientos de líderes solicitaban en estos cursos: claves sobre cómo comunicar mejor, cómo convencer a su audiencia, mejorar la oratoria, mejorar su imagen ante el público y cómo dominar los medios de comunicación. En todos ellos se repetían las carencias de habilidades y competencias comunicativas sobre las que había que incidir para conseguir un método que, además, funcionase de manera rápida y efectiva pues, debido a los compromisos de éstos, no estaban dispuestos a perder tiempo en largas clases teóricas y aburridas. Así que, en esta metodología, se buscó la practicidad y la innovación en la manera de aprender y adquirir estas nuevas habilidades.

De esta forma he querido compaginar mi experiencia profesional y práctica con la parte teórica, tan necesaria para sustentar cualquier investigación que pretenda ser científica. Se ha hecho una revisión exhaustiva en un marco teórico que recoge las teorías más relevantes para nuestro trabajo. En su esencia se ha pretendido recoger lo fundamental para entender el porqué y el para qué de esta metodología basada en habilidades sociales y competencias comunicativas.

La tesis se divide en **tres partes fundamentales**: la primera parte, **Marco Teórico**, que a su vez se ha subdividido en 5 capítulos: la Comunicación, las Habilidades Sociales y Comunicativas, la Imagen, la Oratoria, y por último, la Comunicación Política. Se finaliza esta primera parte con las principales conclusiones del marco teórico. La segunda parte de este trabajo la centramos en la **Metodología utilizada**; y en la tercera parte presentamos los **Resultados y la Discusión** para finalizar con las conclusiones finales. Añadimos, como es pertinente en un trabajo de estas características, los anexos y la bibliografía.

En el marco teórico de este trabajo vamos a realizar un recorrido por los conceptos principales que fundamentan la metodología que pretendemos desarrollar en habilidades sociales y comunicativas en el liderazgo político. Es por ello que arrancamos con un fuerte **marco teórico** y sus 5 capítulos, citados anteriormente.

En el capítulo 1, **La comunicación**, veremos cuáles son los principales conceptos de la comunicación y los modelos básicos para el análisis de los sistemas comunicativos. Definir qué es comunicación parece algo sencillo pero que, curiosamente, muchas veces no se entiende. La definición de comunicación está basada principalmente en los elementos que los diferentes autores han ido añadiendo a lo largo de la historia, que son muchos y variados como veremos según las diferentes épocas y autores.

Un concepto claro y amplio de la misma podríamos decir que es la base fundamental para

desarrollar el trabajo de esta metodología, pues el concepto se convierte en el pilar fundamental para desarrollar las diferentes competencias. Éste es, además, el capítulo más amplio del marco teórico, donde nos centramos en dos partes fundamentales de la comunicación: la comunicación verbal y no verbal.

En el capítulo 2, **Habilidades Sociales y Competencias Comunicativas**, conoceremos los diferentes enfoques que los autores han dado a las habilidades sociales, cómo ha sido utilizada por las diferentes disciplinas y cómo se ha ido aplicando desde un entorno inicialmente de la salud, hasta el ámbito empresarial y político. En este capítulo vamos a conocer los elementos fundamentales que las componen, y que nos servirán de base para desarrollar las diferentes competencias de los líderes, haciendo especial referencia a los componentes conductuales verbales, no verbales paralingüísticos y mixtos.

En este espacio mostramos cómo ha sido utilizado el entrenamiento de habilidades sociales por los diferentes autores y disciplinas. En cuanto a las Competencias Comunicativas, analizaremos conceptos y tipos de competencias para entender cómo funciona el entrenamiento de Habilidades comunicativas.

En el capítulo 3, **La Imagen**, la imagen pública es fundamental para los líderes políticos y sobre todo en la época actual. En este capítulo hacemos un recorrido por las principales teorías sobre la imagen pública y cómo esta habilidad es utilizada por el líder político. Éste es el capítulo más breve del marco teórico, pero lo hemos tratado aparte porque en la metodología que se propone, forma parte del entrenamiento, y hoy en día es fundamental en las habilidades comunicativas del político.

En el capítulo 4, **La oratoria política**, conoceremos qué dicen los autores más relevantes en cuanto a la oratoria y qué trabajar en ella como competencia comunicativa política. La mayor parte de los líderes políticos que solicitan entrenamiento en habilidades carecen de esta competencia o necesitan reforzarla. Es la base de las habilidades para el líder político. Con ella consiguen, o no, llegar a su público y convencer con su mensaje. En la oratoria, el líder expone todas las habilidades adquiridas, así como su imagen. Este capítulo es importante para entender cómo se plantea, y para qué, el discurso político.

Y por último, en el capítulo 5, **Las competencias del Liderazgo**, tras un recorrido en los anteriores capítulos en diferentes momentos y autores, nos centramos en los que nos hablan

concretamente sobre el liderazgo y la comunicación política: las características del discurso de los nuevos liderazgos; cómo es la comunicación política del siglo XXI; cómo afectan los medios de comunicación a la política; y cerraremos descifrando brevemente cómo son los políticos del siglo XXI, las nuevas tendencias y las nuevas competencias presentadas por los autores.

En la segunda parte de la tesis exponemos la **Metodología** empleada, la **Muestra** y los **Instrumentos** utilizados para la investigación. Hacemos referencia a las hojas de registro y a la estructura metodológica del curso, cuyos resultados en 387 alumnos son la base del presente estudio. Y por último, en la tercera parte presentamos la **Discusión** y los **Resultados**, las principales conclusiones y las principales limitaciones que encontramos al trabajo. Pero también el amplio campo de trabajo y de aplicación que una metodología de trabajo adecuada presenta en el desarrollo de los líderes políticos.

Este trabajo ha supuesto para mí todo un reto durante los 5 años que ha durado la realización de esta tesis. Y un importante paso entre la experiencia de campo y la formación de una metodología fundamentada de la importancia del entrenamiento de las habilidades sociales y comunicativas en el campo del liderazgo político, y de cómo realizarlo de la manera más práctica y eficaz. Una mejora en los líderes que, sin duda, se verá reflejada en la sociedad en general.

I parte

MARCO TEÓRICO



Introducción

Realizar un marco teórico exhaustivo ha sido uno de nuestros principales objetivos como base del trabajo que presentamos. En ocasiones ha resultado un tanto tedioso por la gran cantidad de autores y estudios al respecto, y en ocasiones vemos saltos importantes que por la repetición de teorías hemos preferido simplemente mencionar o en ocasiones no referir, sin embargo, era necesario y básico no dejar fuera las investigaciones que han sido elementales o inspiradoras para fundamentar las teorías esenciales sobre las que fundamentamos este trabajo.

Como ya mencionamos en la introducción general, hemos dividido el marco teórico en cinco capítulos que se corresponden a las cinco partes que constituyen la base de la metodología de entrenamiento en habilidades comunicativas y comunicación política que esta investigación presenta.

El objetivo es dar una base científica al método que presentamos a través de una exhaustiva búsqueda teórica en los 5 ejes que representan la base de nuestro trabajo: las bases de la comunicación, las habilidades sociales y comunicativas, la imagen, el discurso político y la comunicación política como tal. La conexión entre ellas y la importancia de repasar por orden cada una de las mismas hasta llegar al mejor rendimiento de las habilidades comunicativas en la política es fundamental para entender y dar base al objetivo de nuestra tesis. Las 5 partes son fundamentales para el trabajo y como veremos todas están conectadas entre sí.

Los **capítulos** que configuran el marco teórico quedan configurados de la siguiente manera:

1. La Comunicación; 2. Habilidades Sociales y Comunicativas; 3. La Imagen; 4. La Oratoria; 5. La Comunicación Política.

Capítulo 1

La Comunicación



Introducción

En este capítulo vamos a realizar un recorrido desde la base del concepto de comunicación hasta las principales teorías sobre la comunicación, y conoceremos los elementos más importantes de la comunicación, ahondando en la comunicación verbal y no verbal.

Entraremos a ver como las diferentes teorías sobre la comunicación están directamente relacionadas con la evolución de los elementos que se van introduciendo en el concepto. Conoceremos las escuelas que inspiraron las teorías con más impacto en el concepto de comunicación y los aspectos más relevantes de la misma.

Iniciamos este capítulo con la percepción del término “comunicar”, básica para nuestro trabajo, pues el proceso comunicativo no se puede entender sin haber hecho un análisis previo de lo que el concepto en sí representa. De hecho sin el conocimiento necesario no se pueden aplicar todas las variantes y utilizar todas las herramientas que el concepto en sí encierra. El significado de “comunicar” y “comunicación” han sufrido variaciones importantes en el transcurso del tiempo según diferentes épocas y autores.

Algunos de esos conceptos están presentes en la percepción actual del término. En este capítulo realizamos un recorrido de los más significativos desde sus inicios donde se consideraba una capacidad casi sobrenatural hasta la actualidad y conoceremos los elementos claves que han diferenciado los autores para darle significado e intención al término, de manera tal que tengamos una base sólida para continuar ahondando en que son las Habilidades Sociales y Comunicativas y su importancia para generar una comunicación política y de liderazgo efectiva, de lo que trataremos en el capítulo 2 de este marco teórico.

Iniciamos por lo tanto a través de un acercamiento al significado de la palabra comunicar, ya que es una de las partes de nuestra metodología, conocer la “percepción” actual de qué es comunicación para los políticos actuales.

1. El significado de la palabra “comunicar”

La palabra comunicar ha tenido diferentes acepciones y significados desde su aparición hasta nuestros días. En primer lugar se va a revisar algunos de los más importantes a lo largo de la historia. Winkin (1982) afirma que las palabras “comunicar” y “comunicación” aparecen en la lengua francesa en la segunda mitad del Siglo XIV y proviene del latín “communicare” (participar en común, poner en relación).

Hasta el S. XVI, “comunicar” y “comunicación” están próximos al término “comulgar” y “comunión” términos del S.X-XII también procedentes de “communicare”. Como términos similares encontramos “communier”, en el sentido de “propietario en común”.

A partir del sentido general de “participación de dos o varios” en el S. XVI aparece el sentido de “practicar” una noticia. Desde entonces “comunicar” empieza a significar también “transmitir” (por ejemplo, una enfermedad). “Participar” o “compartir” están en segundo plano frente la acepción de “transmitir” y se pasa a “medios de comunicación”, medios para ir de A hacia B. En este sentido prevalece en el francés contemporáneo y la evolución es parecida en el término inglés.

A finales del S.XV “communication” significa también el objeto del que se participa en común y dos siglos más tarde, en el medio para proceder a esa participación. En el S.XVIII, con el desarrollo de los medios de transporte, el término se pluraliza y se utiliza para mencionar a éstos.

En el S. XIX, en EEUU y en los años 50 en Inglaterra, el término empieza referirse a la industria de la prensa, cine, radio y televisión. Esta acepción comienza a extenderse por Europa, sobre todo en el vocabulario periodístico y tecnócrata. En el S.XX y XXI la comunicación se vincula a la tecnología marcando la nueva era de la comunicación.

2. Definiciones de “comunicación”

En este apartado vamos a ver la importancia que el hombre le ha dado a la “comunicación” durante casi toda la historia y como las diferentes interpretaciones de la palabra nos sitúan en una época u otra llegando a nuestros días. Sin embargo, algunos de esos elementos que los principales autores definieron en su tiempo marcaron tendencia y permanecen en la actualidad.

Otros elementos han variado radicalmente, pero lo más llamativo es como la intención de estos elementos en el término “comunicación” marcan las relaciones y la comunicación de las diferentes épocas. Sin embargo, como veremos más adelante no es hasta 1948 que se abre el debate científico, y no es hasta 1958 que aparece el término de interacción social.

Podríamos decir tal y como vamos a ver de la mano de los diferentes autores que la definición de los **elementos y la intención** marcan las definiciones de los autores hasta nuestros días. En total vamos a comentar más de una docena de elementos que marcaron tendencia y que se han ido incorporando en la aceptación del término.

No es fácil dar una sola definición sobre “qué es la comunicación”. Llama la atención que los intentos para definirla se pueden remontar a **Aristóteles** (384-322 a.C.), quien dijo que la “**retórica**” estaba compuesta por tres elementos: el locutor, el discurso y el oyente, y percibió su propósito como “*la búsqueda de todos los medios posibles de persuasión*”. Siglos más tarde, esta definición clásica parece permanecer en casi todas las conceptualizaciones vigentes.

Como mencionamos **los principales autores han hecho hincapié en los diferentes elementos dentro de la comunicación** a la hora de dar sus teorías y definiciones de la misma.

La definición más aceptada en nuestra época, y que más teorías ha provocado, es la realizada por **Lasswell (1948)**. Basado en la identificación de Aristóteles de “**el quién, el qué y el a quién** de la comunicación”, y añadió dos elementos “**el cómo** y **el para qué**”, formulando el paradigma del que hablaremos más adelante. Este **modelo de preguntas** es su modo de explicar a través de la interrogación o de exigir y buscar una explicación. Esta **noción de transferencia** se tomará en cuenta en adelante para definir aspectos de la comunicación. De hecho, su propuesta adquiere diferentes denominaciones como modelo, fórmula, teoría, o

paradigma, según el autor que haga el análisis y la exposición.

La **intención del proceso de comunicación** marcó una importante tendencia en la forma de entender la comunicación. Para **Lasswell** la comunicación es intencional y con un fin; los procesos de comunicación de masas son asimétricos entre un emisor activo y una masa pasiva. Y en esta opinión se alinean otros autores de la época.

Podemos encontrar otras definiciones como la de **Hovland (1948)**, para el que la comunicación interpersonal es una **situación de interacción** en la que un individuo que comunica, transmite estímulos, generalmente símbolos verbales, para modificar la conducta de otros individuos o receptores de la comunicación en una situación de encuentro cara a cara.

En esta misma línea se siguieron añadiendo elementos pero sin mencionar al emisor, destacan los autores Blake y Haroldsen (1977), que definieron la comunicación de masas haciendo referencia e incorporando cinco elementos: comunicadores, mensaje, canal, audiencia y efecto.

A pesar de que desde la antigüedad la comunicación ha sido objeto de estudio es con el científico norteamericano **Nobert Wiener (1985)** y su alumno **Claude Shannon (1981)** cuando se abre el **análisis científico** sobre la “comunicación”.

Llama la atención como se inicia en este momento la incorporación de un nuevo e importante elemento a la comunicación, **la retroalimentación**, de la mano del autor **Wiener(1985)** a través del estudio de un tema que podría resultar tan curioso como el problema de la conducta de **tiro de los cañones antiaéreos**. Este estudio consistió en observar un mismo proceso circular en el que las informaciones sobre la acción en curso nutren a su vez al sistema, y le permiten alcanzar su objetivo.

En su obra “Cybernetics” **Wiener (1985)** realizó una de las definiciones más significativas a nivel científico, ya que añadió la retroalimentación como un factor más a la descripción del proceso, refiriéndose a aquellos mecanismos de control que habilitan a los organismos para ajustarse automáticamente a las metas de comportamiento, siendo los mecanismos de comunicación.

Posteriormente, **Claude Shannon (1981)** con su obra **The Mathematical Theory of Communication** logró formular una teoría de transmisión clara y precisa de comunicación. A

partir de aquí se inician los primeros intentos hacia la interacción social en la comunicación. Dejando atrás las teorías que como hemos visto no daban ningún poder al receptor del mensaje.

Los primeros intentos de incluir **la interacción social en la comunicación** aparecen con **Katz y Lazarsfeld (1955)**. Estos autores demostraron que el “efecto hipodérmico” de los medios de comunicación de masas sobre el individuo aislado entre la “muchedumbre solitaria” se daba en realidad por mediación de **grupos de referencia y de individuos “influyentes”**. Sin embargo, este modelo sigue siendo un modelo generalmente unilateral y como señaló **Coleman (1958)**. Estos conceptos se aplicaban a la **ingeniería y la fisiología** hasta que algunos teóricos de la comunicación humana lo tomaron para describir el proceso de comunicación, como por ejemplo el modelo propuesto por **Westley y MacLean (1957)**.

En esta nueva perspectiva de interacción social destaca Gerbner (1958) que en su definición nos habla de la comunicación como interacción social a través del intercambio de mensajes que implican la **coparticipación cultural, un nuevo elemento que hasta el momento no había aparecido**.

En relación a la interacción aparece otro elemento significativo de la comunicación “la audiencia”. Autores como **Newcomb (1953)**, **Schramm (1954)** y **Westley-MacLean (1957)** pusieron énfasis sobre **la audiencia** como componente activo del proceso en los modelos que desarrollaron (**Bauer, 1964**).

En esta lista de aportaciones destaca **Berló (1960)**, distinguiendo nuevos elementos: **fuente y codificador** y entre **decodificador y receptor**, además de afirmar que la comunicación había de tomarse como un proceso. En esta línea encontramos a **Schramm (1954)**. Este autor cuando adaptó este modelo (creado para la comunicación electromecánica) hizo énfasis en las **funciones codificadoras y decodificadoras de señales (mensajes) de la mente**. Para él, la comunicación era compartir información, ideas o actitudes e incidió en el hecho de que, en todo proceso comunicativo se requiere de al menos tres elementos: fuente, manejo y destinatario (principio aristotélico).

Este autor hace un símil entre la comunicación electrónica y la humana pero además, este autor, añade que la comunicación va más allá de la mera transmisión de remitente a receptor y habla de que se trata más bien una relación.

La intención sigue siendo un eje importante en las definiciones. En este sentido **Osgood (1961)** incluye en sus definiciones la **noción de influencia (persuasión)** como motivo central de la comunicación, **haciendo referencia a la fuente, el destinatario y el canal como medios para conseguir esta influencia**. Y otros autores al hilo del paradigma de Lasswell (1948), como **Nixon (1963)** hacen referencia a las intenciones y a las condiciones bajo las que se recibe el mensaje. Mientras que **Berelson y Steiner (1964)** hablan del uso de símbolos-palabras, cuadros, gráficos para transmitir información, ideas, emociones, etcétera para definir la comunicación.

Un poco más tarde, en 1966, autores como Smith (1966) dan protagonismo a **la persuasión** junto a otros factores incluyendo como elementos fundamentales la fuente, el codificador, el mensaje, el canal, el decodificador, el receptor, el efecto y el propósito de la misma (la persuasión). Además, se tuvo en cuenta las **variables socioculturales** que influían en el comportamiento de la comunicación, es decir, un individuo no podía ser persuadido de manera eficaz si no se tenía en cuenta el contexto social. Entonces los estudios se encaminaron en cómo hacer uso de este contexto social para obtener las respuestas que buscaban los comunicadores.

Shannon y Weaver (1981), formularon la **teoría matemática de la comunicación**, refiriéndose con ella a todos los procedimientos por los cuales una mente puede afectar a otra. Ellos conciben un **sistema general de comunicación** compuesto por cinco partes que veremos más adelante.

El propósito principal de la comunicación, en este paradigma clásico, es el intento de persuadir del comunicador al receptor hacia un objetivo marcado por el emisor, con el fin de lograr unos efectos **en la manera de sentir, pensar y actuar del que recibe la comunicación**. En este punto la retroalimentación se tiene en cuenta como instrumento para lograr el objetivo marcado por el emisor. El **paradigma clásico** había llevado a los investigadores, por una parte, a concentrar sus estudios sobre la persuasión del receptor como individuo. (**DeFleur, 1956**).

En los **años 60** aparece otro elemento fundamental en la comunicación la **bidireccionalidad**. Uno de los primeros críticos al modelo tradicional fue **David K. Berló (1963)**. **Sus argumentos** contra lo que él denominaba teoría de comunicación del “balde” se basan en que las ideas se transmiten a través de la fuente a un balde como una película, libro,

etc. Berló (1963) concebía la comunicación como interactiva y procesal, donde el concepto de retroalimentación tenía que ganar importancia. Exaltó la **bidireccionalidad del concepto**. En este sentido, otros reconocidos autores de la época compartieron y reconocieron la bidireccionalidad de la comunicación, que se mantuvo en la siguiente década con autores como **Daniel Lerner (1973)** y **Zires de Janka (1973)**.

En los años 70 aparecen elementos que se van acercando a la actualidad del concepto haciendo referencia a elementos emocionales, cognoscitivos, verbales y no verbales, más allá de la intención bidireccional o unidireccional del proceso. Los autores Nowak, Rosengren y Sigurd (1977) hablan de comunicación haciendo referencia a elementos tanto emocionales como cognoscitivos, en forma verbal y no verbal, distinguiendo el proceso unilateral de comunicación verbal con el término “Informar” y predominantemente dirigido hacia el conocimiento. Por lo que no sorprende que la investigación sobre la fuente haya sido relegada (Assman, 1973; Halloran, 1974) por otra donde se estudian las funciones de la comunicación de masas en la sociedad (**Lasswell, 1948; Lazarsfeld y Merton, 1948; Wright, 1959**).

Investigadores como **Brooks y Scheidel (1968), Arundale (1971) y Smith (1972)** afirman que gran parte de los estudios realizados tratan la comunicación como un fenómeno, mientras que la comunidad académica la trabaja bajo la idea de proceso.

Cuando se investigaba la comunicación se tuvo muy en cuenta al individuo como objeto de análisis, pero no se prestó demasiada atención en las relaciones entre las fuentes y los receptores. Fue gracias a la influencia de la psicología social sobre las investigaciones en comunicación lo que hizo tener en cuenta la influencia de la estructura que contiene la comunicación. Hay autores que criticaron este modelo porque falla en captar la influencia determinante que las estructuras sociales arcaicas ejercen sobre la comunicación (**Cuéllar y Gutiérrez, 1971**), a pesar de la atención prestada a algunas variables socio-culturales. Otros autores como **Rogers (1975)**, abogaron por metodologías de investigación como el **análisis de las redes** que sondearan las relaciones. Al nivel operativo, los conceptos establecidos tenían, y todavía tienen, insignificante aplicación a la práctica diaria.

Hasta aquí un repaso por las definiciones más significativas del concepto “comunicación”. Aunque encontramos otras definiciones en décadas posteriores, no es hasta la década del 2.000 que hayamos un salto significativo en el concepto.

En estas fechas, destaca el concepto de comunicación de **M. Martín Algarra (2003)** que trata la comunicación como **herramienta social**. Esta autora explica que la comunicación siempre está orientada a otro, a afectar a alguien distinto del yo.

Hace referencia al concepto de persona, de las capacidades comunicativas y de la socialización. Cultura y comunicación mantienen según esta autora vínculos indisolubles. También se refiere al concepto de patrones de conducta. Según esta autora (Martín Algarra, 1993), la comunicación tiene cinco características esenciales sin las que no podríamos afirmar su existencia:

Es **humana**. Es un fenómeno exclusivamente humano, libre, capaz de acción significativa. Es **social**. Para que se dé la comunicación hacen falta, al menos, dos personas. Siempre está referida a otro, que pretende afectar a alguien distinto del yo que comunica.

Es **referencial**. Es un peculiar modo de compartir, sin pérdida por parte de nadie. Se puede decir que al comunicar se comparte el mundo de un modo espiritual, puesto que todas las realidades, físicas o no, pueden tenerse en la mente en forma de conocimientos. Lo que se comparte es conocimiento. Y es **compleja**. Se trata de una realidad transaccional. Es un proceso complejo en el cual la gente maneja mensajes y crea significados.

Se da en el **presente** interior y vivido. La comunicación se da en unas coordenadas espacio-temporales específicas, en el tiempo interior. El tiempo propio de la acción comunicativa es el presente interior. Presente y simultaneidad aunque son términos muy relacionados entre sí, no deben ser confundidos. Presente indica el ahora. Simultaneidad, la confluencia de dos “*ahoras*”. Sin embargo, en la comunicación, ambos presentes, el de la expresión y el de la interpretación, no tienen por qué coincidir con el tiempo estándar u objetivo.

El concepto de comunicación sigue redefiniéndose, no obstante, las definiciones básicas y los esquemas generales citados hasta aquí permanecen en la literatura científica relativa a la comunicación, reproduciendo sus elementos clave.

Podemos **resumir como los elementos más llamativos** que hemos visto de los diferentes autores son los siguientes:

- identificación a través de 5 preguntas clave: quién, qué, a quién, para qué, y cómo

- emisor
- símbolos verbales
- mensaje, canal, audiencia y efecto
- retroalimentación
- grupos de referencia e individuos influyentes
- coparticipación cultural
- audiencia
- fuente y codificador
- decodificador y receptor
- variables socioculturales
- elementos emocionales
- elementos cognoscitivos
- elementos verbales y no verbales
- bidireccionalidad
- humana, social, referencial, compleja, presente
- herramienta social

Estos elementos han sido parte importante de diferentes y principales modelos básicos para el análisis de los sistemas comunicativos. Modelos que aportan diferentes perspectivas (componentes y relaciones) algunos de los más significativos y replicados vamos a mostrarlos en el siguiente apartado.

3. Modelos básicos para el análisis de los sistemas comunicativos

La palabra modelo se refiere a la representación de un objeto o situación definiendo los componentes de que consta y la relación que existe entre ellos. Teniendo en cuenta la dificultad de analizar el acto comunicativo, debido a los diversos elementos que engloba, la relación que establezcan los comunicadores, su estado subjetivo y la presencia de un medio externo, es fácil entender la proliferación de modelos que han sido elaborados para dar explicación del mismo.

El estudio de la comunicación se ha abordado desde diferentes perspectivas y ha sido trabajado a fondo por numerosos autores del pensamiento haciendo hincapié en diferentes

aspectos cada uno de ellos. Como se ha adelantado anteriormente en relación a algunas de la definiciones de comunicación, en este punto se va a realizar una descripción de los modelos más representativos de los autores que han trabajado en esta área.

A continuación recogemos el resumen de los modelos más significativos para el estudio del sistema comunicativo, en total los doce considerados como **modelos clásicos**:

1. Modelo Lasswell (1948). Comunicación de masas.
2. El modelo de la información de Shannon y Weaver (1981)
3. Ciencia de la comunicación. Levi – Strauss (1945)
4. Modelo de Newcomb (1953)
5. Modelo de Osgood (1961) y Schramm (1954)
6. Modelo de Gerbner (1956)
7. Modelo Orquestal de la Escuela de Palo Alto: Bateson, Watzlawick, Beavin y Jackson (Década 50'-60')
8. Modelo de Comunicación verbal de Jakobson (1961)
9. Modelo de Berló (1960)
10. Modelo de Austin (1971)
11. Modelo de La Espiral de Dance (1967)
12. El modelo Metacomunicacional. La Escuela de Palo Alto: Bateson, Watzlawick, Beavin y Jackson (Década 50'-60')

- [El modelo de Lasswell \(1948\). Comunicación de masas](#)

En el contexto de la II Guerra Mundial, **Lasswell (1948)** formula un modelo con el que describir el proceso de los **medios de comunicación de masas** en el que incluyó cinco grandes pasos, que todavía en la actualidad sigue vigente como el “**paradigma de Lasswell**”. Principalmente se ocupa de analizar el contenido de los mensajes y no del continente y se basa en:

- | | |
|--|------------------------|
| 1) ¿Quién dice? (fuente) | Análisis del control. |
| Factores que inician y guían el acto de comunicación (comunicador). | |
| 2) ¿Qué dice? (mensaje) | Análisis de contenido. |
| Los contenidos del mensaje. | |

3) ¿A través de qué? Canal (canal) Análisis de los medios.

Radio, prensa, otros canales.

4) ¿A quién? (receptor) Análisis de la audiencia.

Personas a las que llegan los medios.

5) ¿Con qué efectos? (efectos) Análisis de los efectos.

Impacto sobre las audiencias

El modelo de Lasswell ha derivado en **las 5W (what, who, when, where and why – qué, quién, cuándo, dónde y por qué-)**, que incluyen los elementos esenciales que deben evidenciarse en cualquier proceso de comunicación emisor-receptor. Este modelo presenta la comunicación como un proceso lineal, aunque existe emisor, receptor, canal y código apropiado, el proceso es asimétrico donde no existe relación entre comunicador y destinatario.

Para Lasswell la comunicación consistía en la **transmisión de mensajes**. Se centra en la mejora de la credibilidad y difusión de los mensajes, estudiando los **efectos de los medios** como cambios observables y medidos en el destinatario, producidos por elementos identificables del proceso de comunicación.

En él se estudia que no es necesario que se produzca un cambio en el proceso total de la comunicación para que existan efectos observables sobre el receptor, ya que, si se introducen cambios en el emisor, el mensaje o el canal, pueden registrarse cambios en los efectos del proceso de comunicación.

Según este modelo se tienen en cuenta a los sujetos que se comunican, sus intenciones, lo que comunican, las razones, motivos y justificaciones que determinan el medio de comunicación junto a las condiciones de recepción. Para Lasswell, el proceso de la comunicación en la sociedad genera 4 funciones: vigilancia del entorno, correlación de los componentes de la sociedad en cuanto a dar una respuesta al entorno, transmisión del legado social y entretenimiento. El modelo de Lasswell supera las posiciones previas sobre linealidad estímulo-respuesta de la comunicación conocida como la teoría de la “aguja hipodérmica”.

- El modelo de la información de Shannon y Weaver (1981)

El ingeniero Claude E. Shannon diseñó en el siglo pasado la **teoría de la información**. Al principio era una teoría muy acotada, referida sólo a las **condiciones técnicas de transmisión de mensajes**, pero no fue un impedimento para su gran difusión y definición como “paradigma”.

La manera en la que aparece esta teoría llama la atención. La primera versión apareció en el Bell System Technical Journal de octubre de 1948 de la organización Bell Telephone Laboratories, donde trabajaba Shannon. Poco después Warren Weaver redacta un ensayo basado en las bondades de este método, y se unen en posteriores obras, por lo que a su modelo se le llama el “Modelo de Shannon y Weaver”.

Shannon y Weaver (1981) diseñaron un modelo bajo el título de la obra “**Teoría matemática de la comunicación**” en el que se realiza la descripción que se hacía del proceso de comunicación en los laboratorios de la compañía telefónica Bell para mejorar la transmisión de mensajes telefónicos. Este proceso se construyó sobre dos aspectos clave: la **descripción del proceso de comunicación** y la **formulación de un modelo matemático** para la explicación del proceso de almacenamiento de información.

Shannon, con su modelo, propone un “**sistema general de comunicación**” que entiende como una cadena de elementos donde se observa:

1. Fuente **de información que produce el mensaje (la palabra en el teléfono)**
2. Emisor **que transforma el mensaje en señales o transmisor que codifica el mensaje (ya sea en códigos de gestos, sonidos o grafos) y lo convierte en señal, (el teléfono transforma la voz en oscilaciones eléctricas)**
3. Canal **que es el medio empleado para transportar las señales (cable telefónico)**
4. Receptor **que construye el mensaje a partir de las señales**
5. Destino **persona o cosa a la que se le envía el mensaje**

Para Shannon, en esta cadena de elementos el **quién** (comunicador), dice **qué** (mensaje), **por qué** canal(medio), **a quién** (receptor) **y con qué efecto**(efecto). Shannon y Weaver destacan

la importancia de tres tipos de problemas a tener en cuenta al analizar el proceso de comunicación:

1. los problemas técnicos
(**transmisión correcta de los símbolos de la comunicación**)
2. los problemas semánticos
(**ajuste de símbolos transmitidos a los significados deseados**)
3. los problemas de efectividad
(**cómo el significado recibido afecta al sentido deseado**)

El modelo tiene en cuenta la incidencia del **ruido**, entendido como los factores que distorsionan la calidad de una señal e incluyen las interferencias, un elemento que dificulta la decodificación del receptor. Además, son los ‘padres’ del término **redundancia informativa** (la señal transmitida es previsible al reflejar una convención conocida por la reiteración y surge en comunicaciones con escasa información) y de **entropía** (el mensaje no tiene presentes contenidos previsibles ni convencionales y contiene un alto nivel de información).

La Teoría matemática de la comunicación no alcanzó popularidad entre el público, pero, consiguió una profunda penetración en diversas disciplinas científicas, sobre todo en Francia y Estados Unidos, en psicólogos, ingenieros, físicos y lingüistas. Entre ellos destaca la influencia en el lingüista **Roman Jakobson (1961)** y en **McLuhan y Fiore (1967)**.

DeFleur (1966) perfeccionó este método con la **correspondencia entre el significado del mensaje producido y recibido**. En el proceso comunicativo, el significado se transforma en mensaje y describe cómo el emisor transforma el mensaje en información, unos datos que pasan a través de un canal. El destinatario del mensaje decodifica la información como un mensaje que se convierte en significado al recabar en su destino. La condición necesaria para el éxito de la comunicación exige la correspondencia de ambos significados. DeFleur advierte de la dificultad de perfección de la citada correspondencia y añade la **importancia del feedback**.

- Ciencia de la comunicación. Levi – Strauss (1945)

En la década de los 50 del siglo pasado, Claude Lévi-Strauss postula la necesidad de crear una **Ciencia de la Comunicación**. Así es como se da el paso a objetivar la dimensión comunicativa, transformándola en objeto de estudio; no importa tanto lo que se decía, ni tampoco quién lo decía, sino el mero intercambio y la circulación. **Lévi-Strauss** tiende hacia una ciencia **capaz de unir**, bajo el nombre de ciencia de la comunicación, **la antropología, la economía política, la lingüística y otras disciplinas**.

Influido por la Teoría del Intercambio (**Malinowski**, 1986 y Marcel **Mauss**, 1979), que decía que en toda sociedad se intercambian y circulan bienes y que, en cualquier parte, los humanos intercambian fonemas y parte de la base que todo intercambio es comunicación,

- Modelo de Newcomb (1953)

Experto en **comunicación colectiva**, **Theodore M. Newcomb (1953)**, aborda la interacción como acto comunicativo y propone, desde la psicología social un modelo del proceso de comunicación que, en vez de centrarse en la producción de la comunicación, se interesa por las razones o motivos que explican la intención y dinámica comunicadora de una persona (A) respecto a otra persona (B) (Corraliza, 1988). Este sistema incluye los procesos psicosociales relacionados con la motivación o expectativas de la comunicación como son la atracción, las actitudes, etc.

Es en este entramado donde surge el concepto de orientación (actitud recíproca, co-orientación) hacia un objeto (X), sea el que sea, por lo que las relaciones se toman como interdependientes. En este modelo se mencionan tres elementos que han de estar presentes en el acto de comunicación más simple: un sujeto (A) y un sujeto (B), que intercambian información a propósito de algún objeto de referencia (X).

Este sistema le sirvió para **estudiar la dinámica de las relaciones grupales**. La clave de esta teoría está en que un individuo comparte una actitud de signo similar respecto a algún objeto del ambiente social. Cuando dos personas comparten la misma actitud y definen atributos cognitivos similares respecto a un objeto del ambiente social entran en relación entre sí.

El modelo de Newcomb refuerza las **teorías de la percepción selectiva**. La gente es propensa a prestar más atención a las fuentes de información que concuerdan con sus planteamientos y buscan la información que apoya y confirma su conducta actual. Esta teoría se ha criticado porque da por supuesto que la tendencia al consenso es la única causa y efecto de la comunicación. En muchas ocasiones, la sociedad necesita el conflicto y la diversidad para desarrollarse.

- Modelo de Osgood (1961) y Schramm (1954)

Este modelo, presentado por Schramm (1954), se basa en los postulados de C.E. Osgood (1961) que rompe con la visión lineal de Shannon y Weaver (1981) de la comunicación proponiendo un **modelo circular**. En este modelo tanto la fuente productora del mensaje como el que lo recibe juegan un papel activo, debido a que este último no sólo realiza una interpretación del mensaje, sino que además, se convierte en un multiplicador del mismo en su entorno, en su propio grupo de influencia social y, como más tarde manifiestan los investigadores de la Escuela de Palo Alto, la Comunicación se convierte en un sistema de interacciones, donde cobra importancia las experiencias personales de los receptores y la retroalimentación. Este modelo circular se ocupa de la conducta de los actores principales del proceso, en vez de en los canales que median entre emisores y receptores.

Este enfoque permitió romper con la imagen de la comunicación lineal y unidireccional, siendo **un modelo útil para describir el proceso de comunicación interpersonal** pese a presentar deficiencias en el análisis de situaciones con escasa o nula retroalimentación. Las críticas a esta teoría se centran en la presentación de una comunicación igualitaria cuando en la mayoría de las ocasiones se caracteriza por el desequilibrio de sus elementos.

- Modelo de Gerbner (1956)

El sistema comunicativo que presentó **George Gerbner** en 1956 se puede utilizar para diferentes aplicaciones y se le pueden dar varias configuraciones en función del tipo de situación comunicativa de la que se ocupe. Sus partes describen procesos simples y complejos

de la comunicación, además de los de producción de mensajes y de percepción de los mensajes y de los acontecimientos sobre los que se establece la comunicación.

El modelo verbal de Gerbner presenta ciertas similitudes al de Lasswell (1948) descritas anteriormente que se pueden sintetizar del siguiente modo:

- alguien - percibe un acontecimiento - y reacciona - en una situación - a través de unos medios
 - con el fin de hacer disponibles algunos materiales - con una cierta forma - y en un contexto -
 transmitiendo un contenido - con ciertas consecuencias

Este modelo es un sistema de interacción entre individuos y entre el individuo y un contexto. El desarrollo del proceso comunicativo no dependerá sólo del emisor y el receptor, también se explica por la dinámica que se establece entre los participantes y lo que acontece en el **mundo exterior**. Gerbner interpreta la comunicación como un recurso para relacionar al individuo con **acontecimientos no observados directamente**.

La **idea de proceso** se apoya en dos aspectos fundamentales: **el mensaje y los agentes de comunicación**. El mensaje es aquel suceso o acontecimiento del que un perceptor (humano o mecánico) selecciona alguna de sus dimensiones o facetas, las registra, codifica y transmite por cualquier medio, de esta forma, todo mensaje tendrá una forma y un contenido. Los agentes de comunicación son los encargados de percibir los acontecimientos, elaboran mensajes o los reciben convirtiéndose en emisores o destinatarios de mensajes.

Para **Corraliza** (1988) el **modelo de Gerbner** se basa en una concepción específica del **proceso de comunicación** en el que está presente un perceptor que se relaciona con su **contexto** y que selecciona algunos **sucesos o acontecimientos** que a través de los controles se convierten de nuevo en elementos del contexto, adoptando la forma de sucesos comunicativos ajustados a un código y transmitidos por un canal.

- Modelo Orquestal de la Escuela de Palo Alto Bateson (1965) Watzlawick, Beavin (1967) y Jackson (1965)

El modelo orquestal de la **comunicación**, por oposición al modelo telegráfico, vuelve a ver en la comunicación el **fenómeno social** tal y como expresaba el primer sentido de la palabra “comunicación”, tanto en inglés como en francés, “puesta en común, participación, comunión”. Se trata de un **modelo desarrollado por la Escuela de Palo Alto**, donde se rechaza que la comunicación sea analizada exclusivamente en función de sus contenidos, al entender que el contexto de interacción es más rico que los contenidos que circulan entre dos actores comunicativos.

En este modelo destaca **Gregory Bateson (1965)** y la obra “Pragmatics of Human Communication” con **Paul Watzlawick, Janet H. Beavin y Don Jackson (1967)**, que marca la línea de los autores de la época por la visión de comunicación que en ella se hace refiriéndose a la comunicación como la matriz que encaja todas las actividades humanas.

- Modelo de Comunicación verbal de Jakobson (1961)

El modelo de **comunicación verbal** presentado por **Roman Jakobson (1961)** presenta una gran analogía con el esquema de Shannon (1961). Este modelo tiene en cuenta las **funciones del lenguaje en el contexto de la comunicación**.

Roman Jakobson se sirve de los tres ejes intervinientes en el proceso de comunicación del filósofo alemán **K. Bühler (1934)**, que son los siguientes:

- | | |
|--|---|
| 1) el locutor - emisor | (función expresiva) |
| 2) el destinatario – receptor | (función apelativa) |
| 3) el contenido de la comunicación – mensaje | (función representativa y que posee en exclusiva el ser humano). |

Jakobson completa este esquema apoyándose en la teoría de la información de Shannon y enuncia **seis funciones** correspondientes a los mismos:

1. **función expresiva o emotiva referente al emisor**
2. **función conativa, centrada en el receptor**
3. **función representativa o referencial, que incluye al mensaje**
4. **función poética**
5. **función de contacto, que alude al canal**
6. **función metalingüística, un aspecto en el que el lenguaje se utiliza para hablar sobre el mismo y que está relacionada con el código**

El autor afirma que cualquier producción verbal puede cumplir más de una función de forma simultánea. Sin embargo, este modelo supone una visión simplista para explicar la complejidad intrínseca al proceso de comunicación humano, ya que en ocasiones se elige un referente para transmitir otro distinto que no aparece en la superficie. Además, las funciones del lenguaje expuestas por Jakobson se asocian exclusivamente a los aspectos lingüísticos de la comunicación, dejando de lado todos los no verbales, cuya única alusión se engloba en la función conativa del receptor. Este modelo ha recibido muchas críticas y modificaciones, pero no se ha salido del binomio emisor-receptor, inspirado en la imagen del telégrafo de Shannon. Se podría hablar de un **modelo telegráfico de comunicación**.

- [Modelo de Berló \(1960\)](#)

Berló fue discípulo de Schramm (1954), y se basó en el trabajo de Shannon y Weaver (1981) y de su profesor Osgood (1961), planteando un modelo que buscaba explicar las relaciones entre procesos de comunicación, aprendizaje y comportamiento. En 1960 **David. K. Berló** presenta un modelo comunicativo en su obra “**El proceso de la comunicación**”. Este modelo explica cómo funciona el proceso de **comunicación masiva** y cómo recibe la audiencia los distintos mensajes que le son presentados.

Abarca componentes, como los **cinco sentidos del ser humano**, hasta el **contexto y nivel social de los distintos públicos** a los cuáles va dirigido el mensaje. Esta teoría ha sido principalmente relacionada con la comunicación de masas, pero es aplicable a la comunicación interpersonal. Concibe el mensaje como una conducta física a través de la cual se traducen ideas, propósitos e intenciones en un código (conjunto sistemático de símbolos).

Hace referencia a **6 elementos básicos de comunicación** sobre los que ya habían trabajado Shannon y Weaver. Sin embargo, su modelo plantea la agrupación de persona a persona, fuente y codificador, tal y como podrían serlo el receptor y el decodificador.

Berló pone el acento en la **codificación y decodificación del mensaje**. Para él, el proceso de comunicación se sostiene en **dos momentos clave**: el proceso mediante el que la idea, propósito o intención de la fuente se convierte en mensaje, es decir, el propósito o la idea se traduce **en el código**; y el proceso por el que una **señal es descifrada** gracias a las facultades sensoriales del receptor. Los dos procesos exigen que los sistemas en los que **se basan la fuente y el receptor sean parecidos**, ya que si esto no ocurre la comunicación es imposible. En este modelo se especifica que el codificador es responsable de expresar el propósito principal en forma de mensaje. En situaciones cara a cara, la función de decodificador es realizada por los mecanismos vocales, sistemas musculares y otros artefactos como la apariencia, vestimenta, y ambiente que produce.

A partir de este modelo, describe algunos factores personales que podrían afectar el proceso comunicativo, como las **habilidades comunicadoras**, actitudes, conocimiento, sistemas sociales y ambiente cultural, tanto de la fuente como del receptor. Sin embargo, las posibilidades de retroalimentación son mínimas y el comportamiento simultáneo de las personas como fuentes y receptores no está cubierta totalmente.

- [Modelo de Austin \(1971\)](#)

J. L. Austin (1971), filósofo de la Escuela de Oxford, aborda la cuestión del uso del lenguaje desde un punto de vista pragmático que implica entender la **comunicación verbal como una forma de interacción**. Este autor se detiene en los **procesos conversacionales**, donde las palabras sólo se determinan por su uso en situaciones concretas de interlocución.

De esta forma estudia los enunciados vistos como tipos de acciones, es decir, las oraciones forman enunciados, actos del habla que forman la unidad conversacional de la interacción verbal. Para él, **todo enunciado destinado a un interlocutor cumple tres funciones** y produce tres actos de habla de forma simultánea:

1. **acto locutivo: lo que las palabras dicen a partir de la articulación y combinación de sonidos independientemente de su contexto**
2. **acto ilocutivo:** acto que se realiza al decir algo, lo que las palabras hacen. Es la expresión de una idea y su interpretación. La eficacia depende la habilidad del emisor, el contexto y la sensibilidad del receptor
3. **acto perlocutivo: efectos que causa la producción verbal sobre el interlocutor**

Las investigaciones de Austin constituyen **uno de los pilares de la teoría del lenguaje**, sin embargo, una de las carencias de este modelo tiene que ver con la ausencia de explicaciones del proceso de interacción. También se olvida de los aspectos no lingüísticos presentes en la comunicación.

- [Modelo de La Espiral de Dance \(1967\)](#)

Este modelo presentado en 1967, es considerado como un desarrollo del modelo de Osgood (1961) y Schramm (1954). **Frank E.X. Dance (1967)** aporta un modelo que establece unos parámetros comparativos entre el modelo de comunicación lineal y el circular. Para Dance, aunque a simple vista parezca más acertado el modelo circular, éste también presenta diferencias, y entre ellas destaca la creencia errónea de que la comunicación vuelve exactamente al mismo punto de partida del que partió.

La espiral emerge para hacer comprender aquellos casos en los que el círculo no resuelve y **simboliza el hecho de que el proceso comunicativo avanza**. Esto indica que lo que se comunica en un momento determinado, influirá sobre la estructura y el contenido de la comunicación posterior.

Dance, en contraposición con los demás teóricos, presenta una **comunicación eminentemente dinámica**, ya que engloba un proceso con **elementos, relaciones y contextos** que cambian en cuestión de segundos y la espiral describe estos cambios. De hecho, la espiral toma configuraciones diversas en situaciones distintas y dependiendo de las características de

los individuos. Con esta visión, Dance confirma la hipótesis de que el **conocimiento siempre tiende a crear más conocimiento.**

Una de las aportaciones más importantes de Dance, además de subrayar la naturaleza dinámica de la comunicación, reside en la idea de un hombre comunicador más positivo que en el resto de modelos, un hombre que cuando comunica es activo, con capacidad creadora y que puede almacenar información de diversa índole. **Dance (1973) estudia la comunicación básicamente desde el componente verbal**

- [El modelo metacomunicacional de la Escuela de Palo Alto. Bateson \(1965\) Watzlawick, Beavin \(1967\) y Jackson \(1965\)](#)

En los años 60 se inicia un movimiento científico que marcan un antes y un después en el estudio de los procesos de comunicación. En medio de un ambiente de revueltas civiles, movimientos sociales, acontecimientos históricos como la llegada del hombre a la luna y donde la comunicación de masas adquiere gran protagonismo. Surge la Escuela de Palo Alto “Escuela Invisible”, el movimiento más importante de los doce recogidos, que tiene como objeto solucionar los graves problemas de comunicación existentes.

Esta escuela surge de la mano de científicos de diferentes disciplinas principalmente la psiquiatría y la antropología pero que mantienen líneas y rasgos en común entre ellos destacan: **Bateson y Ruesch (1965), Watzlawick y Beavin (1967), Haley (1963), Jackson (1965), Goffman (1971), Birdwhistell (1952), Hall (1973) o Scheflen (1964).**

Estos autores fueron pioneros en el estudio de la comunicación no verbal y de disciplinas como la kinesia, la proxémica, entre otras, e hicieron importantes y significativos aportes. Este movimiento llega hasta los años 80, y se mantiene todavía en la actualidad.

Sus autores como menciona (Kuhn, 2004) dejan atrás su “matriz disciplinar” para enfocarse hacia las **ciencias humanas**. El análisis metacomunicacional se centra en el estudio de las bases del acto comunicativo y **estudia la significación de la comunicación** desde diferentes perspectivas. Y es la base de la Teoría General de la Información.

La Escuela toma como referencia la perspectiva de cada uno de los participantes de un sistema de comunicación y la perspectiva del observador del sistema de comunicación establecido. De manera que estos autores van a realizar aportaciones que marcarán líneas de investigación en los procesos comunicativos hasta la actualidad. Vamos a realizar un repaso de las más significativas:

Watzlawick y Beavin (1967) hablan de diferentes perspectivas y de diferentes niveles de realidad. Perspectivas que según **Ruesch (1969)** están delimitadas por el **contexto de la comunicación**, como elemento imprescindible tanto para los participantes del proceso comunicativo como para el científico que intente conceptualizar el proceso de comunicación.

Las aportaciones de este grupo se sintetizan en cinco axiomas:

1. En el análisis de las relaciones humanas todo es comunicación, no se puede no comunicar. Ruesch y Bateson (1980) aseguran que la comunicación no es sólo transmisión verbal, explícita o intencional de un mensaje, ya que su visión de la comunicación incluye todos los procesos a través de los que los sujetos se influyen mutuamente. Todas las acciones y sucesos adquieren aspectos comunicativos tan pronto son percibidos por un ser humano, la sola presencia de dos personas ya es una situación comunicativa. Esta perspectiva es aplicable a cualquier interacción y también en las relaciones entre personas y estímulos.
2. **Diferencia entre ‘report’ y ‘command’.** Según Ruesch y Bateson (1980) *“todo mensaje es a la vez informativo e imperativo”*. El término ‘report’ se refiere a aquellos mensajes a través de los que los individuos se cuentan lo que ven y lo que oyen. El concepto de ‘command’ recoge los mensajes en los que el individuo define la situación social, el contexto y se presenta a sí mismo.
3. **Dinamismo de la comunicación.** El proceso de comunicación es concatenado, tiene lugar en un tiempo y espacio reales, es sucesivo e irreversible. Sin embargo, para Penman (1980) el proceso no tiene ni principio ni final, por lo que, el investigador, al parcelar el proceso cae en convenciones arbitrarias que interfieren en la valoración del sistema.
4. **La doble codificación del proceso de comunicación:** la codificación analógica y la codificación digital. Para Watzlawick, Beavin y Jackson (1967) los seres humanos

comunican tanto digital como analógicamente. El lenguaje digital precisa de una sintaxis compleja y lógica, a pesar de carecer de la semántica adecuada al campo de la relación. Cuarenta años después y en esta línea, Hernáiz (2007) añade que este lenguaje digital contribuye a la pérdida de memoria del ser humano, tanto por el abuso de la televisión, como de internet. El lenguaje analógico cuenta con la semántica, pero no con la sintaxis adecuada para definir la naturaleza de las relaciones.

5. La interacción comunicativa se ejecuta sobre la base de acuerdo previo sobre la naturaleza de las relaciones.

Jackson (1965) afirma que la relación comunicativa descansa en la existencia de una normativa que prescribe y limita la conducta de los individuos en un sistema y organiza la comunicación de forma estable. Esta estabilidad se denomina cismogénesis u homeostasis.

Para la Escuela de Palo Alto, en contraposición con la mayoría de los modelos anteriores, las **relaciones comunicacionales son simétricas** (igualdad y similitud entre los comunicadores) y **complementarias** (diferencias entre las normas y roles que regulan la actividad de los comunicadores). En ambas situaciones el sistema comunicativo camina hacia la estabilidad gracias a la existencia de un sistema normativo que regula la dinámica del proceso.

Para estos autores no se trata de establecer una oposición entre comunicación verbal y no verbal; de hecho la comunicación según **Birdwhistell** (1952) “es un todo integrado” y no desvincula el lenguaje de los gestos de la comunicación verbal, asumiendo que cada postura o cada gesto remite inequívocamente a una significación particular. Este autor coincide con **Schefflen** (1964) al proponer un **análisis de contexto** en oposición al análisis de contenido del modelo de Shannon. Algunos de estos autores trabajan mediante **casos filmados y grabados**, mientras que otros, como los antropólogos, utilizan la **observación directa**.

De la mano de **Birdwhistell** (1952) se establece una nueva disciplina, “la kinésica”, influido por la antropología lingüística, diferenciándose de Bateson (1942) y de los demás autores de Palo Alto. Este autor habla de la imagen corporal y del condicionamiento cultural de la misma. A este respecto **Goffman** (1971) dice que existe en el cuerpo una especie de código de autopresentación. Cada **cultura y cada contexto interaccional**, utiliza el **substrato**

fisiológico para elaborar una significación socialmente aceptable, relacionando cuerpo y cultura. Además, este autor incide en la visión sistémica de la comunicación, habla de análisis de contexto y no de contenido, donde el análisis se centra en el sistema que ha hecho posible el intercambio. Este **sistema es la comunicación**, que recibe una prioridad conceptual sobre el sujeto que se inserta en ella.

Este punto de vista es compartido por los autores de la escuela de Palo Alto. Según estos autores *“la cultura y la comunicación representan dos métodos de presentación de la interrelación humana, estructurada y regular. En “cultura” el acento se pone en la estructura, en “comunicación”, en el proceso.”*

Posteriormente, **Schefflen (1964), discípulo de Birdwhistell**, se encarga de describir y utilizar el método de su mentor, Birdwhistell. Es el primero que hace una descripción de la puesta en relación en el nivel de posiciones. Observa que dos o más interactuantes pueden adoptar posturas “congruentes”, es decir, idénticas o invertidas al modo de un objeto y su imagen en el espejo. Si uno de los participantes cambia de posición, los demás miembros restablecen la congruencia. Aunque también puede observarse el efecto contrario.

En 1967, junto a **Adam Kendon** y el antropólogo **Norman Ashcraft**, **Schefflen** realiza un amplio estudio de la **territorialidad humana**. Utilizará la idea de una jerarquía de niveles de análisis para de-construir el espacio como había construido en el tiempo.

Dicho campo surge en los años 70 de la mano del antropólogo **Edward T. Hall (1973)**, quien lo denominó “**proxémica**”. Este antropólogo considera la cultura como un conjunto de códigos descomponibles y analizables. Para el autor, la cultura es descifrable a través de lo que describe como un “lenguaje silencioso”.

Es indudable que el pensamiento de **Sapir (1954)** influye en gran medida en la obra de **Hall**. Sapir decía que *“reaccionamos como si siguiéramos un código, secreto y complicado, que no está escrito en ninguna parte, no lo conoce nadie y todos entienden”*. **Hall (1973)** propone una escala de **distancias interpersonales: íntima, personal, social y pública**. Cada una de ellas comporta dos modalidades (próxima y lejana). Afirma que cada cultura organiza el espacio de forma diferente a partir de un substrato animal idéntico, el “**territorio**”.

Los autores de esta Escuela dieron un paso muy importante en el proceso comunicativo y fueron pioneros en el estudio de la Comunicación Verbal y No Verbal, disciplinas que por su importancia en nuestra investigación desarrollamos a continuación en el siguiente apartado.

4. Comunicación verbal y no verbal

El ser humano no sólo comunica con las palabras o comunicación verbal, también interviene la **comunicación no verbal del cuerpo**. A este respecto **Bucher** (1978) escribe sobre la presencia, los discursos, lo que vemos, lo que oímos y por debajo de esto el diálogo inconsciente que se representa en el diálogo corporal.

A veces, las palabras del mensaje que expresamos son sólo una parte sin tanta importancia, a este respecto **Stevens** (1976) hace referencia a la voz, en concreto al tono, el volumen, la velocidad y las vacilaciones, mostrando la importancia de la misma como parte de la comunicación no verbal.

Esta conexión de la parte verbal y no verbal del proceso comunicativo es estudiada por la **semiótica**, que tiene por objetivo la **actividad comunicativa global y los elementos** que la conforman. Esta disciplina se la debemos a los científicos **Ferdinand de Saussure** (1995) y **Ch. S. Peirce** (1985). Según estos autores la **comunicación humana** se divide en tres áreas:

- **Sintáctica**: estudia las relaciones formales entre los signos, con independencia de las personas y las relaciones con las cosas significadas, así como de los problemas relativos a la transmisión de información
- **Semántica**: se ocupa de las relaciones entre el signo y la cosa significada, sin referencia alguna a los sujetos
- **Pragmática**: trata los análisis que toman a los individuos como seres comunicantes incidiendo en los efectos de la comunicación sobre la conducta

Para Baylon y Mignot (1994) los medios utilizados para llevar a cabo la comunicación humana y la misma en sí pueden clasificarse en dos grandes posiciones: vocal y no vocal, o palabras y gestos, o verbal y no verbal, en definitiva, palabras y no palabras. Los tipos de

comunicación se pueden clasificar en: la vocal verbal (en la que se tiene en cuenta la fonética como unidad lingüística); la vocal no verbal (que aglutina aspectos relativos al paralenguaje como la entonación, el timbre o la acentuación, entre otros); la no vocal verbal (que trata la palabra gráfica, es decir, la escritura, como unidad lingüística); y la no vocal no verbal (donde encontramos la expresión de las emociones, los gestos, la apariencia y la actitud).

Vamos a ver los aspectos más relevantes tanto de la comunicación verbal como no verbal en los apartados siguientes.

4.1. La comunicación verbal

4.1.1. La comunicación verbal: naturaleza y conceptos

Siempre se ha considerado que el lenguaje es uno de los **rasgos** que definen y diferencian al **ser humano** del resto de los seres vivos. Para Carlos **Gallego** (1998), su origen se remonta a los **procesos de hominización y socialización**.

El lenguaje es una parte más de la conducta y puede describirse como un conjunto de acciones que son innumerables y que los seres humanos ejecutan (como una conversación, escribir una carta,...). Todas ellas implican una actividad lingüística en la que interviene un sujeto que asume el papel de oyente, hablante o ambos que procesa la información. Para Gallego (1998), el criterio fundamental para diferenciarlas son: el **canal de comunicación** empleado (lenguaje oral o lectura) y la **dirección de información** o la vía por la que se produce la entrada y la salida de información (habla o escritura).

Lo más significativo de la comunicación es que hace posible las **relaciones humanas**. Y en esa comunicación es clave el sentido que le damos a lo que decimos, es decir, el mensaje. Para **Bateson** (1965), la **metacomunicación** (metamensaje) le da un **sentido particular al mensaje que se pretende enviar**, siendo el **contexto** una parte fundamental en la comunicación, dado que permite la correcta codificación del mensaje. En este proceso que describe como circular, el **feedback** tiene una importancia vital.

El **modelo de Bateson** se basaba en conjugar la **neurolingüística** (mecanismo del cerebro humano que posibilita la comprensión) con la **psicología del lenguaje**

(psicolingüística). Dicha teoría se basaba en la concepción de que las personas, gracias a la facultad del lenguaje, llegan a **crear realidades de significado**. Por medio de interacciones, significados, conductas y creencias se construyen tales **realidades**, que llegan a suponer el bienestar o el malestar del sujeto, según estén configurados sus elementos.

En esta línea Robert **Dilts** (2003) estudió el **poder de las palabras** para modelar nuestras percepciones y actitudes acerca de nuestro propio comportamiento y del mundo que nos rodea. Dilts (2003) explora el impacto que el lenguaje tiene sobre nuestra experiencia y cómo modela las generalizaciones y las creencias (tanto limitadoras como potenciadoras) producto de la misma. Estudió los discursos y patrones con los que influían en las personas que los escuchaban de personajes relevantes en la historia de la humanidad como Jesús de Nazaret, Marx, Abraham Lincoln, Einstein, Gandhi y Martin Luther King, entre otros.

Este autor propone **catorce patrones verbales** que pueden ser aplicados para reforzar las creencias sociales y sistemas de creencias en un intento por codificar mecanismos lingüísticos de persuasión e influencia. Los patrones con los que trabaja Dilts son: **intención**, redefinición, consecuencia, fragmentar hacia abajo y hacia arriba, analogía, cambio del tamaño del marco, otro resultado, modelo del mundo, estrategia de realidad, contraejemplo, jerarquía de criterio, aplicar a sí mismo y metamarco.

Estos patrones están formados por categorías y distinciones verbales que permiten establecer, cambiar o transformar creencias mediante el lenguaje. Pueden ser definidos como “reencuadres verbales”, que influyen tanto sobre las creencias como sobre los mapas mentales a partir de los que éstas han sido construidas. En los casi veinte años transcurridos desde su formalización inicial, los patrones de “**El poder de la palabra**” han demostrado ser uno de los grupos de clarificaciones proporcionados por la **Programación Neurolingüística (PNL)** con más poder para la persuasión efectiva, proporcionando una herramienta eficaz para el cambio de creencias a través de la conversación. Los estudios de Dilts siguen manteniéndose en la actualidad y son utilizados como base de la PNL.

En la comunicación verbal distinguimos la “**comunicación verbal vocal**” y la “**comunicación verbal no vocal**”, vamos a hacer un repaso por ambas nociones.

4.1.2. La comunicación verbal vocal

La comunicación verbal se compone de **palabras**. Se puede definir como aquella que se efectúa según un **código lingüístico** conocido por dos o más interlocutores. Se compone de palabras reguladas por una **relación semántica** basada en un significante y un significado, se divide en **oral y escrita** y posee una **estructura gramatical normativizada**.

El código que regula la comunicación verbal, está compuesto de signos lingüísticos cuyo prototipo es la palabra, un elemento hecho para combinarse en frases complejas, macro signos (signos formados de signos). Por lo que el lenguaje es articulado y la comunicación verbal está compuesta por una serie de palabras, más largas o más cortas, pero que siempre han de tener un **significado coherente**.

¿Cómo aparecieron las palabras?

Ésta ha sido una cuestión planteada por diferentes autores en la historia desde hace cientos de años. De manera que mientras según el filósofo alemán Johann **Gottfried von Herder** (2002), con su **teoría onomatopéyica**, las palabras aparecieron gracias a la imitación de sonidos naturales. Los detractores esta teoría afirman que su tesis deja sin explicación a la capacidad simbólica o abstracta que caracteriza al lenguaje humano.

Por otra parte, la **teoría del timbre natural** de Friederich **Max Müller** (1877), atribuye este origen a la facultad que posee el hombre de dar a toda impresión externa su expresión vocal dentro del cuerpo en forma de resonancia. Esta teoría, discriminada por el propio autor, carece actualmente de validez.

Otra hipótesis indica que el primer lenguaje del hombre fue **gestual**, aunque posteriormente los gestos fueron sustituidos de forma sucesiva por las palabras. En contraposición, Otto **Klineberg** (1938) afirmó que no había constancia ninguna para afirmar que el lenguaje de gestos fuera anterior a la palabra hablada y recuerda que hay especies animales que también usan la expresión vocal, como el caso de los chimpancés.

De Saussure (1995) distingue entre lengua y habla, afirmando que la lengua es social en su esencia e independiente del individuo, siendo su estudio psíquico; mientras que el habla,

tiene por objeto la parte individual del lenguaje, incluye la fonación y es psicofísica. Reconoce la interdependencia que hay entre ambas, ya que la lengua es instrumento y producto del habla, por lo que la lengua es el sistema de expresiones convencionales usado por una comunidad y el habla es el uso individual que se hace de dicho sistema. Este lingüista afirma que el habla hace evolucionar a la lengua, por eso la primera es el instrumento y el producto de la última. Para De Saussure el habla es una manifestación individual y momentánea.

Otros autores dieron **explicaciones desde el punto de vista de la fonética**. Edward **Sapir** (1954) estudió el simbolismo fonético e hizo corresponder ciertos sonidos con las ideas ‘grande’ y ‘pequeño’, pero esta teoría puede explicar solamente una pequeña parte del vocabulario. Richard **Piaget** (1930) señala que el ser humano descubrió que podía también comunicarse con la voz en diferentes situaciones (por ejemplo con las manos ocupadas).

Mientras que para otros autores como Arthur Sigismund **Diamond** (1974) los gestos preceden al lenguaje hablado y llevan a él. El **simbolismo fonético** tiene afirmaciones que se asemejan a la teoría onomatopéyica, ya que asegura que ciertas palabras transmiten su significado por la índole de su sonido (la letra ‘i’ por ejemplo, se utiliza habitualmente para designar lo pequeño o lo refinado).

En otro sentido se busca la explicación desde el punto de vista de la acción o como parte de un sistemas. Edmond **Barbotin** (1977) afirma que la palabra media entre el pensamiento volitivo y la acción, y no existiría sin el silencio y viceversa. También apunta a la palabra como la parte del discurso que expresa la acción.

Mientras que **Serrano** (1980) habla de **las propiedades de la comunicación verbal**, concebida como un sistema semiótico heterogéneo y complejo presentando una interesante descripción al respecto:

1. La primera característica del lenguaje verbal es la utilización del canal vocal auditivo.
2. La comunicación verbal tiene una difusión, transmisión y recepción direccional.
3. Es un sistema económico y rentable (la energía necesaria para emitir un sonido es pequeña y deja libre el resto del cuerpo para ejecutar otras actividades).
4. Tiene carácter de retroalimentación.

5. La semanticidad que indica que toda comunicación debe transmitir un mensaje con significado.
6. La arbitrariedad, ya que los signos no mantienen más de una relación de convenio con la realidad a la que hace referencia.
7. Las unidades fónicas y gramaticales que componen el lenguaje formal tienen un carácter discreto, porque se producen en un periodo de tiempo muy breve.
8. El lenguaje verbal es un sistema extenso ya que se basa en combinaciones ilimitadas y eficaces en la actualización comunicativa.
9. La propiedad de desplazamiento, hace posible referirse a situaciones alejadas de espacio y de tiempo.
10. Carácter secuencial y lineal, todo lo contrario que la comunicación no verbal.
 11. Es creativo.
 12. Tradición. La lengua une a quienes la conocen y discrimina a quienes no.
 13. El carácter dual de la comunicación verbal, integrado por dos estructuras: la fónica y la gramatical.
 14. El lenguaje verbal es reflexivo, con el lenguaje verbal es posible hablar del propio lenguaje.
 15. Posee la capacidad de aprendizaje.
 16. Otra propiedad es su transcripción con la lengua escrita.

Las teorías se encadenan a lo largo de las décadas. En los 90 para autores como Fernando **Poyatos** (1994) el lenguaje está formado por una serie de palabras y frases al que la entonación, el volumen, registros, y cadencias dan vida. Mientras que otros como **Montaner y Moyano** (1995) hablan de las numerosas teorías para explicar cuándo adquirió el hombre dicha facultad. Unas son de naturaleza mítica, ya que recurren a la **intervención divina** y carecen de fundamento científico; y otras buscan el origen del lenguaje verbal como respuesta a **una necesidad social**, que no fue posible hasta que la especie humana dispuso de un sistema nervioso y un aparato fonador adecuado.

En la primera década del S.XXI, la **teoría de la interjección de Cáceres (2003)**, relaciona la aparición del lenguaje con los gritos o interjecciones del animal humano, refiriéndose a este respecto a que el lenguaje inicia cuando acaban las interjecciones.

A pesar de todas estas teorías, la lingüística no ha sido capaz de explicar el origen del lenguaje de forma coherente, pero sí de explicar el desarrollo del lenguaje, aunque no de forma coherente.

Aun así se realizan tres grandes divisiones del mismo:

- **Monosilábico:** expresiones integrales e indivisibles que ya estaban constituidas por elementos articulados o compuestos de vocales. Está conformado por una sola sílaba o la misma repetida y surgió al imitar los sonidos de la naturaleza y de ciertas sensaciones.
- **Aglutinante:** donde se añade a la raíz principal de otras sílabas o raíces que pasaron a ser sufijos o prefijos y que modificaron la raíz central o principal.
- **De flexión:** es un lenguaje altamente complejo y en él no sólo la raíz está acompañada de sufijos y prefijos. En este tipo de lenguaje, la raíz sigue correspondiendo al monosilábico primitivo, aunque aparece envuelto de otros elementos gramaticales como los artículos, el género, los adjetivos...

Actualmente se siguen buscando explicaciones sobre el origen de la palabra. Otra forma de comunicación verbal que ha acompañado al hombre desde sus orígenes es **la escritura**.

4.1.3. La comunicación verbal no vocal: la Escritura

Para De Saussure (1995) la escritura es la representación de la lengua. Según él hay cuatro razones por las que la escritura goza de más prestigio que la lengua:

- La **imagen gráfica** de las palabras nos impresiona como un objeto permanente y sólido para constituir la unidad de la lengua a través del tiempo.
- Las **impresiones visuales** son más firmes y durables que las acústicas, por esta razón se otorgan preferencia a las primeras.
- La **lengua literaria** agranda la importancia inmerecida de la escritura, tiene un código que es, a su vez, una regla escrita sometida a un uso riguroso.
- Cuando existe un **desacuerdo entre la lengua y la ortografía**, el debate siempre es muy difícil, pese a que en la mayoría de las ocasiones el triunfo recae en la forma escrita.

Además, De Saussure habla de **dos sistemas de escritura** diferenciados:

- El sistema **ideográfico**, la palabra está representada por un signo único y ajeno a los sonidos de los que se compone e indirectamente a la idea que expresa –por ejemplo la escritura japonesa-. La escritura ideográfica se convierte fácilmente en mixta. Ciertos ideogramas, desviados de su valor primero, acaban por representar sonidos aislados.
- El sistema **fonético**, que aspira a reproducir la serie de sonidos que se suceden en la palabra. Las escrituras fonéticas pueden ser silábicas o alfabéticas, basadas en los elementos irreductibles del habla.

Poyatos (1994) apunta que la palabra escrita, al ser pronunciada mentalmente, cuando se ve representada gráficamente, está muy alejada de la realidad verbal-no verbal. Un motivo por el que los escritores no reservan sólo la lengua impresa a sus personajes, sino que también añaden comentarios para describir el lenguaje no verbal de los mismos.

4.2. La comunicación no verbal

4.2.1. Intencionalidad y antecedentes

Muchos de los investigadores consideran que el **origen** de los estudios sobre comunicación no verbal se remonta a **Darwin (1872)** y a sus tesis centradas en el estudio de las expresiones no verbales del hombre en relación con el comportamiento animal. Su obra ***The Expresión of Emotion in Man and Animals (1872)***, ha sido el antecedente clave de gran parte de los estudios actuales sobre comunicación no verbal y, en especial, del **análisis de las expresiones del rostro**.

Desde los años 30, diferentes autores han realizado importantes aportaciones en el estudio del Lenguaje no verbal. Los autores **Kretschmer (1967)**, con su obra *Physique and Characte*, y **Sheldon (1940)**, con *The Variations of Human Physique*, contribuyeron a lo que hoy constituyen los **diferentes tipos corporales**.

Por su parte **Efron (1970)** en su trabajo *Gesture and Environment* hizo aportaciones importantes en el estudio de la comunicación no verbal, trazando nexos de unión entre la **cultura y la gestualidad** y llegó a establecer una clasificación del comportamiento no verbal.

Pero los autores que más han destacado en este campo fueron Gregory **Bateson** y Margaret **Mead** (1942), que publicaron los resultados de una completa investigación realizada con los indígenas balineses en la obra *Balinese Character. A Photographic Analysis*.

Junto a otros como Paul **Watzlawick** (1967), Don **Jackson** (1967), Edward T. **Hall** (1973), Erving **Goffman** (1971), Ray **Birdwhistell** (1952) que formaron parte de la **Escuela de Palo Alto** (de la que ya hemos comentado anteriormente). Para ellos la **comunicación verbal y no verbal era un todo integrado**.

El primer libro que se publicó en que se habla de “comunicación no verbal” fue de Jurgen **Ruesch** y el fotógrafo Weldon **Kees** (1969). Estos autores establecieron, dentro del lenguaje de signos, todas las formas de codificación en donde los gestos suplen a las palabras, números y signos de puntuación.

Gracias al **cine y a la televisión**, el lenguaje no verbal se convirtió en una ciencia en auge. Posteriormente este interés se trasladó a la **publicidad, a los negocios y a la política**. Hasta ese momento, tan sólo el mundo artístico había reparado en la gran cantidad de información que puede transmitir un determinado gesto.

El interés que despierta esta disciplina viene seguida de los numerosos autores que realizan estudios en esta materia, los años 60 y 70 fueron las décadas más destacadas, con autores como **Argyle** (1978), **Davitz** (1964), **Dittmann** (1972), **Goldman-Eisler** (1964), **Hess** (1975), **Kendon** (1972), **Mehrabian** (1972), **Rosenthal** (1963), **Schefflen** (1964), **Sommer** (1969), **Trager** (1958) en los que se encuentran las bases para las presentes y futuras investigaciones en cuanto a comunicación no verbal.

Destaca la autora Flora **Davis** (1976) que añade a E. T. **Hall** (1973) o E. **Goffman** (1971). Aquí entra en juego el concepto de signo, que implica que un observador tome inferencias o asigne significado a un comportamiento o acontecimiento. Mientras que **Ekman**

y **Friesen** (1969) aseguran que puede hablarse de comunicación siempre que en el comportamiento no verbal exista un consenso.

Estos dos autores **Ekman y Friesen** (1969) fueron pioneros en el tema de la universalidad de los gestos. Hablaron por primera vez sobre la **universalidad de ciertos gestos**, fijándose en culturas ‘no mediáticas’ como la de Papua Nueva Guinea. Son los padres de las **categorías no verbales** de las que forman parte los **emblemas, ilustradores, reguladores de la conversación, adaptadores y exposición de afectos**. Randall P. **Harrison** (1974) complementó las aportaciones anteriores, resumiéndolos en **códigos de acción, códigos de artefacto, códigos espacio temporales y códigos mediáticos**.

Respecto a los **códigos**, Umberto **Eco** (1981) afirma que hay diferencias entre procesos de significación (que utilizan códigos) y procesos comunicativos, que se producen cuando una señal, que no tiene que ser forzosamente un signo, pasa a una fuente a través de un transmisor a lo largo de un canal hasta un destinatario.

Todo proceso de comunicación entre seres humanos presupone como condición necesaria un sistema de significación. La mayoría de los expertos en comunicación no verbal considera que existe este tipo de comunicación, aunque no haya intención de comunicar por parte del emisor, ni exista un código compartido.

En cuanto al **origen de la comunicación no verbal**, Flora **Davis**(1976) nos habla del uso que se ha realizado durante siglos de la comunicación no verbal, tanto por pintores, como por escritores que se servirán de ella para ‘completar’ su obra. Añade el papel de los psiquiatras al estudio de la comunicación no verbal, debido a que durante años se han ocupado de analizar minuciosamente los gestos de sus pacientes para interpretarlos después. En su libro *La Comunicación No Verbal*, Davis (1976) centra el origen de los estudios sobre comunicación no verbal a comienzos del siglo XX, en el periodo comprendido entre 1914 y 1940, donde se llegó a pensar que el rostro “*no expresa las emociones de manera segura e infalible*”.

Paralelamente, los antropólogos confirmaron que el movimiento corporal respondía a un aprendizaje, pero no descifraron las claves de ese proceso de aprendizaje. **La relevancia de la paralingüística y la kinesia cobra protagonismo con Poyatos** (1994), experto en comunicación no verbal, pues según este autor estos componentes son los que dan plenitud a

las frases. Para él, las palabras, al ser signos arbitrarios, no pueden llevar todo el peso de la conversación y expresar significados verbalmente inexplicables; si las conversaciones sólo estuvieran compuestas de palabras desnudas, éstas estarían sembradas tanto de lagunas semióticas como de vacíos, unos huecos que se tapan con actos no verbales que pueden separarse dentro del discurso.

4.2.2. La comunicación no verbal: una ciencia interdisciplinar

Para Flora **Davis** (1976) la comunicación no verbal es **multidisciplinar**, basada en cinco disciplinas diferentes: **psicología, psiquiatría, antropología, sociología y etología**. Otros investigadores añaden la paralingüística que analiza todos aquellos elementos no verbales que forman parte del comportamiento no verbal, tales como la velocidad de elocución, la intensidad, el tono, el acento, el énfasis emotivo, las inflexiones de la voz, las pausas o los silencios.

Describimos a continuación algunos de los aspectos más representativos en cada una de estas disciplinas.

- **ANTROPOLOGÍA:** Los estudios de campo que han realizado los antropólogos han dado mucha información sobre la proxémica (parte de la antropología dedicada al análisis de la percepción del espacio personal y social por parte del hombre) de la mano del antropólogo Edward Hall (1973).

Hall (1973), estableció cuatro zonas diferenciadas para la interacción humana en el pueblo norteamericano: **distancia íntima, personal, social y pública**; así como tres tipos de organización espacial: **espacio preordenado, semideterminado e informal**. **Watson y Graves (1966)** comprobaron empíricamente los postulados de Hall.

- **SOCIOLOGÍA:** Una de las aportaciones más importantes al estudio de la comunicación no verbales el interaccionismo simbólico, que se ocupa de investigar los roles que el individuo interpreta cuando interactúa en su vida diaria con otros semejantes. El ser humano dependiendo de la situación y sus necesidades, adopta un papel concreto y sigue sus reglas sociales. Herbert Mead (1953) se ocupó de la interacción que se establece entre las

personas y los objetos, apoyándose en el significado que ese objeto tiene establecido socialmente. Garfinkel (2006) en sus investigaciones estudió la etnometodología, estudio de las situaciones que se denominan ‘de sentido común’ y que proyectan ciertos actos del comportamiento no verbal que se producen en situaciones de la vida cotidiana.

- **ETOLOGÍA:** Contribuye al estudio de las tendencias comportamentales innatas del hombre. Los etólogos se han ocupado de establecer comparaciones entre los hábitos de comportamiento del hombre y otros primates, teniendo en cuenta las relaciones parentales, de dominio o sumisión. Esta disciplina sostiene que la manera de actuar tiene mucho que ver con la herencia y los mecanismos de adaptación.

- **PSICOLOGÍA:** La psicología social estudia la expresión de las emociones, utilizando elementos no verbales, las relaciones de grupo y las actitudes y roles que adoptan las personas que integran esos grupos. La comunicación no verbal implementa diferentes factores psicológicos y culturales, centrados en el estudio y descripción de los elementos de interacción social, la relación del comportamiento social del hombre con las bases biológicas y socioculturales en las que se sostiene y el estudio de los significados del comportamiento social humano en su vertiente de emisión y recepción, percepción e interpretación.

- **LINGÜÍSTICA:** Dentro de esta disciplina se estudió la kinésica, el estudio de las posturas corporales, expresiones faciales y comportamientos gestuales. Esta disciplina nació gracias a los trabajos de Darwin (1844), Mauss (1979), Efron (1970) y Birdwhistell (1952), que llegó a idear un sistema para registrar los fenómenos kinésicos.

La segunda subdisciplina, la **paralingüística**, incluye todos aquellos fenómenos no lingüísticos que acompañan a la comunicación (entre otros, la velocidad de elocución, las cualidades de la voz -intensidad, tono, timbre, etc.-, la acentuación, las inflexiones o los silencios).

Flora Davis (1976) afirma que la comunicación no verbal, al estar conformada por distintas materias, la metodología choca con frecuencia. Los psicólogos abusan del análisis de personas aisladas del entorno, mientras que los especialistas en kinesis optan por el enfoque por sistemas, y se apoyan en la tesis de que la comunicación no puede ser estudiada en unidades separadas, porque es un sistema que ha de analizarse en conjunto. Los psiquiatras, que registran y filman los gestos de sus pacientes, y los sociólogos han intentado etiquetar algunas tipologías

comportamentales. Los antropólogos se han especializado en las diferencias de comportamiento no verbal, atendiendo a diferentes culturas y los etólogos han establecido unos parámetros comparativos entre el comportamiento corporal del hombre y de los animales.

4.2.3. Definiciones de comunicación no verbal

El auge del estudio de esta disciplina en los años 60 y 70 trae consigo interesantes definiciones que van incorporando diferentes elementos relevantes de la comunicación no verbal de la mano de autores como **Erving Goffman (1971) quien afirma que** una parte importante de la **expresión** es la Comunicación No Verbal, haciendo referencia a todos los elementos que conforman el lenguaje tanto verbal como no verbal.

Otros hacen referencia a la **ausencia de signos lingüísticos**, como Randall P. **Harrison (1974)** que define la comunicación no verbal como *“el intercambio de información a través de signos no lingüísticos”*. **O Blake y Haroldsen (1977)** que definen la **comunicación no verbal** como la *“transferencia de un significado que conlleva ausencia de representaciones simbólicas sonoras”*. Para Flora **Davis (1976)** las palabras *“pueden muy bien ser lo que emplea el hombre cuando le falla todo lo demás”*.

También se hace referencia en la comunicación no verbal a la **importancia del silencio**. El autor **Barbotin (1977)** añade que la palabra no existiría sin el silencio y viceversa, por lo que tampoco existiría el verdadero silencio sin estar relacionado con una palabra.

O al **contexto ambiental**, en este sentido **Ricci y Cortesi (1980)** le otorgan una gran importancia, donde la cara, las manos, la voz y la disposición espacial de los interlocutores son elementos que adquieren gran relevancia.

La importancia que cobra el **movimiento corporal** viene por el padre de la kinésica, Ray L. **Birdwhistell (1979)**, quien habla del movimiento corporal como una forma aprendida de comunicación pautada culturalmente y susceptible de analizarse por elementos diferenciables. Este investigador es el creador de dos sistemas de transcripción para registrarlos.

Respecto a las **diferencias culturales y ambientales** en la comunicación no verbal, diferentes autores le dan importancia a tener en cuenta estos elementos. Julius **Fast** (1994) afirma que para interpretar y comprender el lenguaje del cuerpo, hay que tener en cuenta las diferencias culturales y ambientales para que el análisis no resulte erróneo. Para él, el estudio del lenguaje corporal es el **estudio de la mezcla de todos los movimientos del cuerpo**, ya sean los más deliberados o los que se realizan de forma totalmente inconsciente, incluyendo a aquellos que corresponden a una cultura en particular y a los que son capaces de pasar por encima de las barreras culturales.

Es con el autor Mark L. **Knapp** (2010) donde la comunicación no verbal es tratada como un conjunto de elementos. Según este autor la comunicación no verbal no hay que tomarla como una unidad aislada, porque es parte inseparable del proceso de comunicación y juega un papel vital el sistema total de la comunicación, debido a la enorme cantidad de datos que proporciona al ser utilizada constantemente en situaciones de la vida cotidiana. Para este investigador, el término ‘no verbal’ se utiliza *“para describir todos los acontecimientos de la comunicación humana que trascienden las palabras dichas o escritas”*.

Knapp (2010) según esta concepción global de la comunicación no verbal, delimita los estudios en siete áreas diferenciadas: **movimiento corporal o kinésica** (incluye emblemas, ilustradores, expresiones de afecto, reguladores y adaptadores); **características físicas**; **comportamientos táctiles**, **paralenguaje** (cualidades vocales y vocalizaciones); **proxémica**; **artefactos**; y por último, el **entorno y el medio**. Knapp engloba dentro de la comunicación no verbal todos elementos de la comunicación no vocal no verbal y de la comunicación no verbal vocal.

Mientras que el profesor **Serrano** (1980) sistematiza la mayoría de las **características y propiedades** que presenta la comunicación no verbal:

- Relación de interdependencia que mantiene el lenguaje no verbal con el verbal.
- El peso del proceso global de comunicación, debido a que en la mayoría de las ocasiones los mensajes no verbales poseen mayor carga significativa que los verbales.
- Inevitabilidad de la comunicación no verbal, debido la imposibilidad de no comunicar de forma no verbal, por eso no se puede no comunicar.

- En los mensajes no verbales es prioritaria la función expresiva o emotiva sobre la referencial. La información acerca del estado de ánimo o emocional de los interagentes llega a través de las señales no verbales.
- La mayor parte de los mensajes no verbales emocionales se presentan de forma inconsciente e involuntaria.

Según **Serrano**, existen sistemas de comunicación no verbal comunes a todas las culturas y otros exclusivos de un grupo social concreto. Destaca la inexistencia hoy en día de una clasificación definitiva que incluya a todos los signos que conforman el universo no verbal. Además, habla de la **heterogeneidad del sistema comunicativo no verbal** como consecuencia de la intervención de sistemas diferentes con el denominador común de la no verbalidad. Los divide en tres bloques: aquellos sistemas que se refieren al **cuerpo** (aspecto físico, movimientos, rostro o mirada); el mundo de los **objetos** o artefactos (vestidos, joyas, tatuajes y otros); y el último integraría a aquellos sistemas más cercanos al lenguaje verbal y que adoptan la denominación de **paralenguaje** (tono de la voz, timbre, acentuación, etc.).

El cuerpo en sí transmite, según Maisonneuve y Bruchon-Schweitzer (1984) que insisten en la tesis de que el cuerpo es lenguaje, en la mayoría de ocasiones antes de que resuene la palabra, existe un antecedente materializado en una expresión corporal.

En esta línea para **Menéndez (1988)** es un error reducir toda la comunicación a verbal, debido al gran número de mensajes que no se materializan en la palabra, dando importancia a los elementos citados anteriormente, al físico y la vestimenta e incluso ornamentos utilizados.

Una definición integral de comunicación no verbal la realizan Richard **Ellis** y Ann **McClintock (1993)** que sostienen que las palabras que se utilizan al transmitir un mensaje se consideran comunicación verbal, y todo lo demás entra en la categoría de no verbal.

Un paso más en la definición global de comunicación no verbal la da Gordon R. **Wainwright (1993)** que apunta que la **comunicación no verbal tiene valor en sí misma**, ya que **contribuye al desarrollo personal** y permite sacar mayor **partido al potencial humano** por su **influencia en la imagen de nosotros mismos y en el efecto de ésta sobre los demás**.

En otro orden y entendiendo la **comunicación no verbal como signo**, aparecen definiciones como la de José **Lorenzo García** (2000) para quien la información es todo aquello cuya manipulación haga disminuir la incertidumbre; el **signo** es todo lo que signifique algo para alguien, estando por su parte incluido en el intercambio la comunicación interpersonal o grupal o cualquier otra canalizada por los medios de comunicación de masas, ya sea prensa, radio, televisión, cine, publicidad...

En esta línea María Dolores **Cáceres** (2003) dice que la comunicación no verbal *“comprende todo aquello que queda fuera del lenguaje estrictamente verbal, pero que está sujeto a procesos de codificación y decodificación y que, por consiguiente, posee significado para sus usuarios.*

En todo caso el estudio de la **comunicación verbal y no verbal de forma indisociable** ha sido seguida por muchos autores. **Cáceres** (2003) afirma que es muy complicado estudiar la comunicación no verbal de manera aislada, así como definirla sin tener en cuenta la comunicación verbal, ya que la comunicación verbal y no verbal están relacionadas de forma indisociable y sólo adquieren sentido cuando forman parte de un único sistema de comunicación, de manera que ambas se complementan y se superponen. En determinadas situaciones, reitera o contradice lo expresado verbalmente, sustituye a la comunicación verbal, complementa lo verbal matizando el significado de las palabras, enfatiza lo expresado verbalmente y regula el intercambio comunicativo entre los interlocutores.

En cualquier caso el estudio y las definiciones de la comunicación no verbal al igual que la de comunicación se suceden en los elementos que se tienen en cuenta y en este caso en su relación casi insoluble con la comunicación verbal. Su estudio ha sido y es uno de los más llamativos y seguidos como hemos visto hasta aquí por los estudiosos de la comunicación.

4.2.4. Metodología de estudio de la comunicación no verbal

Las investigaciones sobre la comunicación no verbal se han realizado desde **diferentes métodos** que vamos a resumir a continuación:

- **Método transcripcional** (descriptivo-anotativo). Alrededor de 1950 lingüistas, antropólogos y psiquiatras realizaron los primeros análisis con base científica sobre el comportamiento no verbal. Destacando Mehrabian (1972), Ray Birdwhistell (1952) y, Edward T. Hall (1973).

Mehrabian (1972) trazó un espacio semántico multidimensional para caracterizar los datos de la comunicación implícita, tales como la **variación del estatus y la disponibilidad** para comunicar. Ray **Birdwhistell** (1952) es el padre de numerosos sistemas de transcripción del movimiento corporal, realizando un **inventario de símbolos** para cada movimiento humano y estableciendo una analogía con la transcripción fonética del lenguaje. Además, creó otro sistema que se identifica con un sistema de lingüística fonémica. Edward T. **Hall** (1973) con la **proxémica**, creó un sistema de anotación para el comportamiento kinésico, con escalas para ocho dimensiones diferentes.

A pesar de que estas investigaciones han sido importantes para trabajos posteriores, no cuentan con un análisis sistemático de las estructuras en los comportamientos transcritos o en las relaciones que existen entre esos comportamientos y las variantes externas.

- **Método estructural**. Para este método la comunicación es un sistema organizado y cerrado sobre sí mismo y se rige por un sistema normativo. Estudia la **estructura interna** de las unidades de comunicación no verbal que emite un individuo, las **estructuras interpersonales** de la comunicación social y la estructura del comportamiento social en una situación concreta, siguiendo los pasos de la lingüística estructural aplicada a la antropología cultural. Busca descubrir qué comportamiento surge en la comunicación dentro de una situación cultural determinada, si es secuencialmente constante o variable y cuáles son sus reglas. Dentro de este método encontramos investigadores como **Birdwhistell** (1952), **Schefflen** (1964) y **Labarre** (1964).
- **Método de las variantes externas, indicativo o ‘encoding’**. En relación a este método se destacan autores como Schefflen (1964), Duncan (1969), y Ekman, Sorenson y Friesen (1969). Este método se caracteriza por la utilización de la **estadística** y se basa en la relación de las **variantes externas** y la emisión de señales no verbales. Se complementa, además, con las aportaciones del enfoque estructural y experimenta con sujetos, estudiando sus actitudes interpersonales y elementos de comunicación no verbal.

Argyle (1978) se basa en la experimentación controlada con la inclusión de hipótesis, pero realizadas dentro de contextos realistas y con las reglas que rigen normalmente el comportamiento social. Este planteamiento ha sido especialmente útil para descubrir claves de la comunicación y el movimiento, pero existe una limitación de los posibles comportamientos de los sujetos, lo que provoca reacciones artificiales en situaciones no naturales.

El **método encoding o indicativo** posee cinco tipos de análisis:

- 1) valoración de la relación entre la comunicación no verbal y las características del emisor
- 2) valoración de la relación entre los comportamientos no verbales y el contexto
- 3) valoración de la relación entre el comportamiento no verbal del sujeto y del inter agente
- 4) valoración de la relación entre comportamientos no verbales y otros elementos no verbales simultáneos, precedentes o subsiguientes
- 5) valoración de la relación entre el comportamiento no verbal y el verbal concomitante

Método ‘decoding’ o comunicativo. En este método se muestra una relación de comportamientos a efectos de estímulo a individuos, que tendrán que deducir de los mismos sentimientos, actitudes u otros aspectos psicológicos. Además, ayuda a controlar variantes como la personalidad, la situación social, etc. y valora el juicio del observador ante un inventario completo de comportamientos no verbales, una parte limitada de dicho inventario o una determinada acción. Sin embargo no contempla la valoración del comportamiento no verbal en sí mismo, además de ponerse en duda la decisión del propio investigador acerca del inventario, sobre lo que va a mostrar, etc. Este método ha sido utilizado por **Ekman Sorenson y Friesen** (1969).

Combinación de los métodos ‘encoding’ y ‘decoding’. El doctor **Mehrabian** (1972) unió estos dos métodos con la técnica encoding-decoding, usando las ventajas de ambos enfoques. Presenta los estímulos utilizando la técnica del encoding y después son mostrados a los sujetos para que señalen su preferencia por el uso de estos estímulos en

contextos sociales distintos. En esta combinación también trabajaron **Ekman y Friesen** (1969).

4.2.5. La importancia de los mensajes no verbales

Albert **Mehrabian** (1972), investigador estadounidense, estudió el porcentaje de significado que se obtenía del comportamiento verbal y no verbal cuando se establecía una comunicación interpersonal. En la investigación intervinieron estudiantes norteamericanos, y desveló que el 55 por ciento de la significación de la comunicación proviene de los mensajes del cuerpo, el 38 por ciento del paralenguaje y el 7 por ciento restante de las palabras. De aquí se deduce la importancia del comportamiento no verbal a la hora de transmitir un mensaje.

Para el antropólogo Ray **Birdwhistell** (1979) el resultado es diferente, entre el 60 y 65 por ciento del significado de una comunicación se obtiene de forma no verbal. Según el meta-análisis de **Philpott** (1983), recogido por **Burgoon** (1994) habla del 31 por ciento de la variación del significado que corresponde al canal verbal y el resto a la combinación de aspectos verbales y no verbales.

En otras investigaciones, entre las que destacan las de Judee K. **Burgoon** y Mark **Knapp** realizadas en 1985 y recogidas por el profesor **José Lorenzo García** (2000) se afirma que los adultos se fían más de la comunicación no verbal que de la verbal a la hora de descodificar un mensaje. Esta confianza aumenta cuando los aspectos no verbales y verbales chocan. Los aspectos verbales son más relevantes en las comunicaciones factuales, abstractas y persuasivas, mientras los no verbales lo son en los mensajes relacionales y afectivos.

En base a las afirmaciones de Hall y Knapp, José Lorenzo García (2000), el origen étnico y la inteligencia no parecen ser responsables de la habilidad para codificar y descodificar, aunque sí lo son la personalidad, la profesión y la extraversión. Además, sostiene que las mujeres son mejores codificadoras y descodificadoras de mensajes no verbales que los hombres.

4.2.6. La codificación del comportamiento no verbal

En 1969 Paul **Ekman** y Wallace **Friesen** marcaron la base de la investigación acerca del desarrollo, la utilización y la significación de lo que se considera el **inventario de la comunicación no verbal**.

A la hora de **hacer uso del inventario no verbal**, intervienen varios **factores internos y externos**, como son las condiciones externas, que engloba el ambiente, marco, escenario o contexto, el gesto puede acompañar y complementar al comportamiento verbal o carecer de todo tipo de relación con la comunicación verbal.

La consciencia de realizar un gesto, o '**feedback interior**', es una premisa de la que se deduce que una persona pueda ser consciente de la realización de un gesto en el mismo instante en que lo ejecuta o pueda evocarlos en su memoria sin dificultad tras haberlo representado. De ahí la intencionalidad de la persona a la hora de transmitir un mensaje al interlocutor, que no es otra cosa que querer comunicar algo con un determinado gesto, un aspecto para el que ha de haber voluntad por parte del emisor.

Por su parte, el '**feedback externo**', incluye la actitud mostrada por el receptor al informar al emisor de que ha percibido y valorado su comportamiento no verbal. El tipo de información comunicada por el acto hace distinciones:

- Idiosincrásicas o regulares: **la información sólo es comprensible para un único individuo: marido-mujer, padre-hijo, médico-paciente.**
- **Compartidas:** son informaciones entendibles para un grupo determinado de individuos, todos están de acuerdo con la interpretación del gesto.
- **Comportamiento no verbal** informativo: gestos con significado compartido que sugieren interpretaciones parecidas por parte de ciertos observadores. Se trata de un tipo de comportamiento que abarca todo un abanico de posibilidades, desde un saludo hasta el énfasis en ciertas palabras.

- **Comunicativo:** son aquellos gestos a través de los que el emisor pretende de forma consciente transmitir un mensaje al receptor sin necesidad de compartir la decodificación.
- **Interactivo,** entre el significado manifestado e identificado: son los gestos que se realizan durante la interacción e influyen en el comportamiento del resto de personas.

El concepto de **código** se define como el conjunto de reglas que marca la relación entre un gesto y su significado. Existen diferentes tipos de códigos: el código **extrínseco** y el código **intrínseco**. En el primero, el gesto tiene un sentido y ocupa el lugar de un significado.

Pueden ser gestos **arbitrarios o simbólicos**, que no presentan ningún parecido con lo que significan (saludar abriendo y cerrando la mano); gestos **icónicos**, en los que el propio gesto posee la clave de su interpretación y se parecen al objeto significado (las distintas formas de mimo). En el segundo, el código **intrínseco**, que no posee significado, él mismo es un significado. Entre el gesto de código icónico e intrínseco existen claras diferencias (apuntar con los dedos imitando a una pistola es un gesto icónico, llevar una pistola es un gesto intrínseco).

En 1974 Randall P. **Harrison** estableció una tipología de códigos, catalogándolos como: códigos de acción, artefacto, espacio-temporales y mediáticos.

Existe un origen innato de las actividades no verbales que se constituye en un **sistema neuromotriz** de cada miembro sano de la especie. Los actos reflejos del sistema nervioso y los instintos 'preprogramados' tanto en animales como en hombres. Se trata de una teoría formulada por **Darwin** (1984) y continuada por etólogos como **Lorenz** (1985), **Tinbergen** (1973) y **Eibl-Eibesfeld** (1977).

Existe un origen vinculado a la experiencia común de todos los miembros de la especie, a la experiencia que varía con la cultura, la clase, la familia o el individuo y señales no verbales que se aprenderían interactuando, otras se adquieren de forma consciente y otras implícitamente.

4.2.7. La naturaleza de los elementos no verbales

El tema de la naturaleza de los elementos no verbales se ha estudiado desde diferentes perspectivas según las distintas culturas, debatiéndose si ha sido aprendido o es hereditario y según su fuente. **Respecto a la naturaleza basada en distintas culturas, Klineberg (1938)** asocia los rasgos faciales a la emoción a través de un aprendizaje que varía en las según la cultura. Este autor se apoyó en un estudio descriptivo sobre los gestos en la literatura china, muy diferentes a los gestos relacionados con las emociones en el mundo occidental.

El problema de la naturaleza de los elementos no verbales está en averiguar si el comportamiento no verbal del hombre es **hereditario o ha sido aprendido**. **Eibl-Eibesfeldt (1977)** estudió comparativamente la expresión de las emociones en niños ciegos y sordos y en otros sin ningún tipo de privación sensorial. Concluyó su análisis poniendo de manifiesto las escasas diferencias que presentaban ambos grupos de niños a la hora de reír, llorar, estar tristes, etc., si bien es cierto que los niños ciegos y sordos se expresaban de forma más restringida, siendo menos expresivos.

Apoya la teoría de que tanto los factores ambientales como los innatos tienen consecuencias sobre el comportamiento no verbal, conclusión a la que llegaron **Charlesworth y Kreutzer** en 1973 a la vista de los resultados obtenidos por **Eibl-Eibesfeldt**. Llama la atención que existe una continuidad filogenética de la conducta en la observación de emociones como la tristeza o la alegría asombrosamente semejante en los primates y en los humanos, debido al pasado evolutivo común de ambos.

La **investigación intercultural** está fundamentada en los datos recogidos sobre comportamientos semejantes que se utilizan con objetivos análogos en culturas de todo el planeta. Los científicos **Beier y Zautra (1972)** descubrieron que en la decodificación de señales vocales de emoción coinciden culturas muy distintas. **Eibl-Eibesfeldt (1977)** habló de la existencia de secuencias de conductas parecidas en todas las culturas en aspectos como el saludo, el galanteo, la sumisión.

Paul Ekman y Wallace Friesen (1972) encontraron las mayores semejanzas en la expresión facial de las emociones, aportando la idea de las codificaciones y decodificaciones comunes en culturas distintas, a pesar de que no todas sean universales. Estos autores

encontraron ciertas asociaciones universales entre determinadas pautas de la musculatura facial y emociones discretas, un aspecto que sugiere un elemento específico de universalidad.

Estos hallazgos les llevaron a resumir las **tres fuentes principales del comportamiento no verbal**: la primera la forman los programas **neurológicos heredados**; la segunda, las **experiencias comunes** a todos los miembros de la especie; y la tercera, las experiencias variables dependientes directamente de la **cultura, la clase, la familia o el individuo**.

Muchos trabajos avalan tanto la hipótesis del origen innato como del hereditario del comportamiento no verbal, siendo lo más acertado una postura intermedia. Nos encontramos con expertos que sostienen que muchos elementos no verbales tienen un carácter biológico, mientras que otros han sido adquiridos del medio de donde provienen y, la mayoría, se superponen, por lo que aunque sean procesos de naturaleza biológica acaban destinándose a fines comunicativos (respirar, jadeo, suspiro). A este respecto la **teoría cognoscitiva del desarrollo** dice que las estructuras de mediación utilizadas por el individuo para el proceso de acumulación de informaciones que transforman la estimulación son **intrínsecas** pero también **adquiridas**.

Lo más oportuno es buscar un término medio entre ambas posturas. **Legrenzi** (1986) afirma que el ser humano dispone de una serie de **mecanismos psicológicos innatos** (factores de organización como la percepción acústica, visual, lingüística, táctil...) y **aprendidos** (estrategias de elaboración y almacenamiento de informaciones estructuradas por los factores innatos, sujetos a la acción de las variantes interculturales). **Cualquier programa neurológico puede ser alterado**, tanto por la cultura como por las reglas de comportamiento de cada grupo social.

4.2.8. El origen de la expresión emocional

El primer estudio sobre el origen de la expresión emocional lo encontramos con **Charles Darwin** (1872), en su obra *La expresión de las emociones en los animales y en el hombre*, sostiene la universalidad de la expresión facial de las emociones. Afirmaba que las expresiones faciales relacionadas con las emociones eran semejantes en todos los humanos,

independientemente de su cultura y se apoyaba en el hecho de que el origen del hombre era evolutivo. En 1954, los investigadores **Bruner** y **Tagiuri** constataron que los informes más fiables apuntaban a que no había patrones invariables para las emociones específicas.

Otros autores como **Asch** (1946), **Tomkins** (1962), **Sorenson** (1971), **Ekman** y **Friesen** (1969) siguieron los postulados del biólogo evolucionista y argumentaron que la expresión emocional no es producto del aprendizaje. La psicología conductista reformó las tesis de Darwin, al estudiar la expresión de las emociones desde el aprendizaje, dejando de lado las teorías evolucionistas.

Respecto a la universalidad de los gestos faciales encontramos posturas divergentes apareciendo lo siguiente:

Por un lado, Birdwhistell (1952) y Labarre (1964) se muestran contra la universalidad de los gestos faciales de la emoción a partir de los ejemplos ilustrativos que realizó Birdwhistell de la sonrisa. Sus análisis les permitieron descubrir que no todas las culturas sonríen para expresar placer, encontrando individuos que sonreían cuando las condiciones se presentaban adversas. En Estados Unidos observó que la frecuencia de la sonrisa variaba de una parte a otra de los diferentes estados. Por lo que dedujo que la sonrisa no pasa por encima del contexto y no son transformaciones visibles de estados fisiológicos subyacentes que se emiten como señales directas de este estado.

Este autor afirmó que no hay gestos universales, porque no existe una expresión facial, una actitud o una postura corporal que transmita el mismo significado en todas las culturas. Tampoco hay movimientos corporales, expresiones faciales y gestos que despierten idénticas respuestas en todos los pueblos que habitan el planeta.

Sin embargo, por otro lado, Sorenson, Ekman y Friesen (1969) se decantan por la universalidad de las mismas. Tras largos años de observación y experimentos con individuos residentes en zonas culturales tan dispares como Papúa Nueva Guinea, Estados Unidos, Japón, Brasil, Argentina, Indonesia y la antigua Unión Soviética, concluyeron que, a pesar de que algunas expresiones como la alegría y la tristeza no presentaban dificultades para ser identificadas, otras eran complejas de reconocer. Descubrieron la existencia de rasgos faciales concretos asociados universalmente como la tristeza, la alegría, la sorpresa, el miedo, el

disgusto y la cólera. Ekman (1969), además, subraya el carácter cultural y específico de la gestualidad simbólica (asentir o negar con la cabeza, etc.).

Ekman (1969), con el propósito de probar la universalidad de las emociones, estudió el comportamiento no verbal de una cultura visualmente aislada, en una zona montañosa de Papúa Nueva Guinea, cuyos habitantes nunca habían visionado imágenes provenientes del cine o la televisión. Junto con Friesen analizaron horas de filmaciones grabadas por el científico Carleton Gajdusek.

Los resultados fueron concluyentes: la universalidad de la expresión de algunas emociones se sostenía por dos grandes motivos. En primer lugar, porque ambos investigadores no hallaron en los indígenas ninguna expresión que no les resultase familiar. En segundo lugar, esas emociones que mostraban los vídeos eran reconocidas incluso fuera de su contexto. Con esto concluyeron que los indígenas eran capaces de distinguir la felicidad, de la ira, la repugnancia y la tristeza. Sin embargo la sorpresa y el miedo les confundían.

En 1969, Karl Heider, un antropólogo contrario a esta idea realizó los mismos experimentos con una tribu indonesia y obtuvo los mismos resultados que Ekman y Friesen (1969), incluso en la confusión del miedo y la sorpresa. Estas investigaciones contradicen la teoría que sostiene que las emociones de los rostros son producto de un aprendizaje social.

Para ellos, dentro de una determinada cultura, existe un acuerdo general a la hora de reconocer distintos estados emocionales. Esta universalidad está indirectamente vinculada a la herencia y citan una teoría que postula la existencia de innatos programas subcorticales que vinculan ciertos elementos evocativos a expresiones faciales universalmente perceptibles, correspondientes a cada una de las emociones primarias: interés, alegría, sorpresa, miedo, enojo, angustia, desagrado, desprecio y vergüenza.

Muchas investigaciones apoyan la tesis de que es el aprendizaje a través de la cultura el responsable de la exhibición de las emociones. Ekman y Friesen(1969) admiten que las normas sociales determinan lo que hay que hacer en relación a la manifestación de cada sensación o sentimiento en los diversos ambientes sociales, y por eso varían con el papel social que se desempeña en cada momento y dependen de las características demográficas y culturales de cada grupo. Estos autores probaron que el ser humano puede heredar en su constitución genética

ciertas reacciones físicas básicas porque el hombre nace con los elementos de la comunicación no verbal, y por eso puede dar a conocer a otro ser humano sentimientos básicos de odio, miedo, agrado o tristeza sin haber aprendido nunca a hacerlo.

La mayoría de los expertos en comunicación no verbal se inclinan por la existencia de algunas emociones universales a pesar de que varíe la razón de su surgimiento. Afirmación que sólo ha podido ser probada en las seis emociones básicas (alegría, tristeza, miedo, sorpresa, disgusto y cólera). El lenguaje no verbal es, en parte instintivo, en parte enseñado y en parte imitado.

4.2.9. Movimientos corporales y género

La antropóloga Margaret **Mead** (1984) fue la primera en afirmar que muchos de los supuestos sobre **masculinidad o feminidad provienen de la cultura**, tras su investigación con tribus salvajes, donde se dio cuenta que tres de ellas exhibían comportamientos distintos en torno a los roles masculinos y femeninos en un perímetro inferior a 200 kilómetros. En la primera tribu, tanto hombres como mujeres eran guerreros y agresivos; en la segunda, ambos sexos eran dulces y maternales; y en la tercera, los hombres se rizaban el pelo y chismorreaban mientras que las féminas eran enérgicas y no utilizaban adornos. Más tarde, Ray **Birdwhistell** (1952) demostró que los movimientos corporales masculinos y femeninos no están programados por la biología, sino por la cultura, siendo aprendidos en el transcurso de la niñez, tras un estudio realizado a los indios kutenai, en el oeste de Canadá.

4.2.10. Funciones de la comunicación no verbal

De las investigaciones de M. **Argyle** (1978) y Paul **Ekman** y Wallace **Friesen** (1969) se desprende la importancia de la comunicación no verbal en situaciones conversacionales y en otras que presentan ausencia de todo tipo de sonido articulado.

Paul **Ekman** (1968) establece **seis funciones de la comunicación no verbal** que califica de específicas, y que aparecen cuando el lenguaje no verbal actúa como acompañante del habla. Ekman y Friesen (1969) consideraban que la comunicación no verbal es un lenguaje

de relación y es el medio para expresar o comunicar emociones, ya que el canal no verbal es el más indicado para exteriorizar sentimientos y emociones. La comunicación no verbal podrá reforzar o desmentir la comunicación verbal. Estos autores resaltaron el **carácter simbólico de la comunicación no verbal**, que sirve al sujeto como **vehículo para presentar su propio cuerpo y su 'yo'**.

Estos investigadores estadounidenses se centran en la **función metacomunicativa del comportamiento no verbal**, un aspecto que tiene que ver con el suministro de elementos que forman el contexto o situación que permiten interpretar el verdadero sentido de las expresiones verbales. Por su parte, **Argyle (1978)** descubrió que los elementos no verbales tenían un **nivel de influencia cinco veces más elevado que los verbales** tras estudiar las filmaciones de cientos de discursos persuasivos de oradores que utilizaban códigos verbales y no verbales. Cuando ambos **comportamientos entran en conflicto**, el destinatario del mensaje presta mucha más atención a los **contenidos no verbales**. Argyle (1978) estableció una clasificación sobre el funcionamiento de la comunicación no verbal en las interacciones humanas. Enunció el **control y la gestión de la situación social inmediata**.

Durante la transmisión de información, los interagentes comunican de forma más o menos consciente sus actitudes recíprocas haciendo uso, de su apariencia física, la postura, la expresión de su rostro, la utilización de aspectos relativos al paralenguaje, etc. Gracias a ellas, el emisor es percibido por el receptor de múltiples formas: como un igual, como un superior o como una persona de menor rango.

La función de gestión y control de la situación **ofrece información de interés al receptor**, si se trata de una persona extravertida, su estatus, estilo de vida, profesión, etc. Las investigaciones de esta función se centraron en el estudio de **actitudes de amistad-hostilidad y de superioridad-inferioridad**, ofreciendo como resultado que los efectos del comportamiento no verbal a la hora de mostrar las citadas actitudes eran cuatro veces y media superiores a los que ofrecía la comunicación verbal y cuando ambos lenguajes entraban en conflicto, el verbal quedaba en un segundo plano.

Del análisis de los vídeos se extrajo una gran cantidad de información que se transmite, sin que medie palabra, como por ejemplo, la superioridad (cabeza alta, porte erguido), la

expresión de la cara (seriedad), el tono de la voz (alto, sin vacilaciones), la apariencia (la ropa ofrece pistas sobre el estatus o la profesión), etc.

Además, Argyle (1978) habla de la comunicación no verbal como apoyo y complemento de la comunicación verbal. La comunicación no verbal es clave durante la emisión del mensaje verbal, durante la alocución, complementando con gestos las palabras, ampliando e ilustrando el significado de las mismas.

Por ello, las señales no verbales son indisociables de la comunicación verbal, porque ambas componen un todo y las primeras aportan ritmos, nexos lógicos y transiciones, enfatizan, muestran objetos y dibujan movimientos y dimensiones. Este lenguaje también controla la sincronización de la conversación. La mirada, los gestos o las inclinaciones de la cabeza sirven a los interlocutores para ordenar de alguna manera la conversación, normalmente organizada por turnos, por lo que permite el cambio de turno y la cesión de la palabra entre uno y otro.

Además hay que tener en cuenta la retroalimentación o '**feedback**', es decir, las señales que emite el destinatario de la información y que indican al emisor si el mensaje está siendo correctamente recibido, lo cree, le aburre ...; todas estas respuestas se reflejan en la actitud, la mirada o los gestos del propio receptor.

Por último, Argyle (1978) atribuye al proceso de comunicación no verbal la **sustitución de la comunicación verbal**. Se producen determinadas situaciones en las que la imposibilidad de utilizar el lenguaje verbal obliga a hacer gala exclusivamente del gestual. Como el lenguaje de los submarinistas, los realizadores de radio y televisión, los sordomudos.

Estos autores han sido básicos para otros autores y se mantienen en la actualidad. Con todo esto, el profesor **José Lorenzo García** (2000) resume las funciones de la comunicación no verbal subrayadas por Ekman y Friesen (1969) en seis puntos principales:

1. **Repetición:** el mensaje transmitido a través del lenguaje verbal redundante en la banda no verbal (señalizar una dirección, etc.).
2. **Contradicción:** el comportamiento no verbal puede mostrarse contrario al habla, pueden llegar a delatar una mentira o engaño durante la transmisión del mensaje principal, al ser las señales no verbales más espontáneas y más complicadas de disimular.

2. **Sustitución:** en multitud de ocasiones las señales no verbales, como los gestos o las expresiones faciales, sustituyen al canal verbal.
3. **Complementariedad:** el comportamiento no verbal también puede crear mensajes autónomos y modificarlos.
4. **Acentuación:** realizar ilustradores y movimientos kinésicos de cabeza, manos... para enfatizar el mensaje verbal.
5. **Regulador de la conversación:** formas no verbales que el emisor utiliza para indicar que ha terminado de hablar y dar paso a su interlocutor. Desmond Morris (1971) los denomina movimientos intencionales.

Las funciones de la comunicación no verbal son utilizadas hoy en día en diferentes campos desde el político al empresarial y el educativo.

4.2.11. Las señales no verbales

Las investigaciones más conocidas son las de **Paul Ekman y Wallace Friesen** (1969) que se centraron en la sistematización de los rasgos distintivos del comportamiento no verbal en las diferentes culturas y en los signos de la conducta no verbal, que surgen en el transcurso de situaciones engañosas. Sus trabajos dieron como resultado una **clasificación de las categorías no verbales** en los siguientes cinco grandes apartados:

1. **EMBLEMAS:** Gestos capaces de sustituir a una palabra o frase completa. Son específicos de una cultura y suelen estar acompañados de intencionalidad comunicativa, admiten una traducción que puede hallarse en un diccionario.
2. **ILUSTRADORES:** Aquellos movimientos que se realizan con los brazos y las manos, pero que están relacionados estrechamente con el discurso. Su función es la de visualizar lo que se está diciendo y pueden repetir, contradecir, enfatizar o incluso aumentar la información recibida a través de la banda verbal. Los ilustradores se subdividen en: bastones, batutas, ideógrafos, apuntadores espaciales, kinetógrafos y pictógrafos.
3. **REGULADORES:** Regulan el habla y la escucha, establecen el ritmo conversacional y el cambio de turno. No son ni manipulativos ni intencionales.

4. **ADAPTADORES:** Son gestos aprendidos desde la infancia y ayudan a la persona a adaptarse. Se subdividen en subcategorías: autoadaptadores, heteroadaptadores y adaptadores de objetos.
5. **MUESTRAS DE AFECTO:** Todas las configuraciones faciales o corporales que sirven para expresar estados emocionales.

Por su parte, Michael **Cook** en 1970 realiza una clasificación acerca de las categorías no verbales, en la que distingue **doce tipos de elementos**, subdivididos a su vez en estáticos y dinámicos.

- a) Como elementos estáticos engloba todas aquellas señales no verbales que se mantienen sin cambios durante la interacción: el aspecto físico, la cara, la configuración física del sujeto, la voz, y aspectos como la ropa, los cosméticos o el peinado.
- b) Entre los elementos dinámicos, se encuentra la orientación de los actores en la interacción, la distancia que separa a los sujetos en la comunicación, las posturas, gestos y movimientos del cuerpo, la expresión del rostro, la dirección de la mirada, el tono de la voz y el ritmo y la velocidad que el sujeto imprime a su discurso.

Posteriormente, **Argyle** (1978) los **tipifica en diez categorías**: 1. aspectos no lingüísticos del lenguaje, 2. expresiones del rostro, 3. mirada, 4. gestos con las manos, 5. gestos con la cabeza, 6. posturas, 7. contacto corporal, 8. proximidad física, 9. orientación y 10. aspecto exterior.

Por último, **Mark L. Knapp** (2010) analizó las categorías que habían realizado varios autores y estableció la siguiente **tipología de señales** no verbales:

- 1) **MOVIMIENTO DEL CUERPO O COMPORTAMIENTO CINÉSICO:** Recoge todo lo relativo a los gestos, los movimientos corporales, las expresiones faciales y la postura. Algunas de estas señales proporcionan información sobre las emociones y otras dan pistas sobre la personalidad y la actitud del hablante. En este apartado Knapp (2010) se refiere a la clasificación de Ekman y Friesen (1969) que divide los comportamientos

no verbales en emblemas, ilustradores, muestras de afecto, reguladores y adaptadores que ya se ha expuesto anteriormente.

- 2) **CARACTERÍSTICAS FÍSICAS:** se trata de aquellas cosas que permanecen imperturbables durante la interacción. Son señales no verbales, pero inmóviles: la forma del cuerpo, el atractivo físico, los olores del cuerpo, la altura, el pelo, el color del pelo, la piel o los ojos.
- 3) **CONDUCTA TÁCTIL:** Las caricias, los golpes, sostener algo, guiar los movimientos del otro, etc. Knapp (2010) dice que esta conducta está incluida por algunos autores dentro de la kinésica, mientras que para otros se trata de una clase distinta de fenómenos.
- 4) **PARALENGUAJE:** se refiere a la forma de decir las cosas, relacionado con las señales vocales no verbales que surgen cuando se habla. Este investigador nos habla de los dos componentes del paralenguaje que estableció Trager (1958): las cualidades de la voz (el registro de la voz, el control de la altura y ritmo, el tempo, el control de la articulación, la resonancia...) y las vocalizaciones, entre las que se encuentran las caracterizaciones vocales (risas, llantos, suspiros, bostezos, o estornudos); cualificadores vocales (intensidad de la voz, altura: aguda o grave y extensión); y las segregaciones vocales (expresiones como 'hum', 'm-hmm', 'ah', 'uh', las pausas, sonidos intrusos, errores al hablar y estados de latencia).
- 5) **PROXÉMICA:** es la percepción del individuo del espacio social y personal.
- 6) **ARTEFACTOS:** Se refiere a la manipulación de objetos por parte de los interagentes. Unos objetos que pueden actuar como estímulos no verbales en el contexto del proceso comunicativo (el perfume, la ropa, los cosméticos, los accesorios, las pelucas, ...).
- 7) **FACTORES DEL ENTORNO:** Comprende a todos los elementos que participan en la interacción, pero que no son parte directa de la misma (los muebles, el estilo arquitectónico, la decoración de interiores, la luz, los olores, los colores, la temperatura del ambiente, música, ruidos adicionales y similares, huellas de acción como colillas o papeles usados...). Knapp (2010) recuerda que la disposición, el material, la superficie o la forma de los objetos del entorno pueden influir mucho en el resultado de una interacción.

En definitiva, dentro de los aspectos no verbales de la comunicación no verbal se encuentran elementos **lingüísticos** y **no lingüísticos**. Entre los primeros están la sincronización temporal del habla, el tono emocional, la pronunciación, el acento y las cualidades de la voz (entonación, ritmo, enfatización y timbre), englobándose todos dentro del paralenguaje. Los elementos no lingüísticos se materializan en los gestos, el contacto corporal, la dirección de la mirada, la proximidad espacial, los aspectos relativos al entorno y a la apariencia física; estos aspectos llegan al receptor por la vista, el gusto y el olfato.

En la conducta no verbal se establecen **tres categorías de señales no verbales -kinesia, paralingüística y proxémica-** en la que nos vamos a fijar en este estudio.

Con el objetivo de profundizar en dichas categorías que conforman la comunicación no verbal, así como su aplicación al ámbito de la comunicación política, se dedicará un bloque teórico independiente para cada una de ellas.

- **La kinesia en la comunicación no verbal**

La palabra **kinesia**, de origen griego, significa movimiento. Dentro de la kinesia se incluyen los elementos en los que está implicado el movimiento del cuerpo, ya sean gestos, la postura corporal, las expresiones faciales o la mirada. Desde 1942 con autores como **Efrón, Mead y Bateson**, no se ha parado de observar la actividad gestual, partiendo de la base de que “ningún movimiento corporal carece de significación”; estableciendo pautas y sistematizaciones de esos movimientos en función del sistema social al que pertenezca el grupo estudiado e insistiendo en que la actividad corporal tienen una función comunicativa investigable.

A Ray **Birdwhistell** (1952) se le considera el padre de la kinesia. Profesor en las universidades de Filadelfia, Washington y Toronto, pertenece a la **Escuela de Palo Alto** y se dio a conocer ante la comunidad científica con un exhaustivo estudio de una secuencia filmica de nueve segundos titulada *El cigarrillo de Doris*, un análisis en el que probaba que los gestos, el lenguaje hablado, el tacto, el olfato, el espacio y el tiempo constituyen, cada uno a su manera, un mismo sistema de comunicación. Afirmó que, sólo la cara del ser humano puede llegar a

producir hasta 250.000 expresiones distintas. Birdwhistell y sus seguidores se inspiran en modelos lingüísticos de comunicación y se ocupan del lenguaje gestual.

Birdwhistell se encarga de estudiar gestos que, por sí mismos, no significan nada pero que, en determinados contextos, son elementos imprescindibles para la interpretación de la interacción humana. Sostiene el origen aprendido, sistemático y analizable del comportamiento kinésico, concluyendo que los gestos están culturalmente vinculados tanto en la forma como en el significado. Para él, los gestos no sólo no aparecen aislados como unidades de comportamiento, sino que tampoco tienen significados explícitos e invariables. Los ademanes del movimiento corporal, que se denominan gestos, resultan ser como las formas raíces del lenguaje: formas ligadas que requieren que se les agregue un comportamiento que hace de sufijo, prefijo, infijo o transfijo para determinar su función en el proceso interactivo. Corroboró la hipótesis de que, al menos en los sistemas kinésicos de ingleses, norteamericanos y alemanes, hay comportamientos corporales cuyos mecanismos de funcionamiento son muy similares a los de los sonidos significantes. Por lo que tienen la propiedad de combinarse en unidades simples o complejas, al igual que ocurre con las palabras, las frases y los párrafos.

Unos años después enunciarían **Ekman y Friesen** (1969), Birdwhistell (1952) afirmó la inexistencia de gestos o movimientos corporales de idéntico significado en todas las sociedades. Para Birdwhistell (1952), todos los métodos organizativos del movimiento corporal en comportamiento comunicativo pueden ser tan distintos en diferentes sociedades como las estructuras lingüísticas de esos grupos sociales. También encontró notables diferencias entre los sistemas lingüístico y kinésico. Este autor observó la no simultaneidad de las señales comunicativas, los momentos estructurales del tiempo kinésico no coincidían con los momentos estructurales del tiempo lingüístico, cuando el tiempo se dividía en los fotogramas de una película o por los convencionalismos del reloj.

Según él mismo, tanto el comportamiento oral como el no verbal están compuestos de un **repertorio limitado de elementos distintivos** que pueden combinarse de acuerdo a las reglas de codificación de cada sociedad en una cantidad infinita de combinaciones ordenadas que, a su vez, ordenan los aspectos comunicativos del comportamiento humano. Este investigador habló del concepto de **kinema**, y lo define como la unidad básica de comunicación no verbal, equiparable a las del sistema lingüístico. Estos kinemas se combinan dando lugar a **kinomorfemas** (se corresponden con los morfemas, las unidades significativas más pequeñas,

un ejemplo de kinemofema sería un guiño), que se dividen después en clases **kinomórficas**, comportándose como los morfemas lingüísticos.

Dentro del flujo del comportamiento corporal, estos elementos forman kinomorfemas complejos equiparables a las palabras. Éstos además pueden combinarse, mediante reglas sintácticas, en amplias estructuras de comportamiento ligadas. Por lo que, la kinésica se convierte en la **gramática de los gestos**, un aspecto sobre el que arranca una parakinésica, a la vez prosodia y poética de los gestos: intensidad, duración, extensión, pero también ritmos, constantes, flujo continuo.

Birdwhistell se basó en el comportamiento recogido en una película proyectada a cámara lenta. Cada vez que obtenía una conclusión fiable la comprobaba con actores vivos en una situación de prueba. Sus investigaciones fueron retomadas por **Schefflen** (1969), que estudió un estado dado de la comunicación (sincronía), así como sus reglas de evolución (diacronía). Para este investigador hay tres niveles de comunicación corporal: el punto, el **momento dado de una situación** (unos segundos), la **posición o postura general del cuerpo** y la **presentación o conjunto de la presentación**.

Otros autores hacen referencia a la importancia de la misma en el discurso o en las expresiones faciales. En 1972, Adam **Kendom** apuntó que había que considerar el movimiento para entender lo que encierra el discurso.

Para **Corraze** (1978), la kinesia, además de los gestos y la postura, integra también las expresiones faciales y la mirada. La **caracterología** ha intentado dividir la cara en tres zonas de localización de las emociones. La superior (cejas y frente), indicaría la importancia cerebral; la mediana (ojos y párpados), refleja la vida emotiva y la parte baja (nariz, mejillas, boca y mentón), expresa la fuerza de los instintos.

En referencia al término de kinesia en el discurso, Fernando **Poyatos** (1994) aporta una definición del concepto, como una disciplina que conforma, junto al lenguaje y el paralenguaje, lo que él denomina "*estructura triple básica del discurso*". Menciona las propiedades anticipadoras de la kinesia, ya que, en muchas ocasiones, el gesto que dibuja lo que se va a decir con palabras se produce antes del surgimiento del mensaje verbal.

Para **Poyatos**, la kinesia son “*los movimientos y posiciones de base psicomuscular conscientes o inconscientes que poseen valor comunicativo intencionado o no*”. Además, distingue, dentro de esta disciplina, los gestos, las maneras y las posturas. Sostiene que la actividad kinésica puede percibirse de cinco formas diferentes: **visualmente, audiblemente, cinestésicamente y a través del tiempo.**

Otros autores como Christian **Baylon** y Xavier **Mignot** (1994), abordan la kinésica como una teoría que estudia el conjunto de los signos de comportamiento emitidos natural o culturalmente. La observación de todos los gestos es un eje fundamental para comprender la dinámica intrínseca a cualquier proceso comunicativo.

- **Los gestos**

Referencias a los gestos o lenguaje gestual encontramos a lo largo de toda la historia y en diferentes ámbitos. Incluso ya en la obra de **Cicerón** *El Orador* (107-44 a.C.) encontramos anotaciones sobre ciertas señales gestuales. Pero es a partir de los años 60 cuando los investigadores analizan los gestos de forma más detallada. Interesándose hasta nuestros días por cuestiones que vamos a ver a continuación.

En esta línea, los aspectos que suscitan interés en relación a los gestos son: los gestos que hacen que una persona sea más cercana; la relación de la expresión de las emociones con la actividad gestual; el gesto como lenguaje preverbal; la base de los gestos si es genética o no; los gestos como expresión de una actitud; el significado de los gestos en determinados contextos como el judicial; cuestiones como la imitación de los gestos; funciones de los gestos; su relación con nuestra personalidad; grados de expresividad a través de los gestos; los gestos conscientes e inconscientes; los gestos como reflejo de una actitud; y los gestos como unidad del habla humana.

Reece y Whitman (1962) estudiaron los componentes del lenguaje del cuerpo que hacen que una persona aparezca ante los demás como fría o cálida. En este sentido, **Schefflen** (1965) aportó varias observaciones acerca de las conductas de galanteo en Estados Unidos, en las que además de gestos, intervienen aspectos como la postura o la mirada. Basó su análisis en

el contenido de grabaciones sonoras de numerosas entrevistas terapéuticas, reuniones de negocios y conferencias.

Fue capaz de sistematizar varias conductas que denominó de cuasi galanteo y que clasificó. La disposición para el galanteo entraña una categoría de conductas en las que el tono muscular es elevado, existe vaguedad en la mirada y ausencia de flaccidez en la cara, disminuyen las posturas desgarbadas y de espalda encorvada y se reduce el vientre caído.

La **expresión de las emociones** está directamente relacionada con la **actividad gestual**. **Roselfeld** en 1966 probó que las personas que quieren agradar a los demás mantienen normalmente una **actividad gestual elevada**. El mayor volumen de actividad gestual ofrecía información sobre la intensidad del estado afectivo, debido a que la búsqueda de aprobación inducía a una emoción más intensa. Según **Wolff** (1966), el gesto es un **lenguaje preverbal**, que empieza en el nacimiento. Esta forma de lenguaje es intensamente instintiva y emocional.

En contraposición, David **Efrón** (1970) investigó la relación existente entre los gestos, la raza y la cultura y puso a prueba las pretensiones de los científicos nazis, que sostenían que la cantidad y la forma de gesticular de un individuo se hallan básicamente determinadas por su ascendencia racial. Para Efrón, los postulados de estos científicos son especulaciones, ya que ninguno de estos autores se basan en experimentos empíricos, por lo que no tienen cabida en el razonamiento científico. Por ello, Efrón realiza un intento serio de correlacionar la raza con una forma dada del comportamiento humano –gestos- que debe satisfacer dos requisitos: por un lado, demostrar que los individuos miembros de cualquiera de los grupos seleccionados para el estudio pertenecen a un llamado tipo racial uniforme; y por otro, investigar empíricamente, tanto en condiciones ambientales similares como diferentes, la forma específica de comportamiento elegida, y exponer los datos usados y los resultados obtenidos. Para este científico no existen grupos humanos aislados que no sean resultado de cruzamientos raciales. También tiene en cuenta la importancia de factores, como la influencia ambiental, la edad, la ocupación o la religión a la hora de analizar el comportamiento gestual de los humanos.

Efrón refutó con sus estudios la teoría racial de los gestos y demostró que era la cultura la clave de la explicación de muchos comportamientos no verbales. Su investigación experimental se centró en el estudio comparativo gestual de los judíos de la Europa oriental y los italianos del sur, residentes en la ciudad de Nueva York, tomando como referencia tanto

condiciones ambientales similares como diferentes. Al comparar los movimientos del tronco, la cabeza y las manos de inmigrantes italianos y judíos en los Estados Unidos, descubrió que eran casi completamente diferentes. Se encontró con que los que asimilaron la cultura de los Estados Unidos no gesticulaban de la misma forma que los inmigrantes, mientras que los que mantuvieron los vínculos tradicionales mantuvieron el estilo gestual distintivo de los inmigrantes. Se centró en el comportamiento no verbal de estos grupos durante la conversación, teniendo en cuenta, sobre todo, los movimientos manuales. Sus análisis midieron tres aspectos de los mismos: espacio temporal, inter-locucional y lingüístico. Además, probó que por lo que respecta a la gesticulación híbrida, si un individuo se expone durante cierto tiempo a la influencia de dos o más grupos diferentes gestualmente hablando, el sujeto podría ejecutar combinados rasgos gestuales de todos ellos. Este científico argentino concluye afirmando que el comportamiento gestual, o la ausencia del mismo, se halla condicionado, al menos hasta cierto punto, por factores cuya naturaleza es de origen sociopsicológica y no por la ascendencia biológica.

En otra línea encontramos a **Nierenberg** y **Calero** (1973) que afirman que los gestos se usan para expresar emociones y actitudes como la franqueza, el reparo, la buena disposición a hacer algo, tranquilidad, frustración, confianza, nerviosismo, aceptación, expectativas, tipo de relación y desconfianza.

Otro aspecto muy estudiado por los científicos es el engaño y la mentira y su relación con el lenguaje gestual. El abogado **Louis Nizer** (1973) decía que los jurados pueden sospechar de los testigos que mueven las piernas a modo de tijeras al escuchar ciertas preguntas, miran al cielo en señal de clemencia o se pasan la mano por la boca antes de responder a determinadas preguntas como si no quisieran contestar.

El padre **Jousse** (1974) sostiene que el lenguaje gestual, el oral y el escrito proceden de la misma naturaleza: la interacción universal del agente y de lo que éste hace, que el hombre a su vez recibe, registra y si puede “*vuelve a representar*”, imita o remeda, primero con gestos, luego a través de sonidos y finalmente utilizando grafismos. Habla del hombre en términos de ‘anthropos mímico’: cinemímico (mímica gestual), fonomímico (mímica sonora) y frafomímico (mímica escrita). Según Jousse ésta es la gran ley fundamental de la ‘**ritmomímica**’.

Michael **Argyle** (1978) establece **cinco funciones que cumplen los gestos**: sirven para ilustrar el lenguaje verbal, para expresar emociones, dejar patente la personalidad de quien los utiliza y para celebrar diversos actos religiosos y rituales en diversas culturas. Además señala la existencia de un conjunto de gestos que pueden considerarse universales, como aplaudir, aprobación o frotarse el estómago indicando hambre.

Merleau-Ponty (1985) hace referencia al cuerpo y dice que el cuerpo “*es eminentemente un espacio expresivo*”. Por su parte, Gordon R. **Wainwright** (1986) afirma que la personalidad tiene un efecto muy marcado, tanto sobre la cantidad, como el tipo de gestos que realiza una persona. Existen investigaciones que prueban que las personas autoritarias gesticulan menos que las antiautoritarias; también se ha observado que las jóvenes huérfanas de padre suelen hacer uso de más autocaricias que las que tienen padre. Este grado de expresividad según **Wainwright** (1986) no se da en otras señales no verbales. Son gestos que tal y como dice **Coca Fernández** (1988) son movimientos del cuerpo, en ocasiones sencillos, pero movimiento animado que rompe la consideración de cuerpo inmóvil.

Sin embargo, **Vilém Flusser** (1994) dice que no hay explicación causal para el gesto.

Estos gestos, según **Poyatos** (1994) son **movimientos conscientes e inconscientes** realizados especialmente con la cabeza, la cara o las extremidades. Los gestos pueden ser dependientes o independientes del lenguaje verbal-paralingüístico, pudiendo alternar con él, de forma simultánea o no, y que conforman una forma principal de comunicación.

La actitud de la persona se puede contemplar con los gestos, para **James** (2003) los gestos pueden hacer que una persona parezca nerviosa, agresiva, descortés, pomposa, necia... Son gestos positivos gesticular con la mano abierta o mostrar gestos de atención mediante el contacto visual. Donde más claramente se observan los gestos como movimientos breves de ciertas partes del cuerpo es según **Moral e Igartua** (2005) en la cabeza y las extremidades. En el estudio del comportamiento gestual humano, los movimientos del cuerpo aparentan tener una relación clara con las correspondientes unidades del habla. Los movimientos no surgen al azar porque **están unidos indisociablemente al habla humana**.

- **La proxémica en la comunicación no verbal**

Martin **Heidegger** (1995) habla de los espacios domésticos como condición existencial del hombre frente a la naturaleza; como un sistema que reúne objetos, utensilios, superficies, cuerpos, artefactos, materiales, divisiones, funciones, intimidades e implementos necesarios para establecer la vida cotidiana, donde precisamente cada familia o habitante ordena de manera determinada sus espacios y objetos, configurando su propia interpretación estética del habitar.

Pero no fue hasta **Hall (1973)**, en su libro *The Hidden Dimension*, se refiere a las observaciones y teorías relacionadas con las distancias que el hombre emplea en su vida en relación con los objetos y las personas. Define a la Proxémica como “*las observaciones y teorías interrelacionadas sobre el uso humano del espacio visto como una elaboración especializada de la cultura*”. Y define cuatro zonas de acción:

- 1) Espacio **público**: no hay ninguna función definida de los integrantes, son espacios sociales como una estación de tren.
- 2) Espacio **habitual**: adopta un carácter más público de acceso libre, un concierto por ejemplo.
- 3) Espacio de **interacción**: el papel es más marcado sobre lo que se tiene que hacer, una conferencia, un centro médico...
- 4) Espacio **corporal**: las actividades tienen un carácter íntimo, estos espacios son traspasados por individuos con muchísima confianza.

Además, dividió su estudio en espacio fijo (con estructuras inamovibles) y espacio semifijo (alrededor del cuerpo). Esta última varía en diferentes culturas. Hall (1966) relacionaba la distancia social entre la gente con la distancia física, describiendo cuatro tipos de distancia (subcategorías del espacio personal o informal):

- **Íntima** (entre 15 y 45 cms.): es la más guardada por la persona. Para que se dé, las personas tienen que tener mucha confianza o estar emocionalmente unidos.

- **Personal** (entre 46 y 120 cms.): se da en oficinas, reuniones, conversaciones amistosas o de trabajo.
- **Social-consultiva** (entre 120 y 360 cms.): se utiliza con personas con quienes no tenemos relación amistosa o no conocemos bien.
- **Pública** (más de 360 cms.): es la distancia idónea para dirigirse a un grupo de personas.

En los años 70 del siglo pasado, **Mehrabian** (1972) decía que reaccionamos emocionalmente a nuestro entorno y que la naturaleza de las reacciones emocionales puede explicarse en términos de la excitación que el medio produce en nosotros, de la sensación de bienestar que experimentamos y de la seguridad en nosotros mismos. Mark **Knapp** (2010) realiza una clasificación de las percepciones del entorno, denominadas: formalidad/informalidad, calidez, privacidad, familiaridad, compulsión y distancia.

• **La paralingüística en la comunicación no verbal**

El paralenguaje ha sido objeto de estudio de diversas disciplinas, por lo que nos encontramos con una gran variedad de definiciones. Podemos definirla como la parte del estudio de la comunicación humana que se interesa por los elementos que acompañan a la comunicación oral y escrita y que constituyen señales e indicios que transmiten información adicional, matizan, afirman, sugieren o aclaran interpretaciones particulares de la información lingüística. En definitiva, aquello que va más allá de las palabras.

En 1953, **Smith**, en su obra *The Communication Situation*, explica que junto al habla existen los movimientos corporales y las vocalizaciones. Pero el primer autor que define la paralingüística es **Hill** (1982), que lo señala como parte de la comunicación pero fuera de la microlingüística. Por su parte, **Trager** (1958) habla de la importancia de las cualidades de la voz y las vocalizaciones. A finales de los 60 del siglo pasado, se empezó a hablar de la competencia y la actuación paralingüística de los individuos.

Destacan autores como **Birdwhistell** (1970), **Argyle** (1978) y **Poyatos** (1994). Para **Argyle** (1978) el cómo se dice es prioritario a lo que se dice, si quitamos los signos paralingüísticos, el mensaje quedaría vacío y su mensaje podría variar ante cualquier alteración.

Birdwhistell (1970) consideraba que el término paralingüística englobaba todos los elementos del sistema comunicativo, considerando que el lenguaje, paralenguaje y kinésica deben ser estudiados desde una perspectiva heurística.

Los principales elementos paralingüísticos son la **intensidad** o el volumen de la voz; la **velocidad** de emisión de los enunciados; el **tono** y las variantes de entonación y la duración de las sílabas; el **volumen**; y el llanto, la risa, el ritmo, la fluidez, el control de órganos respiratorios y articulatorios, etc. **Poyatos** (1994), siguiendo la estructura triple básica de Smith (1953), habla de la estructura audiovisual triple básica de la comunicación: **lo que decimos (lingüística), cómo lo decimos (paralingüística) y cómo lo movemos (kinésica)**.

Como hemos visto en este capítulo son diversos los modelos de comunicación con los que los autores han tratado de definir y conceptualizar la comunicación. Dando unos más relevancia a unos elementos que a otros, y que de alguna manera marcan la forma de relacionarnos y comunicarnos con los demás. En todo caso queda clara la importancia y el peso a la hora de comunicarnos de la comunicación verbal y no verbal.

Muchos son los elementos que inciden en la comunicación y cada uno de ellos se convierte en elementos que se van añadiendo para mejorar nuestra comunicación. El dominio de estos elementos, su manejo y conocimiento es la base para adquirir las habilidades sociales y las competencias comunicativas que vamos a conocer en el siguiente capítulo destinado a las **HABILIDADES SOCIALES Y LAS COMPETENCIAS COMUNICATIVAS**.

Una vez analizadas las teorías más importantes de la comunicación vamos a estudiar la importancia de las habilidades sociales, y de las competencias comunicativas para conocer y entender su incidencia dentro del proceso de la comunicación política

Capítulo 2

Habilidades Sociales y Comunicativas



Introducción

La comunicación interpersonal está presente en todos los ámbitos de nuestra vida, es inherente al ser humano y condiciona nuestra forma de relacionarnos. Es por ello, que el principal motivo, por el que en el marco teórico de este trabajo “las habilidades sociales” constituyen un tema fundamental, está en la conocida cita de Caballo (2002), “...*el discurrir de nuestras vidas está determinado, al menos parcialmente, por nuestras habilidades sociales*”. Las habilidades sociales marcan nuestra forma de relacionarnos y de sentirnos como muestran los autores que presentamos en este capítulo.

Desde el inicio de su estudio en la década de los años 30, el interés por este tipo de habilidades ha ido en aumento y se ha ampliado a diferentes campos de actuación. La dificultad para encontrar una única definición de habilidades sociales, tal y como mencionan Meichnenebaum, Butler y Grudson (1981), “*se debe principalmente a que la competencia social depende, en cierta medida, del contexto que es cambiante*”. Ese contexto situacional hace que los entrenamientos y los enfoques, como muestran los autores citados en el presente capítulo, vayan variando y adaptándose.

Las habilidades sociales hacen referencia a las conductas aprendidas. “*Cuando hablamos de **habilidad**, sea cualquiera el calificativo que le añadamos, estamos hablando de la posesión, o no posesión, de ciertas capacidades y aptitudes necesarias para cierto tipo de ejecución. Si, como en nuestro caso, hablamos de habilidades **sociales**, estamos poniendo límites muy precisos a esas capacidades, y esos límites serían los relacionados con la actividad social en general, con la conducta social en sus múltiples manifestaciones. Desde una primera perspectiva, la habilidad social es la capacidad que un individuo posee para ejecutar acciones sociales*” (Blanco, 1981, p.667).

Las habilidades sociales enmarcan esas conductas en el ámbito de las relaciones sociales. Según **Michelson, Sugai, Wood y Kazdin (1987, p.73)** *“cuando hablamos de **habilidades sociales eficaces** nos referimos a repertorios de comportamientos sociales que, cuando se utilizan en la interacción social, tienden a provocar un reforzamiento positivo y, generalmente, dan como resultado consecuencias positivas.*

La adquisición de habilidades sociales prepara al individuo para la participación competente y eficaz en diversos aspectos de la interacción humana. De esta forma la enseñanza en habilidades sociales es, en esencia, un programa ideado para enseñar y mejorar, tanto implícita como explícitamente, las habilidades interpersonales y de comunicación”.

Como hemos podido observar, no existe unanimidad para definir una conducta social habilidosa. Existen diferentes y variadas definiciones referidas a las habilidades sociales, sin embargo, como menciona **Trower (1984)** *“todos parecemos conocer qué son las habilidades sociales de forma intuitiva”*

El contexto en el que desarrollamos nuestro trabajo es el ámbito político y si bien es importante comentar que no hemos encontrado trabajos relacionados con el entrenamiento de habilidades sociales específico en la política, el enfoque transversal de las habilidades sociales y de las competencias comunicativas nos sirven para configurar el presente marco. La importancia del estudio y entrenamiento de las habilidades sociales es un tema que se inició con el estudio de la conducta de los niños, y que por su importancia ha llegado al ámbito de la industria y la educación y como quiere mostrar este trabajo es importante ampliar al ámbito de la política. Este capítulo, tal y como mencionamos anteriormente, lo hemos dividido en dos partes que dedicamos a las Habilidades Sociales y las Habilidades Comunicativas.

En la primera parte de este capítulo vamos a conocer cuál fue el origen del estudio de las **Habilidades sociales** y cómo ha sido su evolución desde un aspecto clínico a convertirse en algo fundamental no sólo para resolver problemas conductuales sino para mejorar las relaciones en diferentes ámbitos profesionales. Además, se va a revisar cuáles han sido los diferentes enfoques en los que se han utilizado y estudiado las habilidades y cómo han influido los contextos socio culturales en este sentido y cuáles son los conceptos generales que tenemos que tener en cuenta. Lo que se pretende es analizar los elementos principales de las Habilidades Sociales y conocer cómo entrenar dichas habilidades. En este capítulo vamos a ver como la

comprensión de la comunicación verbal y no verbal analizada en el capítulo anterior tiene un papel fundamental en el entrenamiento de las Habilidades Sociales.

En la segunda parte de este capítulo vamos a adentrarnos en las **Habilidades Comunicativas**, donde analizaremos el concepto y los tipos de competencia, para adentrarnos en la dimensión de la competencia comunicativa y de ahí pasar a entender el concepto y tipos de Habilidades comunicativas que nos permitan conocer el entrenamiento de Habilidades comunicativas.

2.1. **Introducción a las Habilidades Sociales**

2.1.1. Origen y evolución de las Habilidades Sociales

Las principales disciplinas que se han encargado del campo de estudio de las Habilidades Sociales son la **Psicología Social** y la **Psicología Clínica**. De hecho el entrenamiento en Habilidades Sociales se basa en **entrenar destrezas sociales** para mejorar las **relaciones interpersonales**. Y es que la premisa fundamental de las diferentes teorías sobre el entrenamiento de habilidades sociales, tal y como vamos a ver en este apartado, es que la mayor parte de los problemas psicológicos y conductuales parten de la falta de unas inadecuadas, o deficiente, destrezas sociales e interpersonales.

El interés por las habilidades sociales y la conducta asertiva se lleva manifestando desde hace ya décadas (**Gismero, 2000**). Sin embargo, el origen de las mismas que tuvo un propósito diferente al actual, se remonta a los **años 30**, y se inicia a través de estudios en la conducta social de niños (**Phillips, 1985**), especialmente en el ámbito de la psicología social. Estos estudios se podrían identificar con lo que llamamos hoy en día **asertividad y su influencia sobre la conducta social** o los problemas que la falta de los mismos generaba en los niños (**Jack, 1934; Page, 1936; Murphy, Murphy y Newcomb, 1937; y Williams, 1935**).

Otros autores, con un enfoque más mentalista, se centraron en cómo afectan las variables internas a la conducta social de los niños, dejando en segundo término las variables ambientales. Este mismo enfoque cognitivista se mantuvo durante la década de los años 40 y 50 (**Morgan, 1942; Anderson y Anderson, 1954**). Sin embargo, los **teóricos neofreudianos** como **Adler (1931), Horney (1945) y Sullivan (1953)** disintieron de este enfoque y siguieron un modelo

más interpersonal, iniciado por Sullivan, que desarrolla la personalidad y las habilidades sociales, tal y como señala **Kelly (1987)**. **Horney (1945)** y **Adler (1931)** hicieron hincapié en las relación entre experiencias tempranas perjudiciales y la repercusión en su desarrollo social posterior.

Durante décadas se relacionó la falta de buenas relaciones en la edad temprana con aspectos de déficit duraderos en habilidades sociales, centrándose en su terapia principalmente en la interpretación analítica de las experiencias temprana y no ahondando en el entrenamiento de nuevas competencias sociales como tales. Aun así estos autores suponen un importante paso en el área de habilidades sociales.

A finales de los años 40 surge la **Terapia de Conducta de Salter (1949)**, que dio lugar a diversos estudios continuados por **Wolpe (1958)** y **Lazarus (1966)**. Siendo a partir de los años 50 cuando se inicia el despegue de las habilidades sociales en diferentes ámbitos. Es en esta década cuando aumentó el interés por el entrenamiento de habilidades sociales y se realizaron importantes estudios en la **Universidad de Michigan** en el campo de la psicología social y el trabajo en **relación al estilo de la supervisión de grupos de trabajo (Likert, 1961)**. Estos estudios fueron copiados e incorporados a cursos de entrenamiento de todo el mundo que revolucionaron este campo en occidente (**Argyle, 1980**).

Otra línea en la que se trabajaron las habilidades sociales desde la década de los años 50 es la relacionada con la prevención y mejora de la **desorganización social** que se llevó a cabo en estudios como el de Stanford, Connecticut y St. Paul, Minnesota (Buell et al., 1952). Tal y como cita **Philips (1985, p.12)** “*la desorganización social lleva a multitud de enfermedades, problemas económicos y desajustes personales, puede haber una causa común que sería la falta de habilidades sociales*”. En esta línea de trabajo, **Ovejero (1987, Cap.5)** dice que “*es la falta de apoyo social continuada una de las principales causas de unas deficientes habilidades sociales en los individuos*”.

Durante **los años 60** el trabajo de los diferentes autores en este campo demostró la importancia de las relaciones interpersonales para los **trastornos psiquiátricos**, encontrando como el mayor desarrollo de la competencia social de los pacientes ayuda a mejorar su estado más rápidamente (**Zigler y Phiplips, 1960, 1961, 1962; Philips y Zigler, 1961, 1964**).

En los años 70 y 80 aparecen diferentes programas de entrenamiento para reducir déficits en habilidades sociales y de competencia social (Eisler, Hersen y Miller, 1973, 1975 y McFall, 1982). En esta década se abre el ámbito de actuación al campo de la enseñanza, a través de lo que se llamó “microenseñanza” **capacitación profesional de los profesores** entrenamiento en habilidades que necesitan los profesores para desempeñar su labor (**Gil y Sarriá, 1985**). Pasando después a implementarse a nivel no sólo de profesores sino también de **estudiantes**. Los autores **Combs y Slaby (1977)** señalan que “algunos niños son incapaces de ganarse la aceptación de sus compañeros porque presentan inadecuadas habilidades sociales”. Otros autores como **Gottman, Gonso y Rasmusen (1975), Ladd (1981), y Minkin, Braukman, Minkin (1976)** afirman que los déficits en habilidades de comunicación suelen asociarse a índices de bajo status sociométrico.

Se inician investigaciones sobre **nuevos modelos de actuación** basándose en que la interacción social es la base de las habilidades sociales, y en este sentido Oxford formuló un modelo de competencia social que muestra similitudes entre la **conducta social y la ejecución de habilidades motoras** (Argyle y Kendon, 1967). En esta década se incorpora al modelo de competencia social de Oxford: las **señales no verbales** (**Argyle, 1975**).

El primer libro que habla exclusivamente de ‘asertividad’ o habilidades sociales lo encontramos en la obra de **Albeti y Emmons**, de 1970, *Your perfect right (Estás en tu perfecto derecho)*.

Independientemente a lo anterior, en Europa, los ingleses **Argyle y Kendon (1967)** relacionaron el término de habilidad social con la psicología social, definiéndola como "*una actividad organizada, coordinada, en relación con un objeto o una situación, que implica una cadena de mecanismos sensoriales, centrales y motores. Una de sus características principales es que la actuación, o secuencia de actos, se halla continuamente bajo el control de la entrada de información sensorial*".

Mientras que en Norteamérica las habilidades sociales están relacionadas con la psicología clínica y de consulta, en Europa está más relacionado con la psicología ocupacional y social (**Furnham, 1985, p. 555**). Estas diferencias de criterios entre los diferentes autores las encontramos principalmente en los diferentes orígenes del desarrollo del concepto en sí y sus **diferentes enfoques** que dan lugar también a formas diferentes de entrenamiento.

2.1.2. Diferentes enfoques

Existen diferentes perspectivas en la teoría e investigación de las habilidades sociales debido al diferente origen del concepto en cada una de ellas:

- **La línea americana** se basa en la **psicología clínica**. Proviene fundamentalmente del trabajo de terapeutas de los años 50, como **Wolpe (1958)** y de los estudios sobre competencia social en los años 60 (**Philips y Zigler, 1961; Zigler y Philips, 1960, 1961, 1962**). **Ellis y Whittington (1981)** hablan de cuatro enfoques o “paradigmas” para la adquisición de habilidades sociales: “condicionamiento”, “cibernético”, “experiencial” y “teleológico”, con un enfoque más conductista que se redujo con la llegada de la “revolución cognitiva” a la psicología social americana (**Furnham, 1985, p. 556**).

El enfoque de la línea americana se refiere más al término de “**asertividad**”. Para ellos es sinónimo de habilidad social (**Gambrill, 1977**), desarrollando diversos instrumentos para medir esa asertividad (**Hersen y Bellack, 1976**) como los realizados por autores tales como **Bower y Bower (1976)** y **Smith (1987)**. En Estados Unidos el entrenamiento de las habilidades sociales suele aplicarse principalmente a problemas clínicos.

- **La línea europease basa en la psicología social.** Tuvo su origen en la ergonomía y en la psicología social. El concepto moderno de habilidad social se inspiró en Crossman (1960). Fue el inglés Argyle (1967) quien en colaboración con Crossman llevaron el concepto de la teoría a la investigación, contribuyendo de manera esencial en el desarrollo de esta área (Welford, 1981, pp.847-848), con un enfoque más cognitivo. Los autores Argyle y Kendon (1967) relacionaron el término de habilidad social con la psicología social. Para autores como Trower, Bryant y Argyle (1978) la habilidad social se relaciona con el rechazo y el aislamiento social o la incapacidad de hacer amigos.

El autor **Furnham (1985, p.557)** hace referencia en su obra al “*relativo olvido de la asertividad por parte de los investigadores ingleses en compensación por su interés en la formación de las relaciones de amistad y de la atracción interpersonal*”.

Como bien dice **Cook (1978, p.320)**, “existen elementos más importantes para la atracción que las variables tradicionalmente consideradas importantes por los psicólogos...y es que para hacer amigos y mantenerlos,... la gente además de atractiva, rica, etc. debe también poseer las habilidades sociales necesarias”. Argyle (1978) subraya que estas habilidades pueden ser enseñadas y aprendidas.

El entrenamiento de habilidades sociales se aplica sobre todo al **campo laboral**. Para **Argyle (1974, 1981)**, el entrenamiento de las habilidades sociales se dirige principalmente a personal directivo y profesorado, es decir, el **campo de la industria y la educación**.

En España las habilidades sociales se trabajan tanto por psicólogos sociales como por clínicos (**Blanco, 1981; Gil, 1980, 1984**). El tema no es una novedad y se han realizado diversas publicaciones centradas en el ámbito clínico y educativo.

Sin embargo, la diversidad de enfoques hace difícil el estudio del mismo (**Polaino-Lorente, 1987; García Villamizar, 1987; Monjas, 1992-1994; Gil y García, 1993a Vallés, 1994; Caballo y Carrobes, 1988; Pelechano 1996, 1999**). El contexto y ámbito de actuación en el que se aplican también influyen en el enfoque del entrenamiento, y en el propio concepto de las habilidades sociales.

2.1.3. Habilidades sociales según el contexto socio cultural

Para **Alberti (1977)** la habilidad social es una característica de la conducta, no de las personas. No es universal, es característica de cada persona y situación. Debe contemplarse en el contexto cultural del individuo así como de otras variables situacionales. Como ya hemos mencionado, los autores **Meichnenebaum, Butler y Grudson (1981)** hacen referencia a la competencia social en función del contexto, al que consideran cambiante.

En esta línea, la habilidad debe ser considerada en un marco cultural determinado pero los patrones de comunicación, como ya mencionamos en la primera parte de este trabajo, son cambiantes. Y dentro de la misma cultura, influye la edad, el sexo, estatus, educación, etc. Además se debe considerar el grado de eficacia mostrado por la persona, que según lo que desee conseguir podrá variar en un contexto u otro (Linehan, 1984). Independientemente del contexto

social, los estudiosos de las habilidades sociales coinciden en que está demostrado que la niñez es el periodo más importante donde se aprenden las habilidades sociales tal y como argumentan **Bellack y Morrinson (1982)**.

Según **Trower, Bryant y Argyle (1978)** en la **teoría del aprendizaje social** “entran el modelado, las responsabilidades sociales reforzadas o castigadas, la práctica y el desarrollo de las capacidades cognitivas”. Este aprendizaje temprano se ve acompañado del **contexto situacional**. Y es que la conducta socialmente competente y adecuada depende del contexto social en el que nos encontremos.

Otros de los **factores contextuales** importantes son los descritos por **McFall (1982)** y **Trower (1982)**, a los que **Schroeder y Rakos (1983)** llaman ‘**interactivos**’. En este modelo interactivo se enfatiza el papel de las **variables ambientales**, las **características personales** y las **interacciones** entre ellas para producir la conducta. Añadimos a estos las **normas de conducta o protocolo** que imprescindibles para tener éxito en unos países, pueden ser irrelevantes en otros (**Furnham, 1985, p. 564**). Teniendo en cuenta el contexto y los ámbitos de actuación surgen diferentes conceptos y teorías sobre las habilidades sociales y su influencia en el individuo y en las relaciones.

2.1.4. Conceptos generales

En los conceptos realizados por los diferentes autores, encontramos como características importantes para la definición las siguientes términos: “**contexto, objetivos, valor, capacidad, contenido, consecuencias**”.

Como hemos mencionado en la introducción, existen gran cantidad de definiciones propuestas por los autores sobre las habilidades, donde como hemos visto en el apartado anterior, el contexto es un condicionante importante. **Lo que puede ser una conducta socialmente correcta en una situación determinada, puede dejar de serlo en otra y viceversa**. Las consecuencias u objetivos del empleo de la habilidad marcan la definición del concepto. De manera que se puede afirmar que las habilidades sociales son **actos encaminados a conseguir unos objetivos o consecuencias**.

A este respecto debemos citar los “tres tipos de consecuencias” que señala **Linehan** (1984):

- *eficacia para alcanzar los objetivos de la respuesta (eficacia de objetivos)*
- *eficacia para mantener o mejorar la relación con otra persona en la interacción (eficacia en la relación)*
- *eficacia para mantener la autoestima de la persona socialmente habilidosa (eficacia el respeto a uno mismo)*

Tal y como señala **Linehan (1984)** el valor de estos objetivos es cambiante según las situaciones, el tiempo y los actores. Este autor menciona que se trata de una capacidad que permite optimizar la influencia interpersonal y las relaciones permitiendo la propia integridad y la sensación de dominio.

Las habilidades llevan implícitas la idea de que en la conducta interpersonal, el conjunto de capacidades de actuación son aprendidas (**Bellack y Morrison, 1982; Curran y Wessberg, 1981; Kelly, 1982**). Por su parte, los modelos de personalidad presuponen una capacidad más o menos inherente para actuar de forma eficaz. Es importante tener en cuenta en cualquier definición de habilidad social el contenido y las consecuencias de determinadas conductas.

Una interesante definición que reúne parte de las características que describen la mayor parte de los autores es la de **Trianes (1996)** que dice: “*Toda habilidad social es un comportamiento o tipo de pensamiento que lleva a resolver una situación social de manera efectiva, es decir, aceptable para el propio sujeto y para el contexto social en que está*”.

Aunque no hay una única definición, sí existe un acuerdo general sobre lo que sí implica el término: “la conducta interpersonal consiste en un conjunto de capacidades de actuación aprendidas y que los modelos de personalidad presuponen una manera de actuar de forma capaz” (**Bellack y Morrison, 1982; Kelly, 1982**). La adquisición de la capacidad de respuesta, los factores ambientales, las variables propias de la persona y la interacción entre estos.

Por lo tanto para dar un concepto adecuado de lo que sería una conducta socialmente hábil se tendrían que tener en cuenta tres dimensiones, el uso de diferentes conductas según la situación en la que se encuentre el sujeto.

Éstas serían:

- **(1) dimensión conductual** **(tipo de habilidad)**
- **(2) dimensión personal** **(las variables cognitivas)**
- **(3) dimensión situacional** **(el contexto ambiental)**

2.1.5. Elementos de las habilidades sociales

Las habilidades sociales están compuestas por diferentes elementos. En la Tabla 1 se recogen estos elementos que los diferentes autores han tenido en cuenta a la hora de describir los elementos que componen las habilidades sociales.

Tabla 1. Elementos que componen las habilidades sociales

<ul style="list-style-type: none">a) Variables: la persona (factores intrínsecos), el ambiente, la conducta;b) Características: específicas; efectivas; conductas verbales y no verbales; sin producir daño a los demás;c) Objetivo: conseguir: objetivos, relaciones, autoestima;d) Proceso: recepción y procesamiento de estímulo y respuesta;e) Componentes: conductuales, cognitivos, fisiológicos y ambientales
--

**Elaboración propia a partir de los autores citados a continuación.*

a) Respecto a las **variables**.

Bandura (1978) cita a “la **persona, el ambiente y la conducta**”. Estos elementos se repiten en otros autores desde diferentes perspectivas. Por su parte, el “**modelo interactivo**” de **McFall y Trower** (1982) enfatiza la importancia de la **interacción entre las variables** mencionadas por Bandura (1978) para producir la conducta.

b) En cuanto a sus **características**.

Van Hasselt, Hersen, Whitehill y Bellack (1979) hablan de tres características básicas de las habilidades sociales: “son **específicas** a las situaciones; la **efectividad** se juzga según **conductas verbales y no verbales** mostradas por el individuo (las respuestas se aprenden); el papel de la otra persona es importante, y la eficacia interpersonal debería suponer la capacidad de **comportarse sin causar daño a los demás**”.

En el modelo de **McFall (1982)** el término competencia se refiere a la calidad o adecuación de la competencia de la actuación total de una persona en una tarea determinada. Las habilidades son capacidades específicas requeridas para ejecutar competentemente una tarea, y pueden ser **innatas o adquirirse por medio de entrenamiento y práctica**. Son habilidades de carácter social debido al hecho de que nuestro interés en la conducta de una persona tiene lugar desde una perspectiva social.

c) En relación a los **objetivos** de las habilidades sociales.

Tal y como menciona **Linehan (1984)** “las habilidades sociales son actos encaminados a conseguir unos **objetivos** o consecuencias relacionadas con la eficacia para alcanzar los **objetivos**; mantener o mejorar la **relación** con otra persona; y para mantener la **autoestima**”.

d) En el **proceso de la conducta**.

Robinson y Calhoun (1984) hacen referencia a una **recepción interpersonal de estímulos relevantes** y de un **procesamiento flexible** de estos estímulos para generar y evaluar las posibles respuestas, de las que se selecciona la mejor y terminaría con la emisión apropiada o **expresión manifiesta** de la opción escogida (**Curran, 1985**).

A este respecto el **modelo conductual** dice que la capacidad de respuesta tiene que adquirirse y que consiste en un conjunto identificable de capacidades específicas; por lo que una conducta especialmente habilidosa implica:

- _ una **dimensión conductual** (tipo de habilidad);
- _ una **dimensión personal** (variables cognitivas) y

— una **dimensión situacional** (contexto ambiental).

Por lo que las clases de respuestas son muy diferentes en función de estas tres dimensiones.

Destacan la aportaciones de Caballo (1988) que tras una revisión de más de 90 trabajos sobre los elementos de las habilidades sociales los resumió en componentes conductuales, componentes cognitivos y componentes fisiológicos. A continuación hacemos un repaso por los conceptos más interesantes de cada uno de estos elementos, teniendo en cuenta diferentes aspectos dentro de cada uno de ellos.

- COMPONENTES CONDUCTUALES:
 - a) **Componentes no verbales**
 - b) **Componentes paralingüísticos**
 - c) **Componentes verbales**
 - d) **Componentes mixtos generales**
- COMPONENTES COGNITIVOS
 - e) **Componentes ambientales y situacionales.**
- COMPONENTES FISIOLÓGICOS
 - f) **Pulso, sudor, tensión y contracción muscular**

2.1.6. Entrenamiento de Habilidades Sociales

Las habilidades sociales como habilidades se aprenden. Existen variados métodos para el entrenamiento de las mismas pero no existe como tal un instrumento único, sencillo y universal para las mismas. El entrenamiento en habilidades ha demostrado ser un eficaz remedio para mejorar las relaciones sociales.

• Definición

No existe una única definición para el entrenamiento en habilidades sociales. Caballo (1988) lo define como “Un conjunto de procedimientos orientados a la adquisición de las habilidades sociales”. Aunque se plantean diferentes teorías, entre otras las de **Argyle y Henderson (1985), Curran, (1985), Ovejero, (1990) y Caballo, (2002)**.

Desde sus inicios y sobre todo llegando a los años 50 los programas de entrenamiento en habilidades sociales se hacen más frecuentes. Destaca el autor **Salter (1949)**, considerado uno de los padres de la terapia de conducta por su obra *Conditioned Reflex Therapy*, donde presenta seis técnicas para habilidades que inspirarán a autores de las siguientes décadas.

Los **problemas más frecuentes** que puede encontrar el individuo con este modelo son: objetivos contradictorios o habilidades cognitivas inadecuadas para la planificación, falta de control emocional o estereotipos, falta de habilidad en la toma de decisiones, distorsiones cognitivas, carencia de atractivo físico o retroalimentación, o que ésta sea errónea o poco realista (**Trower ,1984; Trower, Bryant y Argyle, 1978; y Trower y O’Mahoney, 1978**).

• Características

En cuanto a las **características** a tener en cuenta en el entrenamiento de habilidades sociales, los autores mencionan las siguientes:

- Son propias de la conducta, no de las personas; aprendidas; específicas a la persona y a la situación (Caballo, 2002)
- Deben observarse en el contexto situacional (Alberti, 1977)
- Basadas en la libertad de acción del individuo (Caballo, 2002)
- Son adaptativas. El entrenamiento conlleva el desarrollo de habilidades nuevas y conductas alternativas (García-Sáiz y Gil, 2000); pueden aplicarse en ámbitos muy variados: clínico, educativo, industrial, formación profesional, etc., (Caballo, 2002);
- Son adecuadas. Cuando las conductas sociales que muestra una persona son positivas (agradables, deseables y satisfactorias) como señalaron Libert y Lewinsohn (1973)

- Intención de cambiar del sujeto. El entrenamiento en habilidades sociales se basa en la colaboración activa de las personas. Los sujetos son los agentes del cambio (García-Sáiz y Gil, 2000).
- Conducta socialmente eficaz (Caballo, 2002)

El entrenamiento de las habilidades sociales supone grandes ventajas en diferentes ámbitos de aplicación. Las principales ventajas para Curran (1985) y Ovejero (1990) se podrían resumir en las siguientes:

- (a) la importancia psicológica de la relaciones interpersonales
- (b) previenen disfunciones psicológicas
- (c) se adaptan a diferentes situaciones y estilos
- (d) pueden enseñarse
- (e) una vez adquiridos mejoran situaciones concretas
- (f) contribuyen al funcionamiento psicológico

A estas ventajas **Gil, León y Jarana (1995)** añaden que las habilidades sociales:

- (1) mantienen y mejoran la autoestima y el autoconcepto
- (2) refuerzo en situaciones de interacción social
- (3) mejoran las relaciones interpersonales
- (4) contribuyen a disminuir el estrés en contextos sociales

En esta línea, otros dos de los autores que mejor definen estas ventajas son **García-Sáiz y Gil (2000)** para los que las principales ventajas del entrenamiento en habilidades sociales se encuentran en:

- (1) la duración breve
- (2) empleo de una terminología simple y sencilla
- (3) la flexibilidad y versatilidad para adaptarse a las diferentes personas y necesidades
- (4) su estructura clara y fácil de seguir
- (5) la formación de los entrenadores rápida y sencilla
- (6) los resultados positivos desde el primer momento

La ventaja más importante según Caballo (2002) es que se puede aplicar a casi todo **tipo de problemas y de poblaciones**, tales como el psicosocial, clínico, educativo, y formación de profesionales tal y comentan diversos autores (**Alvárez, Gavara y Vidal**, 2003; **Ellis**, 1980; **García Vera, Sanz y Gil**, 1998; **García-Sáiz y Gil**, 2000; **Hargie y Marshall**, 1986; **León et al.**, 1998; **Ovejero**, 1998).

- **Métodos**

Actualmente se cuenta con variados procedimientos de evaluación y entrenamiento de habilidades sociales. Pero ninguno de ellos validado como instrumento suficientemente fiable para utilizar de manera universal.

En la década de los 30, Burrhus Frederic Skinner (1938), se basó en el modelo de estímulo, respuesta y consecuencia. Y más tarde en los años 60, otros autores como **Argyle y Kendon (1967)** se basaron en el funcionamiento de las habilidades sociales en el rol.

Aun así, la mayor parte de los estudios demuestran que los individuos que han recibido una formación en habilidades sociales mejoran sus relaciones interpersonales, y su propia autoestima. Y en última instancia el grado de efectividad dependerá de lo que la persona desee lograr. Pues como dice Wilkinson y Canter (1982) “el individuo trae también a la situación sus propias actitudes, valores, creencias, capacidades cognitivas y un estilo único de interacción”.

Las técnicas de evaluación para medir los resultados se realizan durante las tres fases del mismo, antes, durante y después. Algunos autores como **Caballo (1988)** y **Collins y Collins (1992)** proponen el uso de categorías, tales como: “conductas, emociones, sensaciones, pensamientos, relaciones, imaginación, estado fisiológico general y ambiente”.

Para la evaluación, se utilizan escalas, inventarios y cuestionarios que ayudan a la investigación y permiten evaluar a los sujetos de manera rápida y eficaz (Caballo, 2002), pero en la actualidad el número de instrumentos utilizados para medir las habilidades es excesivo y complejo, aunque como ya hemos mencionado en la mayoría de las ocasiones producen resultados satisfactorios.

2.2. Habilidades comunicativas

Las habilidades comunicativas forman parte de la competencia comunicativa que garantiza una comunicación eficaz. Para Mario **Kaplún** (1998): “*Todos podemos comunicarnos con los demás; pero no siempre sabemos hacerlo*”. Comunicar es una aptitud, una capacidad; pero es sobre todo una actitud. Supone ponernos en disposición de comunicar; cultivar en nosotros la voluntad de entrar en comunicación con nuestros interlocutores.

2.2.1. Concepto y tipos de competencia

La habilidad comunicativa es una competencia y como tal es importante antes de entrar en profundidad con la misma definir el concepto de competencia. Existen variadas definiciones sobre el concepto de competencia según el ámbito de actuación al que lo apliquemos. La idea de competencia ha ganado terreno en la educación, la evaluación, la comunicación y el entorno laboral (**Tobón**, 2005). Todos estos campos hablan de **competencia como un saber y el saber aplicarlo**, o el dominio de un conocimiento relacionado con el uso que se le da a dicho conocimiento. Por lo que integra dos saberes, el teórico y el práctico en un único saber.

En cuanto a la competencia comunicativa, **Hymes** (1996), padre del concepto de competencia comunicativa, afirma: “*debo tomar competencia como el término más general para referirme a las capacidades de una persona*”.

Si bien, el diccionario de la Real Academia Española comprende sólo la competencia lingüística que, por sí sola, no garantiza una comunicación eficiente. El conocimiento que da base a la *competencia lingüística* es *intuitivo, abstracto y espontáneo*; es *universal*, pues lo poseen todos los hablantes normales nativos de una lengua y es *creativo*. Con todo esto la competencia es el nexo de unión entre el conocimiento y el saber usarlo. En cómo usarlo es importante resaltar la relación que existe entre competencia y creatividad.

A este respecto, **Seltzer**, **Kimberly** y **Bentley** (1999) afirman que la creatividad es resultado de aplicar conocimiento y habilidad de una manera diferente para alcanzar el objetivo propuesto. Estos autores fijan como condición el poseer **cuatro habilidades fundamentales**:

la capacidad para identificar nuevos problemas, la capacidad de transferir a otros contextos los conocimientos adquiridos, el convencimiento de que el aprendizaje es un proceso incremental, y la capacidad de centrar la atención en la persecución de un objetivo.

Respecto al propio término de competencia, **Bogoya** (2000) dice que la competencia es vista como una capacidad para resolver una situación problemática, controlar esta situación. Por su parte, **Torrado** (2000) habla de competencia como el conocimiento que se tiene y el uso que se hace del mismo para resolver situaciones específicas, según un contexto y una situación concreta.

Para saber **cuántas clases de competencias** existen tomaremos como base el campo de la educación. **Bogoya** (2000) habla de tres niveles de competencias: interpretativo, argumentativo y propositivo, al que añadiremos la competencia comunicativa, para hablar de las cuatro habilidades básicas en la educación.

- Competencia interpretativa: se basa en capacidades para la comprensión de la información con base en los sistemas simbólicos y a partir de la captación del sentido de los textos, mapas, esquemas, mensajes por los diferentes medios, interpretación de textos virtuales y demás material, para la formulación de teorías o la reconstrucción del conocimiento. En el proceso de comunicación, se ejercita principalmente escuchar, leer y el descifrar otros tipos de textos, para lo que es necesario el conocimiento de lenguajes verbales y no verbales.
- Competencia argumentativa: su propósito es refutar las tesis o afirmaciones que el ser humano hace con base a los datos que la información le proporciona. Se basa en la formulación y articulación de argumentos, en planteamientos, nuevas teorías, establecimientos de causas, efectos y relaciones, la formulación de conclusiones y la formulación del pensamiento lógico y científico, en general.
En la comunicación esta competencia se ejercita en la producción de discursos especialmente expositivos, argumentativos y directivos.
- Competencia propositiva: busca formular hipótesis explicativas, resolver problemas concretos, mostrar alternativas en el campo del conocimiento y de la acción, señalar formas de resolver conflictos o de hacer aplicaciones e informar.

- Competencia comunicativa: es transversal en las tres competencias anteriores, es decir, está presente o implicada en ellas, por lo que es importante desarrollarla más, dedicando a esto los siguientes apartados.

2.2.2. Dimensión de la “competencia comunicativa”

La competencia lingüística está incluida en la competencia comunicativa pues es necesario el conocimiento léxico y de la lengua que se utiliza, sin embargo en la competencia comunicativa es necesario un conocimiento de contenido y de discurso adecuado al contexto comunicacional. Implica conocimiento y habilidad en la comunicación así como una actitud apropiada que garantice la eficacia de la comunicación. En la comunicación es necesario tener en cuenta la dimensión sociocultural a la que nos dirigimos, el mensaje que vamos a emplear y las diferencias que vienen marcadas precisamente por esa diversidad. Se requiere pues, conocimiento, habilidad, actitud, principios y valores, así como motivación profesional.

La competencia comunicativa ha sido estudiada por diferentes autores en diversas disciplinas psicológicas y sociales. Así, encontramos definiciones que incluyen componentes de competencia comunicativa y socio-culturales (**Hymes, 1967; Canale y Swain, 1980; Maingueneau, 1984; Ortiz, 1997; Cot, 2000; Castillo, 2000; Van Dijk, 2000; Charaudeau, 2001; Habermas, 1987; Roméu, 2003–2005; etc.**) y por otro encontramos enfoques psicológicos (**Zaldivar, 2006; Fernández, 2002**).

Uno de los enfoques considerados más integradores desde la perspectiva cognitiva, comunicativa y sociocultural es la de la autora **Roméu (2003; 2005)** cuyo análisis va desde el contexto a los valores, costumbres, relaciones con otros, y rol social. Esta autora realiza un modelo con 3 tipos diferentes de competencias: situacional, discursiva y semiolingüística. Una dimensión más personal la aporta la autora **Ana María Fernández (1996; 2002)** que enfoca el tema desde la relación interpersonal y la personalidad del individuo, dando énfasis al plano emocional.

Centrándonos en el concepto, la **competencia comunicativa** es un saber comunicarse en un campo del conocimiento y un saber aplicarlo, saberes que comprenden conocimientos, habilidades, actitudes y valores (precondiciones, criterios, usos, reglas, normas, etcétera) que habilitan para realizar actos comunicativos eficientes, en un contexto determinado, según necesidades y propósitos. Por lo que habría que determinar qué saberes, actitudes y demás aspectos habilitan al comunicador y cómo pasar de esos saberes a la realización eficiente, en los actos comunicativos (**Hymes**, 1967).

Saber comunicar supone, saber conocer y pensar, pero también saber interpretar las diversas experiencias, codificar, emitir, percibir, descodificar y comprender. En el caso del *lenguaje verbal*, la competencia comunicativa implica la *competencia lingüística*, es decir, saber escuchar, hablar, leer y escribir en una lengua. Por lo que la competencia lingüística (o gramatical) es tan sólo un componente de la competencia comunicativa (**Hymes**, 1996).

Esta competencia se basa en *la relación de un conocimiento con su aplicación en actos comunicativos*. **Correa** (2001) concibe la competencia comunicativa como una realidad en la que coexisten dialógicamente:

- Unos saberes acerca de reglas y normas, estrategias y procedimientos establecidos por el sistema para formalizar y actualizar toda acción discursiva en la situación comunicativa (...).
- Unas realizaciones de tales saberes en contextos comunicativos que les dan plena validez.
- Unas actitudes del usuario del código con respecto al conocimiento, a la acción discursiva a los integrantes del proceso comunicativo; a sus valores y sus implicaciones tanto en el orden teórico como en el pragmático.

El modelo comunicativo de Correa (2001) comprende las siguientes competencias:

- **Competencia lingüística:** comprende los saberes del código de la lengua (lenguaje verbal) con las reglas que rigen la construcción y emisión de oraciones, párrafos y textos, y la consiguiente comprensión de los mismos. La capacidad para producir e interpretar cadenas de signos verbales.

- **Competencia pragmática:** Incluye saberes acerca de los integrantes, las intenciones y los contextos temporales y espaciales. Saber emitir de acuerdo con la intención y motivación de los participantes y según la situación.
- **Competencia tímica:** este novedoso saber tiene que ver con la expresión y manejo de la emotividad por parte de los sujetos que participan en un acto de comunicación. Dicho saber influye en la construcción del mensaje, además de ser la realización de la función expresiva.
- **Competencia cultural:** corresponde al “saber acerca de las representaciones hechas sobre el mundo”, es decir, el referente de la comunicación. De alguna manera podría también llamarse *competencia cognitiva*. Al comunicarse las personas, no solamente lo hacen dentro de una determinada cultura, sino que al mismo tiempo la reflejan en sus actos comunicativos (Poyatos, 1994).
- **Competencia ideológica:** se trata de un saber sustentado en la apropiación de las creencias no argumentadas que permite justificar el poder que ostenta un grupo, dando cuenta de su ubicación en la organización social. Inicialmente propuesta por Verón (1971) (según Bustamante, 2002), la competencia ideológica “no sólo subyace en las demás competencias sino que, ante todo, interviene dinámicamente en la selección, estructuración y depuración de los elementos culturales” (Correa, 2001).

2.2.3. Concepto y tipos de Habilidades Comunicativas

Los conocimientos de las competencias comunicativas están en base al **desarrollo de las habilidades y actitudes**. Se trata de un tema polémico, ya que los autores consultados identifican diferentes habilidades, algunos lo entienden como cualidades, rasgos del carácter, actitudes o formaciones psicológicas (Márquez, 1993; Fernández, 1996; Álvarez, 2002; González, 2005).

Arglye y Kendon (1967) en su análisis experimental de habilidades cita cinco grupos:

(1) primeras habilidades sociales

- (2) habilidades sociales avanzadas
- (3) habilidades relacionadas con sentimientos
- (4) habilidades alternativas a la agresión
- (5) habilidades para combatir el estrés

Algunas de las habilidades comunicativas más significativas son: **la expresión, la observación y la empatía** (Fernández, 1996).

En las **Habilidades de expresión** intervienen como elementos principales:

- La fluidez verbal, la claridad del mensaje, la ejemplificación, la argumentación, la síntesis, formulación de preguntas, coherencia emocional, contacto visual, comunicación no verbal y creatividad.

En la **Habilidad de observación** intervienen como elementos principales:

- Escucha empática y detección de emociones.

En la **Habilidad de empatía** intervienen como elementos principales:

- Mirada, escucha activa e interacción.

2.2.4. Entrenamiento de Habilidades comunicativas

Los métodos con mayor repercusión a nivel de entrenamiento de habilidades comunicativas, y que vamos a comentar a continuación, son los relacionados con la motivación personal; el método conversacional; el trabajo de ética, valores y principios ; y el método de actuación. En cualquier caso todos ellos relacionados con las habilidades y la actitud.

Existen diferentes métodos para el entrenamiento de las habilidades comunicativas, entre ellos, trabajar la **motivación personal**, como una necesidad psicológica y social dentro

de nuestra escala de valores (**Maslow, 1943**). La motivación es la clave de la acción pero para ello debe formar parte de nuestra escala de valores.

Por otra parte, **el método conversacional de Sherod Miller (1990)** habla de cuatro estilos de **conversación**:

- (1) **Estilo I.** Breve - de taller (breve y familiar, permite relajar la tensión, efecto positivo);
- (2) **Estilo II.** Control (activa y eficiente, efecto positivo) - de pelea (efecto negativo)- de resentimiento (efecto negativo);
- (3) **Estilo III.** Búsqueda (genera confianza, efecto positivo);
- (4) **Estilo IV.** Directo (el objetivo es construir, efecto positivo). Conocer los estilos de comunicación puede contribuir a que la comunicación sea más efectiva.

Otra alternativa para el entrenamiento de las habilidades educativas es la realización de **ejercicios de escucha (empatía) y sensibilización**. La escucha empática es necesaria para ponerse en el lugar del otro y conocer sus intereses y por tanto poder conectar, para trabajar la escucha se utilizarán recursos verbales y no verbales.

Fernández (1996) hace referencia a la posibilidad de entrenar este tipo de habilidades mediante **ejercicios**, pero afirma que es necesario también tener cierta sensibilización emocional respecto a los otros para conseguir esa empatía. El entrenamiento de la escucha tiene un gran valor para las habilidades comunicativas (**Kaplún, 1998**).

Trabajar **la ética, los principios y los valores** es importante para entender la responsabilidad de la comunicación y tener una actitud adecuada de respeto y comprensión como clave del éxito de la comunicación y forman parte de la personalidad del individuo que comunica (**González, 2005; Arana, 2002**).

Por último, el **método de actuación** que implica ponerse en diferentes situaciones ficticias, combina diferentes estilos de comunicación según el contexto situacional (**González,**

2005). Los conocimientos de las competencias comunicativas están en la base del desarrollo de las **habilidades y las actitudes**. Y es necesario conocer todos los elementos que ello implica.

De manera que si bien hemos podido comprobar como los componentes conductuales que vimos en el primer capítulo son descritos, por los diferentes autores, como elementos importantes e imprescindibles manejar adecuadamente para el entrenamiento de las habilidades comunicativas, hay otros elementos imprescindibles dentro de los componentes conductuales, y en especial al lenguaje no verbal, que es necesario abordar. Nos referimos a la “**Imagen**”. Pero para saber utilizar esta habilidad adecuadamente era necesario conocer previamente qué son y cómo funcionan las habilidades sociales y las competencias comunicativas.

La imagen es un componente que es imprescindible tener en cuenta para la puesta en escena, en este caso para nuestro perfil objeto de estudio, los políticos, ya que estamos hablando de la primera impresión de nuestra primera carta de presentación, y que en cierta manera dispondrá al público objetivo a interactuar de una manera u otra. Es una habilidad de los políticos saber utilizarla de manera positiva para conseguir sus objetivos y acercarse de manera “habilitosa” a su público o seguidores. Nos adentramos en este componente de la comunicación en el siguiente capítulo como parte directamente relacionada con la interacción y con las habilidades comunicativas.



Capítulo 3

La imagen



Introducción

Una vez revisado la comunicación en sentido general y las habilidades y competencias comunicativas, es importante analizar también la imagen como parte tanto de la comunicación y de cómo utilizarla, como habilidad en la comunicación política. Pues tal y como hemos comentado en el capítulo anterior la imagen es la primera tarjeta de presentación que tiene el político cuando hace su puesta en escena. Las emociones o sentimientos de simpatía o antipatía que provoque van a ser clave para potenciar o no las habilidades que despliegue en su discurso, pues como parte del lenguaje no verbal, la imagen es el primer elemento que presentamos de nuestro lenguaje corporal.

Hemos dedicado un capítulo especial aunque breve a la imagen por estar directamente relacionada con la comunicación en este caso con “la identidad de la persona” y con las habilidades comunicativas, incidiremos en como la imagen se convierte en una herramienta para interactuar con los demás a través de la “Imagen Pública”.

En este capítulo vamos a revisar por un lado la **Imagen pública** y por otro **la Imagen como habilidad del líder político**.

3.1. Imagen pública

Antes de ahondar en la imagen pública y como se construye, es interesante hacer una breve reseña a la importancia de la imagen como identidad del “yo” y su relación con el cuerpo como elemento de la comunicación. La imagen está directamente relacionada con nuestra apariencia física, con nuestro cuerpo, y en este sentido es que transmitimos sensaciones y mensajes a los demás.

Durante siglos el cuerpo ha despertado el interés de filósofos y pensadores como René **Descartes** (1596-1650), David **Hume** (1711-1776), Adam **Smith** (1723-1790), Immanuel **Kant** (1724-1804), Johann Gottlieb **Fichte** (1762-1814), Georg Wilhelm Friedrich **Hegel** (1770-1831), Auguste **Comte** (1798-1857) entre otros. También la psicología desarrolló investigaciones en torno al cuerpo donde destacan autores como **Mauss** (1979) y **Piaget** (1930).

Esta capacidad expresiva y simbólica del hombre es imprescindible para poder hablar de comunicación y esta comunicación es imposible sin la existencia de una interacción tal y como afirma **Goffman (1973)** que hace referencia a esta interacción en el sentido de la influencia entre los individuos a través de la presencia física. Dentro de este proceso comunicativo encontramos diferentes niveles de interacción, la percepción del propio individuo y del otro, sus expectativas, su estado anímico y afectivo, su visión del mundo, sus valores, ideas y creencias así como otros factores diversos. La presencia del hombre se manifiesta a través de su cuerpo y es simbólica según **Paloma Santiago (1985)**.

Para **Martín Algarra (2003)** el cuerpo no es una realidad biológica sólo, es una realidad personal, trascendente y expresiva, es a la vez presencia personal y símbolo de esa misma presencia. La expresión es corporal porque el cuerpo es el dato fenomenológico o evidencia de esa expresión.

La imagen cobra importancia en la actualidad y sobre todo cuando hablamos de comunicación política y de cómo se forma esa imagen pública. Una cuestión de interés relevante para los políticos.

- **¿Cómo se forma la imagen pública?**

La imagen corporativa se forma a través de **tres fuentes de información imprescindibles** como son los medios de comunicación masiva, las relaciones interpersonales y la experiencia personal (Capriotti, 1999). De hecho como afirma Gordo (2008), la imagen emite un juicio de valor, cuando muchas personas perciben lo mismo la imagen se vuelve pública. Si comparten esa percepción opinarán de la misma manera y se configurará la imagen. Este autor crea una serie de **postulados sobre la imagen pública** con las siguientes afirmaciones:

- 1- La imagen es percepción, que se convierte en identidad y que se produce por estímulos.
- 2- El requisito imprescindible para generar una imagen es el respeto absoluto a la esencia.
- 3- Fondo (estímulos verbales) y forma (estímulos no verbales) son de igual importancia, pero la forma tiene más peso en el proceso de la percepción.
- 4- La imagen mediante el tiempo se convierte en reputación.
- 5- La percepción de cada uno se convertirá en su realidad personal.
- 6- Las cosas son lo que parecen ser, aunque en verdad no lo sean.
- 7- La opinión de cada uno se convertirá en el resorte que impulse una conducta de aceptación o rechazo.
- 8- Cuando la percepción es compartida se convierte en imagen pública.
- 9- La conducta está condicionada por la coherencia entre los estímulos verbales y no verbales.

Como vemos la imagen pública se construye por lo que no puede quedar fuera de las habilidades que el líder político debe de manejar para conseguir sus objetivos, en el siguiente apartado vamos a verlo.

3.2. La imagen como habilidad del líder político

Iniciemos con un ejemplo que contextualiza rápidamente el trabajo de la imagen pública como una habilidad del líder político. Cuando hablamos de la imagen del líder político es difícil no recordar el famoso debate televisado entre Nixon y Kennedy con consecuencias nefastas para el primero, que se mostró cansado y dubitativo, sin maquillaje y con un vestuario poco

apropiado frente a un Kennedy con un aspecto pletórico y sin duda preparado para convertir su imagen en una herramienta poderosa de comunicación.

La imagen ha sido tenida en cuenta por los estrategas políticos desde la antigüedad. Ya en el Siglo XVI **Maquiavelo (2010)** advierte en su obra *El Príncipe* la importancia de la imagen *“un príncipe cae en el menosprecio cuando pasa por variable, ligero, afeminado, pusilánime, irresoluto: un príncipe debe protegerse de todo esto como de un escollo, e ingeniarse para que en sus acciones se advierta grandeza, valor, gravedad, fortaleza”*.

Actualmente al **líder político** se le exige una serie de **habilidades**, entre ellas la **imagen** que se crea en torno a él. **Nimmo y Savage (1976)** afirman que los votantes se forman la imagen del líder político en función de la **personalidad que transmiten** y esta personalidad no tiene que ver con el aspecto físico sino con lo que transmiten, con su carácter, como honestidad por ejemplo.

A este respecto, **Rosenberg y McCafferty (1986)** realizaron una investigación utilizando los medios gráficos para conocer la influencia de la imagen del candidato en los votantes a la hora de decidir el voto. Según esta investigación, en función de las diferentes imágenes creadas sobre el candidato, se creaban diferentes percepciones del mismo para los votantes (percepciones como integridad, competencia o agrado) y podían afectar a la decisión del voto, llegando a la conclusión de la facilidad para manipular la imagen de cara al electorado.

El marketing político es la disciplina encargada de elaborar la imagen de un candidato. Para **Maarek (1995)**, la construcción de la imagen política puede conllevar dos problemas básicos si existe incompatibilidad entre su personalidad y lo que se quiere transmitir y es percibido así por el público y por otro lado cuando estos aspectos son exageradamente contrapuestos el político no es capaz de actuar acorde con su imagen. A esto hay que añadir que la percepción de los votantes es subjetiva y no siempre predecible.

Pero más allá de la personalidad y el mensaje que se quiere transmitir, el **aspecto físico del candidato** también tiene su importancia, sobre todo desde que la televisión irrumpe en el panorama político. Cuidar la apariencia física es fundamental para no emitir mensajes erróneos o negativos; así como la morfopsicología, ya que hay aspectos faciales que pueden provocar en sí atracción o rechazo (Rolot y Ramírez, 1988).

Como definición de la imagen pública, **Rosser Reeves** (1997) la define como una herramienta para acceder al poder, ejercerlo y conservarlo. La imagen política según este autor debe de utilizarse estratégica y eficientemente. **La imagen pública del candidato no puede dejarse al azar**, como ya dijeron los clásicos como Maquiavelo (1513). **Pero Martínez-Pandiani** (1999) advierte que hay que respetar la construcción de esa imagen sin caer en opuestos, ya que en tal caso será percibido por el electorado generando un efecto opuesto al deseado.

Entre los **componentes necesarios para un candidato político**, **Canel** (2001) cita los siguientes:

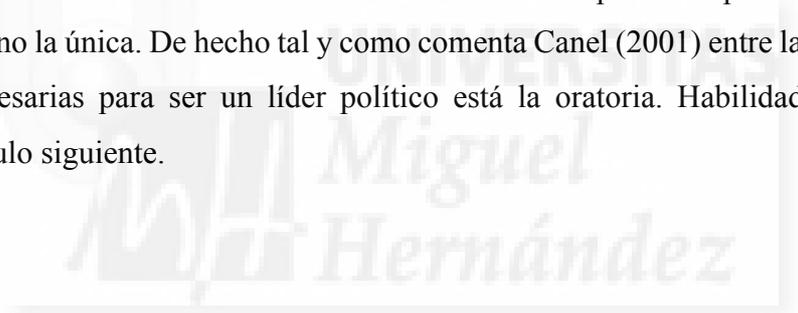
- (1) características biográficas (edad, sexo, educación, nivel cultural, creencias, vida familiar),
- (2) características personales (talante, simpatía, impulsividad, sinceridad, madurez, integridad),
- (3) cualificación personal (currículo, experiencia de gobierno, visión de conjunto),
- (4) posicionamiento ideológico (partido del que es candidato, militancia de grupos de interés, aspiraciones políticas), y
- (5) habilidades comunicativas (telegenia, oratoria, agilidad de argumentación, claridad de expresión, timbre de voz, gestos...).

La **proyección del candidato y la percepción del votante** son elementos que configuran la imagen política para **Martín Salgado** (2002). Además, esta autora habla de la imagen del partido y la imagen del líder que se intenta proyectar como ideal. La imagen del candidato sintetiza los valores del partido y las cuestiones relevantes para la población (**García Beaudoux, D'Adamo y Slavinsky**, 2007). Otros autores como **Baena y Montero** (2002) hacen referencia a que la imagen de un candidato debe cuidar aspectos como **lenguaje no verbal, lenguaje oral y lenguaje escrito**. La percepción positiva es importante para la configuración de la imagen, **Fernández Collado** (2007) afirma que esta imagen tiene que ser percibida creíble, honesta y sensible para tener posibilidad de éxito en unas elecciones. En este sentido, **Abreu** (2001) habla de que la imagen es también lo que se aparenta.

Foglio (2007) afirma que la **misión del político** conlleva los siguientes aspectos:

- (1) ser **experto en humanidad** (que sepa entender los problemas y solidarizarse con los que le rodean),
- (2) **tener conocimientos** (capaz de conocer la esencia de los problemas de su entorno y conocer bien la política),
- (3) lograr una **rica personalidad** (entusiasmo, presencia, inteligencia, imaginación, innovación, capacidad de autocrítica, modestia, simpatía... en una palabra, liderazgo),
- (4) **capacidad comunicativa** (hablar, escuchar, escribir, leer, divulgar, decidir, criticar, convencer...).

En definitiva, como muestran los autores en esta parte del capítulo 2, la imagen junto a las competencias comunicativas es una de las habilidades más importantes para convertirse en líder político, pero no la única. De hecho tal y como comenta Canel (2001) entre las habilidades comunicativas necesarias para ser un líder político está la oratoria. Habilidad a la que le dedicamos el capítulo siguiente.





Capítulo 4

La oratoria en el ámbito político

Introducción

La oratoria es la habilidad en la que el líder político expone sus habilidades sociales y sus competencias comunicativas a través de su imagen y de su discurso con el objeto de persuadir o convencer a su público. La oratoria eficaz es el resultado de un buen trabajo en las habilidades sociales, competencias comunicativas e imagen que el líder político necesita para el éxito de su puesta en escena.

En el ámbito político representa una habilidad imprescindible para el político, de hecho como ya mencionamos anteriormente es la principal herramienta que los políticos demandan para persuadir con su mensaje al electorado. Es la manera de transmitir, después de su puesta en escena (imagen) el mensaje que el líder quiere transmitir. Su manejo es la clave de gran parte de su éxito. Es el momento crucial para poner en marcha sus habilidades comunicativas para convencer y llegar al electorado. Se manifiesta como la habilidad imprescindible y necesaria del político para transmitir las ideas de su partido, por lo que ponemos especial atención en esta habilidad.

En este capítulo hablaremos de la oratoria en el ámbito político y de cómo trabajar esta competencia comunicativa política. El primer apartado se va a centrar en la oratoria en el ámbito político y las categorías dentro de la comunicación del portavoz. Se va a explicar qué es la retórica y cómo la han definido los principales autores a lo largo de la historia, en qué consiste la oratoria y los requisitos para ser un buen orador. El segundo apartado se centrará en qué trabajar en la competencia comunicativa política y se analizarán los elementos imprescindibles de la oratoria como tratar el mensaje, el público y el portavoz.

4.1. La oratoria en el ámbito político

Haciendo uso de la **teoría de la comunicación**, **Reyes Moreno (2015)** nos habla en el **ámbito político** de un portavoz (*emisor*) que comunica un mensaje (*enunciado*) a un público (*destinatario*) por medio de la palabra y la comunicación no verbal, con el fin de alcanzar un objetivo (*intención*) que viene determinado por el entorno (*situación espacio/temporal*) en el que se encuentran. Para Moreno, entre el **portavoz y el público** existe una *relación social* establecida y cada uno de ellos asiste al acto (*intercambio comunicativo*) con una manera de verlo. Entre ellos pueden existir conocimientos comunes, *hipótesis de conocimiento mutuo*, (**Schiffer, 1972**) aunque no siempre se da, y es entonces cuando el portavoz tiene a menudo que centrar su comunicación fuera de esa parcela que hipotéticamente comparten.

Esta autora apunta diferentes categorías dentro de la comunicación del portavoz como:

- (1) la portavocía (sujeto real, reconocido por la organización como su miembro o representante, que toma la palabra para emitir un mensaje en una situación y un tiempo concretos)
- (2) la competencia comunicativa (la capacidad o destreza del emisor de comunicar con éxito al hablar en público)
- (3) la comparecencia pública (un portavoz expone un mensaje ante unas personas elegidas con la intención de que sea comprendido actúen en la dirección que les propone)
- (4) la credibilidad
- (5) la presencia corporativa
- (6) hablar en público

- **Oratoria**

Se llama oratoria al arte de hablar con elocuencia con un fin determinado la persuasión. Es un género literario que conforma el discurso. Y se aplica a diversos ámbitos, su distinción principal respecto a otros géneros literarios de expresión oral, es precisamente la persuasión, el objetivo es motivar o inducir a otros a realizar algo, bien a través de una historia o a través de

un mensaje concreto. Por ello se convierte en la herramienta más poderosa de persuasión del líder político.

En la oratoria nos encontramos con diferentes géneros usados para hablar en público. Podemos distinguir las **exposiciones** de informes técnicos oral y las disertaciones tipo conferencias.

Fernández de la Torriente (1975) nos habla del **informe técnico oral** como la exposición individual o pública. En el mismo se transmiten hechos o experiencias objetivamente, sin opiniones, con datos analizados, apoyados por material gráfico, diagramas, datos estadísticos que corroboran la información ofrecida. Tras la exposición se puede finalizar con sugerencias o recomendaciones.

Las disertaciones tipo conferencia son para **Niño Rojas (2011)** piezas especiales de exposición oral, caracterizadas por sus propósitos de *profundizar y divulgar los conocimientos y experiencias, en un campo particular del saber*. Su objetivo es divulgar o compartir el conocimiento en los diversos campos del saber y de la ciencia. Las mismas necesitan de una gran preparación, teniendo en cuenta entre otros aspectos: la adaptación y adecuación al auditorio, despertar el interés del auditorio, usar ejemplos para clarificar.

A los **procedimientos y técnicas que utilizamos**, en este caso en la oratoria, para conseguir en el adecuado uso del lenguaje un fin no solo comunicativo sino también persuasivo se le llama **retórica**. Y es importante conocer su papel para realizar un **adecuada construcción del discurso** que nos permita llegar a nuestro objetivo, el caso de la oratoria política a la persuasión.

Para entender la retórica vamos a hacer un breve recorrido por sus diferentes significados con los autores más significativos y cuyas definiciones perduran en parte en la actualidad. Para **Aristóteles (2000)** la retórica es “la facultad de descubrir, encada caso particular, los medios que son adecuados para la persuasión”. **Aristóteles (384-322 a.C.)** dice que “*No basta saber lo que hay que decir, sino que es necesario también dominar cómo hay que decir esto, lo cual tiene mucha importancia para que el discurso parezca apropiado*”. Por ello recomienda que el discurso posea un estilo que cumpla con una condición básica, la

corrección gramatical (*la pureza del lenguaje*), y tenga tres cualidades: la claridad, la propiedad (*correspondencia con los asuntos de que trata*) y la naturalidad.

Se trata de una de las disciplinas antiguas, junto con las artes y la literatura. La palabra procede del griego, *retor* y del latín *orator*, que significan “orador”. A través de la historia se ha visto como el buen orador se convertía en el líder de los pueblos, ejemplos de influencia política como **Demóstenes** (384-322 a.C.) en Grecia y la de **Cicerón** (107-44 a.C.) en Roma, en la antigüedad.

Durante la Edad Media la retórica se caracteriza por su confusión con la poética y la reducción de la elocutio, hasta degenerar en simple *ornatus* (**Hernández Guerrero y García Tejera**, 1994).

Durante el Barroco, la retórica es una asignatura obligatoria en la enseñanza, pero la misma va perdiendo viveza y se limita al cumplimiento de las máximas de manera repetitiva, perdiendo fuerza y su sentido original. Son los jesuitas quienes a finales del XVI crean su sistema de enseñanza (*Ratio studiorum*) y su escuela retórica. Su punto de partida es la primacía del estudio de las humanidades y la consideración de la retórica (*regina animorum*) como la más noble de todas. Sin embargo, la finalidad de este estudio no era otra que el medio para enseñar las Sagradas Escrituras.

El siglo XVIII se debate entre los defensores de las tradiciones y los partidarios de la renovación. La retórica se ve sometida a un empobrecimiento que para unos es relativo (**Hernández Guerrero y García Tejera**, 1994) y para otros tiene graves consecuencias (**Spang**, 1991). Con este panorama, en el Siglo XIX encontramos una retórica convertida en un conjunto de preceptivas aplicables en el contexto escolar, por lo que pierde la concepción global e integradora del discurso, relegada a una lista de figuras retóricas para los estudios literarios. Pierde su relación activa con la lengua de la literatura (**Spang**, 1991). Durante este siglo se escriben un gran número de tratados, ejerciendo influencia sobre la epistemología y la didáctica de las ciencias sociales un “indudable interés histórico y científico” (**Hernández Guerrero y García Tejera**, 1994).

La retórica renace en el Siglo XX al recuperar todas las partes del discurso, dejando atrás la idea de ser un saber primordialmente preocupado por el estilo. El siglo XX refuerza la

disciplina desde la Lingüística, la Filosofía, la Ciencia Jurídica y la Teoría de la Literatura. Esto supone la recuperación del pensamiento histórico (**Albaladejo**, 1993). Este autor dice que históricamente, la retórica es la disciplina clásica del discurso que estudia y explica los textos persuasivos codificados, que poseen características artísticas.

Por ello, forma parte de la Ciencia General del Texto (junto con la Lingüística textual y la Teoría literaria que construyen la Poética lingüística y la Poética tradicional) que tiene por objeto el texto y el hecho comunicativo en el que éste es producido y recibido.

Según la **Real Academia de la Lengua Española** la retórica es “4. el arte de decir bien, de dar al lenguaje escrito o hablado eficacia bastante para deleitar, persuadir o conmover. 5. Teoría de la composición literaria y de la expresión hablada”. Por lo que estudia la eficacia de la palabra al servicio de quien la utiliza, ofreciendo al orador la posibilidad de ampliar su capacidad de influir sobre los que le escuchan y de conseguir que le den su apoyo en un contexto de diálogo en el que cabe la réplica y no sólo el aplauso o la obediencia. Por su parte, la oratoria sería la manifestación práctica de la retórica, es decir, “*el arte de hablar con elocuencia, deleitar, persuadir y conmover por medio de la palabra*” (**R.A.E.**).

Burke (1969) nos describe la función básica de la retórica como la utilización de la palabra para producir determinadas actitudes o acciones con otros. Pero la retórica también guarda connotaciones negativas. Para **Spang** (1991), la voz “retórica” todavía suscita connotaciones peyorativas, siendo sinónimo en el mejor de los casos de adorno y usualmente de engaño, demagogia o pomposidad verbal destinada a ocultar la vaciedad del discurso.

La retórica comienza a redescubrirse en los últimos treinta años. El orador tiene una visión del mundo (*intellectio*) desde la que elige sus estrategias para crear un discurso que se construye en dos momentos: el de elaboración (*inventio, dispositio y elocutio*) y el de ejecución (*memoria y actio*). Su intención es influir en el público (*movere*), para ello selecciona y muestra una información (*docere*) y busca agradar a quien le escucha (*delecterare*).

Finalmente la eficacia de discurso está condicionada por la competencia del orador (*intellectio*), la actitud de los destinatarios y la ejecución que realice ante ellos (*actio*). En el proceso de comunicación se produce un intercambio de valores que siempre tiene un resultado estimable en términos de aceptación o rechazo.

El portavoz ha de hacer lo posible por transmitir un discurso que obtenga una *estimación positiva*. En cualquier caso, la prioridad debe ser lograr y mantener su credibilidad ante el público. Para toda persona culta, en cualquier posición que se encuentre, una buena dosis de capacidad de dirigirse a un público para convencerlo, es una herramienta poderosa de éxito y progreso.

La elocuencia o dotes de orador se fundamentan en el aprovechamiento de las cualidades que da la naturaleza, y en la formación que se adquiere por el estudio y la intensa práctica. Al respecto el tratadista Loprete (1963) afirmaba con mucha razón: “El ejercicio efectivo de la palabra se apoya en dos bases: la naturaleza y la educación. Todas las personas hablan, pero muy pocas lo hacen con eficacia, ya que la capacidad elocutiva requiere cultivo y educación”.

• El buen orador

Para Niño Rojas (2011) las “cualidades que, desde muy antiguo, se han exigido a un orador son *probidad, conocimiento, autoridad y pericia*. Hoy día se suelen considerar, además, que sea sincero, agradable, veraz y que hable con naturalidad”.

La *probidad* viene de la honradez moral e intelectual. El *conocimiento* se da en relación con el tema, el auditorio, la ocasión y también con el manejo del idioma y demás estrategias de expresión. La *autoridad* se fundamenta en la probidad, en el conocimiento del tema y en la seguridad de poder enseñar o hacer algo por los demás. La *pericia oratoria* es la capacidad que permite una enunciación clara, lógica y cargada de sentidos e intencionalidades expresivas consecuentes con el objetivo.

Nos recuerda este autor que el orador es *sincero* si demuestra estar convencido de lo que dice y con sus palabras es consecuente con ello. “Sólo convence quien cree en lo que dice y lo dice honestamente, y quien reconoce cuando se equivoca o no sabe alguna cosa” (Yerpe, 2007). Ser agradable, veraz y natural son cualidades imprescindibles e inherentes a la personalidad del orador.

4.2. Qué trabajar en la competencia comunicativa política

Competencia comunicativa es la habilidad del que utiliza el lenguaje de un modo adecuado y competente para transmitir o comunicar algo en un determinado contexto (Grice, 1975). La oratoria es una competencia comunicativa necesaria para el líder político que quiera convencer con su discurso. Y el entrenamiento de la misma conlleva el buen manejo de la retórica y de otros elementos.

El desarrollo de las habilidades y competencias comunicativas se puede trabajar y desarrollar en los líderes. Tenemos que tener en cuenta diferentes aspectos de la comunicación. De las teorías que han elaborado los diferentes autores sobre este tema, se resumen una serie de puntos imprescindibles a trabajar:

1. Trabajar la intención del mensaje. Para ello nos basamos en los actos ilocucionarios trabajados por Searle (1980). Para este autor se puede emitir una oración y que ésta signifique de forma literal lo que se expresa en sí misma o se puede emitir una oración y que, además del significado literal, quiera decir algo más. **Para emitir este “doble significado” el locutor ha de conocer:**

- (1) el contexto,
- (2) la comunicación verbal,
- (3) la comunicación no verbal,
- (4) la paralingüística y
- (5) la estructuración del lenguaje, todo ello objeto de estudio de esta tesis.

2. Trabajar el lenguaje y la eficacia del mismo. Para ello nos basamos en la filosofía del lenguaje corriente formulada por Austin (1971). Propone como base el lenguaje corriente, ya que para él las palabras tienen que decirse en circunstancias apropiadas o no conseguirán la acción deseada, definiendo tres tipos de actos cuando usamos el lenguaje:

- (1) el locutivo (decir algo),
- (2) el ilocutivo (la intención) y
- (3) el perlocutivo (el efecto provocado)

Por su parte **Grice** (1975) formula el **Principio de cooperación** con una serie de máximas que rigen una conversación natural, siendo el emisor y el receptor los únicos responsables del éxito del acto comunicativo.

Éstas son:

- (1) cantidad (no más información de la necesaria),
- (2) calidad (no decir nada que no se pueda demostrar),
- (3) que sea relevante (que no se salga del tema tratado) y
- (4) modalidad (brevedad y orden en la conversación, sin ambigüedades).

El **portavoz** debe adquirir la máxima experiencia en la aplicación de estos principios.

- 3. Trabajar en la relevancia de los mensajes.** Sperber y Wilson (1994) formulan la Teoría de la relevancia, que trabaja la manera en la que “el emisor atrae la atención del receptor con información relevante para él”. Es decir, cómo el político es capaz de codificar el mensaje y la manera de transmitirlo para que su público lo considere relevante. Además, para el político se hace necesario conocer los “supuestos” (creencias) del público para poder llegar a ellos con mayor efectividad.
- 4. Trabajar la argumentación.** La Teoría de la Argumentación de Anscombe y Ducrot (1994) habla de la necesidad de aprender a “utilizar las leyes que rigen y determinan la estructura de los enunciados con el propósito de ejercer una influencia en el destinatario a través de diferentes medios” (discurso racional, hechos, datos, evidencias, estadísticas o testimonios).
- 5. Trabajar la cortesía.** Es decir, la forma de comunicar (acción lingüística) manteniendo las buenas relaciones entre los interlocutores. Se trata de la cortesía entre la forma lingüística y el significado del contexto, ya que se comunica siempre más de lo que se dice. Lakoff (1998) nos habla de ser claro y de ser cortés (no imponer, dar opciones, hacer que el interlocutor se siente bien). Leech (1983) nos habla del principio de cortesía (tacto, generosidad, aprobación, modestia, acuerdo y simpatía). Brown y Levinson (1987) nos habla de la lucha de tensiones que existe en cualquier acto comunicativo, siendo deseable evitarlo para llegar a la armonía.

Reyes Moreno (2015) apunta una serie de **premisas en cuanto al mensaje, el público y el portavoz** que merece la pena tener en cuenta a modo de resumen:

- Premisas sobre el **mensaje**

1° **El mensaje (discurso retórico) busca conseguir la adhesión a una propuesta.** Si olvida este objetivo pierde su definición. La retórica advierte al portavoz de que éste, y no otro, es el sentido de su comunicación.

2° Para que el **mensaje** sea persuasivo tiene que ser **comprendido**.

- Premisa sobre el **público**

1° El conocimiento del público y el respeto por su condición como tal durante la intervención debe ser una **prioridad para el portavoz**.

- Premisas sobre el **portavoz**

1° **El portavoz no es un memorizador del discurso que le dan.** Un buen portavoz toma parte en las decisiones sobre qué decir (*inventio*), cómo decirlo (*dispositio*) y con qué estilo (*elocutio*), es más, **su visión y consideraciones** son primordiales.

2° **El portavoz no es un repetidor de lo que muestra el texto escrito o la pantalla.** El portavoz enriquece lo que presenta a través de apoyo documental, visual o de cualquier tipo.

3° **El portavoz no es un presentador o un lector de discursos.** Un portavoz es quien convierte el mensaje en un acto de persuasión, no presenta ni meramente lee, ejecuta el mensaje prestándole máximo rendimiento a sus propios recursos de kinésica, no verbal y paralingüística (*pronuntiatio* o *actio*).

4° El portavoz es un **conocedor, defensor y transmisor de la información, las valoraciones y la misión de la organización** a la que representa.

5° El portavoz debe **tener como finalidad última alcanzar y preservar un alto grado de credibilidad.**

En definitiva, para ampliar esta competencia comunicativa, el portavoz político debe:

- Perfeccionar la condiciones naturales del portavoz
- Demostrar pasión al hablar en público
- Aprender los conceptos y la técnica de la oratoria
- Imitar a los que hablan bien
- Practicar antes de la intervención y como método de mejora
- Escribir y leer como actividades habituales

El entrenamiento de las competencias comunicativas y las habilidades sociales para interactuar con el público se hacen necesarias, como hemos podido ver de la mano de los diferentes autores, desde la antigüedad a nuestros días, como herramienta fundamental del ámbito de trabajo de los políticos y del papel fundamental que como líderes juegan en nuestra sociedad. Todas ellas contribuyen a que el mensaje del orador esté acorde con la comunicación política que se espera de él. Y son necesarios para que esa comunicación sea adecuada.

En el siguiente capítulo nos centraremos en la comunicación política y veremos como una comunicación adecuada y eficiente lleva al político a obtener una comunicación eficaz y un liderazgo político.

Capítulo 5

Comunicación y Liderazgos Políticos

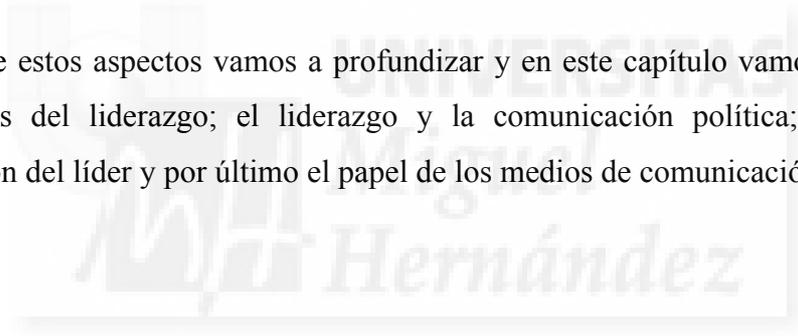


Introducción

La comunicación ha sido siempre una parte muy importante en la política. Actualmente, gracias a los medios de comunicación de masas y las redes sociales, esta comunicación ha adquirido una especial importancia que no pasa desapercibida para los líderes políticos.

La cuestión es ¿cómo se convierte un político en líder? ¿qué se necesita para ganar votos? Para un político, hoy en día, se hace imposible adquirir su liderazgo si su comunicación no es eficaz, si no sabe expresar sus ideas correctamente, si no es capaz de llegar a su público, si no es capaz de transmitir veracidad.

Sobre estos aspectos vamos a profundizar y en este capítulo vamos a tratar sobre las competencias del liderazgo; el liderazgo y la comunicación política; y en concreto la comunicación del líder y por último el papel de los medios de comunicación en la política.



5.1. El liderazgo político

En 1968 **Verba** afirma “el liderazgo ha sido durante largo tiempo una preocupación dentro del estudio de la política. A partir de la búsqueda en el pensamiento político clásico del jefe ideal hasta los actuales intentos de diseñar la estructura de la ‘élite’ de una comunidad o nación moderna, el problema de identificar a los jefes y describir sus características ha constituido la esencia del análisis político”. Esta afirmación ilustra la atención que desde siempre se ha prestado al estudio del liderazgo.

Katz (1973) define el liderazgo como el proceso por el que un individuo ejerce consistentemente más influencia que otros en la ejecución de las funciones del grupo. Para él, el papel del líder es predecible, ya que le concedemos la capacidad de incidencia sobre un grupo determinado y por un período temporal más o menos amplio. El líder es una persona que ejerce su influencia sobre un grupo más o menos numeroso de personas. Hay toda una variedad de posiciones en cuanto a lo que se entiende por líder.

García (1991) se remite a los trabajos de **Stogdill** (1974) y **Bass** (1981) para señalar las diferentes categorías en las que se pueden encuadrar las definiciones sobre liderazgo:

- Como actividad y proceso de grupo.
- Como tipo de personalidad.
- Como la capacidad de provocar obediencia.
- Como ejercicio de influencia.
- Como conducta.
- Como forma de persuasión.
- Como relación de poder.
- Como instrumento para el logro de cuentas grupales.
- Como resultado del proceso de interacción.
- Como rol diferenciado.
- Como iniciación y mantenimiento de la estructura de rol.

Pero una de las preguntas que se hacen es si el liderazgo político tiene rasgos diferenciales del resto de los tipos de liderazgo. Para **Katz** (1973) existen diferencias claras, no sólo en el ámbito en el que tienen lugar sino, además, en las metas que se persiguen.

Las características del líder es uno de los principales factores relacionados con el liderazgo. La personalización cada vez mayor que los medios de comunicación realizan de la vida política ayuda a que este tipo de dimensiones sea en muchas ocasiones la más tratada, en detrimento de otros aspectos fundamentales del liderazgo. Especial mención debemos hacer a los aspectos conductuales del líder, es decir, a las relaciones interpersonales del líder.

En España encontramos autores como **García y Gil (1992)** que señalan las principales implicaciones de la aproximación de las Habilidades Sociales al liderazgo:

- Las Habilidades Sociales se consideran capacidades y conductas aprendidas. Se destaca el comportamiento de los líderes y su competencia para el aprendizaje de conductas útiles frente a la tesis del carisma.
- Especificidad situacional de las Habilidades Sociales del líder. Este punto trata de destacar la importancia de la situación. Para que una conducta sea eficaz debe ser adecuada al contexto.
- Posibilidad de entrenamiento de las Habilidades Sociales. Enfatiza la capacidad de los sujetos para adquirir conductas socialmente eficaces en sus diferentes contextos.
- Identificación de las Habilidades Sociales de los líderes. Si hablamos de entrenamiento, debemos conocer qué tipo de conductas debemos tratar de fomentar. Si el objetivo es lograr que el líder resulte más positivo para la audiencia, tenemos que identificar qué tipo de comportamiento o habilidades resultan más valoradas y apreciadas por los potenciales seguidores, una vez localizadas ya podemos iniciar el entrenamiento del líder.

Para **Goleman (2013)** el líder ha de manejar una serie de competencias:

1. Autoconciencia

- Emocional: reconocen el efecto que tienen sus sentimientos en ellos mismos y en su rendimiento laboral.
- Autoevaluación certera: conocen sus limitaciones y sus puntos fuertes, reciben las críticas de buen grado.

- Confianza en uno mismo: conoce sus capacidades, sacando el máximo partido a sus puntos fuertes.

2. Autogestión

- Autocontrol: gestionan sus sentimientos, los canalizan y aprovechan.
- Transparencia: son fieles a sus valores, reconocen sus errores
- Adaptabilidad: compaginan varias tareas sin perder la concentración, se amoldan a los cambios inesperados.
- Capacidad de consecución: buscan los mejores resultados, sus objetivos son medibles.
- Iniciativa: aprovechan las oportunidades o las crean.
- Optimismo: para ellos las situaciones vividas se presentan como una oportunidad no como una amenaza.

3. Conciencia social

- Empatía: a través de la escucha activa, son capaces de ponerse “en la piel del otro”.
- Conciencia organizativa.
- Servicio: su objetivo es la satisfacción del “cliente”.

4. Gestión de las relaciones

- Inspiración: inspiran e impulsan, poseen una visión convincente o una misión compartida por el otro.
- Influencia: son convincentes y seductores.
- Capacidad de impulsar el cambio: reconocen la necesidad de renovación.
- Gestión de conflictos: saben escuchar y comprenden a las partes, reconociendo la situación.
- Trabajo en equipo: dirigen hacia el compromiso activo, logran el esfuerzo colectivo.

No debemos olvidar que los líderes existen porque tienen **seguidores**, por lo que necesitan esforzarse para mantener a esas personas y grupos que les permiten ocupar lugares socialmente destacados. Por lo que su tarea pasa por hacer compatibles la satisfacción y expectativas de sus grupos de seguidores con sus propios intereses y exigencias del puesto que ocupan en ese momento determinado. Además debe preocuparse por crear una imagen que responda a lo que desea ofrecer a los ciudadanos. Es necesario tener en cuenta, además de las

características psicológicas de los actores, el contexto que es de fundamental importancia para comprender el tipo de comportamiento que se emite.

Los análisis realizados por **Guillem Rico Camps** (2009) en su libro sobre el comportamiento electoral en España, demuestran que **las imágenes de los líderes** ejercen un impacto notable en las decisiones de voto de los españoles. Estos efectos no se circunscriben a un sector definido en función de unas determinadas actitudes hacia la política, sino que afectan al conjunto del electorado, al margen de su nivel de sofisticación o sus fuentes de acceso a la información política.

El proceso de personalización de la política, entendido como el crecimiento de los recursos y la autonomía de los líderes en el interior del gobierno y de los partidos, se ha podido constatar en una amplia y variada muestra de democracias (**Webb y Poguntke**, 2005).

La personalización de las noticias es una práctica congénita del oficio periodístico (**Bennett**, 1996). La tendencia a interpretar la realidad política en términos personales parece ser una inclinación natural de los individuos. La **elección** es un procedimiento que conduce de forma inevitable **a fijar la atención en la personalidad de los candidatos**, en aquellas cualidades personales que los distinguen de los demás (**Manin**, 1998).

Por su parte **Juan Milian Querol** (2010), nos habla en dos características claves para un liderazgo en una democracia liberal: **la inteligencia y la ética**. Respecto al primer factor, un líder debe transmitir que sabe lo que hace, que conoce el terreno que pisa, que es capaz de prever futuras situaciones y que sabrá darles la respuesta idónea. La inteligencia implica conocerse a uno mismo, saber gestionar las propias emociones y motivar a los demás, confianza en sí mismo y ciertas habilidades sociales, al menos eso es la inteligencia emocional tal como la definió Daniel **Goleman** (1996). El líder debe saber apoyarse en **su equipo, saber escuchar, darle confianza y ser humilde**. Para el líder es importante contar con la **creatividad**. La creatividad no sólo es cuestión de inteligencia, se tiene que trabajar.

Juan Milian (2010) aporta algunos consejos para alcanzar el pensamiento creativo, que forma parte de la inteligencia:

1. **Buscar el cambio de aquello que no funciona.** Un líder no puede estar alejado de la realidad social.
2. **Superar los tópicos.** Por otra parte, un líder no puede ser prisionero de las encuestas.
3. **Tomar informaciones o propuestas que ya existían** y combinarlas de una forma diferente puede ser la solución más eficaz y creativa.
4. **Buscar los matices** y las diferentes perspectivas de los hechos. Mirar la realidad desde otros puntos de vista puede facilitar el encuentro con ideas novedosas.
5. **Saber escuchar.** Saber escuchar no sólo es bueno para ser creativo, también lo es para ser un líder.
6. **Plantear nuevas preguntas.** No hay que limitarse a buscar nuevas respuestas. También hay que abrir nuevos interrogantes. Si siempre nos preguntamos de la misma manera, siempre obtendremos el mismo tipo de respuestas.
7. **Utilizar técnicas de creatividad** como el SCAMPER o el *Brainstorming*.

El segundo factor es **la ética**. Un líder transmite valores, trabaja para el bien común. Un político que sólo esté preocupado por sí mismo difícilmente transmitirá la imagen de liderazgo. Estamos viviendo en Occidente una profunda crisis y no sólo económica. Sin la confianza que transmite un comportamiento ético generalizado, no puede funcionar ningún sistema político o económico. Sin ética, no podemos confiar en nadie.

El carisma está muy fundamentado por **acciones éticas**, pero es difícil definir qué es el carisma. Se trata de un efecto que produce en el resto de personas, un efecto motivador. El carisma se consigue buscando que los demás vean en uno atributos que les motiven (ser admirado y respetado), por lo que el carisma se gana con nuestras acciones. Como el pensamiento creativo o la inteligencia, el carisma no nos viene dado al nacer.

Quizá política y ética no puedan ir siempre unidas como pensaba Aristóteles, pero una política sin ética está abocada al fracaso en una democracia liberal donde los políticos deben rendir cuentas por sus acciones ante la ciudadanía, aunque sólo sea una vez cada cuatro años.

5.2. Comunicación política

Del partido al líder. Hoy día asistimos a un liderazgo político de la persona en detrimento del partido al que pertenezca. Ya no se vota por el contenido, sino por el continente que el líder político muestra, su imagen, su comunicación, en definitiva sus habilidades que le humanizan y le muestran cercano al gran público. Esta simplificación de la toma de decisión de los votantes tiene su origen en la preferencia del voto a partir del candidato, en vez de tener que leer los programas de los diferentes partidos.

A este respecto **Weber**, en el primer cuarto del Siglo XX, consideraba a las masas como incapaces de reflexionar e informarse, concibiendo las elecciones como un “*plebiscito sobre liderazgos*” y, a la democracia como un “*sistema para seleccionar y legitimar líderes, de manera que éstos sean capaces de realizar las tareas prometidas al electorado, como cabezas visibles de su partido y del aparato burocrático de la Administración*” (**Weber**, 1944); (Álvarez y Pascual Bueno, 2002).

Para **Wolf** (1994), los electores no son considerados como una masa irracional que delega en líderes capaces, sino como ciudadanos con dificultades de tiempo y medios para informarse adecuadamente de las distintas opciones políticas, por lo que usan el camino más corto (“atajos cognitivos”) para evaluar los mensajes necesarios a la hora de votar (Popkin, 1990; Berrocal, 2004).

Desde esta posición, el líder dejaría de ser una pieza más de esa trilogía en que se basa el sistema competitivo electoral (junto al programa y al partido), para convertirse en la guía electoral más destacada. La organización política sería progresivamente más vertical, más personalista y más ajustada a las características personales del dirigente. De igual manera, en la misma medida que los electores voten antes por el político que por las políticas, la suerte de las elecciones recaería de forma especial en el candidato o la candidata. El resultado final, desde esta perspectiva, sería concentrar toda explicación política a partir del papel jugado por el cabeza de cartel como guía más visible de toda la comunicación político electoral del partido (**Canel**, 2008).

En línea a lo anterior, **Rico Camps** (2009) dice “*en definitiva, las referencias a la personalidad de los líderes constituyen, por su difusión, simplicidad, fiabilidad y bajo coste, una manera cómoda de gestionar e intercambiar la información política*”.

En este punto, para **Martín Salgado** (2002), es imprescindible mencionar la importancia de los medios de comunicación, y en especial la televisión, que han tenido en el modo de entender y hacer política, fenómeno importado de la política americana.

Antes de este fenómeno mediático encontramos estudios electorales comprendidos entre los años 40-60 del Siglo pasado (**Lazarsfeld, Berelson, Gaudet**, 1944; **Lazarsfeld, Berelson, McPhee**, 1954). En ellos apenas se presta atención a la influencia de los candidatos en la decisión de voto, siendo para ellos el efecto de los medios de comunicación limitado. En aquella época, las elecciones se ganan gracias a las maquinarias de los partidos y al trabajo de calle con los voluntarios (**Berrocal**, 2004).

Hacia 1970 se acusa a la política de haberse convertido en un espectáculo para las masas, como afirma **Schwartzberg** (1978): “*En lo sucesivo, el propio Estado se transforma en empresa de espectáculos, en productor de espectáculo. En lo sucesivo, la política se inclina a la puesta en escena. En lo sucesivo, cada dirigente se exhibe y juega el papel de vedette. Así se realiza la personalización del poder*”. Tanto es así, que el director de La Repubblica, **Eugenio Scalfari** en 1995, afirma en un artículo que “*el líder político del futuro será, entonces, no el Gran Hermano (Orwell), sino el Gran Comunicador, refiriéndose a Berlusconi*” (Sánchez Noriega, 2002).

Para **Bouza** (1998), el resultado final de la comunicación política pasa a depender de la capacidad de visibilidad que logre el líder en los medios electrónicos, así como de la fuerza comunicativa que tenga la imagen que proyecte, lo que no deja de ser una trivialización de las ideas en beneficio de la política narrativa.

Martín Salgado (2002) afirma que la televisión lo cambió todo. Al líder político no es tan valorado por sus capacidades intelectuales o políticas, sino por su **habilidad mediática**, por su capacidad comunicativa a través de la cámara. Se trata de un concepto de liderazgo político basado en la **visibilidad del medio**; creado y diseñado para “ser observado” como símbolo de

acciones y propuestas de su partido o de su gobierno (**Rospir**, 1999), creado para divertir, emocionar, provocar...

No podemos obviar el desarrollo del marketing político, mostrando al líder como un producto de consumo: “*El poder (representado por el número de votos) es un mercado, en el que la oferta es el líder político en sí (no la ideología y programa que defiende), y la demanda es el electorado. Así, pues, los objetivos de la empresa del líder (el partido) se concentran en la conquista del mercado (poder)*” (**Barranco**, 2003; **De Lucas**, 2003). Y por eso el líder debe cuidar su imagen y ajustarse a los gustos y preferencias del electorado.

5.3. Comunicación del líder

Llegados a este punto se hace necesario identificar las características que definen a un líder político, que pueden ser tan variadas como la personalidad, la apariencia externa, las características sociodemográficas y los aspectos relacionados con su biografía personal y su vida privada (**Canel**, 2008; **Rico Camps**, 2009). En primer lugar, la cualidad del líder político a la hora de interactuar es el carisma.

Según **Del Rey** (1989), el carisma lleva consigo tener liderazgo, una personalidad característica y un poder de fascinación sobre los que le rodean. Añade que: “*Es en los medios de comunicación, donde se consolida este personaje carismático, o donde se advierte una posible crisis de su liderazgo, aunque ésta no provenga únicamente de fallos considerables de su imagen, sino de su comportamiento político*”, en definitiva, la capacidad de adaptación y control de la comunicación audiovisual.

Este carisma tiene una relación muy estrecha con la telegenia en los medios de comunicación de masas, y su capacidad de ser ‘*un gran comunicador*’ (**Santiago Barnés**, 2007), es decir, “*dominar el arte de la retórica, gozar de un determinado estilo discursivo, modelar el tono de voz adecuado, llevar la corbata idónea, etc.*”

En esta comunicación audiovisual entra en acción la comunicación no verbal, como ya hemos visto en el primer capítulo, ya que los espectadores realizan una evaluación emocional

del candidato cuando lo ven a través de un televisor o, como dice **Domínguez** (1984), los consumidores de televisión no votan un candidato por lo que dice, sino que “*lo compran psicológicamente*” por cómo lo dice.

A este respecto, para **Manuel Martín Serrano** (1982) “*los estudios de los comportamientos electorales de las audiencias, en los países donde la televisión participa en las campañas, demuestran que los tele-oyentes son proclives a sustituir el análisis de la realidad política por la respuesta emotiva; el compromiso con un programa, por la transferencia afectiva a favor de un guía carismático*”.

En cuanto a qué factores de la imagen del líder resultan más efectivos, hay quien defiende los factores emotivos sobre los racionales y viceversa. Los defensores de los efectos emotivos parten de la premisa de que la percepción emocional siempre existe, mientras que la racional está condicionada por el interés, capacidad y memoria del receptor (**Martín Salgado**, 2002).

Tras diversas investigaciones nos encontramos con que, en el medio televisivo, las emociones se transmiten de manera más óptima que los conceptos. Y esto es debido a que, a diferencia del mensaje, la propuesta o las ideas, la imagen del candidato nos llega sin ningún tipo de esfuerzo cognitivo. Y estos efectos emotivos se repiten de forma habitual en la expresión facial (si es armónica, natural...), por un lado, y por otro, en los gestos (posturas, timbre de voz y naturalidad y armonía de las mismas).

Esta seducción con el uso del carisma y la comunicación no verbal, no está completa sin el uso de la persuasión como habilidad comunicativa. Persuasión entendida como la utilización deliberada de la comunicación para cambiar, formar o reforzar las actitudes de las personas. La primera base de esta persuasión es la credibilidad de la fuente (**Briñol, De la Corte y Becerra**, 2001). De hecho, en toda campaña electoral se tiene en cuenta al oponente y se intenta minar su credibilidad, lo que le restaría votos.

La **credibilidad** se basa en la coherencia con las ideas y principios que aglutinan al conjunto de la organización y, por supuesto, en la capacidad de llevarlas al éxito electoral bajo su dirección. Esta coherencia es un requisito del líder para transmitir credibilidad en el éxito. Para que un líder pueda transmitir esa credibilidad debemos tener en cuenta la importancia de

las habilidades comunicativas: tanto verbales como no verbales, empatía, adaptabilidad y saber escuchar. En definitiva, podemos decir que los principales rasgos de la credibilidad son:

- La **seguridad y firmeza** en la expresión de las ideas y convicciones que motivan su actuación, así como la imagen de honradez e integridad. Es fundamental que el líder posea una actitud vitalista, inductora de optimismo ante los problemas y los retos.
- La **competencia y capacidad** para abordar con precisión los temas de debate, sabiendo intercalar argumentos y datos con referencias de autoridad. En este punto los hay que apelan al humor como elemento de conexión con el receptor con el objeto de generar complicidad y ser más cercano.
- La **empatía**, pensar en el otro, lo que se traduce en **saber escuchar** antes de hablar, en comprender y ponerse en la piel del otro mediante una escucha activa y una actitud abierta. En definitiva poseer inteligencia emocional. Sería imposible señalar un factor como más relevante que otro, ya que cada elector, en función de sus intereses, valores o preocupaciones, le otorgará más valor a una que a otra. Así mismo, los grandes temas que se marquen en el debate público provocarán un efecto desigual en la valoración de una cualidad sobre otra.

Y por último, en función de cómo los medios traten al personaje, variará la valoración de sus atributos en un sentido u otro (**Rausell Köster**, 2002). Debemos tener en cuenta que la valoración que los ciudadanos puedan efectuar del líder pasa a depender, no sólo de la propia forma de ser y actuar de la persona que ejerce esa función, sino de la simpatía que despierta el partido, cuanto mayor es ese lazo partidista, mayor será el proceso de selección y distorsión perceptiva (**Montecinos**, 2007). Esto no impide que los líderes contribuyan a reforzar las predisposiciones partidistas al ser la imagen visible del partido.

5.4. Características del discurso de los nuevos liderazgos

Juan Milian (2010) nos habla de las características que ha de tener un discurso político hoy en día. Para este autor es importante ir al grano. La introducción es junto a la conclusión la parte fundamental del discurso. El orador tiene poco tiempo para reclamar la atención del

público. Si no empieza bien, el público dejará pronto de interesarse en lo que decimos y se evadirá pensando en sus cosas.

La primera frase debe concentrar todo el discurso, debe transmitir su esencia. Esto es en la actualidad más importante que nunca, ya que hoy todo va más rápido, hoy todo cambia en un momento. En la televisión, si algo no nos atrapa en cinco segundos nos dejamos llevar por el zapping. El final del discurso debe ser potente y claro. Y también, muy elegante. Será lo que recuerde la gente. La última frase debe dirigirse más al corazón que a la cabeza, más a las emociones que a la razón, ya que son éstas las que mueven a la gente, son éstas la llave para que el político ejerza de líder y sea seguido por su público.

Un vocabulario extremadamente erudito o una gramática barroca aleja al político del público. Lo hace parecer prepotente y crea una reacción negativa. Con sus palabras, debe crear imágenes que ayuden a comprender realidades complejas. No debe crear una imagen compleja para explicar lo sencillo. El líder trata de persuadir al público, de convencerle, de que tenga claro lo que le queremos decir y de entretenerle. La frase corta tiene una gran ventaja en la época de los medios de comunicación de masas como la televisión. Hoy los titulares requieren frases contundentes y los cortes de televisión sólo duran unos segundos.

Si el político lanza muchas ideas diferentes se quedará con pocas y no será el político quien elija las ideas con las que se quedará el público. Es mucho mejor tratar tres o cuatro ideas y repetirlas con palabras diferentes, pero siempre muy claras. Incluso para repetir las ideas, los políticos suelen usar ejemplos. El mejor discurso tiene un tema. A ese tema principal se le pueden añadir dos o tres ideas secundarias, con sus historias, sus argumentaciones, sus propuestas.

El cambio de tono y de velocidad aviva el discurso, hace que la gente se despierte de un posible letargo y presten atención a lo que se les dice, o a cómo se les dice. Estos cambios en la dinámica discursiva se pueden conseguir introduciendo diferentes recursos retóricos que obliguen al orador a hacer los cambios de tono deseados.

El silencio es un arma fundamental para los discursos. El sentido del humor sirve para no aburrir, para llamar la atención del público y para que éste no esté a la defensiva contra tus argumentos. Uno de los elementos clave del humor es la sorpresa. Si sorprende al público, el

orador lo tendrá atrapado en sus manos. Sin embargo, el exceso de humor será perjudicial para la credibilidad. Puede dar imagen de frivolidad, de que no le importan aquellos temas o que se está riendo del propio público.

Sus mensajes han de ser sencillos y muy concretos, utilizando el estilo periodísticos para facilitar su difusión en los *mass media*, pero además deben mostrar emotividad, sentimientos. Debe ser creativo, para destacar del resto, para despertar sentimientos dentro de una sociedad harta de la política, apática y desconfiada.

El político del siglo XXI además, deberá estar formado en las materias que pretenda gestionar, ya no se busca un perfil político, se requiere adquirir un perfil profesional. Pero además debe saber escuchar, manejar las habilidades sociales.

Debe tener en cuenta las TIC'S, porque los nuevos líderes de opinión son bloggers, usuarios activos en internet y las redes sociales a través de sus comentarios. Esta arma de doble filo hay que manejarla con firmeza, ya que, una mala crítica puede hacerte perder electorado, mientras que, además, puede ser una importante fuente de información para saber qué necesitan y solicitan los ciudadanos.

En este ambiente, los partidos políticos son marcas, los candidatos productos y las campañas de comunicación el medio para crear marca. El líder debe ser quien genere opinión a través de las redes, de manera interactiva, poniendo máximo cuidado en cumplir las promesas realizadas, si no quieren un efecto negativo de calado.

Como ya hemos dicho, el candidato es el protagonista indiscutible, utilizando la televisión en nuevos formatos, ya sea se tipo cómico como El Hormiguero- Antena 3 (recordemos la polémica aparición de Pedro Sánchez en el mismo) o donde el público interactúa como Tengo una pregunta para usted – La 1 (donde el público realizaba las preguntas a los candidatos).

5.5. Los medios de comunicación y la política

A este respecto Toni Aira Foix (2012) reproduce una entrevista de Xavier Vendrell (ERC) en la que dice “Las campañas electorales son las dinámicas que mejor muestran esta evolución del discurso político. Sólo hay que haber asistido a cualquier mitin de las últimas elecciones y compararlo con uno de hace 20 años. Queda claro que los discursos de los políticos se han adaptado a las necesidades de los medios, tanto en el lenguaje como en cuanto al momento de difundir determinados mensajes. Por otro lado esta evolución me parece perfectamente lógica si tenemos en cuenta que todos los políticos quieren que su mensaje llegue de la manera más eficiente posible”.

La televisión se ha convertido en la fuente principal para consumir política (Berrocal, 2005). Se trata de un medio para hacer llegar su mensaje al mayor público posible. De esta manera las estrategias se han adaptado y renovado sus mensajes. Y este cambio se traduce de tres maneras complementarias (Sara Ortells, 2012):

- Se percibe una debilitación del peso de la información política, puesto que cambian los enfoques
- Hay un cambio en el tratamiento de las noticias políticas
- Se priman aquellas informaciones relacionadas con la intimidad de los políticos

El mensaje tradicional se trivializa para ofrecer otro tipo de información en la que lo personal traspasa a la arena pública (Missika, 2006; Casero Ripollés, 2011). Y en este panorama televisivo entra en juego otros formatos, como el infoentretenimiento, donde los temas se suavizan, con un enfoque más humano, donde se generan emociones entre el público (Uribe y Gunter, 2007). La audiencia se convierte en protagonista de las noticias, las cuales se trivializan (Dader, 2007). En este contexto los políticos adaptan sus discursos a estos formatos para utilizarlos en beneficio propio (Casero-Ripollés, 2009).

Se sustituye la seriedad por la anécdota, curiosamente el tipo de información que más recuerda la audiencia (Missika, 2006). Por lo que se usa el infoentretenimiento como una herramienta de marketing, en un panorama mercantilizado, con tres consecuencias tal como recoge Casero-Ripollés (2011):

- La imagen del político adquiere un papel fundamental, más que un buen argumento
- La opinión pública marca el estatus del líder político
- Se apuesta por una política de fácil consumo, para captar la atención del espectador, conectando con los contenidos propios del entretenimiento.

Al abordar la parte personal de la vida del líder político se consigue que el candidato aparezca en otro tipo de programas, alejados de los formatos informativos, por lo que alcanzan una nueva esfera de popularidad en una población acostumbrada a consumir otro tipo de información, alejada de la política. Por otra parte, nos encontramos con una versión de espectáculo, en el que los conflictos políticos se reducen a conflictos personales (Chibnall, 1997), discursos basados en descalificaciones entre gobierno y oposición. Si la población prefiere este medio de comunicación, los políticos se han ido adaptando a este formato.

A esto debemos añadir las redes sociales, internet y el uso que se hace para llegar al público, como asignatura pendiente entre los políticos españoles del siglo XXI. Esto es la política 2.0, donde Twitter es la asignatura pendiente de la política en España, ya que deben sustituir largas parrafadas por 140 caracteres, la escucha es incierta y es un medio que no soporta el aburrimiento.

Estos cambios en la comunicación política han hecho posible una nueva forma de participación directa del pueblo, virtual e interactiva. ¿Serán los cables de fibra óptica los sustitutos, veinticinco siglos más tarde, del ágora ateniense o del foro romano? (Stagliano, 1998, p. 145).

En marketing político se habla de la capacidad de calado de los mensajes en el público. La mente humana olvida en 3 días el 80% de los conocimientos que adquiere, durante los 18 días siguientes continúa la pérdida de la información hasta que se estabiliza, reteniendo sólo el 3% de la información originalmente adquirida. En cuanto al marketing se ha pasado de centrarse únicamente en el producto, con una comunicación unidireccional (marketing 1.0), a tener como eje al consumidor, destacando la interacción (marketing 2.0) y, por último, al marketing 3.0, donde el cliente elige por valores, toma en cuenta de manera continua lo que piensa y necesita el consumidor para ofrecer productos basados en los valores, y hacia allí camina la política.

A este respecto el marketing político se encarga de “conectar” al político con los electores, a través de diferentes herramientas, entre las que juega un papel principal las encuestas de intención de voto. En general, la política española está sufriendo una tremenda crisis, propia de cualquier etapa de catarsis, antes de producirse un cambio profundo en el sistema con el que hasta ahora se estaba actuando.



CONCLUSIONES MARCO TEÓRICO

Cerramos esta primera parte de la tesis, tras un recorrido por los trabajos y autores más importantes relacionados con los 5 ejes sobre los que basamos nuestra metodología: la comunicación, las habilidades sociales y las competencias comunicativas, la imagen, la oratoria y la comunicación política, correspondiente al marco teórico, de las que podemos extraer las **siguientes conclusiones:**

Las personas se han interesado por la comunicación desde la antigüedad. Sin embargo, no ha sido fácil unificar el concepto, dándole variadas definiciones que han venido marcadas, sobre todo, por los diferentes elementos dentro de la comunicación a la hora de dar sus teorías y definiciones de la misma. Y lo han hecho a través de 12 modelos básicos para el análisis de los sistemas comunicativos. En los que destacan elementos como la comunicación **verbal y no verbal** que influirán de manera relevante en las habilidades sociales y comunicativas objeto de nuestro estudio.

La importancia del lenguaje no verbal comienza en el año 1942 con autores como **Efrón, Mead y Bateson**, bajo la base de que “ningún movimiento corporal carece de significación”. Su repercusión en nuestra forma de comunicar es una de las claves que más influyen en la comunicación, y una de las partes más importantes en el entrenamiento de la comunicación política, cuyo objeto es finalmente llegar al público a través de la oratoria. De hecho, el **lenguaje corporal** en la oratoria es **5 veces más potente** que los elementos verbales (**Argyle, 1978**).

Y es que la **comunicación interpersonal** está presente en todos los ámbitos de nuestra vida, **es inherente al ser humano y condiciona nuestra forma de relacionarnos**. En este campo influyen fuertemente las habilidades sociales, que marcan nuestra **forma** de relacionarnos y de sentirnos, siendo expresión de nuestra forma de comunicar. Por ello, lo primero que hemos conocido son los diferentes modelos de análisis comunicativo para ahondar después en la forma en la que utilizamos esos elementos y nos relacionamos, a través de las habilidades sociales. Teniendo en cuenta que los **elementos principales de las habilidades sociales** son los componentes conductuales, los componentes cognitivos y los componentes fisiológicos (Caballo, 1988).

De hecho, es tan importante **lo que decimos, cómo lo decimos y cómo lo hacemos**. Lo que marca nuestras habilidades para interrelacionarnos, es decir, nuestras habilidades sociales, lo que llamamos la **estructura audiovisual triple básica de la comunicación**: lo que decimos (lingüística), cómo lo decimos (paralingüística) y cómo lo movemos (kinésica), Poyatos (1994).

Y es que la premisa fundamental de las diferentes teorías sobre el entrenamiento de habilidades sociales, es que **la mayor parte de los problemas psicológicos y conductuales parten de la falta de unas inadecuadas, o deficientes, destrezas sociales e interpersonales**. El entrenamiento de habilidades sociales se aplica sobre todo al **campo laboral**. De hecho, como veremos más adelante en los resultados, algo que mayoritariamente quieren trabajar los políticos es su seguridad y su destreza para relacionarse y convencer.

Reforzar las habilidades sociales tiene importantes ventajas tal y como destacan Gil y León (1995) y García-Sáiz y Gil (2000):

- (1) mantienen y mejoran la autoestima y el autoconcepto
- (2) refuerzo en situaciones de interacción social
- (3) mejoran las relaciones interpersonales
- (4) contribuyen a disminuir el estrés en contextos sociales
- (5) la duración de entrenamiento es breve para su aprendizaje
- (6) se emplea una terminología simple y sencilla
- (7) existe flexibilidad y versatilidad para adaptarse a las diferentes personas y necesidades
- (8) su estructura es clara y fácil de seguir
- (9) la formación de los entrenadores es rápida y sencilla
- (10) los resultados positivos se ven desde el principio

Saber utilizar una habilidad según el contexto es lo que marca la definición, ya que lo que puede ser una conducta socialmente correcta en una situación determinada, puede dejar de serlo en otra y viceversa. Por lo que **podemos concluir que las habilidades sociales sirven principalmente para:** alcanzar objetivos; mantener o mejorar la relación con otra persona, y lo más importante mantener la autoestima. Algo que casi todos los participantes quieren reforzar.

Junto a las habilidades sociales hemos estudiado las **habilidades comunicativas** ya que forman parte de la competencia comunicativa y es la que garantiza una comunicación eficaz.

Como dice Mario Kaplún (1998) “*Todos podemos comunicarnos con los demás; pero no siempre sabemos hacerlo*”, y ésta es la clave por la que es necesario un entrenamiento en competencias comunicativas y habilidades sociales. Comunicar es una capacidad, pero es sobre todo una actitud.

Las habilidades comunicativas contribuyen a **manejar sentimientos y estrés (Arglye y Kendon, 1967)**. El **modelo comunicativo** comprende 5 competencias fundamentales (Correa, 2001):

- 1) **Competencia lingüística:** La capacidad para producir e interpretar cadenas de signos verbales.
- 2) **Competencia pragmática:** Saber emitir de acuerdo con la intención y motivación de los participantes y según la situación.
- 3) **Competencia tímica:** tiene que ver con la expresión y manejo de la emotividad por parte de los sujetos que participan en un acto de comunicación.
- 4) **Competencia cultural:** corresponde al “saber acerca de las representaciones hechas sobre el mundo. Al comunicarse las personas, no solamente lo hacen dentro de una determinada cultura, sino que al mismo tiempo la reflejan en sus actos comunicativos.
- 5) **Competencia ideológica:** se trata de un saber sustentado en la apropiación de las creencias no argumentadas que permite justificar el poder que ostenta un grupo, dando cuenta de su ubicación en la organización social.

Algunas de las habilidades comunicativas más significativas son: **la expresión, la observación y la empatía** (Fernández, 2002). Y que reforzamos en la metodología que presentamos en el siguiente capítulo.

- **Habilidades de expresión:** La fluidez verbal, la claridad del mensaje, la ejemplificación, la argumentación, la síntesis, formulación de preguntas, coherencia emocional, contacto visual, comunicación no verbal y creatividad.
- **Habilidad de observación:** Escucha empática y detección de emociones
- **Habilidad de empatía:** Mirada, escucha activa e interacción

- **El entrenamiento de la escucha:** tiene un gran valor para las habilidades comunicativas (Kaplún, 1998).

Entrenar estas habilidades es fundamental y se puede hacer a través de ejercicios, pero es necesario cierta sensibilidad emocional para conseguir la empatía (Fernández, 1996).

A estas habilidades añadimos una que cobra relevancia sobre todo en el ámbito político, la imagen. Actualmente al **líder político** se le exige una serie de **habilidades**, entre ellas la **imagen** que se crea en torno a él. La imagen está **directamente relacionada con el lenguaje corporal**. De hecho la relación entre la **comunicación no verbal y la imagen** la encontramos en las investigaciones de **Wainwright** (1993).

La imagen **contribuye al desarrollo personal** y permite sacar **mayor partido al potencial** humano por su influencia en la imagen de nosotros mismos y en el efecto de ésta sobre los demás. Tanto es así que hoy en día asistimos a un liderazgo político de la persona en detrimento del partido al que pertenezca. Ya no se vota por el contenido, sino por el continente que el líder político muestra, su imagen, su comunicación, en definitiva sus habilidades que le humanizan y le muestran cercano al gran público.

Adquiridas estas habilidades, la manifestación práctica es la retórica, es decir, **que conlleva a su vez un manejo de competencias comunicativas y habilidades**. La oratoria se rige por el **Principio de cooperación** (Grice, 1975) donde una serie de máximas rigen una conversación natural: no más información de la necesaria; no decir nada que no se pueda demostrar; y, que sea relevante y breve, y haya orden en la conversación, sin ambigüedades. Además, se ha revisado que el discurso debe también ir acompañado de unas premisas fundamentales que tienen en cuenta el mensaje, el público y el portavoz (Reyes Moreno, 2015).

Centrándonos en los políticos, **para ampliar esta competencia comunicativa, el portavoz político debe:**

- Perfeccionar la condiciones naturales del portavoz
- Demostrar pasión al hablar en público
- Aprender los conceptos y la técnica de la oratoria
- Imitar a los que hablan bien

- Practicar antes de la intervención y como método de mejora
- Escribir y leer como actividades habituales

El objetivo de estas habilidades y la puesta en marcha del discurso es la persuasión entendida como la utilización deliberada de la comunicación para cambiar, formar o reforzar las actitudes de las personas. Podemos decir que en comunicación política, la primera base de esta persuasión es la credibilidad de la fuente (**Briñol, De la Corte, Becerra, 2001**). De hecho, en toda campaña electoral se tiene en cuenta al oponente y se intenta minar su credibilidad, lo que le restaría votos.

Para Canel (2001) **los componentes necesarios para un candidato político** son las características biográficas y personales, la cualificación personal, el posicionamiento ideológico y las **habilidades comunicativas**.

La misión del político conlleva (Foglio, 2007):

- (1) Ser experto en humanidad
- (2) Tener conocimientos
- (3) Logar una rica personalidad (motivación y liderazgo)
- (4) Capacidad comunicativa

Para Martín Salgado (2002) el líder político no es tan valorado por sus capacidades intelectuales o políticas, sino por su **habilidad mediática**, por su capacidad comunicativa a través de la cámara. La visibilidad en los medios adquieren gran importancia.

El estudio teórico que hemos realizado en esta primera parte referente a la comunicación, la imagen, la oratoria, las habilidades sociales y competencias comunicativas, así como la comunicación política son la base para la parte **metodología** en la que se basa el entrenamiento que presenta nuestro trabajo.

Como hemos podido ver de la mano de los diferentes autores, desde la antigüedad a nuestros días, las habilidades se han convertido en herramienta fundamentales del ámbito de

trabajo de los políticos y del papel fundamental que como líderes juegan en nuestra sociedad para transmitir sus mensajes de la manera más adecuada.

Hasta aquí, con las conclusiones finales, cerramos la primera parte de esta tesis configurando el marco teórico sobre el que basamos la metodología de trabajo que presentamos en la segunda parte de este trabajo.

A continuación presentamos la parte II en la que exponemos la metodología empleada, vamos a conocer como la puesta en marcha de estas teorías y el entrenamiento en habilidades y competencias comunicativas lleva a conseguir de forma rápida y eficaz mejoras en la oratoria de los políticos participantes.



II parte

METODOLOGÍA



Introducción

A partir del marco teórico desarrollado en la primera parte de esta tesis, en esta segunda se va a describir la metodología en la que se basa el estudio llevado a cabo en este trabajo. En primer lugar, se planteará el objetivo general que lo ha motivado así como los diferentes objetivos específicos que se han planteado y que darán lugar a conseguir dicho objetivo general.

En segundo lugar, se describe el diseño metodológico del estudio y el procedimiento realizado para llevarlo a cabo. Para ello, se ha utilizado una metodología basada en el trabajo de campo realizado durante 5 años (2004 al 2009) que describimos de manera minuciosa en esta parte de la tesis. Principalmente se ha utilizado la metodología observacional junto con la recogida de información a través de hojas de registros y diferentes cuestionarios. A lo largo de este apartado se reflejan las funciones que se consiguen con la metodología observacional y con la utilización de estos instrumentos.

En el siguiente apartado se presenta el curso realizado y se describen tanto las características generales como la estructura del curso que ha servido de base para poder realizar este trabajo y recopilar la información necesaria objeto de estudio.

A continuación, se realiza la descripción de la muestra que ha participado en este estudio posibilitando el desarrollo de este trabajo, teniendo en cuenta el sexo, la edad y el partido político al que pertenecen los participantes. Finalmente se describen con detalle los instrumentos utilizados de recogida de información, tanto el cuestionario dirigido a los participantes como las hojas de registro que se cumplimentan cuando los políticos y políticas realizan los diferentes ejercicios que se les proponen a lo largo del curso.

1. Objetivos del estudio

El objetivo general de esta tesis doctoral es “Desarrollar una metodología de entrenamiento de habilidades comunicativas que permita potenciar y desarrollar las habilidades y capacidades de comunicación y oratoria de los líderes políticos de manera rápida y eficaz”.

Para conseguirlo se pretende **identificar** aquellas **herramientas** más eficaces y que mayor **impacto** tienen en el **entrenamiento y desarrollo de habilidades de los líderes políticos**.

La identificación de estas herramientas nos va a permitir conseguir los 6 principales objetivos sobre los que versa este trabajo y que mencionamos a continuación:

- 1) *Mejorar el conocimiento de los políticos participantes sobre la comunicación, y específicamente, sobre su propia comunicación.*
- 2) *Analizar los principales elementos de la comunicación en los políticos destacando la importancia de la Comunicación verbal y no verbal.*
- 3) *Explicar y aplicar cómo estructurar el discurso político.*
- 4) *Crear una metodología de entrenamiento basado en habilidades comunicativas para políticos.*
- 5) *Mejorar el estado emocional de los políticos y por tanto salvar las principales barreras para comunicar tales como nervios, ansiedad o mente en blanco.*
- 6) *Conocer y manejar la importancia de la imagen en el liderazgo político y cómo utilizarla en su imagen y discurso.*

Conseguir la identificación de las herramientas para llevar a cabo estos objetivos es el primer paso, como ya hemos mencionado, pero para ello es necesario tener una muestra lo suficientemente amplia que nos permita la identificación de herramientas eficaces con resultados rápidos de mejora a través del entrenamiento.

2. Metodología utilizada

Esta investigación es de tipo transversal, ex post facto, con un análisis cuantitativo y cualitativo. El estudio tiene como base la muestra recogida durante 5 años, con un total de 387 políticos electos participantes en las distintas ediciones del curso de “TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN PARA POLÍTICOS ELECTOS” que se detallará en el apartado siguiente. Estos cursos fueron promovidos por la DIPUTACIÓN DE VALENCIA y de inscripción voluntaria por orden de petición de las diferentes formaciones políticas de la Comunidad Valenciana.

Con esta visión amplia de diferentes ideologías y tipologías de liderazgo, el estudio alcanza una muestra heterogénea de **387 encuestas realizadas**. Una muestra que representa como diferentes líderes políticos de diferentes vertientes e ideologías convergen en las necesidades de desarrollar habilidades para llegar a la población con sus ideas y mensajes. Durante esos 5 años de trabajo de campo, la **observación y el registro sistemático** han sido la base principal que permitió perfilar y mejorar el método empleado, cuyo resultado final se plasma en el presente trabajo.

Es necesario explicitar el **marco teórico referencial** que servirá para orientar la realización de las observaciones sobre el terreno. A partir de este marco teórico se elabora una lista de temas o **guía acerca de los aspectos que se pretenden investigar**. Esta lista debe ser abierta, pues una vez en el terreno, pueden aparecer elementos no previstos y hay que facilitar que se puedan recoger estos nuevos elementos de análisis.

La observación y el registro han sido fundamentales para la obtención de datos en un periodo y grupo muy determinado. **Se ha utilizado tanto la observación externa, como la participante y la autoobservación** por parte de los participantes. Como comenta Perrenoud (2001), el uso de esta metodología implica tener una “mentalidad abierta”, además de un amplio conocimiento del tema a tratar. Según Anguera (1986) el acto de observar necesita de tres elementos: la percepción, la interpretación y el conocimiento previo. En nuestro caso, hablamos también de que se trata de una observación externa no participante

La importancia de esta metodología es destacada por diferentes autores. **Herrero (1997)** considera que la observación es una metodología cada vez más apoyada para la investigación educativa y la menciona como una técnica necesaria para el quehacer diario de los educadores.

Coll y Onrubia (1999) hablan de la observación como hechos observables y relacionados con las posibles teorías que los explican. Éste es el enfoque que utilizamos en el nuestra investigación.

La observación utilizada es estructurada y ha sido previamente preparada y planificada a través de una entrevista con los promotores de la formación y con los propios participantes. De los resultados de estas primeras entrevistas se genera un contenido que se va adaptando a los grupos participantes en función de unos objetivos previos establecidos, que se relacionan con un marco teórico científico como ya hemos comentado. De esta manera, el método de entrenamiento que presenta este trabajo, permite relacionar el conocimiento teórico con el práctico y a su vez crear nuevo conocimiento tal y como menciona Cochran-Smith (2002).

La observación es, por tanto, el instrumento perfecto para evaluar y obtener información general de un grupo concreto de individuos **en un ambiente determinado**. La observación se convierte en el instrumento esencial que nos ha permitido registrar y referenciar de acuerdo con el contexto en el que nos encontramos. De hecho, la primera toma de contacto con los participantes se realiza a través de la observación. Con la observación conseguimos de las cinco funciones esenciales, descriptiva, formativa, evaluativa, heurística o invocada y provocada, tres de ellas, concretamente la descriptiva, la formativa y la de verificación.

La **observación etiológica** (función descriptiva) registra el máximo de observaciones a través de diferentes canales, en nuestro caso utilizamos el video (en la parte de oratoria) y las fotografías (en la parte de imagen). Nuestra **observación** también cumple una **función formativa**: de lo observado vamos mejorando y adaptando el método de entrenamiento. **La observación y el registro nos permiten cumplir con la función de verificación**: planteamos escenarios que nos permiten verificar nuestras hipótesis.

3. Descripción del curso de entrenamiento para políticos/as

El curso base de esta investigación se denomina “TECNICAS DE COMUNICACIÓN PARA POLÍTICOS ELECTOS”. Está basado en un entrenamiento práctico de diferentes herramientas de comunicación que tienen como objeto mejorar las habilidades comunicativas y oratoria de los participantes. Está **configurado** en dos sesiones, en ocasiones llegan a ser tres (según lo solicitado por la institución organizadora), con una **duración** en cada una de ellas de cinco a seis horas.

El curso es **promovido** por la Diputación de Valencia. El programa se ha **diseñado** en base a los requerimientos y necesidades que los propios políticos electos han solicitado a la institución promotora y está dirigido a los políticos electos y las políticas electas de las diferentes organizaciones políticas de los Ayuntamientos de la Diputación de Valencia Su **inscripción** es por orden de solicitud.

El curso se basa en un **entrenamiento** rápido con sesiones intensivas que suponen concentrar los esfuerzos y los objetivos en las necesidades reales y prácticas de los asistentes por lo que es importante desde el principio saber determinar los objetivos iniciales y concretos de los participantes.

Aunque existe un programa determinado, el uso y la práctica, incidiendo en una u otra parte, dependerá de las necesidades del alumnado. Esto se consigue con el diálogo previo al comienzo del curso en el que se recoge el enfoque al que se va a dirigir el entrenamiento. En unas ocasiones, los participantes han querido incidir más en el control de emociones; otras en el discurso; en otras en la comunicación, etc. Esta adaptación a las demandas de los participantes nos ha permitido recopilar más de un centenar de ejercicios y de prácticas en las diferentes partes del programa.

La metodología docente utilizada es dinámica y participativa. Como los resultados tienen que ser medidos para poder ser evaluados y mejorados, se solicita permiso a los participantes para la grabación y la realización de fotografías en los ejercicios en los que participan. De manera que en la última sesión puedan comprobar la evolución del primer día con unas determinadas habilidades y nivel de oratoria y comunicación y el cambio producido a la finalización del curso. Para ello, se utilizan cuestionarios, encuestas, ejercicios colectivos e

individuales, casos reales, casos de éxito, situaciones reales, discursos y presentaciones reales, video, grabación, fotografía y role playing entre otras dinámicas.

Con este método de participación se fomenta la conciencia de los participantes en su papel como colaboradores dinamizadores de la evolución propia y de los compañeros, se les hace participar en el cambio propio y en el de los compañeros con la observación y escucha escrita y hablada de lo que observan en todo el grupo. Lo que se propicia con una explicación clara inicial de cómo se va a funcionar y se pide la colaboración para el progreso del grupo. Se les va indicando en cada dinámica que es lo que tienen que observar, de manera que se convierten en espectadores y actores de cada fase del entrenamiento.

Todos los ejercicios son medidos en tiempo para que desde el primer momento los participantes practiquen el control de tiempo. La máxima es primero se practica y después se explica, se retiene con casos reales y de práctica inminente.

Como requisito previo para **ser docente**, en este curso es necesario conocer en profundidad y controlar tanto la teoría como una amplia gama de ejercicios que se pueden utilizar en cada etapa con cada grupo, por lo que el docente se convierte en docente-coach o docente-entrenador. No se trabaja con un guion cerrado y estricto, aunque si es imprescindible manejar todos los conceptos prácticos y teóricos del programa para saber escoger lo que el grupo concreto, con el que se está trabajando, necesita para conseguir sus objetivos. El docente-entrenador suele ir acompañado de personal de su equipo para recoger la información de cada sesión y los resultados de cada dinámica. En su defecto, se graban las dinámicas y se toman anotaciones para poder recopilar los resultados de las diferentes sesiones.

El curso está estructurado en cinco partes. En el Anexo I se presenta un esquema de los contenidos del curso completo y la ficha descriptiva del programa. A continuación se describe brevemente cada una de las partes en que se organiza el curso y los aspectos fundamentales de cada una de ellas.

1. **Primera parte.** Corresponde a la **Introducción y presentación de la dinámica del curso**. El entrenador-docente presenta a los participantes como va a ser la metodología y las partes sobre las que se va a trabajar incidiendo más en aquellas que resulten de más interés para los participantes.

El docente les solicita que escriban de manera individual un objetivo concreto a conseguir en la sesión. Posteriormente les pide que se presenten exponiendo este objetivo.

Esta actividad nos permite medir el nivel de oratoria de los participantes, observar sus habilidades comunicativas e iniciar la primera práctica. Después se trabaja entre grupos, se les solicita que dejen su rol político y se centren en sí mismos como comunicadores. Esta presentación introducción permite adaptar el contenido del programa del curso a los objetivos y necesidades concretas del grupo y de los participantes a nivel individual. La presentación del alumnado, se realiza de pie, durante 30”.

2. **Segunda Parte. Comunicación personal eficaz.** En esta segunda parte se trabaja la comunicación y se conciencia de su importancia y de los elementos más importantes. Se trabaja con cuestionarios, dinámicas de grupo, grabaciones y videos.

Se profundiza en las claves de la comunicación, principalmente la comunicación personal y el concepto de la comunicación como tal, con especial incidencia en la comunicación verbal y no verbal. El alumnado toma conciencia de su propia comunicación y de la de los demás. Se trabaja el estilo de comunicación de los participantes, el auto liderazgo y las herramientas concretas de la comunicación verbal y no verbal. Se trabajan las principales barreras de la comunicación como el control de nervios. Se practica el desarrollo de sentidos sobre todo observación y escucha.

3. **Tercera Parte. Comunicación política.** En esta parte de la sesión se profundiza en la comunicación en el contexto concreto de la política y con situaciones y casos reales de los propios participantes. En esta parte se pasa de la comunicación verbal y no verbal, a la comunicación verbal y no verbal en contexto político y discurso.

Se introduce la parte del mensaje político y su estructura. Se analiza el liderazgo a través de la comunicación y de las destrezas comunicativas. Se analizan entrevistas y discursos políticos a nivel de lenguaje verbal y no verbal.

- a. **Cuarta Parte. Oratoria.** Con las herramientas practicadas de comunicación de los apartados anteriores, entramos a practicar con el discurso. Se explica la estructura del discurso, dónde y cómo aplicar las herramientas de comunicación,

se les entrega la plantilla básica sobre la que practicar y se les hace practicar con diferentes roles. Posteriormente se les pide a los participantes que traigan discursos y presentaciones reales. Esta práctica genera seguridad y motivación en los participantes. Se trabaja el discurso con prácticas, grabaciones con discursos reales de los participantes. En esta parte se practica la motivación propia y del grupo a través del discurso, se practica como conectar con el público a través de las emociones, se trabaja también el miedo escénico, mente en blanco, etc. Así como la superación de situaciones conflictivas y técnicas de relajación. Se practica con role playing de ruedas de prensa, plenos de ayuntamientos, discursos, etc.

4. **Quinta Parte. Imagen.** Por último se trabajan aspectos concretos de la imagen política. Dirigidos sobre todo a situaciones, contextos y públicos concretos, se practica a través de consejos prácticos y cambios in situ de imagen, con fotografías de antes y después. Se les solicita a los participantes que traigan sus corbatas, chaquetas y complementos habituales que utilizan en los medios o en sus intervenciones y se les hace un cambio de look en función del mensaje. El efecto es inmediato. Los propios participantes presentan los escenarios en los que quieren trabajar. Se utiliza la fotografía de antes y después para comprobar el cambio del mensaje emitido al cambiar de imagen.

Los resultados del curso se miden a través de dos tipos de encuestas. La Diputación **mide los resultados** en cada grupo a través de encuestas propias que entrega al final del curso el propio personal de Diputación y a través de encuestas propias de las personas responsables de impartir el curso. El éxito de los resultados se refleja en estas encuestas, sobre todo en la de la Diputación que se centran y miden el valor que el alumnado le da al curso. Mientras que en las encuestas que entregamos al final de cada sesión se recoge información que nos permite mejorar y perfeccionar los programas e identificar lo más atractivo para los participantes.

4. Descripción de la muestra utilizada

La muestra sobre la que se ha realizado el estudio está compuesta por un total de **387 políticos electos** que asistieron al curso, que se ha descrito en el apartado anterior, cuya temática

es “**TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN POLÍTICA**”, organizado en las diferentes ediciones por la DIPUTACIÓN DE VALENCIA.

El **público objetivo** al que va dirigida esta formación son políticos electos de la Comunidad Valenciana de los diferentes partidos políticos interesados en mejorar sus habilidades comunicativas y que habían realizado la solicitud a la propia Diputación de Valencia. Los **partidos políticos** que inscribieron sus políticos electos en estos cursos y han sido objeto de la muestra son el Partido Popular (PP), el Partido Socialista Obrero Español (PSOE), Esquerra Unida (EU) y COMPROMIS.

En total, se realizaron de **10 cursos** entre los años **2009 al 2013**, 2 ediciones en cada año. Concretamente se realizaron en las fechas siguientes teniéndose en cuenta el orden de inscripción de las personas interesadas:

Fechas de impartición:

- 7 y 8 mayo 2009
- 14 y 15 diciembre 2009
- 10 y 11 mayo 2010
- 11 y 12 noviembre 2010
- 1 y 2 diciembre 2011
- 12 y 13 diciembre 2011
- 7 y 8 junio 2012
- 10 y 11 diciembre 2012
- 8, 9 y 10 mayo 2013
- 12 y 13 diciembre 2013

Como podemos ver en la Tabla 1 en la que se describe la distribución de los asistentes en función del sexo y de la edad, algo más del 55% son hombres frente al 44.5% de mujeres. En cuanto a la edad, el porcentaje mayoritario es el del grupo de participantes con edades comprendidas entre los 41 a 50 años, frente al grupo más joven, menor de 30 años que representan solamente el 17% de la muestra. Es llamativa la distribución entre hombres y mujeres en función de la edad. En el grupo de mayor edad es donde los hombres (82) superan en número a las mujeres (67), mientras que la participación entre hombres y mujeres coincide

en mayor medida en las edades comprendidas por debajo de los 30 años, y es casi inexistente la presencia de mujeres en edades por encima de los 50 años, ya que frente a 11 mujeres hay casi el triple de hombres en este grupo de edad.

Tabla 1. **Distribución de la muestra en función de la edad y sexo.**

SEXO	EDAD				TOTAL	%
	<30	31-40	41-50	>51		
HOMBRE	33	68	82	32	215	55.5
MUJER	33	61	67	11	172	44.5
TOTAL	66 (17%)	129 (33,4%)	149 (38,5%)	43 (11,1%)	387 (100%)	

Por otra parte, en cuanto a la distribución en función del grupo de político y el sexo tal como se muestra en la Tabla 2, podemos destacar los siguientes datos. El mayor número de asistentes pertenecen al PP seguido del PSOE, de EU y de Compromis, lo que es normal teniendo en cuenta los resultados electorales de los años en los que se ha realizado el estudio. Por otra parte, en todos los grupos el número de hombres es siempre superior al de las mujeres. Llama la atención la mayor participación de mujeres en el PP con un 47%, seguido de EU con un porcentaje del 43. En Compromis y el PSOE el porcentaje es del 41% siendo algo mayor en el primero.

Tabla 2. **Distribución de la muestra en función del sexo y el partido político.**

	PP		PSOE		COMPROMIS		EU		TOTAL	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
HOMBRE	113	53	79	59	7	58.3	16	57	215	55.5
MUJER	100	47	55	41	5	41.7	12	43	172	44.5
TOTAL	213	55	134	34.6	12	3.1	28	7.3	387	100

En la siguiente tabla (Tabla 3) se muestran los datos de la muestra teniendo en cuenta tanto el sexo como la edad y el partido político. Podemos observar que en el PP y en el PSOE el mayor porcentaje de asistentes se da en el grupo de edad de 41 a 50 años tanto para hombres como para mujeres. En Compromis y EU el porcentaje mayoritario es en el grupo de edad de 31 a 40 para los hombres, mientras que para las mujeres de EU es en el grupo de menores de

30 años y en Compromis es el mismo porcentaje para el grupo de 31 a 40 como para el de menores de 30 años.

Tabla 3. Distribución de la muestra en función de la edad, el sexo y partido político

SEXO	EDAD	PP		PSOE		COMPROMIS		EU		TOTAL	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
HOMBRE	<30	18	8.4	14	10.4	0	0	1	3.5	33	8.6
	31-40	31	14.6	24	18	4	33.3	9	32.2	68	17.5
	41-50	39	18.3	35	26.1	2	16.7	6	21.5	82	21.2
	>51	25	11.7	6	4.5	1	8.3	0	0	32	8.2
MUJER	<30	17	7.9	8	6	2	16.7	6	21.5	33	8.5
	31-40	36	17	19	14.2	2	16.7	4	14.2	61	15.8
	41-50	37	17.4	27	20.1	1	8.3	2	7.1	67	17.4
	>51	10	4.7	1	0.7	0	0	0	0	11	2.8
TOTAL		213		134		12		28		387	

5. Instrumentos de análisis

Para la recogida de información y su posterior análisis se han utilizado dos tipos de instrumentos. Por una parte, un cuestionario elaborado ad-hoc para el curso de entrenamiento que debían de contestar las personas asistentes al curso. Y por otra, una serie de hojas de registro para recoger los diferentes aspectos en cada una de las dinámicas y ejercicios realizados a lo largo del curso.

5.1. Cuestionario de autodiagnóstico

Para llevar a cabo el objetivo planteado en este trabajo se diseñó un cuestionario dirigido a los políticos y políticas que asistían al curso de habilidades comunicativas para potenciar y desarrollar sus capacidades de comunicación política. Este cuestionario para realizar el trabajo de campo es de formato abierto, de tal modo que al responder, el usuario no se sienta condicionado por una respuesta estandarizada.

El **objetivo** del cuestionario es conocer los puntos fuertes y débiles en comunicación y oratoria de los líderes políticos, conocer qué técnicas emplean para desarrollar sus habilidades y comprobar las mejoras tras la aplicación del método empleado en el programa formativo, de manera que los resultados han ido mejorando la metodología hasta conseguir patrones de conducta repetibles en el tiempo y en la forma. Está **diseñado para** comprobar el patrón de habilidades que los líderes necesitan desarrollar para alcanzar su máximo potencial como comunicadores.

Está formado por 8 preguntas que se organizan en 3 categorías que van a configurar el eje del estudio: **comunicación, oratoria y conclusiones de mejora**. En la Tabla 4 se presenta el cuestionario clasificando las 8 preguntas en las 3 categorías correspondientes.

Tabla 4. Cuestionario autodiagnóstico líderes políticos

1ª Categoría: Comunicación
<ol style="list-style-type: none"> 1. Descríbete como comunicador. ¿Qué crees que transmites? 2. ¿Qué crees que es la comunicación? 3. ¿Qué consideras más importante para comunicarte adecuadamente? 4. ¿Qué te gustaría mejorar?
2ª Categoría: Oratoria
<ol style="list-style-type: none"> 5. ¿Qué es lo primero que sientes al estar ante una audiencia? 6. ¿Qué te produce miedo escénico? 7. ¿Eres capaz de relajarte? ¿Cómo?
3ª Categoría: Conclusiones de mejora
<ol style="list-style-type: none"> 8. ¿Qué has mejorado?

Teniendo en cuenta las categorías que componen el cuestionario, seguidamente se presenta la justificación de cada una de ellas y qué información se espera conseguir.

1. Primera categoría. Comunicación. En esta categoría se espera conseguir información sobre el nivel de comunicación que tienen los políticos participantes. Como punto de partida, el cuestionario plantea conocer la opinión que tienen de ellos mismos como comunicadores, ya que el objeto genérico del curso es mejorar su comunicación en general, y utilizamos como referente su propia visión de ellos mismos, para construir la imagen de comunicación política a la que quieren llegar. Por ello, la primera cuestión que les plantea esta categoría es: “*¿Qué crees que transmites?*”

Con la segunda pregunta, “*¿Qué crees que es la comunicación?*”, se pone orden de preferencia a la comunicación como herramienta para llegar a su público y como concepto propio del político hacia la comunicación de manera genérica.

Dentro de la comunicación, el temario presenta diferentes contenidos, conocer qué es o ha sido lo más importante en el proceso de comunicación para ellos nos aproxima a saber a qué parte de la comunicación dan preferencia. Respecto a esta cuestión, la pregunta que se les plantea es: “*¿Qué consideras más importante para comunicar adecuadamente?*”

Y para terminar con esta categoría, sin perder de vista el objetivo del método, desarrollar el potencial del alumnado, se cierra con la última cuestión, como una reflexión al punto de partida que era su propia descripción de la comunicación, su conocimiento y la importancia que le dan a la comunicación y a sus partes en particular. La última cuestión de esta categoría es: “*¿Que te gustaría mejorar?*”

2. Segunda categoría. Oratoria. Es la herramienta básica con la que cuentan los políticos para transmitir sus ideas, un buen discurso puede hacerles perder o ganar elecciones, debates, seguidores, etc. Esto les genera en muchas ocasiones estrés que se traduce en barreras en la comunicación, miedo escénico que a su vez conlleva bloqueos emocionales, miedos, ansiedad, etc. que les impide transmitir como quisieran sus ideas. Ese miedo se traduce en reacciones fisiológicas, ser conscientes de ellas, es uno de los objetivos de esta categoría. Pues siendo consciente de ellas se podrá analizar cuándo y qué situaciones concreta las produce.

Así, la primera cuestión que plantea esta categoría es “*¿Qué es lo primero que sientes al estar ante una audiencia?*”. Ser consciente primero de las reacciones físicas y después de las referencias mentales del alumnado sirve para saber qué les impide comunicarse adecuadamente, forman parte de los objetivos de esta categoría. Por ello, la segunda cuestión que se plantea es la siguiente: “*¿Qué te produce miedo escénico?*”

Una vez reconocida la barrera, esta categoría busca saber qué hacen para conseguir superarla. La tercera pregunta que se realiza en ella sería la siguiente: “*¿Eres capaz de relajarte? ¿Cómo?*”. En esta categoría se observa, por lo tanto, cuáles son las barreras fundamentales que tiene el alumnado al enfrentarse a su público en diferentes contextos. Se trabaja primero sobre los obstáculos que les impiden llegar a su objetivo y posteriormente en la técnica, es decir, estructura del discurso, etc. El control de las emociones como base para la adquisición de la técnica cobra una especial relevancia en esta metodología.

3. Tercera categoría. Conclusiones de mejora. Conocer el punto de partida, como hemos visto en la categoría primera de comunicación, es necesario para llegar al objetivo de esta metodología, que el alumnado pueda ver de manera **rápida, tangible y eficaz los resultados**. Y esto es precisamente lo que mide esta última categoría, conocer el aprovechamiento del curso del alumnado. La pregunta que utiliza esta categoría para conocer su mejora es: “*¿Qué has mejorado?*”. Dicha pregunta se plantea a los alumnos y las alumnas al finalizar el curso, para que puedan realizar una reflexión de los conceptos y prácticas que han asimilado a lo largo de las sesiones.

El análisis de estas tres categorías forman parte de la metodología que presenta el planteamiento del curso. Una metodología que es una guía para llevar al alumnado de un punto de partida, que el mismo establece, como podemos observar en la categoría de comunicación; conocer sus barreras para poder saltarlas, lo que apreciamos en la categoría de la oratoria; y nos lleva a la meta final qué es lo que ha mejorado respecto a ese punto de partida. En ese camino hacia la meta, se involucra al alumnado. Se convierte en la persona responsable de la evaluación en todo momento de su propio proceso, la función de docente queda relegada al guía que lleva al alumnado a su objetivo final.

5.2. Hojas de Registro: Observación Externa

Las hojas de registro recogen diferentes momentos de la sesión y nos sirven para testar continuamente al grupo en los diferentes momentos y conceptos en los que queremos incidir. Nos permiten conocer el punto de partida de conocimiento de la temática, el objetivo que los participantes esperan conseguir con las sesiones de entrenamiento y los resultados conseguidos respecto al objetivo inicial de los participantes.

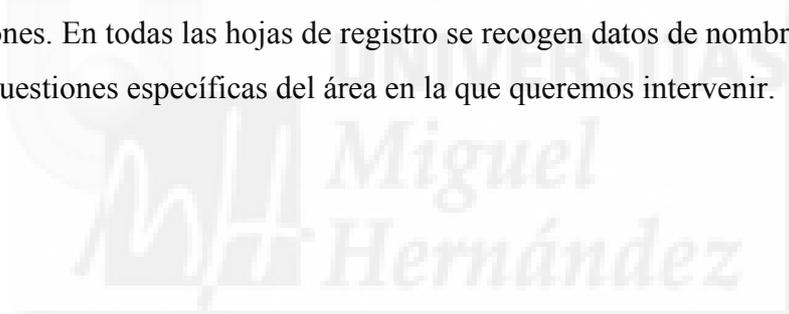
Se plantean dos objetivos: el objetivo en grupal y el objetivo personal o particular. El objetivo común que se pone el grupo nos guía en la materia donde más hincapié vamos a realizar. El objetivo particular es el que cada uno de los participantes se propone alcanzar con el curso. Normalmente los objetivos particulares no difieren demasiado entre ellos y se repiten.

En total hay un total de 6 hojas de registro que miden el antes y después de cada una de las partes del temario objeto del entrenamiento. Estas hojas tienen una serie de cuestiones abiertas que nos permiten obtener referencias y categorizar aquellos conceptos en los que debemos incidir.

Las hojas de registro hacen referencia a los siguientes conceptos:

1. **H.R. 1.** **Hoja de registro** objetivos del entrenamiento
2. **H.R. 2.** **Hoja de registro** comunicación
3. **H.R. 3.** **Hoja de registro** comunicación no verbal
4. **H.R. 4.** **Hoja de registro de** oratoria
5. **H.R. 5.** **Hoja de registro de** imagen
6. **H.R. 5.** **Cuestionario de** conclusiones

En el Anexo II se presenta cada una de las hojas de registro disponibles para utilizar en las diferentes sesiones. En todas las hojas de registro se recogen datos de nombre y fecha de la sesión, junto con cuestiones específicas del área en la que queremos intervenir.

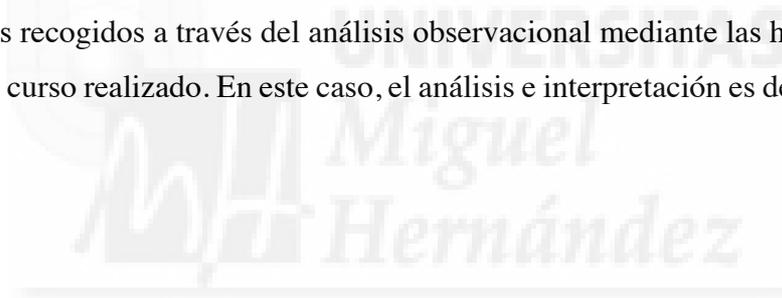


III parte

RESULTADOS



En esta tercera parte nos centramos en los resultados cuantitativos y cualitativos del trabajo de campo y en el análisis e interpretación de los mismos. En primer lugar, detallamos los datos correspondientes a las respuestas dadas por la muestra en el cuestionario. Estos resultados nos aportan información cuantitativa y cualitativa. Y en segundo lugar, se analizan los resultados recogidos a través del análisis observacional mediante las hojas de registro en la dinámica del curso realizado. En este caso, el análisis e interpretación es de carácter cualitativo.



1. Resultados del cuestionario de autodiagnóstico

Una vez recogida la información de todos los participantes en los cursos en los periodos indicados, tras una lectura detallada de las respuestas y con el objetivo de poder clasificarlas, se establecen un conjunto de *referencias* o *palabras referenciales*. Estas referencias están basadas en las respuestas dadas por los entrevistados a las preguntas realizadas en cada una de las categorías del cuestionario.

Para que la clasificación de las referencias en cada una de las categorías sea más objetiva y precisa, se presenta la definición de cada una de las referencias, así como algún ejemplo que clarifique dicha categorización. En cada una de las categorías analizadas se recogen, en primer lugar, las palabras de referencia en relación a dichas categorías. Es decir, aquellas palabras que son claves en la respuesta que ha dado cada uno de los participantes. Seguidamente se presenta el “sistema de categorización” que se refiere a la definición utilizada para dichas palabras y que han servido de base para clasificar las respuestas. Finalmente se presenta un análisis de frecuencia de dichas respuestas, tanto en términos absolutos, como relativos.

En definitiva, la estructura en la que se presentan los resultados es la siguiente. En cada una de las categorías recogidas en el cuestionario, *Comunicación, Oratoria y Conclusiones de mejora*, se indican las cuestiones empleadas. A continuación, se analizan las **referencias** resultado de las diferentes cuestiones planteadas en cada categoría, se presenta el **sistema de categorización** de las mismas y se realiza el **análisis de respuestas** a través de diferentes tablas y gráficos explicativos correspondientes a los resultados.

En la Tabla 5 se recogen las categorías y cuestiones del cuestionario y el número de referencias en cada una de ellas. Como podemos observar, para las 8 preguntas clasificadas en las 3 categorías se presenta 55 referencias en total. Para la categoría Comunicación se han establecido 33 referencias siendo el mayor número de referencias de las 3 categorías. En este caso, los resultados se mostrarán a través de 4 tablas y 13 gráficos. En la categoría Oratoria se han establecido 13 referencias y se mostrarán 3 tablas y 9 gráficos explicativos. Para la última categoría, Conclusiones de mejora se presentan 9 referencias y también se muestran 3 tablas y 9 gráficos correspondientes a los resultados.

Tabla 5. Clasificación categorías y referencias a las respuestas del cuestionario

CATEGORÍAS/PREGUNTAS	REFERENCIAS
COMUNICACIÓN	
1. Describe como comunicador. ¿Qué crees que transmites?	9
2. ¿Qué crees que es la comunicación?	9
3. ¿Qué consideras más importante para comunicarte adecuadamente?	6
4. ¿Qué te gustaría mejorar	9
ORATORIA	
5. ¿Qué es lo primero que sientes al estar ante una audiencia?	3
6. ¿Qué te produce miedo escénico?	7
7. ¿Eres capaz de relajarte? ¿Cómo?	3
CONCLUSIONES DE MEJORA	
8. ¿Qué has mejorado?	9

A continuación, como hemos indicado, se presentan los resultados para cada una de estas categorías. En primer lugar, el listado de las palabras referenciales. A continuación el sistema de categorización donde se explican cada una de estas referencias. Y para finalizar el análisis de resultados, donde se muestran en las tablas las frecuencias de respuesta, y en los gráficos los porcentajes de estas respuestas en cada una de las referencias.

1. CATEGORIA DE COMUNICACIÓN

CUESTIÓN 1. **Describe como comunicador. ¿Qué crees que transmites?**

A. Palabras referenciales

1. Comunicador
2. Visión personal
3. Entorno
4. Seguridad
5. Confianza
6. Valores
7. Imagen

Dentro de las palabras referenciales encontramos algunas referencias minoritarias a las que se hacen mención en la tabla de resultados, pero no se describen.

B. Sistema de categorización

1. **Comunicador**

Que posee una gran capacidad para transmitir a los demás sus opiniones y conectar con la gente, en especial la persona que tiene una actividad pública. En las respuestas encontramos expresiones como “Creo ser un buen comunicador, aunque no llego a toda la gente que me gustaría”, “Soy un comunicador muy expresivo”, “Soy un comunicador regular, me falta seguridad en mí mismo”.

2. **Visión personal**

Qué es y qué quiere ser una persona, de qué manera interioriza sus vivencias y forja su personalidad. Cómo se ve a sí misma y como convertir en positiva su visión. En las respuestas encontramos expresiones como “Soy amiga de mis amigos”, “Transmito nerviosismo, cercanía, impaciencia”, “Soy consciente de que existen aspectos mejorables”.

3. Entorno

Conjunto de circunstancias o factores sociales, culturales, morales, económicos, profesionales, etc., que rodean una cosa o a una persona, colectividad o época e influyen en su estado o desarrollo. Encontramos expresiones en las respuestas como “cuando la gente me mira me pongo nerviosa”, “Si estoy con gente que no conozco siento que no controlo”.

4. Seguridad

Sensación de total confianza que se tiene en algo o alguien. En las respuestas encontramos expresiones como “Necesito mejorar en seguridad”, “Tener claro el discurso y estar seguro de mí mismo”, “Seguridad en el contenido que quiero transmitir”.

5. Confianza

Seguridad, especialmente al emprender una acción difícil o comprometida. En las respuestas encontramos expresiones como “Transmito confianza”, “Transmito confianza sobre todo”.

6. Valores

Son principios que nos permiten orientar nuestro comportamiento en función de realizarnos como personas. Son creencias fundamentales que nos ayudan a preferir, apreciar y elegir unas cosas en lugar de otras, o un comportamiento en lugar de otro. En las respuestas encontramos expresiones como “Organizada, comprometida...”, “Amistad, sinceridad...”, “Decir la verdad...”.

7. Imagen

Es un conjunto de rasgos interiores y exteriores. Es la carta de presentación que se tiene hacia el entorno: el público en general. Refleja la manera en que queremos relacionarnos con el mundo y con los demás. En las respuestas nos encontramos expresiones como “Tranquilidad, seguridad e imagen” “Imagen de seriedad”, “Transmitir tranquilidad”.

C. Análisis de las respuestas

En esta pregunta, el total de 387 respuestas se han distribuido en 9 referencias tal como se muestra en la Tabla 1. En la referencia comunicador se ha encontrado el mayor número de respuestas (164) y por ello se ha diferenciado en tres niveles: bueno, regular o mal comunicador. La referencia visión personal es la segunda referencia en número de respuestas (120). El resto de referencias tienen un número menor de tasa de respuesta, incluso unidas en la referencia otras, el número de respuestas es menor (103) que el de la referencia visión personal.

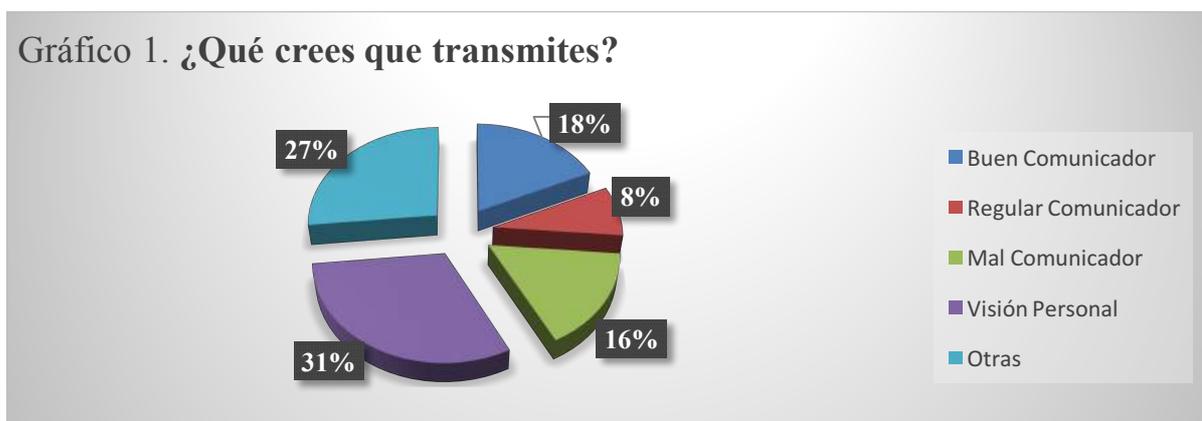
Tabla 6. Respuestas a la pregunta: **DESCRÍBETE COMO COMUNICADOR**

CUESTIÓN 1. ¿Qué crees que transmites?

Referencias	Respuestas
1. Comunicador	164
Buen comunicador	70
Regular comunicador	32
Mal comunicador	62
2. Visión personal	120
Otras	103
3. Entorno	18
4. Seguridad	14
Inseguridad	20
5. Confianza	20
6. Valores	11
Nerviosismo	4
Creatividad	1
7. Imagen	15
Total	387

De forma más gráfica se presentan estos resultados en el **Gráfico 1**

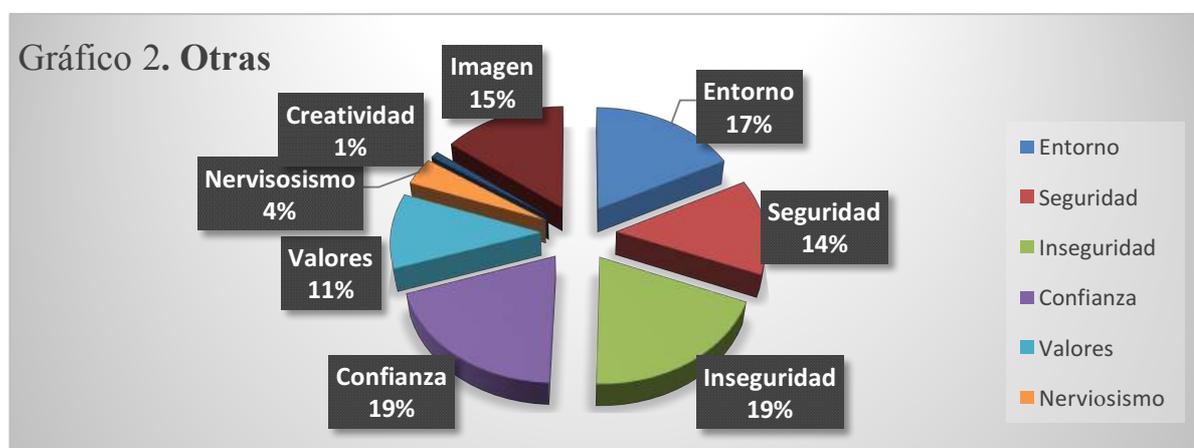
Gráfico 1. ¿Qué crees que transmites?



En el **Gráfico 1**, a la pregunta **¿qué crees que transmites?** llama la atención que el mayor porcentaje corresponde a la “visión personal” es decir, no dice si es bueno, malo o regular, hace una breve descripción de sí mismo y no contesta directamente a la pregunta que se le realiza. Sin embargo hay un mayor número que se consideran buenos comunicadores frente a un porcentaje similar que se consideran malo y un menor porcentaje de alumnos que se consideran regulares comunicadores.

De forma detallada, en el **Gráfico 2** se muestran los porcentajes correspondientes a la **agrupación de la referencia Otras**. Como se puede observar, cuando se habla de estas referencias, los porcentajes más elevados se refieren a la inseguridad y confianza, con un porcentaje del 19% en cada caso, y el menor porcentaje corresponde a creatividad con un 1%.

Gráfico 2. Otras



CUESTIÓN 2. ¿Qué crees que es la comunicación?

A. Palabras referenciales

1. Transmitir
2. Relaciones
3. Comunicación verbal
4. Comunicación no verbal
5. Mensaje
6. Miedo
7. Herramienta
8. Fundamental
9. Estrategia o arte
10. Capacidad
11. Habilidad

B. Sistema de categorización

1. **Transmitir.**

Hacer llegar a una persona una información, un mensaje o una noticia de manera eficaz. En las respuestas encontramos expresiones como “Transmitir una información”, “Transmitir lo que se desea”, “Transmitir”.

2. **Relaciones.**

Son asociaciones entre dos o más personas. Estas asociaciones pueden basarse en emociones y sentimientos. Tienen lugar en una gran variedad de contextos. Las relaciones son una base o un entramado fundamental de los grupos sociales y de la sociedad en su conjunto. En las respuestas encontramos expresiones como “Una forma de establecer relación con los demás”, “Llegar a las personas”, “Que la información llegue al receptor”.

3 y 4. Comunicación verbal y no verbal

Cualquier tipo de comunicación que requiera articular palabras de forma que la otra persona entienda de lo que se está hablando o comunicando. En las respuestas encontramos expresiones como “Expresarte con lenguaje o gestos”; “expresarte con lenguaje o gestos”; “expresar con claridad”. La comunicación mediante expresión o lenguaje corporal desprovisto de palabras. Todo lo que hace referencia al “cómo se dice”. En las respuestas encontramos expresiones como “expresarte con lenguaje o gestos”; “transmitir un mensaje”; “expresar con claridad”.

5. Mensaje

Noticia o comunicación que una persona envía a otra o pone en su conocimiento. En las respuestas encontramos expresiones como “Que entiendan lo que estás expresando”, “Transmitir un mensaje, una información”, “Hacer llegar a otros el mensaje de forma clara”.

6. Miedo

Instrumento o forma de contenido por el cual se realiza el proceso comunicacional o comunicación. Encontramos expresiones como “Miedo al hablar”, “Miedo escénico”, “Miedo a no transmitir confianza”.

7. Herramienta

Uso de la comunicación como un instrumento para llegar a un fin. Convencer “Es la herramienta para llegar a los votantes”.

8. Fundamental

Que es muy necesario o muy importante para algo. Encontramos expresiones como “Todo es importante”.

9. Estrategia o arte

Uso de la comunicación como una estrategia para lograr que los demás entiendan y compartan las ideas. “Es el arte de saber para poder llegar al público” “Es el arte de decir las cosas”.

10. Capacidad

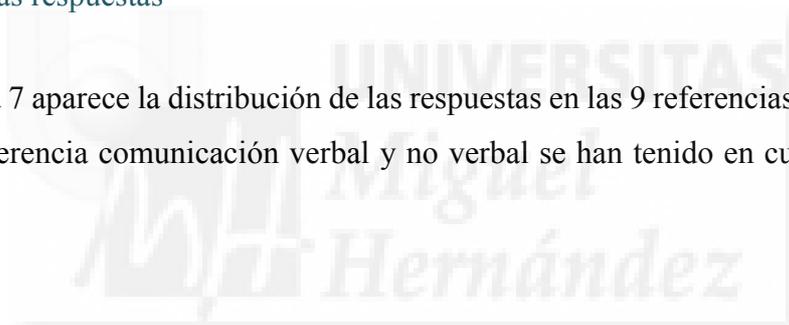
Circunstancia o conjunto de condiciones, cualidades o aptitudes, especialmente intelectuales, que permiten el desarrollo de algo, el cumplimiento de una función, el desempeño de un cargo, etc. Encontramos expresiones como “Capacidad para transmitir conocimiento”, “Capacidad de hacer llegar a otros el mensaje”, “Capacidad de control”.

11. Habilidad

Capacidad de una persona para hacer una cosa correctamente y con facilidad. Encontramos expresiones como “Capacidades y habilidades suficientes para transmitir”, “Con habilidad puedo llegar a transmitir”.

C. Análisis de las respuestas

En la Tabla 7 aparece la distribución de las respuestas en las 9 referencias descritas. Las respuestas a la referencia comunicación verbal y no verbal se han tenido en cuenta de forma conjunta.

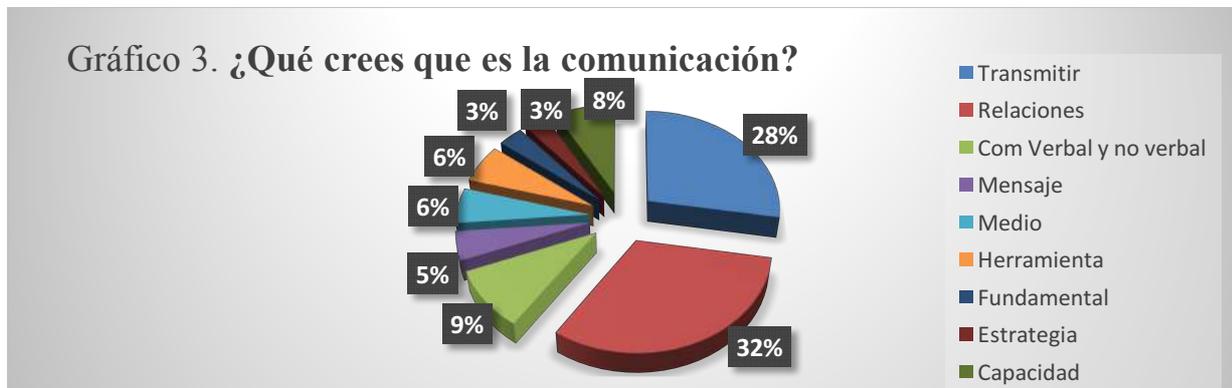


CUESTIÓN 2. ¿Qué crees que es la comunicación?

Tabla 7. *Respuestas a la pregunta* **¿QUÉ CREES QUE ES LA COMUNICACIÓN?**

Referencias	Respuestas
1. Transmitir	107
— La forma de transmitir las cosas	20
— Intercambio de ideas	23
— Transmitir información	32
— Saber transmitir y hacerse entender	8
— La transmisión de un mensaje	9
— Transmitir mensajes y sentimientos	4
— Transmitir	11
2. Relaciones	123
— La forma de relacionarse en general con los demás	30
— La forma de transmitir información entre personas	28
— Conexión con otras personas	9
— Forma en que los demás perciben tu mensaje	27
— Arte de transmitir a los demás	12
— Forma de relacionarse y convencer a otros	17
3. y 4. Comunicación verbal y no verbal	37
— Transmisión de información verbal y no verbal	13
— Conjunto de gestos, imagen y palabras	19
— Hablar y escuchar a los demás	5
5. Mensaje	18
6. Miedo	22
7. Herramienta	24
8. Fundamental	13
9. Estrategia o arte	12
10. y 11. Capacidad - habilidad	31
<i>Total</i>	387

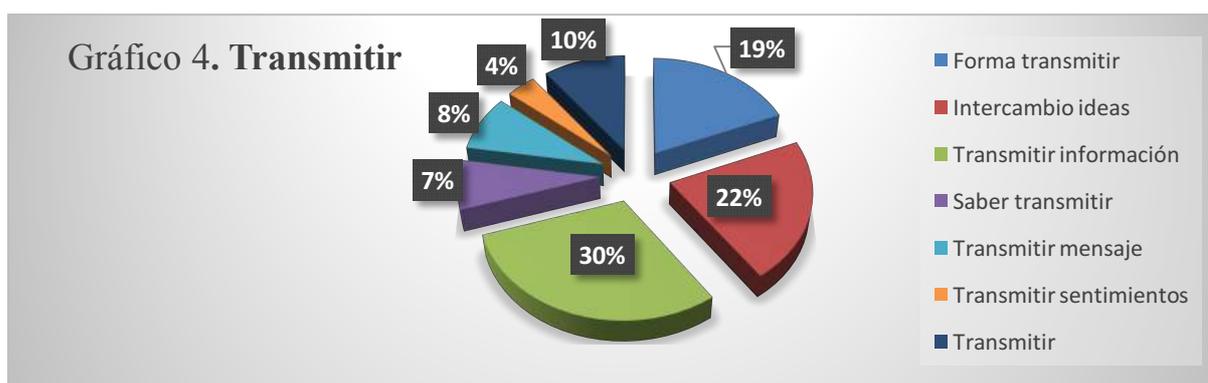
En el **Gráfico 3** aparecen los porcentajes correspondientes a la cuestión **¿qué crees que es la comunicación?**.



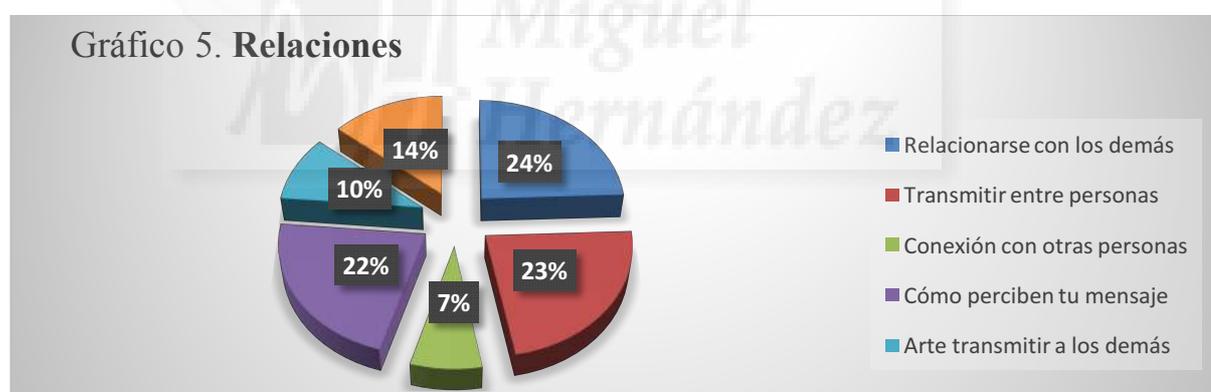
Como podemos observar, el mayor porcentaje de respuestas ha sido para los que consideran que la comunicación es **relacionarse**, seguido muy de cerca con los que relacionan la comunicación con **transmitir**. Los menores porcentajes hablan de comunicación como algo **fundamental** en su profesión o como **estrategia** para conseguir algo.

Se ha observado que algunos dan respuestas técnicas o aprendidas y en una minoría responden de manera consciente de que es la comunicación para ellos. Las visiones son dispares en lo subjetivo y bastante parecidas en los términos técnicos o aprendidos. Utilizan palabras diferentes en ocasiones pero con significados muy parejos (como se puede comprobar en los resultados de las encuestas). Unos les dan más importancia a unos aspectos que a otros pero en general todos suelen tener una definición aprendida, que varía considerablemente al finalizar la sesión.

En el **Gráfico 4** se representan los datos correspondientes a los aspectos específicos de la referencia Transmitir. Observamos que destaca los que relacionan transmitir con **transmitir información, seguido de intercambio de ideas**. El menor porcentaje relaciona transmitir con **transmitir sentimientos**. En todos los casos el concepto de transmitir se refiere de una manera u otra hacia el otro



En el **Gráfico 5** se muestran los datos detallados de la referencia Relaciones. Como se puede observar, destacan las respuestas de los que opinan que la comunicación es relacionarse con los demás, seguido muy de cerca por transmitir entre personas, de nuevo se hace referencia principal a los demás. Frente a un menor porcentaje que cree que la comunicación es el arte de transmitir a los demás. Y el porcentaje más pequeño de respuestas hace referencia a la conexión con otra personas



En el **Gráfico 6** aparecen los porcentajes relativos a la **Comunicación verbal y no verbal**. Como se puede observar destaca un amplio porcentaje de los que definen la comunicación como conjunto de gestos, imagen y palabras. Sorprende que el menor porcentaje lo definan como hablar y escuchar a los demás, sin ninguna referencia a la comunicación no verbal.

Gráfico 6. Comunicación verbal y no verbal



CUESTIÓN 3. Qué consideras más importante para comunicarte adecuadamente?

A. Palabras referenciales

1. Comunicación verbal y no verbal
2. Voz
3. Imagen
4. Discurso
5. Público
6. Estado emocional
7. La motivación
8. General

Dentro de las palabras referenciales encontramos algunas referencias minoritarias a las que se hacen mención en la tabla de resultados, pero no se describen.

B. Sistema de categorización**1. Comunicación verbal y no verbal**

Cualquier tipo de comunicación que requiera articular palabras y expresión o lenguaje corporal de forma que la otra persona entienda de lo que se está hablando o comunicando. En las respuestas encontramos expresiones como “Saber expresar lo que quiero decir tanto con gestos como oralmente”, “Poder controlar la mirada cuando transmites”, “Comunicación no verbal, tanto al hablar como al escuchar”.

2. Voz

Un sonido emitido por un ser humano usando las cuerdas vocales. Para hablar, cantar, reír, llorar, gritar. Encontramos expresiones como “Me tiembla la voz cuando hablo en público y no me entienden”.

3. Imagen

Es un conjunto de rasgos interiores y exteriores. Es la carta de presentación que se tiene hacia el entorno: el público en general. Refleja la manera en que queremos relacionarnos con

el mundo y con los demás. Encontramos expresiones como “Tranquilidad, seguridad, imagen”, “Imagen, creer en uno mismo...”.

4. Discurso

Exposición oral sobre un asunto determinado, pronunciada ante un público a fin de convencerlo o conmoverlo, en especial en un acto solemne o político. Encontramos expresiones como “Seguridad en el contenido que quiero expresar”, “Saber hablar cuando corresponda”, “Tener claro el discurso y estar seguro de ti mismo”.

5. Público

Un grupo de personas atentas a lo dicho o hecho. Encontramos expresiones como “Empatizar con el público”, “Conseguir que te entiendan y te crean”.

6. Estado emocional

Son reacciones psicofisiológicas que representan modos de adaptación a ciertos estímulos del individuo cuando percibe un objeto, persona, lugar, suceso, o recuerdo importante. Encontramos expresiones como “Encontrarme a gusto conmigo misma y relajarme”, “Desarrollar las ideas sin nerviosismo”, “Tranquilidad, seguridad...”.

7. La motivación

Se basa en aquellas cosas que impulsan a un individuo a llevar a cabo ciertas acciones y a mantener firme su conducta hasta lograr cumplir todos los objetivos planteados. Estos impulsos pueden estar provocados por el deseo de agradar al público ante el que se habla, o al equipo, o la motivación propia que tiene que ver los valores del orador, o el afán de lograr el proyecto planteado.

8. General

Se refiere a respuestas generales dadas por el encuestado que tienen que ver con la preparación del discurso, la capacidad del orador para creerse lo que va a decir.

C. Análisis de las respuestas

A continuación, en la Tabla 8 se muestra la tasa de respuestas a la tercera pregunta de la categoría de comunicación. La mayor tasa de respuestas aparece en la referencia Discurso (91) seguido de la referencia Comunicación Verbal y No Verbal (59). Referidos únicamente a la comunicación verbal (48) y sólo a comunicación no verbal (42).



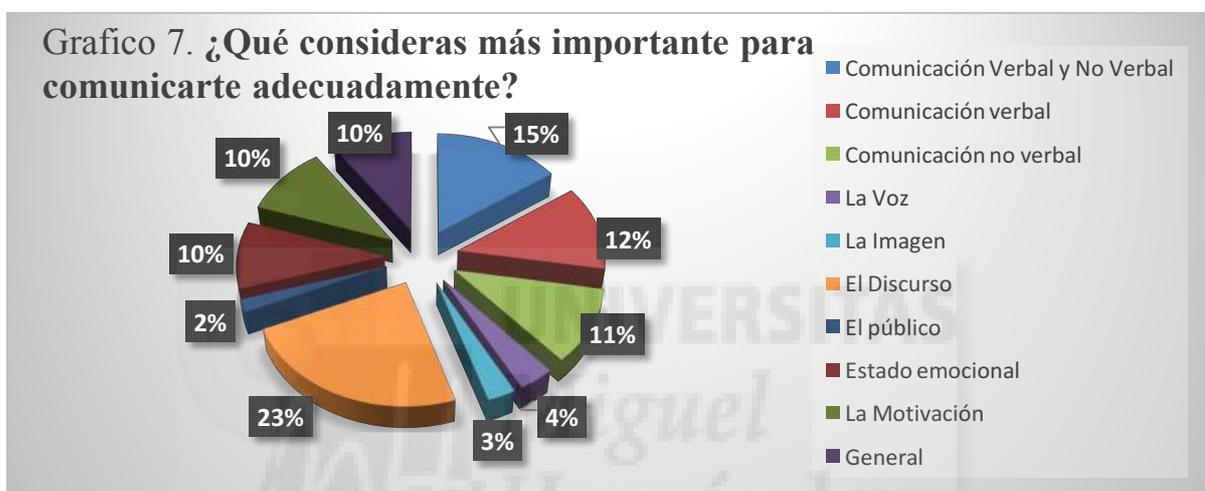
CUESTIÓN 3. Qué consideras más importante para comunicarte adecuadamente?

Tabla 8. Respuestas a la pregunta “¿QUÉ CONSIDERAS MÁS IMPORTANTE PARA COMUNICARTE ADECUADAMENTE?”

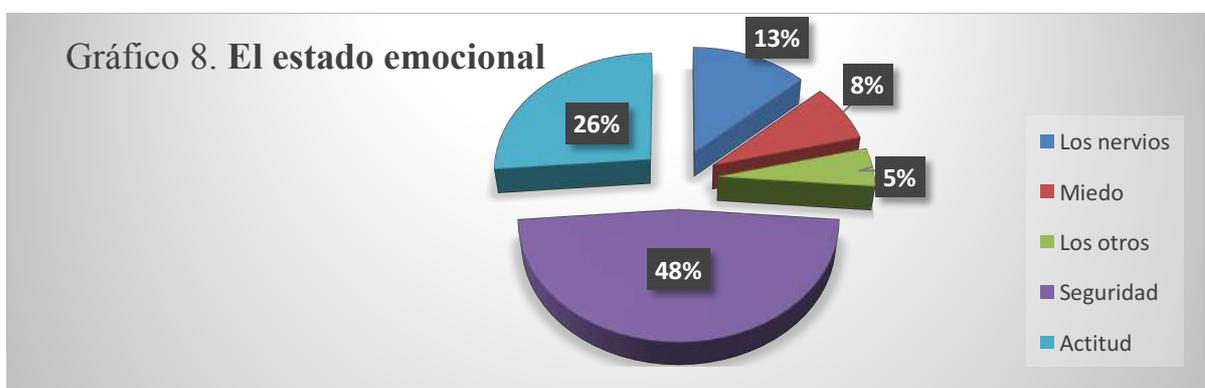
<i>Referencias</i>	<i>Respuestas</i>
1. Comunicación Verbal y No Verbal	59
Comunicación Verbal	48
Comunicación No verbal	42
2. Voz	14
3. Imagen	11
4. Discurso	91
5. Público	7
6. El estado emocional	38
— Los nervios	5
— Miedo	3
— Los otros	2
— Seguridad	18
— Actitud	10
7. La motivación	40
Los demás (público)	18
Los demás (equipo)	4
Motivación propia (Valores)	15
El tema (proyecto)	3
8. General	37
Preparación	10
Creértelo	9
Varios	18
Total	387

A continuación, se representan diferentes gráficos para ilustrar los porcentajes de respuesta en cada una de estas respuestas y referencias.

En primer lugar, en el **Gráfico 7** se muestran los resultados a la pregunta general **¿Qué consideras más importante para comunicarte adecuadamente?**. Como se puede observar, el mayor porcentaje le da más importancia al discurso, mientras que el menor porcentaje opina que lo más importante es el **público**.



En el **Gráfico 8**, se detallan los resultados concretos para la **referencia estado emocional**. Como se puede observar destaca el mayor porcentaje de los que le dan importancia a la **seguridad**, mientras que el menor porcentaje son los que le dan más importancia a los otros.



CUESTION 4. ¿Qué te gustaría mejorar?

A. Palabras referenciales

1. Estado emocional
2. Oratoria
3. Discurso
4. Lenguaje verbal
5. Imagen
6. Nuevas técnicas
7. Otras

Dentro de las palabras referenciales encontramos algunas referencias minoritarias a las que se hacen mención en la tabla de resultados, pero no se describen.

B. Sistema de categorización

1. Estado emocional

Son reacciones psicofisiológicas que representan modos de adaptación a ciertos estímulos del individuo cuando percibe un objeto, persona, lugar, suceso, o recuerdo importante. En las respuestas encontramos expresiones como “Intentar controlar el bloqueo delante del público”, “Miedo a hablar ante mucha gente”, “Seguridad en mí mismo”.

2. Oratoria

Arte de hablar en público con elocuencia, con la finalidad de persuadir o conmover al auditorio. Se presentan frases como “Hablar en público”.

3. Discurso

Exposición oral sobre un asunto determinado, pronunciada ante un público, a fin de convencerlo o conmoverlo, en especial en un acto solemne o político. Encontramos expresiones como “Estructurar el discurso”, “Seguridad en el contenido que quieres comunicar”.

4. Lenguaje verbal

Es el tipo de lenguaje que se realiza a través de la palabra. Encontramos expresiones como “Saber hablar cuando corresponda”, “Trucos de comunicación”, “Mejorar en todo lo que pueda para comunicarme”.

5. Imagen

Es un conjunto de rasgos interiores y exteriores. Es la carta de presentación que se tiene hacia el entorno: el público en general. Refleja la manera en que queremos relacionarnos con el mundo y con los demás.

6. Nuevas técnicas

Herramientas se desconocían hasta el momento y se adquieren para mejorar algún tipo de habilidad. Encontramos expresiones como “Siempre hay algo nuevo que aprender para mejorar las habilidades de comunicación”, “Algunos trucos para improvisar y salvar lagunas”.

7. Otras

Se refiere a respuestas dispares dadas por el encuestado que no se han podido recoger dentro del resto de referencias.

C. Análisis de las respuestas

En la Tabla 9 se muestran los resultados de las respuesta de los participantes a la última pregunta del cuestionario de la categoría comunicación. La mayor tasa de respuesta se da en la referencia estado emocional (153), en la que se han tenido en cuenta diferentes aspectos que han contestado los participantes. La tasa de respuesta de oratoria y discurso se han considerado de forma conjunta con un número también elevado de tasa de respuesta (85). El resto de referencias han tenido una tasa de respuesta mucho menor comparada con el estado emocional y la oratoria y discurso.

CUESTION 4. ¿Qué te gustaría mejorar?

Tabla 9. Respuestas a la pregunta “¿QUÉ TE GUSTARÍA MEJORAR?”

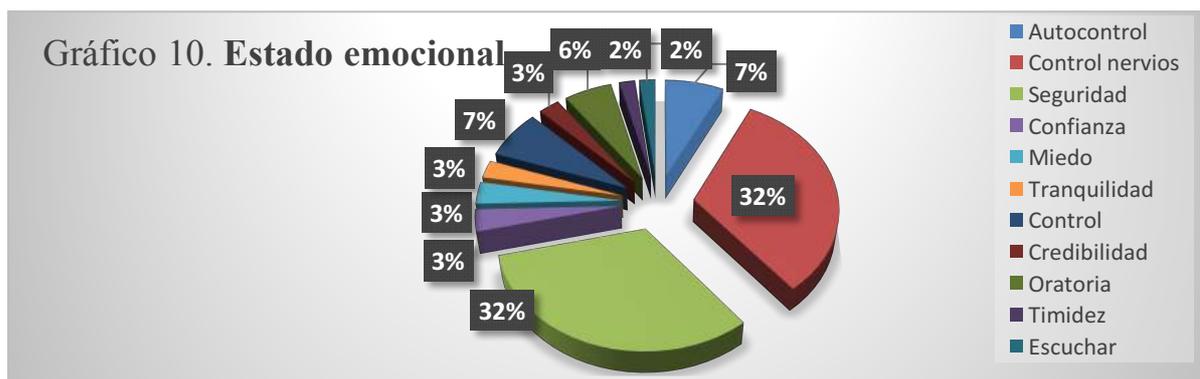
<i>Referencias</i>	<i>Respuestas</i>
1. El estado emocional	153
— Autocontrol	3
— Control nervios	4
— Seguridad	4
— Confianza	5
— Miedo	5
— Tranquilidad	9
— Control	11
— Credibilidad	11
— Oratoria	49
— Timidez	49
— Escuchar	3
2. y 3. Oratoria y discurso	85
— Hablar en público	10
— Improvisar	3
— El discurso	33
— Oratoria	10
— Estructurar	17
— Concretar	6
— Naturalidad	5
— Convencer	1
4. Lenguaje no verbal	51
— Lenguaje verbal	18
— Escuchar - Observar	8
5. Imagen	10
Voz	8
6. Nuevas técnicas	25
7. Otras	29
Total	387

En los siguientes gráficos se presentan los datos detallados correspondientes a las distintos aspectos de estas palabras referenciales.

En el **Gráfico 9**, en relación a la pregunta **¿Qué te gustaría mejorar?**, como se puede observar, el menor porcentaje de los participantes quieren mejorar su **escucha o su observación y la voz**. Sin embargo, destaca el **estado emocional** como el punto que más alumnos quieren mejorar.



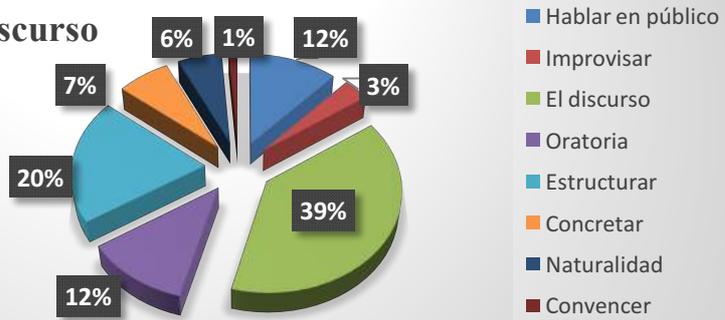
En el **Gráfico 10**, en relación a la referencia estado emocional, podemos ver que una amplia mayoría destaca el **control de nervios y la seguridad**, mientras que un porcentaje muy pequeño hace referencia a la timidez y a escuchar.



Por último, en el **Gráfico 11** se detallan los porcentajes correspondientes a **Oratoria y discurso**. Observamos que un muy reducido número de participantes **hablan de convencer**.

De manera genérica podemos ver que el mayor porcentaje destaca el discurso como aspecto a mejorar.

Grafico 11. Oratoria y discurso



2. CATEGORIA DE ORATORIA

CUESTIÓN 5. **¿Qué es lo primero que sientes al estar ante una audiencia?**

A. Palabras referenciales

1. Gestos
2. Sensaciones
3. Manifestaciones fisiológicas
4. Objetos

B. Sistema de categorización

1. Gestos

Todo lo que una persona trasmite por medio de movimientos corporales.

2. Sensaciones

El hecho psicológico que resulta de la acción de un estímulo (interno o externo) sobre un receptor. En las respuestas encontramos expresiones como “Miedo a no dar lo que se espera de mí”, “Respeto”

3. Manifestaciones fisiológicas

Conjunto de reacciones que se producen en el cuerpo como respuesta a un estímulo. Encontramos expresiones como “Contracción de los músculos”, “Sequedad en la boca”, “Nudo en el estómago” y “Tensión”.

4. Objetos

Deseo incontrolable de aferrarse a objetos para poder controlar los nervios. “Me pongo nervioso y me agarro al atril”.

C. Análisis de las respuestas

A continuación se representa la tasa de respuestas correspondientes a las 3 referencias anteriores en la Tabla 10 y seguidamente los gráficos que ilustran los porcentajes y especificando con más detalle los porcentajes en los distintos aspectos. Podemos observar (Tabla 5) como la mayor tasa de respuestas tiene que ver con las manifestaciones fisiológicas con mucha diferencia con el resto de categorías.

CUESTIÓN 5. ¿Qué es lo primero que sientes al estar ante una audiencia?

Tabla 10. Respuestas a la pregunta: “¿QUÉ ES LO PRIMERO QUE SIENTES AL ESTAR ANTE UNA AUDIENCIA?”.

Referencias	Respuestas
1. Gestuales	85
— Se mueve	38
— Voz	34
— Contacto visual	13
2. Sensaciones	7
3. Manifestaciones fisiológicas	277
— Estomago	3
— Tensión	2
— Sequedad	10
— Nervios	86
— Bloqueo	96
— Ritmo	41
— Enrojecimiento	17
— Respiración	20
— Otros	2
4. Objetos	18
Total	387

En el **Gráfico 12**, destaca que un alto porcentaje de los participantes (71%) hace referencia a **manifestaciones fisiológicas (nervios, enrojecimiento, etc.)**. En el lado contrario la referencia sensaciones, donde el porcentaje de participantes que hace referencia a las **sensaciones** sin especificar nada más es muy reducido.



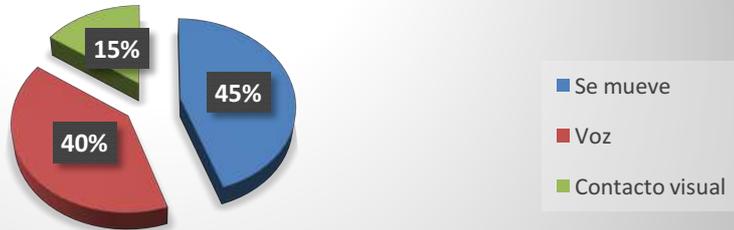
En el **Gráfico 13**, aparecen representados los porcentajes de las respuestas detalladas correspondientes a la **referencia manifestaciones fisiológicas**, que como hemos visto en el gráfico anterior, es la respuesta mayoritaria en nuestra muestra. El mayor porcentaje de manifestaciones fisiológicas corresponde a la respuesta que tiene que ver con el **bloqueo y nervios**, representando más del 30% cada una de estas respuestas.



En el **Gráfico 14**, aparecen los porcentajes que tienen que ver con los **gestos**. El porcentaje mayoritario indica que se mueve excesivamente, seguido a corta distancia de

manifestaciones en la voz. Ya con un menor porcentaje hace referencia al contacto visual (se sienten vistos u observados).

Gráfico 14. Gestuales



CUESTIÓN 6. ¿Qué te produce miedo escénico?

A. **Palabras referenciales**

1. Ridículo
2. Equivocaciones
3. Expectativas
4. Inseguridad
5. **Público**

B. **Sistema de categorización**

1. **Ridículo**

Que provoca risa o burla por resultar muy extraño, grotesco, extravagante, etc. En las respuestas encontramos expresiones como “Hacer el ridículo al defender un argumento”, “Fracasar en mi exposición”.

2. **Equivocaciones**

Idea, opinión o expresión que una persona considera correcta pero que en realidad es falsa o desacertada. Encontramos expresiones como “Perderme en el discurso”, “Miedo a equivocarme”, “Quedarme en blanco”.

3. **Expectativas**

Esperanza o posibilidad de conseguir una cosa. Encontramos expresiones como “No tener claro si voy a quedar bien”, “No saber cómo me va a salir”, “No gustar a los presentes”.

4. **Inseguridad**

Es una sensación de malestar, nerviosismo o temeridad asociado a multitud de contextos, que puede ser desencadenada por la percepción de que uno mismo es vulnerable, o una sensación de vulnerabilidad e inestabilidad que amenaza la propia autoimagen o el yo. Encontramos expresiones como “Inseguridad en un momento determinado”, “Ponerme nervioso”.

5. Público

Un grupo de personas atentas a lo dicho o hecho. Encontramos expresiones como “Tener que hablar en público”, “No gustar a los presentes”, “No conectar con el público”.

C. Análisis de las respuestas

En la Tabla 11 se representan las respuestas dadas a la pregunta sobre lo que produce el miedo escénico. La mayor tasa de respuesta tiene que ver con la inseguridad (123). La tasa de respuesta también es elevada en el caso del ridículo (96) y las posibles equivocaciones (80). En los gráficos siguientes se detallan las respuestas en porcentajes relativas a estas referencias.



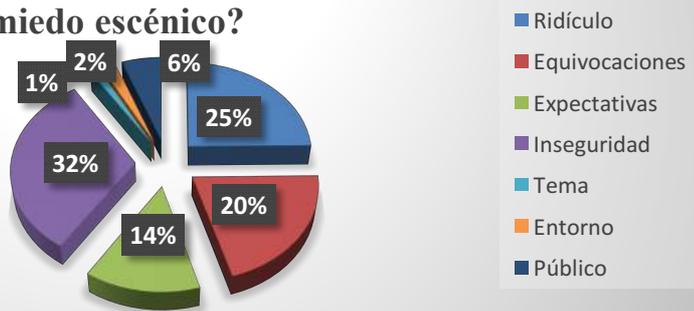
CUESTIÓN 6. ¿Qué te produce miedo escénico?

Tabla 11. Respuestas a la pregunta “¿QUÉ TE PRODUCE MIEDO ESCÉNICO?”.

<i>Referencias</i>	<i>Respuestas</i>
1. Ridículo	96
2. Equivocaciones	80
3. Expectativas	53
Fracaso	7
Lo que piensan de mí	20
Carencias	26
4. Inseguridad	123
En blanco	63
Problemas voz	2
Expresión	3
Control	4
No saber qué decir	26
Incapacidad	24
Soledad	1
Tema	5
Entorno	8
5. Público	22
Total	387

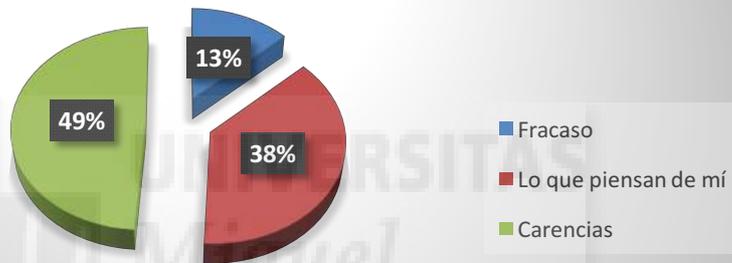
En el **Gráfico 15** se presentan los porcentajes en los que se refleja que el mayor porcentaje de los encuestados (32%) se siente inseguro. Sorprende que el entorno, el tema y el público ocupan porcentajes muy bajos.

Gráfico 15. ¿Qué te produce miedo escénico?



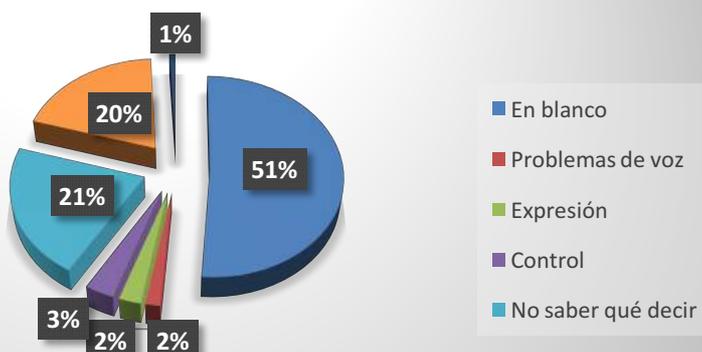
En el **Gráfico 16**, en el que se detallan las respuestas relativas a la referencia **expectativas**, se observa que la mayoría indica el temor a dejar **al descubierto carencias** (49%), seguido de lo que piensan sobre mí (38%). El menor porcentaje de respuestas (13%) indica que le preocupa el fracaso.

Gráfico 16. Expectativas



En el **Gráfico 17** se muestran las respuestas detalladas de los aspectos relativos a la referencia **inseguridad**. La mayoría de los encuestados tiene miedo a **quedarse en blanco**, llegando a ser la mitad de los encuestados (51%). Llama la atención un alto porcentaje que no sabe que decir o que se siente incapaz, lo que denota una cierta falta de preparación previa. El menor porcentaje de respuestas corresponde a problemas con la voz o expresión y la soledad.

Gráfico 17. Inseguridad



Cuestión 7.- ¿Eres capaz de relajarte? ¿Cómo?

A. Palabras referenciales

1. Respiración
2. Pensamientos positivos
3. Pensar en otros
4. Imágenes
5. Estar solo
6. Objetos
7. Tiempo
8. No soy capaz

B. Sistema de categorización**1. Respiración**

Función biológica de los seres vivos por la que absorben oxígeno, disuelto en aire o agua, y expulsan dióxido de carbono para mantener sus funciones vitales. En las respuestas encontramos expresiones como “Respirando hondo e intentando relajar los músculos”, “Respirando pausadamente”, “Controlando la respiración”.

2. Pensamientos positivos

Convicción de que las personas pueden cambiar la realidad física o las circunstancias externas alterando su actitud mental, pensando de manera positiva y constructiva. Encontramos expresiones como “Pensar en la misma situación en ocasiones anteriores con éxito”, “Pensando cosas positivas”.

3. Pensar en otros

Capacidad de ponerse en el lugar de los otros, anteponiendo los intereses de los demás a los de uno mismo. Encontramos expresiones como “Mirar a gente conocida”, “Pensar en alguien que sabes que te da fuerzas”, “Mirar alrededor, gente de tu agrado y confianza”.

4. Imágenes

Visualización de objetos, lugares, situaciones que una persona recuerda o recrea. Encontramos expresiones como “Imágenes de mi familia”, “La playa, un libro”, “Amigos, viajes”.

5. Estar solo

Necesidad de la persona de no tener contacto con otras en un momento determinado. Encontramos expresiones como “Me relajo estando solo”, “No mirar a la gente”.

6. Objetos

Cosa material inanimada, generalmente de tamaño pequeño o mediano, que puede ser percibida por los sentidos. Encontramos expresiones como “Llevar un bolígrafo en la mano, un puntero”.

7. Tiempo

Periodo de tiempo medible que necesita una persona para relajarse. Encontramos expresiones como “Conforme pasa el tiempo me voy relajando”.

8. No soy capaz

Sentimiento del orador de no ser capaz de relajarse a la hora de realizar un discurso ante una audiencia.

C. Análisis de las respuestas

En la Tabla 12 se muestran las respuestas dadas a la capacidad de relajarse y cómo lo hacen. Podemos observar que la mayor parte de respuestas tiene que ver con la respiración (137) y con la utilización de imágenes (97) que incluye distintos aspectos que se detallaran en los gráficos siguientes. Se ha incluido también la referencia que recoge las respuestas de las personas que no son capaces de relajarse.

Cuestión 7.- ¿Eres capaz de relajarte? ¿Cómo?

Tabla 12. Respuestas a la pregunta “**¿ERES CAPAZ DE RELAJARTE? ¿CÓMO?**”.

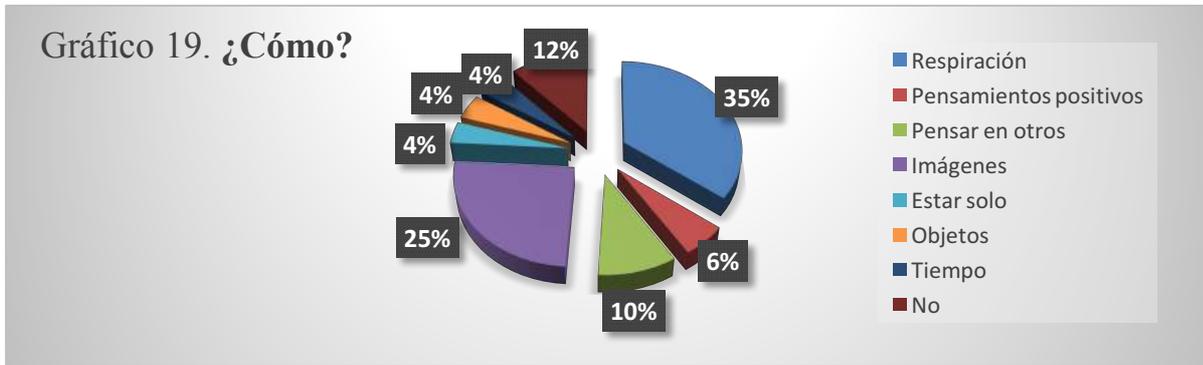
<i>Referencias</i>	<i>Respuestas</i>
1. Respiración	137
2. Pensamientos positivos	22
3. Pensar en otros	38
4. Imágenes	97
— Familia	32
— Naturaleza	31
— Vacaciones	22
— Ocio	5
— Ganador	3
— Forma de vestir	2
— Sonreír	2
5. Estar solo	15
6. Objetos	17
7. Tiempo	16
8. No soy capaz	45
<i>Total</i>	387

En el **Gráfico 18** se observa como la gran mayoría de los encuestados, el 88%, dice que son **capaces de relajarse**, frente al 12% que señala que no es capaz.

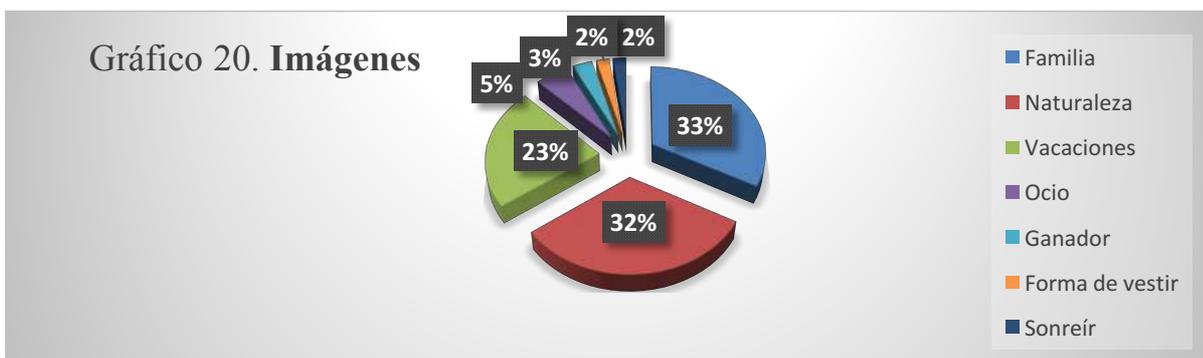
Gráfica 18. ¿Eres capaz de relajarte?



En el **Gráfico 19**, un gran porcentaje de los encuestados afirman que **se relajan a través de la respiración** (35%) y pensando en imágenes (25%). Llama la atención las respuesta opuestas entre los que les relaja pensar en otros frente a los que prefieren estar solos.



De forma detallada, en el **Gráfico 20** se representan los porcentajes de respuesta de los aspectos que se incluyen en la **referencia imágenes**. Las imágenes que utilizan para relajarse tienen que ver en un mayor porcentaje con la familia o la naturaleza. Con un menor porcentaje, los hay que usan la forma de vestir o sonreír para relajarse.



3. CATEGORIA DE CONCLUSIONES DE MEJORA

Tras la finalización del curso, se preguntaba sobre los elementos que consideraban que habían mejorado. Es la tercera y última categoría incluida en el cuestionario.

CUESTIÓN 8. ¿Qué has mejorado?

A. Palabras referenciales

1. Control emociones
2. Oratoria y discurso
3. Saber escuchar y observar
4. Observar
5. Técnicas de comunicación
6. Prácticas
7. Autoconocimiento
8. Corregir errores
9. Mejora general de la comunicación
10. Lenguaje verbal
11. Lenguaje no verbal

Dentro de las palabras referenciales encontramos algunas referencias minoritarias a las que se hacen mención en la tabla de resultados, pero no se describen.

B. Sistema de categorización

1. Control emociones

Capacidad para controlar las reacciones psicofisiológicas que representan modos de adaptación a ciertos estímulos del individuo cuando percibe un objeto, persona, lugar, suceso, o recuerdo importante. En las respuestas encontramos expresiones como “Conocer los temores e identificarlos”, “Control, seguridad”, “Controlar el miedo”.

2. Oratoria y Discurso

La oratoria es el arte de hablar en público con elocuencia, con la finalidad de persuadir o conmover al auditorio. Encontramos expresiones como “Perder el miedo a hablar en público”, “Saber comunicar”.

El discurso es la exposición oral sobre un asunto determinado, pronunciada ante un público a fin de convencerlo o conmoverlo, en especial en un acto solemne o político. Encontramos expresiones como “Saber estructurar un discurso”, “Cómo hacer un discurso”, “Tener más tranquilidad en el discurso”.

3. Saber escuchar y observar

Escuchar es el arte de prestar atención a lo que uno oye. Encontramos expresiones como “Saber hablar, escuchar y observar”, “Saber escuchar”.

Observar es mirar algo o a alguien con mucha atención y detenimiento para adquirir algún conocimiento sobre su comportamiento o sus características. Encontramos expresiones como “Que en una comunicación hay que preparar y observar”, “Técnicas de observación”, “A pesar de lo que creemos que observamos no es así”.

4. Técnicas de comunicación

Conjunto de herramientas para realizar de manera eficaz el proceso de comunicación. Encontramos expresiones como “Nuevos conocimientos, análisis de los dos tipos de comunicación”, “Conocimiento y nuevas técnicas”, “Nuevos conocimientos sobre la comunicación”.

5. Prácticas

Realizar varias veces algo que se ha aprendido, para adquirir habilidad o experiencia en ello. Encontramos expresiones como “Ejercicios prácticos donde hemos ampliado los conocimientos”, “Soluciones prácticas para evitar o disminuir el miedo escénico”, “Conceptos interesantes y conocimientos prácticos para aplicar”.

6. Autoconocimiento

Es el conocimiento de uno mismo. Encontramos expresiones como “Saber cuáles son mis errores de comunicación”, “Que aún me falta mucho para lo que yo quiero”, “Confianza en mí misma”.

7. Corregir errores

Es el acto de poder identificarse a uno mismo qué es aquello que estaba realizando incorrectamente hasta el momento en cuanto a la elaboración de un discurso y su oratoria y poder corregirlo conscientemente.

8. Mejora general de la comunicación

Se identifica esta referencia para todo aquel que ha experimentado con el entrenamiento una mejora de aspectos generales relacionados con la comunicación sin especificar ninguno en concreto.

9. 10) Lenguaje verbal

Cualquier tipo de comunicación que requiera articular palabras de forma que la otra persona entienda de lo que se está hablando o comunicando.

C. Análisis de las respuestas

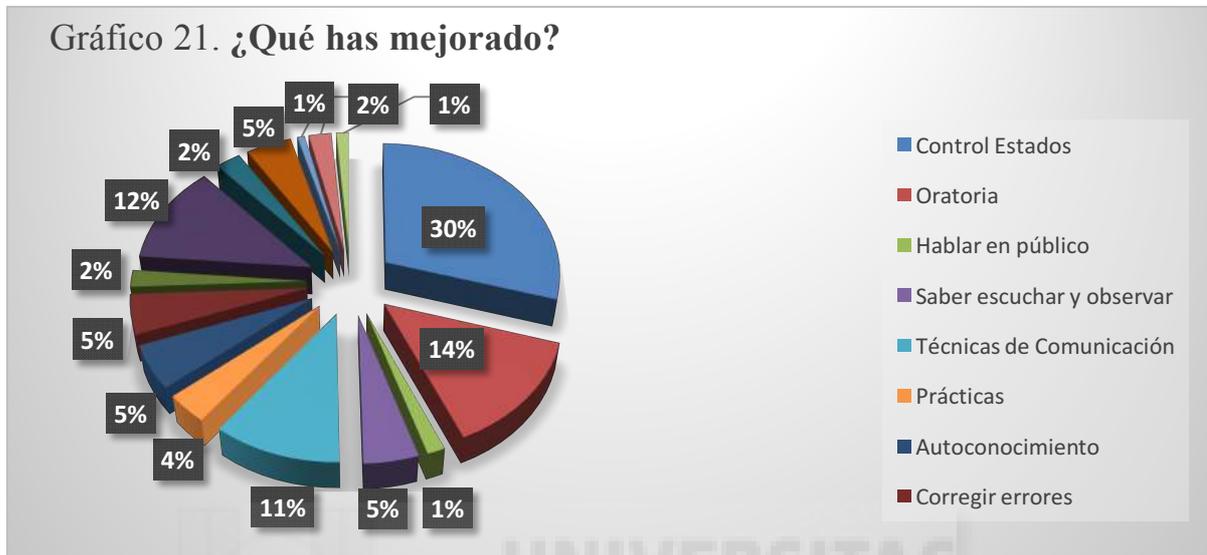
En la Tabla 13 se presentan los resultados correspondientes a la pregunta sobre qué aspectos han mejorado.

CUESTIÓN 8. ¿Qué has mejorado?

Tabla 13. Respuestas de los alumnos a la pregunta “¿QUÉ HA MEJORADO?”.

<i>Referencias</i>	<i>Respuestas</i>
1. Control de estados emocionales	115
— Control de nervios	39
— Control de emociones	25
— Credibilidad en sí mismo	12
— Vencer el miedo	19
— Seguridad	20
2. Oratoria y discurso	54
Hablar en público	6
3. Saber escuchar y observar	18
4. Técnicas de comunicación	42
5. Prácticas	14
6. Autoconocimiento	21
7. Corregir errores	19
Importancia Comunicación	8
8. Mejora general comunicación	47
9. Lenguaje verbal	10
10. Lenguaje no verbal	16
Empatía	3
Imagen	9
Voz	5
<i>Total</i>	387

En los siguientes dos gráficos se presentan los porcentajes correspondientes a estos resultados. En el **Gráfico 21** el mayor porcentaje de respuestas afirman que han mejorado el **control de estados emocionales**. Lo **más destacado** es que **todos han mejorado algún aspecto de su comunicación**.



En el Gráfico 22 se ve como el mayor porcentaje hace referencia a su **satisfacción** por haber conseguido el **control de nervios**, que es uno de los principales problemas que los participantes exponen tener durante el discurso. **Seguido del control de emociones tal cual y en el sentido amplio de la palabra.**



2. Resultados del análisis observacional de la dinámica del curso

Los cambios observados en la dinámica del curso se pueden describir de la siguiente manera:

- **MINUTO UNO**

Desde el inicio, concretamente **desde el minuto uno**, se comenta al alumnado que va a ser observado (respecto a su comunicación no verbal, gestión de emociones y discurso), incluso mientras se están sentando y todavía no se han iniciado los primeros intercambios de palabras. Este inicio suele llamar la atención del alumnado, ya que perciben claramente que van a conocerse mejor a ellos mismos y que van a recibir consejos para mejorar.

El objetivo esta observación inicial es comprobar el patrón del alumnado, cómo se comporta cuando todavía no ha empezado la clase y se siente relajado y cómo cambia hasta el tono de voz cuando empieza a trabajar en grupo o tiene que expresarse en público a través del discurso. Se predispone a la mayor parte del alumnado a la cooperación en cualquier práctica. El alumnado toma conciencia de que va vivir intensamente cada momento de las sesiones del curso.

- **REGLAS DE FUNCIONAMIENTO**

Poner unas reglas de funcionamiento de las sesiones con el objeto de que saquen el mayor rendimiento a su tiempo hace que las personas presten más interés y las acepten. Se les pide a los participantes que colaboren y dejen de lado sus colores políticos para conseguir aprender lo máximo posible. Es fácil poner estas reglas ya que las personas que asisten es de forma voluntaria y realmente suelen estar muy interesadas en mejorar determinados aspectos de su comunicación, lo que ayuda a que la colaboración sea más fácil y fluida.

La primera regla es que el alumno se desvincule de su rol como político y que se vincule al momento presente dejando de lado prejuicios, roles aprendidos, u otras actitudes que supongan una barrera para trabajar con cualquier compañero independientemente de su signo político, de hecho, no se les pregunta cuál es su signo político. La mayoría de las veces se consigue y los alumnos llegan a crear vínculos afectivos indiferentemente de su partido político.

La **segunda regla** es la utilización de la “cooperación participativa” es decir, todos aprenden de todos. Se comparten experiencias con el objetivo de aprender y retroalimentarse de los casos y experiencias de éxito unos de otros. Se comparten conocimientos y se cambian los roles para comprobar los cambios.

- **CALIBRACIÓN DEL GRUPO**

Una vez marcadas las reglas básicas se realiza una serie de ejercicios previos, como discursos breves con simulación de diferentes contextos, para conocer el nivel de conocimiento de los alumnos y las alumnas y en función de los **resultados se adaptan las prácticas al grupo.**

- **COPARTÍCIDES**

Lo primero que trabajamos es la observación y la empatía. Llama la atención que un porcentaje muy bajo de los participantes le dan importancia a la observación y a la escucha cuando inician las sesiones, lo que cambia en gran manera cuando terminan las mismas. Sin embargo, se practica que el alumnado haga ejercicios de observación con sus compañeros desde el inicio, de manera que aprenden a desarrollar la observación y la escucha como parte de los ejercicios tanto individuales como grupales. De manera que los alumnos se convierten en copartícipes de la mejora de sus compañeros. Todos son responsables de los avances de los demás.

Cuando los participantes hablan de desarrollar técnicas de comunicación o de lo importante de la comunicación, un porcentaje muy bajo hace hincapié en estos aspectos, que son los más importantes como se desarrolla en las sesiones del curso. Los cambios y las reflexiones sobre su importancia se repiten en la mayor parte de las sesiones.

- **AUTOCONCIENCIA**

El siguiente paso es trabajar la comunicación personal. Se trabajan ejercicios para que los alumnos comprueben qué transmiten. Es un primer contacto con su propia comunicación personal. En estos ejercicios llama la atención que se trata de uno de los ejercicios que más choca con la realidad del alumno, pues se somete al criterio, a la percepción o en su caso, juicio, del otro. Existe un porcentaje de aproximadamente el 2% que lleva mal este tipo de prácticas.

La principal observación empieza por uno mismo. De hecho, se trabaja con ejercicios para que comprueben **qué transmiten, es lo que llamamos visión interior positiva**. En la mayor parte de los casos se sorprenden con la imagen tan diferente que tienen de ellos mismos y de lo que realmente transmiten, sin embargo, el ejercicio lo que busca es precisamente que se centren en aquello que transmiten de manera positiva para ganar seguridad y confianza.

La autoconciencia les lleva a descubrir el autoliderazgo. El autoliderazgo es la pieza clave para trabajar el liderazgo, y la persona cuando lo descubre quiere seguir incidiendo en este capítulo porque desde aquí adquiere confianza y seguridad que se nota a la hora de transmitir a los demás. Este aspecto es fundamental para que la persona tome medidas de mejora y se motive hacia el cambio positivo del aprendizaje. Y una de las bases de la metodología empleada.

Es un primer contacto con su propia comunicación personal se convierten en los mayores críticos de ellos mismos, pues la propia crítica es mejor recibida y más objetiva que la que reciben desde fuera. Esta parte les hace pensar bastante, de hecho, en ocasiones, hay personas que se han negado a realizar esta práctica porque no quieren compartir aspectos tan personales con los demás. Lo que se respeta y se trabaja de manera individual si el alumno lo solicita (trabajo individual y no grupal).

- **CONCEPTO DE LA COMUNICACIÓN**

Una vez trabajada la comunicación personal se pasa a la parte genérica. Pues de esta manera el alumno toma más conciencia de las respuestas a las que suele estar habituado cuando se habla de comunicación. Y se produce en la mayor parte de los participantes un choque. Esta dinámica se realiza por dos motivos. El primero para adecuar el nivel de los asistentes. Para ello es necesario conocer qué visión tienen ellos sobre la comunicación y la importancia que le dan. Algunos dan respuestas técnicas o aprendidas y en una minoría responden de manera consciente de qué es la comunicación para ellos. Las visiones son dispares en lo subjetivo y bastante parecidas en los términos técnicos o aprendidos. Y por otra parte, para que ellos mismos reciban un choque frontal entre lo que dicen y lo que acaban de experimentar con la dinámica anterior.

El método permite que los participantes experimenten y observen partes tan importantes de la comunicación como el propio lenguaje empleado, la síntesis, el lenguaje no verbal y la imagen, que aunque en un principio no se le da importancia de manera consciente, todos coinciden en que la primera impresión es fundamental para convencer, por ello, les preocupa tanto el inicio de los discursos, los nervios, el miedo al ridículo, etc.

Realmente lo que se observa es que no hay un concepto claro de que es la comunicación, todos piensan que es importante, pero las razones que dan son demasiado genéricas en la mayor parte de las ocasiones.

- **CONTROL DE EMOCIONES**

Una vez conscientes de qué comunicamos y más cerca de la comunicación en su conjunto iniciamos a saltar las principales barreras de la comunicación y aquí aparecen las emociones. Razón por la que se hace mucho hincapié en el **control de estados emocionales**. Las situaciones tensas, reuniones, negociaciones, debates, medios de comunicación, intervenciones con la oposición, etc., a las que se enfrentan los políticos son constantes y la pérdida del control emocional puede ser decisivo en sus intervenciones. Este es uno de los temas que más estrés les genera.

Las principales barreras que vamos a trabajar y que se repiten en prácticamente todos los entrenamientos es el miedo a no cumplir las expectativas, al ridículo o al fracaso se repiten de manera constante como podemos apreciar en los resultados del estudio. Por lo que a este punto le damos una especial relevancia. Es la primera barrera que necesitan salvar para llegar a transmitir con seguridad y convicción.

Se ejercita la gestión de emociones a través del análisis de situaciones reales y puesta en escena y práctica de las técnicas para controlar las propias emociones y las ajenas. Normalmente son situaciones que ven como habituales y que no saben o les cuesta mucho resolver. Llama la atención que un alto porcentaje se ve cohibido ante personas que ejercen más autoridad que ellos. La referencia u opinión de estas personas hacia ellos mismos hace que muchas veces sea causa de bloqueos, nervios o simplemente perder el hilo del discurso.

Es importante trabajar la comunicación externa, ya que el “qué dirán” sobre todo las personas que están por encima de ellos en sus respectivos partidos es muy importante para los políticos, tal y como ellos mismos manifiestan. Sin embargo, cuando hablan para personas que (ellos consideran) están por debajo de ellos (equipo o colaboradores), no suelen tener ese miedo referencial.

- **ROMPER BARRERAS**

Empezamos con el discurso y de nuevo rompemos **barreras**. La mayoría no son conscientes de que no escuchan, sin embargo, les molesta mucho no ser escuchados. Todo aquello que les molesta de los demás se hace patente en los ejercicios en los que se ejercita esta habilidad y observan por ellos mismos que en muchas ocasiones tampoco lo hacen.

Con estas prácticas se busca crear conciencia de la importancia de la escucha para saber hablar. Gran parte de ellos confiesa estar más pendientes de lo que quieren decir y de ellos mismos que de su público. Más que si lo que dicen es escuchado o apreciado.

Sin embargo suelen ser poco autocríticos hasta que son conscientes de ello, y empieza a cambiar su discurso y su actitud. De hecho los tests y ejercicios realizados sobre la escucha demuestran que ésta es una de las habilidades menos desarrolladas por los políticos. Los más observadores son los que más escuchan, de hecho suele haber un pequeño porcentaje en los grupos, que empatiza con el público, escucha que es lo que quiere, que les preocupa y crea su discurso sobre la necesidad de su audiencia.

Aunque con frecuencia el mensaje es más emocional que racional, y suele carecer de contenido consigue llegar al público. Lo que observamos es que la forma de decir las cosas y la confianza que generan las personas pesa más que lo que realmente se está diciendo, los participantes se suelen fijar más en las formas que en el fondo, y ésta es una pauta que parece repetirse en casi todos los grupos.

Se observa que en los ejercicios realizados sobre la escucha y el discurso los alumnos que más convencieron al resto del grupo fueron aquellos que más herramientas emocionales utilizaron en su discurso (consciente o inconscientemente).

Cuando se realizan ejercicios sobre escucha, se busca **crear conciencia de la importancia de saber escuchar** para saber hablar. Gran parte de ellos confiesa estar más pendientes de lo que quieren decir y de ellos mismos. Independientemente del contexto, por lo que en ocasiones aciertan y en otras muchas no.

De hecho, realizamos ejercicios en los que tienen que escuchar para poder vencer el debate, sin embargo, terminan interrumpiéndose y argumentando sin escucharse.

Otra parte observa y al terminar y cambiar el rol son más conscientes de lo que no se debe hacer. Verse y escucharse en grabaciones o compartir lo que otros compañeros han observado de ellos mismos les ayuda a tomar conciencia de cómo cambiar su comportamiento. No es suficiente con que el docente les diga lo que debe o no hacer el comprobarlo por sí mismos es el punto de inflexión para el cambio.

Se hacen ejercicios para que sean conscientes de cada una de estas habilidades, escuchar, observar, sintetizar. Cuando empiezan a ser conscientes de su importancia la mayoría quedan perplejos al darse cuenta la cantidad de información que se pierden por no estar centrados en los demás.

Esto lo ven sobre todo a través de otros compañeros que sí desarrollan estas habilidades. El liderazgo ejemplarizante en estas ocasiones funciona muy bien para motivar a otros y despertar el desarrollo de esta capacidad de escucha y observación.

Comprobamos en los resultados que estas habilidades (escucha y observación) son fundamentales para desarrollar algo fundamental para el político como es el **control de emociones**, en especial el miedo escénico, los nervios, la ansiedad, la mente en blanco. Aproximadamente el 90% de ellos sufre alguna de estas barreras y se refleja además de manera fisiológica (palpitaciones, sudoración, rojez en la piel, palidez, etc.).

Por ello, se trabaja de manera práctica sobre sus propias barreras internas, nervios, ansiedad, mente en blanco. Comparten situaciones que les hacen perder el control, se comparten, se analizan y se hacen conscientes. Cuando la persona entiende que es un proceso natural y no está solo empieza a relajarse, esto es casi un 50% del proceso. El otro 50% depende de la preparación y de la motivación.

A partir de esta primera toma de contacto con su propia comunicación se inician las explicaciones y prácticas sobre cómo funciona la comunicación y **la importancia de la comunicación** tanto a nivel verbal, en especial hacemos hincapié en la oratoria y el discurso político, como no verbal, en la que también se trata de la importancia de la imagen. Se les explica y comprueban cómo cambiando su comunicación pueden llegar de manera más efectiva a los ciudadanos. La comunicación se convierte en la herramienta más eficaz para convencer y transmitir sus ideas, sus mensajes políticos.

- **DESARROLLO DE LA CAPACIDAD ORATORIA**

Cuando se pregunta por la construcción de la imagen del político, los participantes responden que asocian la **imagen política** con unas determinadas características oratorias por fuentes referenciales o creencias propias. Por lo que se observa que adquieren modelos aprendidos o imitados.

Hasta que se produce un momento en que son conscientes de que pueden conseguir crear un modelo de imagen política propia, lo cual suele ser a mitad del entrenamiento y a partir de aquí empieza el cambio.

En el momento en que lo hacen es cuando realmente emerge la capacidad oratoria que llamamos “natural”, la que sale desde las propias emociones que le genera al orador lo que está contando y no la oratoria técnica, la aprendida o memorizada, o a veces, ni siquiera eso, improvisada.

Preparamos de manera técnica cómo se realiza el discurso, sus pasos, su orden, pero lo ejecutamos desde lo emocional para darle vida a las palabras y a nuestro lenguaje verbal y no verbal. Y buscamos la motivación y cómo crearla a través de preguntas poderosas y de trabajo de comunicación personal.

Un problema importante que se observa es el saber **resumir los mensajes**, lanzarlos adecuadamente y sobre todo saber argumentar de manera lógica. Porque muchas veces se pierde el hilo argumental pendiente de “qué tengo que decir a continuación”. El **tiempo** es algo que tampoco se suele controlar bien, por lo que aprender a sintetizar y conocer la estructura básica de un discurso es imprescindible para hacer un buen discurso.

Así que se trabaja la **estructura del discurso** para aprender a realizar un orden lógico de ideas, para ello hacemos prácticas con plantillas primero y después contando historias. Utilizamos la creatividad, como herramienta de motivación personal y del público, para que los discursos dejen de parecer artificiales o excesivamente preparados o no creíbles, ya que en muchas ocasiones falta síntesis y objetivo en el mensaje. Se trabaja con la utilización de **metáforas y la creación de historias**.

- **COMUNICACIÓN NO VERBAL**

La comunicación no verbal también nos sirve para descubrir la habilidad personal de cada uno. En algunos casos es la voz, en otra algún aspecto como la simpatía, la imagen, sus gestos, etc. Cada persona siempre tiene un talento que es necesario que descubra para conocer su auténtico potencial y también que reconozca los de sus compañeros, esto les ayuda a abrir su visión y poder defender posturas contrapuestas en cualquier momento.

Esto se trabaja a través de la comunicación no verbal, especialmente de lo que se describe como “presencia”, la puesta en el escenario, la primera impresión, lo que el político transmite sólo con su pose, con su actitud, también llamado “carisma” que en ocasiones tiene que ver con su propia imagen, la cercanía, la simpatía que generan, la identificación del público con el líder o de la propia seguridad y credibilidad que generan, todo esto en una primera impresión, como se observa en las prácticas realizadas por los participantes.

En las prácticas de la comunicación no verbal los alumnos son capaces de ver otra visión de sus compañeros y entender posturas contrapuestas. Sólo desde aquí se puede ser eficaz para preparar argumentos y contra argumentaciones.

La **comunicación no verbal** es el tema que en general más les llama la atención, la persona se cree en disposición de un poder hacia los demás de adivinar y de controlar. Cuando analizan y trabajan con la comunicación no verbal sobre todo en discursos y negociaciones se dan cuenta del impacto y la importancia más allá de lo llamativo que pueda ser pensar que “se lee la mente del otro”.

No obstante, trabajamos la comunicación no verbal, desde el estudio de la observación y patrones, lo que obliga al alumno a prestar mayor atención a su entorno. Le damos mucha

importancia a esta parte sobre todo en la manera de expresarse, pero siempre trabajando desde el eje de la persona.

Los discursos cambian mucho según el enfoque que se trabaje y eso es lo que se hace, practicar, y comprobar todo lo que se dice y se transmite con el lenguaje no verbal. Se trabaja la congruencia entre la comunicación no verbal y la verbal para que el discurso no pierda credibilidad. Se practica con gestos y símbolos de liderazgo en el discurso. Las prácticas se realizan con el análisis de videos y entrevistas reales lo que fomenta la observación y la retención de ideas sobre el alumno.

- **IMAGEN**

Si la comunicación no verbal llama la atención, la imagen es uno de los aspectos que más divierte, y además, es curioso que los hombres se preocupan igual o más por este aspecto. Aprender a dar mensajes profesionales lo ven de gran utilidad. Centramos esta parte en la imagen profesional, la importancia del vestuario, los colores, el peinado, los complementos, en diferentes contextos y públicos (radio, televisión, ruedas de prensa, social media, reuniones, negociaciones...).

La imagen se convierte en nuestra primera “tarjeta de presentación”, los políticos lo saben y es llamativo que, aunque comparten un estilo de imagen con muchas similitudes en los miembros pertenecientes a una misma corporación política, los que conocen la importancia de la imagen suelen intentar destacar sobre los demás con este aspecto concreto.

Como se ha comentado, la imagen es uno de los temas que más divierte a los participantes y donde más rápidos ven los cambios de lo que transmiten. Aspectos como contexto, mensaje y público y diferentes escenarios para practicar son parte de la sesión dedicada a la imagen.

Los cambios en directo, sólo utilizando colores o con determinados complementos, crean un antes y un después respecto a la visión que muchos tienen sobre la imagen, en ocasiones peyorativa, o reacios al cambio. Se observa que una vez los participantes inician su cambio de imagen el interés aumenta, entre otras cosas, porque les genera una gran seguridad.

La imagen es una de las temáticas que más se cuidan, sobre todo por los políticos anglosajones, los videos y las explicaciones de políticos internacionales en diferentes contextos, y el mensaje que están lanzando con determinado vestuario o colores es una de las partes que más gusta, pues es lo más fácil de realizar. Un pequeño porcentaje piensa que es mejor ser como uno mismo, independientemente del público y el contexto. Una minoría que queda relegada cuando la mayor parte de los participantes ven los cambios en ellos mismos.

- **LA PRÁCTICA**

Los participantes son especialmente receptivos con las prácticas. Se trabaja con técnicas de creatividad, entre otras, se practica en cómo crear historias y metáforas, de manera que al orador le sea más fácil conectar con su público. Para ello se empieza trabajando con aquellos temas que les producen más emociones y se van avanzando hacia presentaciones más técnicas, según el contexto y contenido. Estas historias transportan al público hacia la visión del orador. Es una técnica que como nos indican los alumnos les gusta porque les da rapidez a la hora de interiorizar los mensajes.

Es mucho más eficiente trabajar directamente con prácticas según las necesidades del grupo. Aunque esto obliga a utilizar muchas técnicas y herramientas de comunicación de manera sistémica, porque cada grupo es diferente del otro. En algunos existe una gran armonía y en otros cada uno va por un lado.

- **EL TIEMPO**

Una de los comentarios más repetidos por los alumnos es la falta de tiempo para profundizar en los temas. Se observa como los alumnos van tomando los diferentes contenidos como nuevos referentes en sus diferentes variantes, comunicación no verbal, control de estados emocionales, etc. Podemos deducir de las conclusiones de los alumnos que realmente falta preparación en las habilidades políticas y se desconocen la mayor parte de las técnicas comunicativas.

IV parte

DISCUSIÓN



DISCUSIÓN

El objetivo general de la presente Tesis Doctoral es mostrar una metodología de trabajo de los elementos de comunicación más importante en los líderes políticos y su influencia en la elaboración de un discurso convincente y eficaz”. En este punto, el término eficaz se entiende como la consecución del objetivo marcado por el orador. De manera tal que, a través de la utilización de esta metodología basada en “un entrenamiento específico de habilidades comunicativas para políticos”, mostrar cómo se puede mejorar su comunicación y su liderazgo a través del discurso.

En la investigación se ha trabajado con una muestra suficientemente representativa de los políticos electos. Dicha muestra representa el panorama político de la Comunidad Valenciana en el momento de la recogida de los datos, donde gobernaba en la mayoría de representación del Partido Popular (PP), seguido del Partido Socialista Obrero Español (PSOE) y el resto de partidos recogidos en la muestra. Cabe destacar que en la fecha de la recogida de datos todavía no habían emergido los nuevos partidos políticos que hoy día están en el panorama político nacional (Podemos, Ciudadanos...).

En la primera parte de esta discusión se analizan los resultados en base a los objetivos propuestos. Seguidamente se analiza qué variables pueden explicar, en función de la literatura revisada, los resultados que se han obtenido en el estudio. Finalmente se presentan las principales conclusiones que se extraen del presente trabajo.

1. Análisis de los Objetivos

En este apartado se enumeran de nuevo los objetivos y se ponen en relación con los resultados alcanzados así como con el apoyo teórico reflejado en la bibliografía de referencia.

1. Mejorar el conocimiento de los políticos participantes sobre la comunicación. Y específicamente sobre su propia comunicación.

Para conseguir este objetivo era necesario conocer el nivel de comunicación que tenían los políticos participantes. El 28% de los participantes relaciona la comunicación con transmitir y el 32% con relacionarse. No es hasta que ahondamos en su propia comunicación que empieza un cambio del concepto que tienen sobre la comunicación.

Para lograr el cambio se hizo reflexionar a los participantes en su propia comunicación. Empezando por la opinión que tenían de sí mismos como comunicadores y de su propia visión de qué es la comunicación. Ésta es la base para conocer a qué le dan más importancia cuando comunican y por tanto, ahondar en las cuestiones que más directamente les afectan y les interesa mejorar. Observamos que sólo un 18% de los participantes se considera buen comunicador cuando se inicia la primera sesión.

La mayoría de respuestas están relacionadas con la falta de seguridad (*“soy un comunicador regular, me falta seguridad en mí mismo”*; *“me falta seguridad en lo que quiero transmitir”*). Un 31% de las respuestas hacen referencia a la seguridad e inseguridad de su propia comunicación. Observamos que la seguridad es uno de los aspectos que más aparece en las respuestas de los políticos. Conocer que es lo que les produce esa inseguridad es una de las claves para poder trabajar y conseguir nuestro objetivo principal de mejorar la comunicación de los participantes.

Iniciar el curso con este autoanálisis nos ayuda a enfocar los puntos en los que trabajar la comunicación de los participantes. De hecho tal y como indican los políticos en las conclusiones, el conocimiento de su propio **estilo de comunicación** les ayuda a tomar conciencia de la importancia de adquirir habilidades comunicativas para conectar con el público. Si bien es cierto que, aunque todos podemos comunicarnos, no siempre sabemos

hacerlo (Álvarez, 2002), a lo que añadimos que, tal y como hemos podido comprobar en el estudio, ser consciente de la propia comunicación es el primer paso para aprender.

Respecto al hecho de que primero nos comunicamos con nosotros mismos para ser conscientes de nuestra propia comunicación, seguimos la línea de autores como Bateson (1965) que apostaron ya en los años 50 por la propia comunicación del individuo. Otros autores permanecieron en la única línea de que la comunicación es unilateral, en este sentido Kartz y Lazarsfeld inician estudios hacia la comunicación bilateral. Otros autores les siguieron como Berló (1963), Lerner (1973) y Nowak, Rosengren y Sigurd (1977).

En esta línea, los participantes toman conciencia de su propia comunicación al realizar su propio autoanálisis de qué es lo que consideran que transmiten y darse cuenta de sus propias barreras para llegar a los demás. También son conscientes de sus fortalezas (“puedo adaptarme a diferentes entornos”, “transmito seriedad y seguridad”; “puedo desarrollar ideas sin nerviosismo”). Así, los participantes encuadran tanto barreras como fortalezas. Y al descubrirlo aumenta su motivación para enfocar el trabajo a mejorarse a sí mismos. Es el primer paso para desarrollar los elementos que pretendemos trabajar con el método presentado.

El concepto que planteamos de comunicación personal enlaza con la forma en que nos relacionamos y comunicamos, constituye nuestro pensamiento y, por tanto, nuestra forma de hablar y de gesticular (Paul Ekman, Richard Bandler, 1970).

2. Analizar los principales elementos de la comunicación en los políticos. La importancia de la Comunicación verbal y no verbal.

Se observa por parte de los políticos de la muestra que, aunque bien hacen referencia a la necesidad de querer trabajar la oratoria, no le dan tanta importancia a los elementos de la misma como la comunicación verbal y no verbal. Tampoco encontramos alusiones concretas al conjunto de todos estos elementos. De hecho, los datos de la muestra arrojan que el 68% de los políticos no reconocen la comunicación verbal y no verbal como herramientas de habilidades comunicativas. En el estudio se ha presentado la realidad de la comunicación política y la necesidad de mejorar el desarrollo de las habilidades comunicativas.

Frente a autores que consideran la competencia comunicativa sólo como la capacidad de comprender un repertorio lingüístico dentro de una actividad y contexto determinado (Castillo, 2000), entendemos la competencia comunicativa como la **dimensión sociolingüística verbal y no verbal, textual y estratégica, presente, componente interactivo, compartiendo parte de la teoría sobre la misma de Cot (2000)**. En la línea de conocimiento y habilidad necesario para lograr una comunicación eficiente (Canale y Swain, 1980).

Explicar y aplicar cómo estructurar el discurso político.

El discurso, como herramienta fundamental de comunicación política, tiene dos elementos claves que desarrollamos en el entrenamiento, la introducción y la conclusión. Trabajamos, por ello, el tiempo y la conceptualización del mensaje desde el inicio, comprobamos esta afirmación con los resultados obtenidos en la muestra y apoyada por el autor Juan Milian (2010), que en esta misma línea hace hincapié en la importancia de trabajar sobre un objetivo concreto y práctico.

Mejorar el discurso es uno de los objetivos principales de los participantes. Aunque sólo un 39% utiliza la palabra “discurso” como tal, otro tanto utiliza “oratoria”.

El conocimiento y manejo de la comunicación verbal, no verbal y la imagen se explican antes de iniciar el entrenamiento del discurso y se complementan como parte básica de la misma para conseguir el objetivo principal de los políticos participantes: “convencer con el discurso”.

A pesar de este objetivo, llama la atención, sin embargo, que tener en cuenta el público ocupe un porcentaje tan bajo de su preocupación (2%). Se trabaja con diferentes escenarios, contextos y públicos para adaptar el discurso a los mismos, lo que cambia el concepto de los presentes sobre la importancia del público y la estructura del discurso, tal y como vemos en las conclusiones donde el 100% dicen haber mejorado aspectos de su comunicación, principalmente el estado emocional y el discurso.

Una de las partes más importantes para los participantes es saber estructurar adecuadamente el discurso y esto tiene que ver según ellos mismos con la seguridad que les aporta el control del discurso, frente a la naturalidad u otros elementos.

Un objetivo importante en el método es aplicar una estructura básica y sencilla que ayude a estructurar el mensaje de manera concreta y adaptada al público al que el político se va a dirigir. Esta estructura genera confianza y seguridad en un alto porcentaje de los participantes como base para trabajar otros elementos relacionados con el estado emocional y la conexión con el público

En las prácticas se incluyeron todos los elementos que afectan al discurso: la autoimagen como orador, la estructura, la comunicación verbal, no verbal, la voz, la empatía, el público y contexto, la imagen y el control de las principales barreras de la comunicación, los estados emocionales y sus manifestaciones fisiológicas. El 49% tiene miedo de dejar al descubierto sus carencias, en el entrenamiento comprueban como la preparación del discurso les ayuda a mejorar su seguridad.

Crear una metodología de entrenamiento basado en habilidades comunicativas para políticos.

El objetivo es desarrollar las principales habilidades que se demandan en los políticos actuales. Se inician los programas de entrenamiento para reducir déficits de habilidades sociales en los años 70 con autores como Esiler, Hersen, McFall y Goldstein (1970). **Las habilidades sociales pueden aprenderse** tal y como defienden autores como Caballo (2002), García Vera (1982), McFall (1982) y Trower (1982). En contra de las exposiciones de otros autores que defienden que las habilidades son producto de la conducta y no de las personas encontramos a autores como Alberti (1977).

La **competencia comunicativa** es un fenómeno que va más allá de la eficacia de nuestros conocimientos, hábitos y habilidades (**Hospitalé, 2004**). Nuestros resultados ponen de manifiesto que las habilidades de comunicación pueden ser aprendidas, tal y como se muestra en los comentarios que presentan los alumnos al final del curso. Así, el 34% muestra su satisfacción por haber conseguido controlar los nervios; el 27% haber aumentado su credibilidad y la seguridad en sí mismo; y el 22% indica controlar mejor sus emociones en general. Estos resultados les ha influido en la mejora de su discurso y un 100% dicen haber mejorado en alguno o varios aspectos de su comunicación.

En contra de las exposiciones de otros autores que consideran estas habilidades como capacidades para la interpretación y la actuación (**Chomsky, 1957**), nuestra metodología muestra que un uso correcto de la comunicación hace tomar consciencia de las capacidades propias, imprime seguridad y credibilidad frente a los equipos y frente al electorado.

En contra de autores que afirman que el orador es una persona que habla sin decir ni comprometerse a nada (**Albadalejo, 1993**), nuestra metodología utiliza la **oratoria como herramienta de mejora de relaciones entre el político y su audiencia, bien sea el público o su equipo**. Para ello, tal y como ya decía **Aristóteles**, no basta saber lo que hay que decir, sino que es necesario dominar cómo hay que hacerlo.

De manera que, para que la oratoria se convierta en una herramienta de nuestro liderazgo, hay que creer en lo que se dice y además hacerlo honestamente, como ya comentaron autores contemporáneos como **Yerce (2007)**. En esta línea de competencias del liderazgo y oratoria encontramos a **Goleman (1996)**.

El liderazgo ha sido una de las preocupaciones objeto de estudio de la política, como afirmaban autores como **Verba (1968)**. Las Habilidades Sociales están ligadas al liderazgo, los líderes que desarrollan su comunicación y oratoria llegan mejor a su entorno. Estas implicaciones las podemos encontrar de la mano de **García y Gil (2000)**.

3. Mejorar su estado emocional y por tanto salvar las principales barreras para comunicar tales como nervios, ansiedad o mente en blanco.

Nuestro objetivo de mejorar el estado emocional de los participantes, está directamente relacionado con el autoconocimiento de las principales barreras que le impiden comunicarse adecuadamente. Aquí encontramos, como principal barrera, el miedo escénico y en concreto lo que provoca este miedo es sobre todo la inseguridad (32%) y el miedo a equivocarse (20%) o no cumplir las expectativas de terceros (14%). Llama la atención que el 51% tienen miedo a quedarse en blanco. Nuestro objetivo es trabajar técnicas para que esto no ocurra o se minimice a través del autoreforzamiento y la preparación de la estructura del discurso.

Observamos en la muestra como las habilidades comunicativas permiten, tal y como afirman diferentes autores, **expresar sentimientos** que permiten una adecuada comunicación con sus semejantes (**Álvarez, 2002**). Tras el entrenamiento, el 30% de los participantes dicen haber mejorado el control de sus estados emocionales. Y el autoconocimiento ha sido un elemento importante para conseguirlo y enfocar el trabajo que cada participante en particular tiene que realizar.

Salvar las barreras personales son el primer paso para llegar a conectar con el público y conseguir la empatía emocional tal y como manifiestan autores como **Fernández (1996)** y permiten desarrollar diferentes estilos de comunicación, **adaptándonos** a los diferentes públicos, tal y como describen autores como **González (2005)**.

La **inteligencia emocional y la conciencia** están directamente relacionadas con los valores, tal y como dice **Arana (2002)**, los valores guían la actividad humana. La inteligencia emocional es la herramienta que trabajamos como una de las características principales del **liderazgo político (Goleman, 1996)**.

Otros autores (**Martín Salgado, 2002**), consideran que lejos de la inteligencia emocional la comunicación del líder está presidida por el **efecto racional**, condicionado por el interés y la capacidad y memoria del receptor. Sin embargo, comprobamos que cuando los políticos participantes consiguen sentirse más seguros de sí mismos, controlan la estructura y empatizan con el público (en las prácticas) inician la mejora de la comunicación.

4. Conocer y manejar la importancia de la imagen en el liderazgo político y cómo utilizarla en su imagen y discurso.

En la metodología empleada, el concepto de líder está directamente relacionado con la comunicación y su uso adecuado es imprescindible, este concepto lo vemos apoyado por el autor Santiago Barnés (2007). Desarrollar la comunicación implica también desarrollar la imagen y, de hecho, la imagen ejerce una influencia decisiva en la decisión de voto, afirmación confirmada por Camps (2009).

Observamos en los participantes que en un inicio no le dan tanta importancia a la imagen (3%), hasta que realizamos el primer ejercicio de puesta en escena, donde la imagen es protagonista, forma parte de su lenguaje no verbal y tienen que manejarla adecuadamente para llegar al público en los primeros momentos del discurso.

Un recurso que ayuda a reforzar el objetivo es el uso de las grabaciones de los discursos de los participantes y el análisis posterior del mismo en referencia a lo que transmite su imagen como oradores sobre todo en relación a los conceptos de cercanía, credibilidad y confianza.

Nuestro objetivo era que supusiesen manejar su imagen y lo que transmiten de una manera adecuada. Sin embargo, la imagen queda relegada a aspectos que para ellos son más importantes como el control de los estados emocionales. Sólo en los participantes que manejan adecuadamente sus emociones, la imagen ocupa un lugar preferente (11%). En las conclusiones finales aumenta la mejora e importancia de la imagen para los participantes pero sigue siendo un aspecto secundario para la mayoría. Lo que choca con la importancia que los grandes líderes políticos le prestan a la imagen.

Por otro lado, como apoyo teórico en esta discusión encontramos el planteamiento de este estudio, en el que se establecieron “objetivos, relaciones y autoconocimiento” como variables determinantes en las habilidades sociales, comunicativas.

Existen numerosos estudios que confirman las competencias comunicativas como herramienta eficaz. Correa, (2001) lo expone como modelo de competencia comunicativa e ideológica (Verón, 1970). Autores como **Bogoyá y Torrado (2000)** manifestaron el **papel fundamental de las competencias comunicativas**. Fernández (2002) hace referencia a la competencia comunicativa como factor de eficiencia profesional, así como su implicación a todas las áreas y esferas del desarrollo humano (Roméu, 2003-2005). Otros estudios avalan su uso en el área de la comunicación y el entorno laboral como en **otras áreas como la educación, la comunicación, el entorno laboral y la evaluación (Tobón, 2005)**.

Así pues, se observa que, para potenciar y desarrollar las habilidades y capacidades de comunicación y oratoria de los líderes políticos, es necesario tener en cuenta diferentes elementos. Ya que, para poder transmitir eficazmente, es necesario no sólo una buena oratoria,

sino también el **autoconocimiento** y desarrollo de **habilidades sociales**, aprendiendo y desarrollando todas las herramientas necesarias.

La primera herramienta es la “**comunicación**”. Para ello nos hemos basado en un concepto de comunicación que va más allá de la comunicación bidireccional. La comunicación se inicia con el propio pensamiento hacia uno mismo, que resuena directamente en la forma de comunicarse al exterior tanto verbalmente, como no verbal, como con su propia imagen.

El alumnado se auto-reconoce como comunicador e inicia el camino hacia la mejora personal y profesional. Dos elementos clave en la comunicación son “la **observación y la escucha**”. La propia observación es vital para reconocer el tipo de comunicación que se tiene, conocer las fortalezas y debilidades, e imprescindible para conocer a la audiencia.

Tras las intervenciones realizadas en los diferentes cursos, todo los participantes indicaron un cambio significativo en estos aspectos. Tal y como se muestra en los ejemplos que los participantes escribieron.

2. Variables explicativas de los resultados obtenidos

1. El concepto de la comunicación

En la metodología empleada es clave conocer cuál es el concepto que el político tiene de la comunicación, sobre todo en referencia a sus elementos y componentes principales, para luego ahondar en el concepto de comunicación política. **Respecto a la comunicación**, la propia palabra de comunicación se ha utilizado a lo largo de la historia con múltiples significados. Su estudio y su diversidad de teorías hace que el término, en ocasiones, pueda resultar demasiado genérico.

Concretar cuál era para los participantes el concepto de comunicación fue el punto de partida para conocer, no sólo el nivel de conocimiento del alumnado, sino la semejanza de significados del tema que estábamos tratando. Conocer el significado que para cada participante tiene el término nos daba, además, un eje para delimitar lo que para ellos es importante en un

término tan amplio y transversal. De hecho, observamos que **no es fácil formular una definición clara y precisa de la comunicación** y que quedan muchos elementos fuera del concepto.

Las respuestas de los participantes son genéricas. Algunos dieron respuestas técnicas o aprendidas y en una minoría respondieron de manera consciente sobre lo que es la comunicación. Las visiones son dispares en lo subjetivo (que reflejan su intención en la aplicación de la misma) y bastante parecidas en los términos técnicos o aprendidos.

Tal vez esa dispersión sea resultado del también disperso repertorio de definiciones y enfoques que se le ha dado al término. Como ya hemos podido ver en el marco teórico las primeras menciones al término “Comunicación” lo podemos situar en el Siglo XIV, pero es en el Siglo XX cuando comienza el estudio y teorización de este término. Shannon (1981) fue la primera persona que logró formular una teoría de transmisión clara y precisa de comunicación. Teoría a la que se le han ido añadiendo elementos desde entonces.

En este estudio hemos podido constatar cómo el grupo de la muestra tiene este concepto aprendido en base a estas teorías (el emisor transmite un mensaje al receptor por medio de un canal). Sin embargo, cuando hablan de lo subjetivo, sus visiones son más dispares, quedando patente que **no tienen el concepto claro**, aunque sí entienden la importancia de la comunicación para su vida personal y política.

2. Características observadas en la comunicación política

La principal característica que los políticos de la muestra atribuyen a la comunicación es principalmente que la **comunicación es intencional**, tal y como menciona **Lasswell (1948)**. El 28% de los participantes relacionan la comunicación con transmitir, y un 32% con relacionarse, en este caso, la intención para los políticos es la de convencer a sus electores. Sin embargo, no llegan a ser conscientes de la importancia de prestar atención al público antes que a ellos mismos, por lo que no suelen manejar la retroalimentación en su sentido más amplio tal y como defendía **Wiener (1985)**, para poder adaptarse al público, sino con el único fin de conseguir el voto.

Sin la **escucha y la observación**, no serán conscientes de que la comunicación es dinámica en sí misma, ya que la misma cambia en función del contexto, de las situaciones y de las relaciones (**Dance, 1967**). De hecho tan solo el 8% de los participantes lo percibe en un inicio como una capacidad.

La comunicación que se plantea en esta metodología es como un “todo”. En línea con **Birdwhistell (1952)** “**la comunicación es un todo integrado**” y no desvincula el lenguaje de los gestos de la comunicación verbal, asumiendo que cada postura o cada gesto remite inequívocamente a una significación particular.

Sin embargo, el político parece relacionar más la comunicación con los términos de **Osgood (1961)**, estableciendo conexión con la noción de influencia como meta central del tipo de comunicación que realiza. Tiene muy claras sus intenciones, pero no suelen interpretar las condiciones bajo las cuales se recibe el mensaje (**Nixon, 1963**). Falta desarrollar, por lo tanto la escucha, como podemos observar en la mayor parte de los participantes. De hecho en una primera fase solo un 9% habla de comunicación verbal y no verbal de manera integrada.

En cuanto al interés por la **persuasión**, elemento introducido por **Smith (1966)**, se busca controlar a la masa a través de esta comunicación, en este caso, política. En este punto debemos pararnos a reflexionar si esta forma es la más fructífera. De hecho, se realiza un trabajo de auto reflexión con los participantes para ver otras perspectivas de la comunicación. **Schramm (1982)** ya nos hizo recapacitar si los modelos de comunicación tradicionales eran la forma más fructífera de ver la comunicación.

¿Es esta idea de comunicar que tiene un político a priori la más efectiva? ¿Deben ser conscientes de la verdadera importancia de la comunicación?

Sin duda, es necesario una apertura a otras perspectivas de la comunicación tal y como se muestran en el entrenamiento. Observamos que en la mayor parte de las ocasiones tampoco son conscientes del proceso bilateral de la comunicación (**Nowak, Rosengren y Sigurd, 1977**), de los elementos emocionales y cognoscitivos, tanto en el ámbito verbal como en el no verbal. De hecho, sólo un 4% de los participantes relacionan comunicación con transmitir sentimientos o emociones.

Si bien hay que apuntar que el entrenamiento, sobre todo a través de las técnicas iniciadas por **Bateson (1965)** sobre “programación neurolingüística” (PNL), han contribuido a cambiar la percepción de una gran parte de los políticos participantes, a hacerlos más conscientes de los procesos mentales de la comunicación, entendiendo así cómo el público recibe de mejor o peor grado el discurso. Es interesante apuntar que esta apertura ha sido más fácil en hombres y mujeres de mediana edad, que en el alumnado con mayor edad (más de 55 años).

3. Elementos imprescindibles de la comunicación

Los **elementos de la comunicación** que se tienen en cuenta y que empleamos en la primera parte del entrenamiento son:

1. La actitud del propio político (comunicador)

Que influye de una manera positiva o negativa sobre su audiencia y sobre el propio individuo, imprimiéndole seguridad o inseguridad. Tal y como demuestran los resultados, la inseguridad es uno de los factores que más preocupa al político en su puesta en escena (32%). La seguridad del político incide directamente a la hora de comunicar, ya que esperan cubrir expectativas, pero el 51% tiene miedo de no hacerlo, y el 49% tiene miedo a quedarse en blanco. Preparar adecuadamente el discurso y controlar sus nervios son dos de las herramientas más importantes, según los participantes, para imprimir seguridad al político.

El planteamiento de **Dance (1967)** reside en la idea de un hombre comunicador más positivo que en el resto de modelos, un hombre que cuando comunica es activo, con capacidad creadora y que puede almacenar información de diversa índole. En los cursos observamos cómo aquellos políticos con mejor actitud son los que mejor comunican, más allá de su mensaje, su actitud y su forma. Es lo que convence en la mayor parte de las ocasiones.

Y llama la atención que un alto porcentaje de los participantes hace referencia a que lo que les motiva es **el público**, sin embargo, no lo tienen en cuenta en la mayoría de las ocasiones cuando configuran sus discursos. Sólo a un 10% de la muestra les motiva el tema que van a

tratar, y esperan la recompensa del público. Una tercera parte tiene la motivación intrínseca. Es por ello que, la metodología incide en trabajar principalmente en estos dos aspectos: tener en cuenta al público para configurar el discurso y la motivación personal para transmitir.

2. Adaptación como elemento primordial del buen comunicador

Esta adaptación conlleva el conocimiento principalmente de 5 elementos **contexto, observación, escucha, retroalimentación y audiencia.**

- **Contexto.**

El contexto es imprescindible para conocer a nuestra audiencia. El contexto de la comunicación es un elemento imprescindible (Ruesch, 1969) para los participantes del proceso comunicativo. Se realizaron prácticas con simulación de diferentes contextos, audiencia y mensajes.

Los alumnos que más se adaptaron a los diferentes contextos y públicos son los que mayor éxito obtuvieron en las prácticas de trabajo con diferentes audiencias. Los que mantuvieron la misma actitud y el mismo discurso en cualquier contexto perdieron credibilidad o crearon rechazo en alguno de estos contextos, sin entender muy bien porqué en unas ocasiones tenían éxito y en otras no, hasta que aprendieron a transmitir el mismo mensaje de diferentes modos.

- **Retroalimentación.**

Para que exista retroalimentación es necesario conocer o ser capaz de descifrar el código de nuestro interlocutor, hablar el mismo idioma, tal como manifestaban los participantes del curso, y como ya vimos en el marco teórico con el autor Wiener (1985) que explicaba la retroalimentación como un mecanismo de control y ajuste automático del comportamiento.

Para sostener una adecuada retroalimentación, la **observación y la escucha** se hacen imprescindibles, son necesarias para codificar y descodificar los mensajes. Para ello, el

aprendizaje de observación y escucha fueron claves, ya que en muchas de las ocasiones los discursos eran improvisados o no escritos y el estar pendiente de la audiencia, observando y escuchando primero, les proporcionó claves para adaptarse mucho mejor al entorno y conseguir conectar con la audiencia.

- **Audiencia.**

En este sentido la **audiencia** es un importante elemento a destacar. Conocido por todos, pero no siempre tenido en cuenta. De hecho lo más frecuente es que los participantes, no la considerasen, estando más centrados en lo que quieren decir. Este elemento es un clásico en la comunicación.

La audiencia cumple un papel muy importante ya que la inseguridad y la intención del discurso viene precisamente generada por esta, de hecho como ya hemos mencionado uno de los principales miedos de los participantes era no cumplir con las expectativas del público (51%).

Observamos en la muestra el interés primordial de controlar la audiencia y del uso de la comunicación como herramienta de persuasión para la misma. En la definición de **Smith (1966)** sobre la comunicación, **la persuasión** es el propósito primordial de la misma, lo que fue puesto de relieve en su afirmación: *“Cuando las personas se controlan entre sí, lo hacen primordialmente a través de la comunicación”*.

El discurso se utiliza por los políticos, mayoritariamente, como la principal herramienta de influencia. Podemos concluir que aunque la comunicación se explica por parte de los participantes mayoritariamente como una relación entre dos o más personas, no se menciona la audiencia como tal, parece más prioritaria la comunicación persuasiva y de convencer de las propias ideas de que realmente la conexión y adaptación al público. Se busca la influencia como meta central de la comunicación como ya fue descrita por Osgood (1961) al que mencionamos en el marco teórico.

- **El mensaje.**

La forma de transmitir el **mensaje** es otro de los elementos imprescindibles en la comunicación y al que se le da relevancia en su presentación en el discurso. Como señalan **Berelson y Steiner (1964)**: *“La transmisión de información, ideas, emociones, destrezas, etc. por el uso de símbolos-palabras, cuadros, cifras, gráficos, etc., es el **acto o proceso de la transmisión** de lo que generalmente se llama comunicación”*.

Llama la atención que los resultados apuntan a que una parte importante de la muestra relaciona transmitir con “transmitir información” (28%), no con la forma en que se transmite, por lo que el mensaje, muchas veces, queda falto de emoción y contenido. El político es responsable de expresar el mensaje adecuadamente para que llegue a la audiencia. Y aquí influirán las habilidades comunicativas que éste posea. Así pues, estas habilidades comunicadoras que debe tener el político ya las contempló el modelo de Berló (1960), el cual describe algunos factores personales que podrían afectar el proceso comunicativo, como las **habilidades comunicadoras**, actitudes, conocimiento, sistemas sociales y ambiente cultural, tanto de la fuente como del receptor.

La codificación del mensaje, supone descifrar tanto elementos verbales como no verbales. La observación y la escucha son dos elementos de entrenamiento utilizados en la metodología para agudizar los sentidos en la codificación de mensajes. La adaptación es un elemento imprescindible de las habilidades de la comunicación política. El contexto y la audiencia marcan el mensaje en nuestro discurso. La escucha y la observación son las herramientas para conseguirlo.

4. Preparación de discurso

Teniendo en consideración los elementos citados anteriormente y tras el correspondiente entrenamiento en ellos, se prepara el discurso. En dicha preparación debemos hacernos preguntas esenciales para componer el mismo. Preguntas que aparecen reflejadas en el **modelo de Lasswell (1948)** que se ha mantenido hasta nuestros días y que implica la respuesta a 5 preguntas clave.

Surge la necesidad de hacer una recapitulación de la **importancia de preparación del discurso**. Los políticos que han participado en el estudio tienen una clara intención de influencia como individuos de “referencia”. Se constata en el entrenamiento de discursos que la utilización de una **estructura y contestación de las preguntas adecuadas** les ayuda a configurar, de manera eficaz, sus discursos y a retroalimentar su seguridad personal, algo que los datos confirman como una de sus mayores preocupaciones (el 48% de los participantes le dan importancia a la seguridad como parte imprescindible para realizar un buen discurso).

A la hora de realizar un **discurso**, hemos comprobado que ya tienen, a priori, modelos aprendidos que imitan porque a otros les ha funcionado, sin llegar a analizar si ese patrón es adecuado o no para él o ella o para su entorno. Observamos que es más posible que se esté más pendiente de **elementos influyentes que les sirvan de referentes**, como menciona **Osgood (1961)**, que de sus propios elementos como referentes para sus electores o audiencia.

Esta percepción va cambiando a medida que se desarrolla el curso, acaban siendo conscientes de que cada uno de ellos tiene una serie de herramientas innatas (unos son los argumentos, otros es la voz, la imagen...). Los alumnos dan una importancia alta al discurso (23%), separándola de la comunicación verbal y no verbal (12%); el estado emocional, la motivación y aspectos generales (10%), la imagen (3%); y otros elementos como la voz (4%) se tienen en muy baja consideración, lo que cambia con el entrenamiento. Tener una estructura en la que basarse les aporta seguridad.

Así, la **preparación** es la clave para el éxito, pero esa preparación lleva diferentes facetas que no es sólo ensayar como si estuviésemos haciendo un teatro, de hecho “creérselo” es uno de los factores importantes en el éxito del discurso. Los participantes dieron mucha importancia al contenido de su **discurso y a su imagen**, pero apenas pensaban en su público, por lo que es, a veces, complicado encontrar un discurso político adaptado al público, al contexto, a las situaciones.

En línea con los que dice Birwhistell (1952), los participantes en los cursos tratan de cuidar su **comunicación no verbal**, pero, lamentablemente, interpretan ésta, no como una pieza más integrada al acto comunicativo, sino como si se tratara de un idioma paralelo e independiente del resto de elementos comunicativos, logrando así unos discursos fríos, aburridos e incapaces de transmitir al público; viéndose al político como un “monigote”

artificial que realiza gestos incongruentes si se relacionan con el discurso. En línea con los que decía Bucher (1978), les **falta analizar ese diálogo corporal**, a menudo inconsciente, que genera toda comunicación.

5. Comunicación verbal y No verbal

El discurso implica todos los elementos citados anteriormente que a su vez inciden directamente en los componentes básicos de **la comunicación verbal y no verbal**. Como dijo **Goffman (1971)** *quien no se expresa está muerto*. La culpa de causar o no una primera buena impresión es, indudablemente, de la **comunicación no verbal**. Se trata de una herramienta de gran impacto y, para manejarla, **es indispensable unirla intensamente a la comunicación verbal**, ya que ambas han de proporcionar al receptor el mismo mensaje.

La comunicación no verbal, para los políticos, es lo que les va a imprimir ese liderazgo necesario, ese carisma que buscan. Sin embargo, en nuestra muestra, el 12% no la consideran la herramienta más importante para comunicar adecuadamente, dando más peso a la comunicación verbal y buscando mejorar el control de sus estados emocionales.

En algunos casos se observa hasta cierta incredulidad sobre la comunicación no verbal, concepto que fue cambiando a medida que se avanzó con el entrenamiento. Al tratarse de una **ciencia interdisciplinar**, la metodología choca con frecuencia, como ya afirmó **Flora Davis (1976)**.

En el caso de la comunicación en políticos es muy significativo comprobar cómo su idea sobre esta disciplina se limita a adquirir una serie de gestos y entonaciones aprendidas como signos de poder y liderazgo, sin llegar a analizar más allá en su uso y sin darse cuenta de que, lejos de transmitir esto, pueden llegar a transmitir todo lo contrario.

La comunicación verbal, ha de ir ligada necesariamente a la comunicación no verbal y ambas ir entrelazadas en sintonía, como si de una coreografía se tratara. Siguiendo esta comparación, una pareja ejecutando una coreografía, si uno de ellos se equivoca en el paso o

no lo hace en el tiempo establecido, el espectador percibirá una incongruencia en el baile, que estéticamente le chocará. Pues con la comunicación sucede lo mismo.

Si la comunicación verbal (lo que decimos) no está en sintonía con la comunicación no verbal (cómo lo decimos, nuestros gestos, movimientos, voz...) el público percibirá una incongruencia en el mensaje y esto le provocará un rechazo hacia el mensaje o hacia el emisor del mismo (en este caso el político). Es importante destacar esto, ya que es uno de los grandes problemas que aparece de manera reiterada en los diferentes cursos analizados en el presente trabajo.

A lo largo del siglo XX han sido muchos los estudios en cuanto a la comunicación no verbal y su categorización. Los mismos iban encaminados a desentrañar una disciplina, hasta entonces, no explorada y que ha logrado grandes avances en cuanto a las teorías comunicativas. Asimismo, podemos encontrar bibliografía que muestra, a modo de diccionario, el significado de un gran número de gestos. Esta manera de interpretar los gestos, adolece de rigor si no se tienen en cuenta la importancia del estudio del contexto, de la observación, de la escucha más allá del gesto y de la frase.

Porque no todos los seres humanos son iguales, ni todas las circunstancias son las mismas a la hora de comunicarnos. Pongamos un ejemplo. José Luis Rodríguez Zapatero, era un político que utilizaba el gesto de las manos en forma de pirámide para mostrar liderazgo y poder cuando realizaba sus intervenciones. En las prácticas realizadas durante los cursos, el 60% de los alumnos utilizaban este gesto, tan sólo porque o lo habían visto en otros o porque alguien les dijo que tenían que utilizarlo cuando hablaran en público. En ellos se evidenciaba que era un gesto forzado, que no aportaba nada al discurso y que, por lo tanto, ese significado de liderazgo se diluía.

Por eso, a lo largo de los cursos impartidos a los políticos, se ha hecho incidencia en este hecho. No se puede escribir un texto para un discurso y luego repartir los puntos, las comas, las pausas sin rigor. Del mismo modo, no se puede hablar ante un público y repartir gestos y movimientos corporales aquí y allá, sin rigor, sin que encaje con lo que se dice.

Dedo índice en alto, manos abiertas hacia el público, manos en forma de pirámide, sonrisas forzadas eternamente, entre otros aspectos, en momentos que no “casan” con lo dicho

son muestras de cómo no debe ejecutarse la comunicación no verbal en política. Algo que, por desgracia, se ve a diario entre nuestros cargos electos. Es importante para los políticos ser capaces de transmitir con sentimiento, con convicción, con seguridad y ser creíbles ante el público que les observa y que les juzgará en función de la congruencia o incongruencia de su mensaje. La **Escuela de Palo Alto**, a mediados de los años 50 del Siglo pasado, contribuyó a desentrañar y teorizar el acto comunicativo en el sentido más amplio, donde se tienen en cuenta la perspectiva de cada uno de los participantes del acto comunicativo, que presenta diferentes niveles de realidad **Watzlawick y Beavin (1967)**.

Cuando el político en las sesiones descubre que su realidad no es la única y que es necesario abrir el mapa mental para entender las diferentes realidades que hay en este proceso, su entrenamiento cobra sentido y su aprendizaje es más rápido. Uno de los principales aprendizajes en los entrenamientos es que **todo es comunicación, no existe la no comunicación**. Lo que rompe con muchos esquemas tradicionales que ubican la comunicación únicamente como un acto bilateral.

Ruesch y Bateson (1980) llegaron a la conclusión de que es imposible no comunicar en las relaciones humanas. El alumno viene a las sesiones con la idea de mejorar su discurso y oratoria, pero en ellas entiende que siempre comunicamos, que hasta los silencios transmiten (comunicación verbal y no verbal). Para ellos, en el acto comunicativo hay una **diferencia entre “report” y “command”**, es decir, una cosa es la información en sí que se quiere dar en el mensaje (report) y otra diferente es el contexto y entorno social que existe en ese momento (command) y que va a hacer que se interprete la información de diferentes maneras.

El **“report” y el “command”** se ha trabajado durante las sesiones haciendo coincidir y dando un alcance flexible al “report” para hacer consciente al político de la necesidad de que ambos conceptos vayan de la mano. Esto se ha trabajado en las sesiones con ejercicios de observación y empatía. De manera que cuando el alumno entiende esas situaciones o contextos, le es mucho más fácil entender porque un mismo mensaje no es interpretado siempre de la misma manera.

No sólo se ha trabajado en la **codificación digital**, en las palabras habladas, sino en la **codificación analógica**, la no verbal que se construye a partir del contenido y del contexto, siendo un proceso de interacción que forma el conocimiento **Watzlawick (1967)**.

Además, se hace necesario que el político aprenda a distinguir sobre la **naturaleza de esta relación comunicativa (Jakson, 1965)**. Las relaciones pueden ser simétricas, de igualdad entre los agentes que intervienen (de político a político, por ejemplo) y complementarias, donde existen diferencias entre los comunicadores (como diferencias entre el rango de poder). Cuando se establece esta existencia y las “reglas de juego” en cada caso, el político transmite con más naturalidad en cada situación.

Schefflen (1964) habla de la congruencia en el acto comunicativo. Él observó que dos o más interactuantes pueden adoptar posturas congruentes (idénticas o en espejo) cuando el acto comunicativo fluye y es compartido por todos los agentes. De hecho, en las sesiones, los políticos han podido ejercitar en persona cómo, cuando una persona sigue con la postura, es porque comparte y está cómodo con lo transmitido. Siendo, para ellos, una señal de desconexión del público cuando esta simbiosis gestual no se produce. Los participantes no parecen conscientes de que no es posible la no comunicación hasta que realiza el entrenamiento, por lo que no aprovechan su potencial comunicador.

6. De aquí la importancia del “Entrenamiento en Habilidades Comunicativas”

Entrenar en habilidades sociales es integrar en el individuo un conjunto de técnicas que le permitan mantener interacciones sociales satisfactorias en su ámbito real de actuación (**Caballo, 2002**). Entre esas habilidades sociales nos centramos en las **habilidades comunicativas**, en los conocimientos necesarios para lograr comunicar de manera eficiente (**Canale y Swain, 1980**). Esto implica el conocimiento de la actividad comunicativa en un contexto determinado, como ya se indicaba antes, del sistema lingüístico, de los códigos no verbales, así como de sus condiciones de uso en función de contextos y situaciones de comunicación (**Castillo, 2000**).

Con este entrenamiento, durante las sesiones, se ha conseguido trabajar para que el político se convierta en un orador, en su más amplio sentido de la palabra. Para ello se ha trabajado en la **argumentación y capacidad de síntesis del mensaje**, con el objetivo de que el mensaje logre la adhesión del público a la propuesta lanzada.

Y para lograr este efecto, el mensaje ha de ser comprendido por el público, adecuándolo al contexto, a las situaciones y al público. **El público**, para el político no es un mero elemento de la comunicación, es el **ELEMENTO fundamental**. Por lo que ha de centrarse en él, comprenderlo, estudiarlo, observarlo y escucharlo antes de intentar llegar a él.



3. CONCLUSIONES FINALES

Como **conclusiones finales** podemos afirmar, basándonos en todo lo expuesto, los siguientes aspectos:

1. *“Los Líderes que desarrollan su comunicación y oratoria toman conciencia de sus errores”*. Los alumnos que durante las sesiones han trabajado las herramientas en comunicación y oratoria, siguiendo los pasos establecidos, han manifestado un notable cambio. Este cambio se ha producido en primer lugar en el yo interno y en el cambio de concepción que tenían de la comunicación a priori. De hecho, muchos de ellos han compartido con el grupo experiencias anteriores negativas, tanto en su organización como con el electorado, que después de las sesiones han podido analizar y comprender dónde residía el problema, adquiriendo herramientas para poder desenvolverse y entender el contexto en el que se desarrolla su quehacer diario. Aún así no se puede confirmar si en el futuro serán capaces de corregirlos.
2. *“El entrenamiento en Habilidades Sociales (oratoria, comunicación verbal y no verbal e imagen) contribuye a desarrollar las principales habilidades que se demanda en los políticos actuales”*.
3. *“Los políticos que mejoran su oratoria mejoran su autoestima”* y por tanto su seguridad y la credibilidad de su discurso. Cuando los participantes comprueban que mejorando la estructura del discurso llegan más a su público mejora su autoestima y su lenguaje corporal y verbal, se expresan con mayor confianza y seguridad.
4. *“Existe una gran diferencia entre los políticos que trabajan su discurso y los políticos que no suelen preparar sus discursos”*. En general, se observa una falta de preparación del discurso. Con el entrenamiento, los participantes descubren la importancia de preparar sus intervenciones.
5. *“La falta de preparación provoca manifestaciones fisiológicas e inseguridad que se traducen en el discurso”*. En las primeras sesiones manifiestan sus reacciones ante un discurso, y un alto porcentaje reconoce tener manifestaciones fisiológicas producidas

por los nervios (ritmo cardiaco, sudoración, dolor de estómago...). El trabajo en las sesiones consiste en profundizar en esos miedos y en hacerles ver que son fruto de una mala preparación del discurso. Un alto porcentaje de la muestra reconoce que no se preparan el discurso suficientemente, algunos por falta de tiempo o por desconocimiento o por exceso de confianza. Esas inseguridades desaparecen a medida que el alumno va aplicando las diferentes herramientas y prepara su discurso siguiendo unas pautas establecidas. Tanto es así, que un gran porcentaje de la muestra, pese a no haber dado importancia al control de emociones a priori, reconoce haber mejorado ese control tras las sesiones.

6. “El importante papel de la preparación del discurso para ganar confianza y mejorar el control emocional”. Los participantes tras el entrenamiento, tal y como indican las conclusiones de mejora, son conscientes de la importancia del control de emociones que les afecta en aspectos tan relevantes como la propia seguridad personal, nervios, miedo escénico y ansiedad.
7. “Cuando los participantes mejoran su control emocional, su lenguaje no verbal y no verbal mejora”. El lenguaje corporal está directamente relacionado con la seguridad que manifiestan los políticos que han trabajado adecuadamente su discurso. Existe una gran diferencia con aquellas manifestaciones físicas de inseguridad que genera la falta de control emocional y la percepción de falta de confianza que transmite la misma.
8. “Los políticos tienen un concepto de la comunicación muy genérico y muy intencional”. Por ello, es importante dar un concepto más amplio y a la vez más concreto de los elementos de la comunicación y de cómo superar barreras.
 Cuando el político es consciente de todos los elementos que influyen en la comunicación y lo diferente que es comunicar de lo que realmente transmiten va mejorando su comunicación.
 El político gana seguridad que se traduce en un mejor discurso y un mejor entendimiento con el auditorio y con los diferentes contextos.
9. “El control de emociones y la comunicación hacen que el político pueda adquirir una estructura de discurso emotivo y bien argumentado”.

10. *“La autoconciencia de sus errores y de sus habilidades es la base del trabajo posterior”* les lleva a su propio auto liderazgo y es el primer paso para entrar en empatía con los demás.
11. *“En general los políticos tienen muy en cuenta las opiniones de sus superiores en el partido”*. El “qué dirán”, sobre todo las personas que están por encima de ellos en sus respectivos partidos, lo manifiestan como muy importante. Sin embargo, cuando hablan para personas que (ellos consideran) están por debajo de ellos (equipo o colaboradores), no suelen tener ese miedo referencial. De hecho los ejercicios realizados sobre la escucha demuestran que esta es una de las habilidades menos desarrolladas por los políticos, así como la empatía.
12. *“Los políticos más observadores son los que más escuchan y por lo tanto mejor empatizan”*, de hecho suele haber un pequeño porcentaje en los grupos, que empatiza con el público, escucha qué es lo que quiere, qué les preocupa y crea su discurso sobre la necesidad de su audiencia. Cuando se realizan ejercicios sobre escucha, se busca crear conciencia de la importancia de saber escuchar para saber hablar.
La escucha es la base para crear discursos y generar empatía con el público. Gran parte de ellos confiesa estar más pendientes de lo que quieren decir y de ellos mismos, independientemente del contexto, por lo que, en ocasiones aciertan y en otras muchas no. De hecho, realizamos ejercicios en los que tienen que escuchar para poder vencer el debate, sin embargo, terminan interrumpiéndose y argumentando sin escucharse.
13. *“El entrenamiento con cambio de rol como oradores y como público observador y las grabaciones para que puedan verse son cruciales para reconocer cómo mejorar”*. Otra parte observa, y al terminar y cambiar el rol, son más conscientes de lo que no se debe hacer.
Verse y escucharse en grabaciones o compartir lo que otros compañeros han observado de ellos mismos les ayuda a tomar conciencia de cómo cambiar su comportamiento. No es suficiente con que el docente les diga lo que debe o no hacer, el comprobarlo por sí mismos es el punto de inflexión para el cambio.
14. *“El entrenamiento de habilidades adaptado a los participantes genera grandes cambios en breve espacio de tiempo”*

4. LIMITACIONES DEL ESTUDIO y APLICACIONES ACTUALES

Aunque este trabajo refleja importantes resultados, como limitaciones al mismo podríamos encontrar la falta de un seguimiento posterior a largo plazo de los alumnos con los que se trabajó. Si bien es cierto que, durante un tiempo, se mantiene el contacto con los participantes y nos informan de los beneficios y mejoras del entrenamiento, no podemos comprobar si se ha mantenido el cambio.

No podemos medir el tiempo de duración del cambio inicial o si una gran parte de ellos continuó con su proceso de mejora, aunque sí sabemos de manera informal que los que han mantenido los hábitos de preparación y disciplina han seguido su mejora como comunicadores.

Otra limitación sería la metodología seguida para la recogida de la información. Un cuestionario con respuestas tipo sobre la temática, pasados antes del curso y después del curso, hubiera permitido tener una medida más objetiva de los cambios, aunque hubiese restado versatilidad en las respuestas que se dieron.

Otra posibilidad hubiera sido utilizar un software para analizar la información recogida en las respuesta abiertas, sin embargo, dado que las respuestas de los participantes estaban muy acotadas, no se consideró necesario su uso, aunque tal vez hubiera resultado un análisis más preciso.

Por último, hay que tener en cuenta que la muestra recogida fue toda de políticos de la Comunidad Valenciana. Como se ha visto a lo largo de la tesis, los aspectos culturales son fundamentales en los estilos de comunicación, por lo que la realización de este estudio con otra muestra de políticos, podría arrojar conclusiones diferentes.

El campo de trabajo quedó abierto con este proyecto y ha continuado hasta la actualidad de mi carrera profesional. La influencia del uso de la comunicación y en especial del discurso y su repercusión en el electorado y público en general se hace patente en los líderes actuales donde aquellos que más dominan sus habilidades comunicativas ganan fuerza y posiciones.

Este trabajo me aportó una gran experiencia y la posibilidad de ir mejorando una metodología que empezó hace casi diez años y que se ha convertido en la base de mi trabajo actual.

Sigo trabajando con líderes políticos, ahora a nivel Internacional pero con una continuidad mucho más larga en el tiempo. Aquellas sesiones puntuales fueron el punto de partida para entender la importancia de entrenar nuestras habilidades y como éstas se van desarrollando cada vez más, al igual que nuestro cuerpo cuando entrenamos de manera constante, y se mantienen en el tiempo.

Es por ello, que actualmente realizo entrenamientos periódicos a líderes políticos, de hecho la media de entrenamiento de estos es semanal. Aprendí respecto al trabajo que aquí presento, la importancia de la constancia, del entrenamiento de la habilidades, quedando las sesiones iniciales a simples referencias que constituyen la base de un trabajo constante en el tiempo.

Aquellos líderes que después de las sesiones iniciales siguieron su entrenamiento consiguieron convertirse en excelentes oradores y destacados referentes. El trabajo es apasionante y continua hacia un centro de alto rendimiento donde igual que entrenamos nuestro cuerpo podemos entrenar nuestra mente, nuestras habilidades comunicativas, donde poder seguir avanzando en el apasionante mundo del liderazgo y la comunicación.



Referencias Bibliográficas



BIBLIOGRAFÍA

A

- Abreu, I. (2001). "El estudio de la imagen pública: ¿la clave del éxito?", en Revista Latina de Comunicación Social, (nº 39) [revista electrónica], <http://www.revistalatinacs.org/2001/latina39mar/111iabreu.htm>
- Adler, A. (1931). *What life should mean to you*. Boston: Little Brown.
- Aira Foix, T. (2012). La profesionalización y el periodismo político en España: la relación entre los periodistas y los spin doctors como fuentes de información. En CAL, *Cuadernos Artesanos de Latina*, 33. pp 83-98.
- Albadalejo, T. (1993). *Retórica*. Madrid: Síntesis.
- Alberti, R. E. & Emmons, M. L.. (1970). *Your perfect right*. San Luis Obispo, California: Impact.
- Alberti, R. E. (1977b). Comments on Differentiating assertion and agresión: Some behavioral guidelines. *Behavior Therapy*, 8, 353-354.
- Álvarez, J. L. & Pascual Bueno, E.M. (2002). Las competencias de liderazgo de los presidentes de gobierno en España. *Revista de Estudios Políticos* (Nueva Época) Núm. 116. Abril-Junio.
- Álvarez, M. I. (2002). *Comunicación y educación*. En Fernández, A. M. *Comunicación educativa*. Ciudad de la Habana: Ed. Pueblo y Educación.
- Álvarez, E. Gavara, A. & Vidal, M.A. (2003). *Las habilidades sociales en el ámbito sanitario*. Póster presentado en VIII Congreso Nacional de Psicología Social, Torremolinos. Abril.
- Anderson, H.H. y Anderson, G.L. (1954). Social development, en L. Carmichael (Ed.): *Manual of child psychology*, New York: Wiley.
- Anguera Argilaga, M. T. (1986). Niveles descriptivos en metodología observacional. *Apuntes de Psicología*, (16), 29-33.
- Anscombe, J. C. & Ducrot, O. (1994). *La argumentación en la lengua*. Madrid: Gredos.
- Arana, M. & Batista, T. (2002). La educación en valores en la formación profesional. En López, L. R. *Ética y Sociedad. t.II*. Ciudad de La Habana: Ed. Félix Valera.
- Argyle, M. (1975). *Bodily communication*. Londres: Methuen.
- Argyle, M. (1978). *Psicología del comportamiento interpersonal*. Madrid: Alianza.
- Argyle, M. (1980). *Interaction skills and social competence. Psychological problems: The social context*. Chichester. UK: John Wiley.

- Argyle M. (1981). *Social skills and Health*, London: Methuen.
- Argyle, M., Lefebvre, L., & Cook, M. (1974). The meaning of five patterns of gaze. *European journal of social psychology*, 4(2), 125-136.
- Argyle, M. & Henderson, M. (1985). *The anatomy of relationships*. Londres: Heinemann
- Argyle, M., & Kendon, A. (1967). The experimental analysis of social performance. *Advances in experimental social psychology*, 3, 55-98.
- Aristóteles. (2000). *Retórica*. Madrid: Gredos.
- Arundale, R. B. (1971). *The Concept of Process in Human Communication Research*. Michigan State University: Ph.D. Dissertation.
- Asch, S. E. (1946). Forming impressions of personality. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 41(3), 258.
- Assmann, H. (1973). *Teología desde la praxis de la Liberación*. Salamanca: Sígueme.
- Austin, J. L. (1971). *Palabras y acciones. Cómo hacer las cosas con palabras*. Buenos Aires: Paidós.

B

- Baena, G. & Montero, S. (2002). “El Marketing político como instrumentos metodológico de la comunicación política, La experiencia mexicana hasta las elecciones del 2000” Ponencia presentada en el VI Congreso de la Asociación Latinoamericana de la Comunicación, Política y Medios. 2002. México
- Bandura, A. (1978a). The self system in reciprocal determinism. *American Psychologist*, 33, 344-358.
- Bandura, A. (1978b). The self system in reciprocal determinism. *American Psychologist*, 33, 344-356.
- Barbotin, E. (1977). *El lenguaje del cuerpo (II). El rostro, la mirada, la palabra, las relaciones interpersonales*. Pamplona: Eunsa.
- Barnés, J. S. (2007). *El candidato ante los medios: telegenia e imagen política*. Madrid: Fragua.
- Barranco Saiz, F.J. (2003). *Marketing político*. Madrid: Pirámide-ESIC.
- Bass, B. M. (1981). *Stogdill's Handbook of Leadership*. New York: Free Press.
- Bateson, G. & Ruesch, J. (1965). *Comunicación: la matriz social de la psiquiatría*. Buenos Aires: Paidós.
- Bateson, G. & Mead, M. (1942). *Balinese Character: A Photographic Analysis*. New York : Academy of Sciences.

- Bauer, R. (1964). *The Obstinate Audience*. *American Psychologist*, 19, pp. 319-328.
- Baylon, Ch. & Mignot, X. (1994). *La comunicación*. Madrid: Cátedra.
- Beier, E. G., & Zautra, A. J. (1972). Identification of vocal communication of emotions across cultures. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 39, 166.
- Bellack, A.S. & Morrison, R.L. (1982). Interpersonal dysfunction. En A.S. Bellack; M. Hersen y A.E. Kazdin (Eds.), *Interpersonal Handbook of Behavior Modification and Therapy*. Nueva York. Guilford Press.
- Bennett, W. L. (1996). *News: the politics of illusion* (3ª ed.). Nueva York: Longman
- Berelson, B. & Steiner, G. (1964). *Human Behavior*. New York: Harcourt, Brace and World, Inc., p. 527.
- Berló, D. K. (1960). *El proceso de comunicación. Introducción a la teoría y a la práctica*. México: El Ateneo.
- Berló, D. K.. (1963). *Communication Theory and Audiovisual Instruction, Keynote Address to the National Convention of the Department of Audiovisual Instruction*, National Education Association, Denver, April 23.
- Berrocal, S. (2004). *Una aproximación a la nueva retórica del líder político televisivo: acciones, cualidades y discurso*. *Doxa Comunicación*, 2, 53-67.
- Birdwhistell, R. (1952). *Introduction to Kinesics*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Birdwhistell, R. (1970). *Kinesics and Context*. Barcelona: Gustavo Gili .
- Birdwhistell, R. (1979). *El lenguaje de la expresión corporal*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Blake, R. H., & Haroldsen, E. O. (1977). *Una taxonomía de conceptos de la comunicación*. México: Nuevomar.
- Blanco, A. (1981). Evaluación de habilidades sociales, en R. Fernández Ballesteros y J.A.I. Carrobes (Eds.): *Evaluación conductual: Metodología y evaluación*, Madrid: Ed. Pirámide.
- Bogoya, D. (2000). Una prueba de evaluación de competencias académicas como proyecto. *Competencias y proyecto pedagógico*, 7-29.
- Bouza, F. (1998). La influencia política de los medios de comunicación: mitos y certezas del nuevo mundo. *Revista El Debate de la Comunicación*, 237-252.
- Bower, S. y Bower, G. (1976). *Asserting yourself*, Reading, MA: Addison-Wesley.
- Briñol, P., De La Corte, L. & Becerra, A. (2001). *Qué es persuasión*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Brooks, R. D., & Scheidel, T. M. (1968). *Speech as process: A case study*. *Communications Monographs*, 35(1), 1-7.

- Brown, P. & Levinson, S. (1987). *Politeness. Some universals in language use*. Cambridge: Cambridge.
- Bruner, J. S., & Tagiuri, R. (1954). *The perception of people*. Harvard Univ Cambridge ma lab of social relations.
- Bucher, H. (1978). *Estudio de la personalidad del niño a través de la exploración psicomotriz*. Barcelona: Toray-Masson.
- Buell, Bradley et al. (1952). *Community planning for social services*, New York: Columbia University Press.
- Bühler, K. (1934). *Sprachtheorie. Die Darstellungsfunktion der Sprache* Jena: Fischer, 1934. Traducido por Julián Marías (1950). *Teoría del lenguaje*. Madrid, Revista de Occidente.
- Burgoon, J. K. (1994). Nonverbal Signals. In M.L. Knapp y G.R. Miller (Ed.), *Handbook of Interpersonal Communication* (pp. 229-285). London: SAGE Publications.
- Burke, K. (1969). *A rhetoric of motives* (Vol. 111). Univ of California Press.
- Bustamante, G. & Otros. (Vol I: 2001 – Vol II: 2002). *El concepto de competencia, Vol. I y II*. Bogotá: Sociedad Colombiana de Pedagogía, Alejandría Libros.

C

- Caballo, V.E. (1988). *Teoría, evaluación y entrenamiento de las habilidades sociales*. Valencia: Promolibro.
- Caballo, V.E. (2002). *Manual de evaluación y entrenamiento de las habilidades sociales*. (5ª ed.). Madrid: S.XXI.
- Caballo, V. E. & Carrobbles, J. A. (1988). Comparación de la efectividad de diferentes programas de entrenamiento en habilidades sociales. *Revista Española de Terapia del Comportamiento*, 6, 93-114.
- Cáceres Zapatero, M. D. (2003). *Introducción a la Comunicación Interpersonal*. Madrid: Síntesis.
- Camps, G. R. (2009). *Líderes políticos, opinión pública y comportamiento electoral en España* (No. 270). Madrid: CIS.
- Canale, M., & Swain, M. (1980). Theoretical bases of communicative approaches to second language teaching and testing. *Applied linguistics*, 1(1), 1-47.
- Canel, M. (2001). *Comunicación política. Técnicas y estrategias para la sociedad de la información*. Madrid: Tecnos.

- Canel, M.J. (2008). *Comunicación política. Una guía para su estudio y práctica*. Madrid: Tecnos
- Capritotti, Paul (1999): *Planificación estratégica de la imagen corporativa*. Barcelona: Ariel.
- Castillo, M. A. (2000). *El sobresaliente y la competencia comunicativa*. Colombia: Proyecto CAS.
- Charadudeau, P. (2001). *De la competencia social de comunicación a las competencias discursivas*. ALED, 1 (1), pp. 7-22.
- Charlesworth, W. R., & Kreutzer, M. A. (1973). Facial expressions of infants and children. *Darwin and facial expression: A century of research in review*, 91-168.
- Chibnall, S. (1997). *Law-and-order news: an analysis of crime reporting in the British press*. London: Tavistock.
- Cicerón. (2002). *Sobre el orador*. Madrid: Gredos.
- Coca Fernández, S. C., & Montes, S. (1988). *Comunicación y creatividad: la expresividad creativa del gesto*. Universidad Complutense, Facultad de Ciencias de la Información.
- Cochran-Smith, M. (2002). Learning and unlearning: The education of teacher educators. *Teachers and Teacher Education*, 19 , 5-28.
- Coleman, J. (1958). Relational analysis: the study of social organizations with survey methods. *Human organization*, 17(4), 28-36.
- Coll, C, & Onrubia, J. (1999). *Observació i anàlisi de les practiques en educació escolar*. Barcelona: UOC.
- Collins, J. y Collins, M. (1992). *Social skills training and the professional helper*. Chichester:Wiley.
- Combs, M. L. y Slaby, D. A. (1977). Social skills training ith children, en B.B. Lahey y A.E. Kazdin (Eds.): *Advances in clinical child psychology, Vol. I*, New York: Plenum.
- Cook, M. (1970). Experiments on orientation and proxemics. *Human Relations*, 23(1), 61-76.
- Cook, M. (1978). The social skill model and interpersonal attraction, en S. Duck (Ed.): *Theory and practice in interpersonal attraction*, London: Academic Press.
- Corraliza Rodríguez, J. A. (1988). Modelos básicos en el estudio de los sistemas de comunicación (I). En Sanz Aparicio, M. T. *Psicología de la comunicación*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Corraze, J. (1978). *Las comunicaciones no verbales*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Correa M., J. I., (2001). Asedios a una pragmática de la cognición y el lenguaje. En *Lenguaje y cognición*. Bogotá: Instituto Caro y Cuervo – Universidad de Salamanca.

- Cot, J. M. (2000). Hacia una descripción pedagógica de la competencia pragmática de los hablantes nativos de lengua inglesa. En: *Competencia comunicativa*. Madrid: Edelsa. p. 33-40.
- Crossman, E. (1960). *Automation and skill*, London: HMSO.
- Cuéllar, D., & Gutiérrez, J. (1971). Análisis de la investigación y de la aplicación del difusionismo. *Desarrollo y Comunicación: De la Teoría a la Praxis*, 115.
- Curran, J. P. & Wessberg, H. W. (1981). Assessment of social inadequacy. En D.H. Barlow (comp.), *Behavioral assessment of adult disorders* (pp. 405-438) Nueva York: Guilford.
- Curran, J. P. (1985). Social skills therapy: A model and a treatment. *Evaluating behavior therapy outcome*, 122-123.

D

- Dance, F. E. (1967). *Human communication theory: Original essays* (No. BF637. C45 D3). New York u. a: Holt, Rinehart and Winston.
- Dance, F. E. (1973). *Hacia una Teoría de la Comunicación Humana*. Buenos Aires: Ediciones Troquel.
- Darwin, C. (1984). *La expresión de las emociones en los animales y el hombre*. Madrid: Alianza.
- Davis, F. (2010 (1ª edic, 1976)). *La Comunicación No Verbal*. Madrid: Alianza.
- Davitz, J. (1964). *The Communication of Emotional Meaning*. Nueva York: McGraw-Hill.
- DeFleur, M. L. (1956). A mass communication model of stimulus response relationships: An experiment in leaflet message diffusion. *Sociometry*, 19(1), 12-25.
- DeFleur, M. L. (1966). *Teorías de la comunicación de masas*. Buenos Aires: Paidós
- De Janka, M. Zires. (1973). *Mass Communication in the Context of Development with special reference to Latin America*. Research Paper for Diploma in International and National Development, The Hague: Netherlands Institute of Social Studies, p. 6.
- De la Lengua Española, D. (2001). *Real academia española. Vigésima, I*. Madrid: R.A.E.
- De Lucas, F., & Murillo, C. (2003). Comunicación política y liderazgo: la dimensión estético-expresiva de la política postmoderna. *Saberes, 1*.
- Del Rey Morató, J. (1989). *La comunicación política*. Madrid: Eudema.
- De Saussure, F. (1995). *Curso de lingüística general*. Madrid: Alianza.
- Diamond, A. S. (1974). *Historia y orígenes del lenguaje*. Madrid: Alianza.
- Dilts, R. (2003). *El poder de la palabra*. Barcelona: Urano.

- Dittmann, A. T. (1972). *Interpersonal messages of emotion*. Springer Pub. Co..
- Domínguez, J., (1984). *Cómo vender a un candidato. El producto político en el mercado electoral venezolano*, en Nueva Sociedad. Núm. 68 (septiembre/octubre).
- Duncan, S. Jr. (1969). *Nonverbal communication*, Psychol., Bull., 72: 118-37. University of Chicago, Il

E

- Eco, U. (1981). *Tratado de Semiótica general*. Barcelona: Lumen.
- Efrón, D. (1970). *Gesto, raza y cultura*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Eibl-Eibesfeldt, I. (1977). *El hombre preprogramado*. Madrid: Alianza Universidad.
- Eisler, R. M., Hersen, M., & Miller, P. M. (1973). Effects of modeling on components of assertive behavior. *Journal of Behavior Therapy and Experimental Psychiatry*, 4(1), 1-6.
- Eisler, R.M., Hersen, M., Miller, P.M. & Blanchard, E.B. (1975). Situational determinants of assertive behavior. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 43, 330-340.
- Ekman, P. & Friesen, W. (1967). *Non verbal behavior in psychotherapy research, Researching psychotherapy*, vol. 3.
- Ekman, P., & Friesen, W. V. (1967, October). Origin, usage and coding: The basis for five categories of nonverbal behavior. In *Symposium on Communication Theory and Linguistic Models in the Social Sciences*, Buenos Aires, Argentina.
- Ekman, P., Sorenson, E. R., & Friesen, W. V. (1969). *Pan-cultural elements in facial displays of emotion*. *Science*, 164(3875), 86-88.
- Ekman, P., & Friesen, W. V. (1969). The repertoire of nonverbal behavior: Categories, origins, usage, and coding. *Semiotica*, 1(1), 49-98.
- Ekman, P., Friesen, W. V., & Ellsworth, P. (1972). *Emotion in the Human Face: Guide-lines for Research and an Integration of Findings: Guidelines for Research and an Integration of Findings*. Pergamon.
- Ellis, A. (1980). *Razón y Emoción en Psicoterapia*. Bilbao: Desclée de Brower S.A.
- Ellis, R. y Whittington, D. (1981). *A guide to social skills training*, London: Croom Helm.
- Ellis, R. & McClintock, A. (1993). *Teoría y práctica de la comunicación humana*. Barcelona: Paidós.

F

- Fast, J. (2006). *El lenguaje del cuerpo*. Barcelona: Kairós.

- Fast, J. (1994). *El sub lenguaje del cuerpo. Gestos, posturas y distancias en las relaciones personales y en la empresa*. Barcelona: Paidós.
- Fernández, A. M. (1996). *Las habilidades comunicativas*, Centro Iberoamericano para la Formación Pedagógica y la Orientación Educacional. *La Habana: ISPEJV*.
- Fernández, A. M. (2002). Habilidades para la comunicación y la competencia comunicativa. *Fernández G AM. Comunicación Educativa. 2da ed. La Habana: Pueblo y Educación*, 49.
- Fernández Collado, C., Hernández, R., & Ocampo, E. (2007). *Marketing Político e imagen de gobierno en funciones*. McGrawHill. México
- Fernández De La Torriente, G. (1975). *La comunicación oral; teoría y cuaderno de trabajo*. Madrid: Playor.
- Flusser, V. (1994). *Los gestos. Fenomenología y comunicación*. Barcelona: Herder.
- Foglio, A. (2007). *Il Marketing Politico ed Elettorale. Politica, partiti e candidati a servizio dei cittadini-elettori*. 7ma. Edición. Milano: Franco Angeli.
- Furnham, A. (1985). Social skills training: A european perspective, en L. L'Abate y M. A. Milan (eds.): *Handbook of Social Skills Training and Research*, New York: John Wiley and Sons, pp. 555-580.

G

- Gallego, C. (1998). *Lenguaje*, en: PUENTE FERRERAS, A. (coord.), *Psicología básica. Introducción al estudio de la conducta humana*. Madrid: Pirámide
- Gambrill, E. (1977). *Behavior modification*, San Francisco: Jossey-Bass
- García, J. L. (2000). *Comunicación no Verbal: Periodismo y medios audiovisuales*. Madrid: *Universitas*.
- García Beaudoux, V., D'Adamo, O., & Slavinsky, G. (2007). *Comunicación política y campañas electorales: estrategias en elecciones presidenciales*. Barcelona: Gedisa.
- García Fernández, J.L. (1991). *La comunicación de las emociones*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, Servicio de Publicaciones.
- García-Sáiz, M. (1992). *Habilidades sociales del líder político*. Madrid: Universidad Complutense.
- García-Sáiz, M. y Gil, F. (2000). Conceptos, supuestos y modelo explicativo de las Habilidades Sociales. En F. Gil, J.M León, L. Jarana (Eds.), *Habilidades sociales y Salud* (pp.47-57). Madrid: Eudema.

- García Vera, M.P., Sanz, J. & Gil, F. (1998). *Entrenamiento en habilidades sociales*. En F. Gil & J.M. Leon (Eds.), *Habilidades Sociales. Teoría, investigación e intervención*. Madrid: Síntesis
- García Villamizar, D. & Polaino-Lorente, A. (1987). Una aproximación a la evaluación de las habilidades sociales en el contexto clínico. *Comunicación presentada al II Congreso de Evaluación Psicológica*. Madrid, Septiembre de 1987.
- Garfinkel, H. (2006). *Estudios en etnometodología* (Vol. 52). Barcelona: Anthropos Editorial.
- Gerber, G. (1956). Toward a general model of communication. *Audio-visual Communication Review*. pp. 171-199.
- Gerbner, G. (1958). On content analysis and critical research in mass communication. *Educational Technology Research and Development*, 6(3), 85-108.
- Gil, F. (1980). Entrenamiento en habilidades sociales: el procedimiento "eficacia personal" de Liberman, *Rev. Psic. General y Apl.*, 35, 969-983.
- Gil, F. (1984). Entrenamientos en habilidades sociales, en J. Mayor y F.J. Labrador (Eds.): *Modificación de conducta*, Madrid: Alhambra, pp. 399-429.
- Gil, F. & Sarriá, E. (1985). Aplicación de técnicas de aprendizaje social en grupo para la formación de docentes: Microenseñanza, en C. Huici (Ed.): *Estructura y procesos de grupo*, Madrid: UNED, vol.2, pp. 361-384.
- Gil, F. & García Sáiz, M. (1993a). Entrenamiento en habilidades sociales. En Labrador, F.J., Cruzado, J.A. & Muñoz, M. *Manual de técnicas de modificación y terapia de conducta*. Madrid: Pirámide
- Gil, F., León, J.M., Jarana, L. (1995). *Habilidades Sociales y Salud*. Madrid: Eudema.
- Gismero, E. (2000). *EHS Escala de habilidades sociales*. Madrid: TEA Publicaciones de Psicología Aplicada.
- Goffman, E. (1971). *El ritual de la interacción*. Buenos Aires: Tiempo contemporáneo.
- Goffman, E. (1973). *Internados. Ensayos sobre la situación social de los enfermos mentales*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Goldman-Eisler, F. (1964). *Discussion and further comments*. In E. Lenneberg (ed.), *New directions in the study of language*. Cambridge, Mass.: M.I.T. Press, 109-130
- Goleman, D. (1996). *Inteligencia emocional*. Barcelona: Kairós.
- Goleman, D. (2013). *Liderazgo, el poder de la inteligencia emocional*. Barcelona: B.
- González Morales, J. C. (2005). *Autoexpresión y comunicación interpersonal en la organización*. La Habana: Ed. Logos.
- Gordoa, V. (2008). *Imagen Cool*. México: Grijalbo .

Gottman, J., Gonso, J. y Rasmusen, B. (1975). Social interaction, social competence and friendship in children, *Child Dev.*, 46, 709-718.

Grice, H.P., (1975). Logic and conversation. En Cole y Morgan, *Syntax and semantics*. Pragmatics Academic Press, 3.

H

Habermas, J. (1987). *Teoría de la acción comunicativa*, t.I. Madrid: Taurus.

Hall, E. T. (1973). *La dimensión oculta. Enfoque antropológico del uso del espacio*. Madrid: Nuevo Urbanismo.

Haley, J. (1963). [1966]. *Estrategias de Psicoterapia*. Barcelona: Toray.

Halloran, J. (1974). *Los efectos de la televisión*. Madrid: Editora Nacional.

Hargie, O. y Marshall, P. (1986). Interpersonal communication: A theoretical framework. En O. Hargie (Ed.) *A handbook of communication skills* (pp.1-52). Londres: Croom Helm.

Harrison, R. P. (1974). *Beyond Words: an introduction to nonverbal communication*. New Jersey: Prentice-Hall. INC. Englewood Cliffs.

Heidegger, M., y Gasset, J. O., Olasagasti, M., & Massip-Bosch, E. (1995). *Construir, habitar, pensar*. ETSAB-UPC.

Heider, K. G. (1969). *Attributes and categories in the study of material culture: New Guinea Dani attire*. *Man*, 4(3), 379-391.

Hernández Guerrero, J. A. H., & Tejera, M. D. C. G. (1994). *Historia breve de la Retórica*. Madrid: Síntesis.

Hernáiz, J.I. (2007). *Historia de la comunicación. Del tintero a internet*. Madrid: Universitas.

Herrero, M. L.(1997). La importancia de la observación en el proceso educativo. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del profesorado*, 1(0), 1-5.

Hersen, M. y Bellack, A. (1976). Assessment of social skills, en A. ciminero, K. Carlhoun y H. Adams (eds.): *Handbook of behavioral assessment*, New York: Wiley.

Hess, E. (1975). *The tell-tale eye*. Nueva York: Van nostrand reinhold.

Hill, A. A. (1982). Intonation pattern and syntactic ambiguity. En H. Geckler et al. (Eds) *Logos Semantikos: studia linguistica in honorem Eugenio Coseriu*, 1921-1981, 4: 13-16. Berlin y Nueva Cork: De Gruyter; Madrid: Gredos.

Horney, K. (1945): *Our inner conflicts*, New York: Norton.

Hospitalé, A., La competencia comunicativa: eje transversal en la experiencia de áreas integradas, citado el 27 de octubre de 2004 en [http:// www.cep.edu.uy/red](http://www.cep.edu.uy/red)

- Hovland, CI (1948). *La comunicación social*. Actas de la Sociedad Americana de Filosofía , 92 (5), 371-375.
- Hymes, D. (1967). Modelos de interacción del lenguaje y la vida social. En *Journal of Sociolinguistics*, 23, 2.
- Hymes, D. (1996). Acerca de la competencia comunicativa. *Revista en forma y función*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, no. 9, pp. 13-37.

J

- Jack, L. M. (1934). *An experimental study of ascendant behavior in preschool children*. Iowa City: University of Iowa Studies in Child Welfare.
- Jakobson, R. (1961). *Linguistics and Communication Theory. Structure of Language*. Nueva York: T. Sebeok.
- Jackson, D. D. (1965). The study of the family. *Family process*, 4(1), 1-20.
- James, J. (2003). *El lenguaje corporal. Proyectar una imagen positiva*. Barcelona: Paidós.
- Jousse, M. (1974). *La antropología del gesto*. París: Gallimard.

K

- Kaplún, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- Katz, E. & Lazarsfeld, P.F. (1955). *Personal Influence*. New York: Free Press.
- Katz, D. (1973). "Patterns of leadership". En Knutson, J.N., (Ed.), *Handbook of Political Psychology*. San Francisco: Jossey Bass
- Kelly, J. A. (1982). *Social-skills training: A practical guide for intervention*. New York: Springer.
- Kelly, J.A. (1987). *Entrenamiento de las habilidades sociales*. Bilbao: Desclée de Brouwer.
- Kendon, A. (1972). Birdwhistell's Kinesics and Context. *American Journal of Psychology*, 85(3), 441-45.
- Kimberly, Seltzer, y Bentley, T. (1999). *La era de la creatividad. Conocimientos y Habilidades para una Nueva Sociedad*. Editorial Santillana. Aula XXI .
- Klineberg, O. (1938). Emotional expression in the Chinese literature. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 33(4), 517.
- Knapp, M. (1978). *Social Intercourse: From greeting to goodbye*. Boston: Allyn and Bacon.
- Knapp, M. (2010). *La comunicación no verbal. El cuerpo y el entorno*. Barcelona: Paidós.
- Kretschmer, E. (1967). *Constitución y carácter*. Barcelona: Labor.

Kuhn, T. (2004). *La estructura de las revoluciones científicas*. Argentina: Fondo Cultura Económica.

L

- Labarre, W., *Paralinguistics, kinesics and cultural anthropology*. En: Sebeok. T.A. (1964). *Approaches to semiotics*. La Haya: Mouton.
- Ladd, G. W. (1981). Effectiveness of a social learning method for enhancing children's social interaction and peer acceptance, *Child Dev.*, 52, 171-178.
- Lakoff, R. (1998). La lógica de la cortesía, o acuérdate de dar las gracias. Julio, M.T y Muñoz (eds.). *Textos Clásicos de Pragmática*. Madrid: Arco-libros
- Lasswell, H. (1948). The Structure and Function of Communication in Society. En Brison, L. *The Communication of Ideas*. Nueva York: Harper and Brothers.
- Lazarsfeld, F.P., Berelson, B. & Gaudet, H. (1944). *The people's choice. How the voter make up his mind in a presidential campaign*. Nueva York: Columbia University Press.
- Lazarsfeld, P. & Merton, R. K.. (1948). *Mass Communication, Popular Taste, and Organized Social Action*, In: *The Communication of Ideas*, BRYSON, L., ed. New York: Harper.
- Lazarsfeld, F.P., Berelson, B. & McPhee, W.N. (1954). *Voting: a study of opinion formation in a presidential campaign*. Chicago: Chicago University Press.
- Lazarus, A. A. (1966). Behaviour rehearsal vs. non-directive therapy vs. advice in effecting behaviour change. *Behaviour Research and Therapy*, 4(1), 209-212.
- Leech, G. N. (1983). *Principles of pragmatics*. London: Longman.
- Lees, R. B., & Chomsky, N. (1957). *Syntactic Structures*. *Language*, 33(3 Part 1), 375-408.
- Legrenzi, P. (1986). *Historia de la psicología*. Barcelona: Herder.
- León, J.M., Barriga, S., Gómez, T., González, B., Medina, S. & Cantero, F.J. (1998). *Psicología social: Orientaciones teóricas y ejercicios prácticas*. Madrid: McGraw-Hill.
- Lerner, D. (1973). *World Communication, Population Communication, Communication Technology, Communication in the Future*. Honolulu: Speech-Communication Association.
- Lévi-Strauss, C. (1972(1945)). El análisis estructural en lingüística y antropología, en *Antropología Estructural*. Buenos Aires: Eudeba, 29-50.
- Libet, J. M., & Lewinsohn, P. M. (1973). Concept of social skill with special reference to the behavior of depressed persons. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 40(2), 304.

- Linehan, M. M. (1984). Interpersonal effectiveness in assertive situations. *Behavior modification with women*, 143-169.
- Likert, R. (1961). *New patterns of management* patterns of management, Nueva York: McGraw-Hill.
- Loprete, C. (1963). *Introducción a la oratoria moderna*. Buenos Aires: Editorial Nova.
- Lorenz, K. (1985). *El comportamiento animal y humano*. Plaza & Janés.

M

- Maarek, P. (1995). *Marketing político y comunicación: claves para una buena política*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Maingueneau, D. (1984). *Genèses du discours*. Bruxelles: Pierre Mardaga Editeur.
- Maisonneuve, J. & Bruchon-Schweitzer, M. (1984). *Modelos del cuerpo y psicología estética*. Buenos Aires: Paidós.
- Malinowski, B., & Frazer, S. J. G. (1986). *Los argonautas del Pacífico occidental*. Planeta-Agostini.
- Manin, B. (1998). *Los principios del gobierno representativo*. Madrid: Alianza.
- Maquiavelo, N. (2010). *El príncipe* (Vol. 204). Ediciones AKAL.
- Márquez, A. (1993). *Habilidades: proposiciones para su evaluación*. Santiago de Cuba: ISP Frank País.
- Martin Algarra, M. (1993). Sobre la complejidad terminológica de la teoría de la comunicación. En revista *Estudios de Periodismo*. Núm. 2, pp.7-26.
- Martín Algarra, M. (2003). *Teoría de la Comunicación: una propuesta*. Madrid: Tecnos.
- Martín Salgado, L. (2002). *Marketing político. Arte y ciencia de la persuasión en democracia*. Barcelona: Paidós.
- Martín Serrano, M. (1982). *La influencia social de la televisión* (II). En Revista de Investigaciones Sociológicas. Núm. 17 (enero-marzo). Madrid.
- Martinez – Pandiani, G. (1999). *Campañas, medios y estrategias electorales*. Buenos Aires: Ugerman
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological review*, 50(4), 370.
- Mauss, M. (2009). *Ensayo sobre el don* (Vol. 3063). Katz editores.
- Mauss, M. (1979). Técnicas y movimientos corporales. *Sociología y antropología*, 337-356.
- McFall, R. M. (1982). A review and reformulation of the concept of social skills. *Behavioral assessment*.
- McLuhan, M. & Fiore, Q. (1967). *El medio es el mensaje*. Nueva York: Bantham Books.

- Mead, H. (1953). *Espíritu, persona y sociedad*. Buenos Aires: Paidós.
- Mead, M. (1984). *Masculino y femenino*. Madrid: Minerva.
- Mehrabian, A. (1972). *Nonverbal communication*. Chicago: Aldine-Atherton.
- Meichenbaum, D., Butler, L. & Gruson, L. (1981). *Toward a conceptual model of social competence*. En J. Wine & M. Smye (Comps.). *Social competence*. Nueva York: Guilford Press.
- Menéndez, F. J. (1988). *Semiótica de la comunicación*. En: Sanz Aparicio, M. T. *Psicología de la comunicación*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Menéndez López, F. J. (1988). *Concepto y desarrollo de la comunicación no verbal*, en: Sanz Aparicio, M. T. *Psicología de la comunicación*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Menéndez López, F. J. (1988). *Expresión gestual y postural y aspectos espaciales exteriores en la comunicación no verbal*. En: Sanz Aparicio, M. T. *Psicología de la comunicación*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Menéndez López, F. J. (1988). *La expresión facial y ocular*. En: Sanz Aparicio, M. T. *Psicología de la comunicación*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Merleau-Ponty, M. (1985). *Fenomenología de la percepción*. Barcelona: Tr. J. Cabanes, Planeta Agostini.
- Michelson, L., Sugai, D. P., Wood, R. P. y Kazdin, A. E. (1987). *Las habilidades sociales en la infancia: Evaluación y tratamiento*. Barcelona: Martínez Roca.
- Milian Querol, J. (2010). *Los nuevos liderazgos políticos. Claves para una carrera política*. Barcelona: UOC.
- Miller, S. et al. (1990). *Trabajando juntos. Interpersonal Communications Programs*. Colorado: INC. 3ra. ed.
- Minkin, N., Braukman, C. J., Minkin, B. 1., et al. (1976). The social validation and training of conversation skills, *J. of Appl. behavior Analysis*, 9, 127-139.
- Missika, J.L. (2006). *La fin de la télévision*. Paris: Éd. Le Seuil, coll. *La République des Idées*, 108
- Monjas, M^a I. (1992). *La competencia social en la edad escolar. Diseño, aplicación y validación del «Programa de Habilidades de Interacción Social»*. Tesis doctoral no publicada, Universidad de Salamanca.

- Monjas, M^a I. (1994). Evaluación de la competencia social y las habilidades sociales en la edad escolar. En M.A. Verdugo (Dir.). *Evaluación curricular. Una guía para la intervención psicopedagógica*. (pp. 423- 497). Madrid: Siglo Veintiuno.
- Montaner, P. & Moyano, R. (1995). *¿Cómo nos comunicamos? Del gesto a la telemática*. Madrid: Alhambra Longman.
- Montecinos, E. (2007). Análisis del comportamiento electoral: De la elección racional a la teoría de redes. *Revista de Ciencias Sociales*, 13(1).
- Moral, F., e Igartua, J.J. (2005). *Psicología de la comunicación. Aspectos teóricos y prácticos*. Málaga: Aljibe.
- Moreno, R., & Isabel, M. (2015). *La comunicación del portavoz en las comparecencias públicas interpersonales: aspectos pragmáticos y retóricos de su competencia comunicativa*. Universidad Complutense de Madrid, Servicio de Publicaciones.
- Morgan, J. J. B. (1942). *Child psychology*, New York: Farrar-rinehart.
- Morris, D. (1971). *Comportamiento íntimo*. Barcelona: Plaza & Janes.
- Müller, F. M. (Ed.). (1877). *The hymns of the Rig-Veda in the Samhita and Pada texts* (Vol. 2). Trübner and Company.
- Murphy, G., Murphy, L. B. y Newcomb, T. M. (1937). *Experimental Social Psychology*, New York: Harper and Row.

N

- Newcomb, T. M. (1953). An approach to the study of communicative acts. *Psychological review*, 60(6), 393.
- Nierenberg, G.I. & Calero, H.H. (1973). *How to read a person like a book*. New York: Pocket Books.
- Nimmo, D. D., & Savage, R. L. (1976). *Candidates and their images: Concepts, methods, and findings*. Goodyear Publishing Company.
- Niño Rojas, V. M. (2011). *Competencias en la comunicación: hacia las prácticas del discurso*. Bogotá : Ecoe Ediciones.
- Nixon, R. (1963). *Investigaciones sobre Comunicación Colectiva*. Quito: Ediciones CIESPAL.
- Nizer, L. (1973). *The Implosion Conspiracy*. Greenwich: Conn. Fawcett.
- Nowak, K., Rosengren, K. E., & Sigurd, B. (1977). Communication Privilege and the Realization of Human Values. *Communication, Social Organization, Human Resources (MIKS Project)*(Stockholm: Committee for Future Oriented Research, 1977), 1.

O

- Ortells, S. (2012). Infoentretenimiento y periodismo político en televisión. En CAL, *Cuadernos Artesanos de Latina*, 33. pp 83-98.
- Ortiz, E. (1997). *¿Cómo desarrollar la competencia comunicativa del maestro?*. La Habana: Colección Pedagogía 97, Palacio de las Convenciones.
- Osgood, C.E. (1961). *Some Terms and Associated Measures for Talking About Communication Urbana*. Illinois: Institute for Communication Research.
- Ovejero, A. (1987). *Psicología Social y Salud*, Oviedo: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Oviedo.
- Ovejero, A. (1990). *Las habilidades sociales y su entrenamiento: Un enfoque necesariamente psicosocial*. *Psicothema*, 2, nº 2, 93-112.
- Ovejero, A. (1998). Las habilidades sociales y su entrenamiento en el ámbito escolar. Gil, F. & León, J.(comp.), *Habilidades sociales. Teoría, investigación e intervención*, 169-185.

P

- Page, L. M. (1936). *The modification of ascendant behavior in preschool children*, Iowa City: University of Iowa Studies in Child Welfare.
- Peirce, C. S. (1985). *Semiótica y filosofía*. Buenos Aires: Hachette S.A.
- Pelechano, V. (1996). *Habilidades interpersonales*. Valencia: Promolibro.
- Pelechano, V. (1999). Habilidades interpersonales: Antecedentes, sentido y operacionalización. *Análisis y Modificación de conducta*, 25 (100), 171-195.
- Penman, R. (1980). *Communication Processes and Relationships*. Londres: Academic Press.
- Perrenoud, P. (2001). La formación de los docentes en el siglo XXI. *Revista de Tecnología educativa*, 14(3), 503-523.
- Phillips, E. L. (1985). Social skills: History and prospect. *Handbook of social skills training and research*, 3-21.
- Phillips, L., & Zigler, E. (1961). Social competence: The action-thought parameter and vicariousness in normal and pathological behavior. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 63(1), 137.
- Phillips, L., & Zigler E, D. (1964). Role orientation, the action-thought dimension, and outcome in psychiatric disorder. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 68(4), 381.
- Piaget, R. (1930). *Human speech*. Oxford, England: Harcourt.
- Polaino-Lorente, A. (1987). *Educación para la Salud*. Barcelona: Heder

- Popkin, S. L. (1990). Information shortcuts and the reasoning voter. *Information, participation and choice: An economic theory of democracy in perspective*, 17-35. Michigan: The University of Michigan Press.
- Poyatos, F. (1994). *La comunicación no verbal (I). Cultura, lenguaje y conversación*. Madrid: Itsmo.
- Poyatos, F. (1994). *La comunicación no verbal II. Paralenguaje, kinésica e interacción*. Madrid: Itsmo.

R

- Rausell Köster, C. y P. (2002). *Democracia, información y mercado. Propuestas para democratizar el control de la realidad*. Madrid: Tecnos.
- Reece, M. & Whitman, R. (1962). *Expressive movements, warmth, and verbal reinforcement*, Journal of abnormal and social psychology. 64, pp. 234- 236.
- Reeves, R. (1997). *La realidad en la publicidad, Un acercamiento a la teoría de la USP*. Barcelona: Delvicobates.
- Ricci Bitti, P. E. & Cortesi, S. (1980). *Comportamiento no verbal y comunicación*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Ripollés, A. C. (2011). *Periodismo en televisión: nuevos horizontes, nuevas tendencias*. Comunicación Social.
- Robinson, W. L., & Calhoun, K. S. (1984). Assertiveness and cognitive processing in interpersonal situations. *Journal of behavioral assessment*, 6(1), 81-96.
- Rogers, E. M. (1975). *Where We Are in Understanding Diffusion of Innovations*, In: *Communication and Change in Developing Countries: Ten Years After*. SCHRAMM, Wilbur y LERNER, Daniel, eds Honolulu: University of Hawaii/East-West Center Press.
- Rolot, C. & Ramírez, F. (1988). *Choisir un president. Verites et mensonges d'une image televisuelle*. Paris: Ramsay
- Roméu Escobar, A. (2003). *Teoría y práctica del análisis del discurso. Su aplicación en la enseñanza*. La Habana: Editorial Pueblo y Educación.
- Roméu, A. (2005). *El enfoque cognitivo, comunicativo y de orientación sociocultural. Dimensiones e indicadores de la competencia cognitiva, comunicativa, sociocultural*. Colección Pedagogía.

- Rosenberg, S. W., Bohan, L., McCafferty, P., & Harris, K. (1986). The image and the vote: The effect of candidate presentation on voter preference. *American Journal of Political Science*, 108-127
- Rosenfeld, H. M. (1966). Approval-seeking and approval-inducing functions of verbal and nonverbal responses in the dyad. *Journal of Personality and Social Psychology*, 4(6), 597.
- Rosenthal, R. (1963). On the social psychology of the psychological experiment: 1, 2 the experimenter's hypothesis as unintended determinant of experimental results. *American Scientist*, 51(2), 268-283.
- Rospir, J.I. (1999). La globalización de las campañas electorales, en Muñoz-Alonso, A. y Rospir, J.I. (eds.). *Democracia mediática y campañas electorales* (pp. 55-88). Barcelona: Ariel.
- Ruesch, J., & Kees, W. (1969). *Nonverbal communication: Notes on the visual perception of human relations*. California: Univ of California Press.
- Ruesch, J. & Bateson, G. (1980). *Comunicación, la matriz social de la psiquiatría*. Buenos Aires: Paidós.

S

- Salter, A. (1949). *Conditioned reflex therapy*. Nueva York: Farrar, Strauss and Giroux.
- Sánchez Noriega, J.L. (2002). *Crítica de la seducción mediática. Comunicación y cultura de masas en la opulencia informativa*. Madrid: Tecnos.
- Santiago, P. (1985). *De la expresión corporal a la comunicación interpersonal*. Madrid: Narcea.
- Sapir, E. (1954). *El lenguaje: introducción al estudio del habla*. México: Fondo de cultura económica.
- Schefflen, A. E. (1964). The significance of posture in communication systems. *Psychiatry*, 27(4), 316-331.
- Schefflen, A. E. (1965). Quasi-courtship behavior in psychotherapy. *Psychiatry*, 28(3), 245-257.
- Schefflen, A. E. (1969). *Stream and structure of communicational behavior*. Bloomington y Londres: University of Indiana Press.
- Schiffer, S. (1972), *Meaning*, Oxford, Clarendon Press.
- Schramm, W. (1954). How Communications works. En Schramm (ed.). *The Process and Effects of Mass Communication*. Urbana: University of Illinois Press. (Traducido al español por la editorial Ciespal, Quito)

- Schramm, W. (1982). *Hombre, mensaje y medios*. Madrid: Forja.
- Schroeder, H.E., & Rakos, R.F. (1983). *The identification and assessment of social skills*. En R. Ellis y D. Whittington (Eds.). *New directions in social skillstraining*. London: CroomHelm.
- Schwartzberg, R. G. (1978). *El show político*. Barcelona: Dopesa.
- Searle, J. (1980). *Actos de habla*. Madrid: Cátedra.
- Serrano, S. (1980). *Signos, lengua y cultura*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Shannon, C. & Weaver, W. (1981). *Teoría matemática de la comunicación*. Madrid: Forja.
- Sheldon, W.H. (1940). *The varieties of human physique*. Nueva York: Harper and Row.
- Skinner, B. F. (1938). *The behavior of organisms: an experimental analysis*. New York: Appleton-Century-Crofts. 1938. pp. 457
- Smith, A. B. (1966). *Communication and Culture*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Smith, D. H. (1972). Communication research and the idea of process. *Communications Monographs*, 39(3), 174-182.
- Smith, H. L. (1953). *The Communication Situation*. Washington, D. C.: US Department of State, Foreign Service Institute.
- Smith, M. J. (1987). *Cuando digo no, me siento culpable*, Barcelona: Grijalbo.
- Stagliano, R. (1998) ¡Hacia una democracia electrónica!. En Ramonet, Ignacio *Internet, el mundo que llega. Los nuevos caminos de la comunicación*. Madrid, Alianza Editorial. Sommer, R. (1969). *Personal space. The behavioral basis of design*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Sorenson, E. R. (1971). *The evolving fore: a study of socialization and cultural change in the New Guinea highlands* (Vol. 2). Stanford University.
- Spang, K. (1991). *Fundamentos de la retórica*. Pamplona: Eunsa.
- Sperber, D. & Wilson, D. (1994). *La relevancia*. Madrid: Visor.
- Stevens, J. O. (1976). *El Darse Cuenta (Awareness: exploring, experimenting, experiencing): Sentir, imaginar y vivenciar. Ejercicios y experimentos en Gestalt*. Chile: Cuatro Vientos.
- Stogdill, R. M. (1974). *Handbook of leadership: A survey of the literature*. New York. Free Press.
- Sullivan, H. S. (1953). *The interpersonal theory of psychiatry*, New York: Norton.

T

- Tinbergen, N. (1973). *El estudio del instinto*. México: Siglo XXI.

- Tobón, S. (2005). *Formación basada en competencias. Pensamiento complejo, diseño curricular y didáctica*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Tomkins, S.S. (1962). *Affect, Imagery, Consciousness*, vol. I. Nueva York: Springer.
- Torrado, M.C. (2000). Educar para el desarrollo de las competencias: Una propuesta para reflexionar. En: Bogoya, D. y colaboradores. *Competencias y Proyecto Pedagógico*. pp. 31-54). Santafé de Bogotá, D.C.: Unibiblos.
- Trager, G.L. (1958). *Paralanguage: A first approximation. Studies in Linguistics*. 13. pp. 1–12.
- Trianes, M.V. (1996). *Educación y competencia social. Un programa en el aula*. Málaga: Aljibe.
- Trower, P. (1982). Towards a generative model of social skills: a critique and synthesis. En Curran, J.C. y Monti, P.M. (1982), *Social skills training. A practical book for assessment and training*. New York: The Guilford Press. Pp. 23-52.
- Trower, P. (1984). *A radical critique and reformulation; from organism to agent. Radical approaches to social skills training*. London: Croom Helm.
- Trower, P., Bryant, B. y Argyle, M. (1978). *Social Skills and mental health*. London: Methuen.
- Trower, P. & O'Mahony, P. (1978). *Problems of social failure –can social psychology help?* Comunicación presentada en la British Psychology Society, Loughborough.

V

- Vallés, Antonio (1994): *Habilidades sociales*. Alcoy, Alicante: Marfil.
- Van D, T. (2000).), El discurso como interacción en la sociedad. En *El discurso como proceso de interacción social. Estudios sobre el discurso II*. Barcelona: Gedisa.
- Van Hasselt, V. B., Hersen, M., Whitehill, M. B., & Bellack, A. S. (1979). Social skill assessment and training for children: An evaluative review. *Behaviour Research and Therapy*, 17(5), 413-437.
- Verba, S. (1968). *El Liderazgo. Grupos y conducta política*. Madrid: Rialp.
- Von Herder, J. G. (2002). *Herder: Philosophical Writings*. Cambridge: University Press.

W

- Wainwright, G. R (1986). *El lenguaje del cuerpo*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Wallon, H. (1942) *Del acto al pensamiento*. Bs.As.: Lautaro.
- Wainwright, G. R (1993). *Aprende tú solo el lenguaje del cuerpo*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Watson, O. M., & Graves, T. D. (1966). Quantitative research in proxemic behavior. *American Anthropologist*, 68(4), 971-985.

- Watzlawick, P., & Beavin, J. (1967). Some formal aspects of communication. *The American Behavioral Scientist (pre-1986)*, 10(8), 4.
- Watzlawick, P., Beavin A., Jackson, M. D. (1967). *Pragmatics of Human Communication. A Study of Interactional Patterns, Pathologies and Paradoxes*. New York: W.W. Norton&Company.
- Webb, P., & Poguntke, T. (2005). *The presidentialization of contemporary democratic politics: Evidence, causes and consequences. The presidentialization of politics: A comparative study of modern democracies*, 336-56.
- Weber, M. (1944). *Economía y sociedad*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Welford, A. T. (1981). Signal, noise, performance, and age. *Human Factors: The Journal of the Human Factors and Ergonomics Society*, 23(1).
- Westley, B. H. & MacLean, M. S. (1957). A conceptual model for communications research. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 34, pp. 31 ss.
- Wiener, N. (1985). *Cibernética o el control y la comunicación en animales y máquinas*. Barcelona: Tusquets Editores.
- Wilkinson, J. y Canter, S. (1982). *Social skills training manual: Assessment, programme design and management of training*. Chichester: Wiley.
- Williams, H. M. (1935). A factor analysis of Berne's social behavior in young children, J. *Exper.Education*, 4, 142-146.
- Winkin, Y. (coord.) (1982) *La nueva comunicación*. Barcelona: Kairós
- Wolff, C. (1966). *Psicología del gesto. Estudio de los movimientos que son expresión del carácter*. Barcelona: Biblioteca Universal Miracle.
- Wolf, M. (1994). *Los efectos sociales de los media*. Barcelona: Paidós.
- Wolpe, J. (1958). *Psychotherapy by reciprocal inhibition*. Palo Alto, California: Stanford University press.
- Wright, C. (1959). *Comunicación de Masas*. Buenos Aires: Paidós.

Y

- Yerce, J. (2007). *Cómo hablar bien en público*. Bogotá: Panamericana Editorial.

Z

- Zaldívar, D. (2006). *Competencia comunicativa y relaciones interpersonales*. Madrid: Ed. McGraw-Hill.

Zigler, E. y Phillips, L. (1960). Social effectiveness and symptomatic behaviors *J. of Abnorm, and Soc. Psychol.*, 61, 231-238.

Zigler, E. y Phillips, L. (1961). Social competence and outcome in psychiatric disorder, *J. of Abnorm.and Soc. Psychol.*, 63, 264-271.

Zigler, E. y Phillips, L. (1962). Social competence and the process-reactive distinction in psychopathology, *J. of Abnorm.and Soc. Psychol.*, 65, 215-222.



Anexos



Anexo I. Estructura y contenidos del curso

NOMBRE DEL PROGRAMA	ENTIDAD PROMOTORA	PERFIL ALUMNOS
“Curso de Técnicas de comunicación para políticos electos”	Diputación de Valencia	Políticos Políticos electos de la Comunidad Valenciana

PRIMERA PARTE PRESENTACION Y OBJETIVOS

SEGUNDA PARTE COMUNICACIÓN EFICAZ. COMUNICACIÓN POLITICA

1. Objetivos
 2. Comunicación personal
 3. La comunicación
 4. Herramientas de la comunicación
 5. Lenguaje verbal y no verbal
 6. Los estilos de comunicación
 7. Barreras de la comunicación
 8. Control de emociones. Técnicas para el manejo de estrés.
 9. Comunicación política. Claves
 10. Casos reales
 11. Conclusiones
-

TERCERA PARTE ORATORIA. DESARROLLO DE LA CAPACIDAD PARA COMUNICAR Y CONVENCER A LA AUDIENCIA

1. Miedo inicial
2. Como vencer el miedo escénico
3. La oratoria
4. El auditorio
5. Soportes de apoyo a la intervención
6. Escenarios.
7. Notas de prensa.
8. Radio y televisión

9. Análisis del discurso.

CUARTA PARTE PUESTA EN ESCENA. LA IMPORTANCIA DE LA IMAGEN

1. Que transmite mi imagen
 2. Imagen influencia en el entorno
 3. La imagen pública y el poder político
 4. Imagen ante los medios. Prensa y radio
 5. Análisis de la autoimagen
-



Anexo II. Hojas de Registro para la observación externa

HOJA DE REGISTRO 1.

<p>1. Objetivos del entrenamiento</p> <p>Fecha: _____ Nombre: _____</p> <p>Por favor, contesta brevemente a las siguientes cuestiones:</p> <ol style="list-style-type: none">1. <i>Marca un objetivo a conseguir con esta capacitación.</i>2. <i>¿Qué te motiva a realizarla?</i>3. <i>¿Qué aspectos concretos quieres mejorar con este entrenamiento?</i>4. <i>¿Cómo sabrás que lo has conseguido?</i>5. <i>¿Qué estás dispuesto a hacer para conseguirlo?</i>6. <i>¿Qué aspectos consideras más interesantes a priori en el programa de este entrenamiento?</i>
--

HOJA DE REGISTRO 2.

<p>2. Comunicación</p> <p>Fecha: _____ Nombre: _____</p> <p>Por favor, contesta brevemente a las siguientes cuestiones:</p> <p><i>Describe como comunicador. ¿qué crees que transmites?</i></p> <ol style="list-style-type: none">1. <i>¿Qué crees que es la comunicación?</i>2. <i>¿Qué consideras más importante para comunicarte adecuadamente?</i>3. <i>¿Qué te gustaría mejorar?</i>

HOJA DE REGISTRO 3.

<p>3. Comunicación no verbal</p> <p>Fecha: _____ Nombre: _____</p> <p>Por favor, contesta brevemente a las siguientes cuestiones:</p> <ol style="list-style-type: none">1. <i>¿Qué cree que es la comunicación no verbal?</i>2. <i>Escriba escenarios que quiera practicar</i>3. <i>¿Cómo cree que le puede ayudar en su trabajo o a nivel personal?</i>4. <i>¿Qué cree que comunica?</i>5. <i>¿Qué gestos suele hacer?</i>6. <i>¿Qué gestos le suelen molestar de los demás?</i>7. <i>¿En qué se fija más de la comunicación no verbal cuando conoce o ve a alguien por primera vez?</i>

5. *Imagen*

6. *Otros aspectos (explica cuáles han sido).*

