

12

Hablando se entiende
La gente: ¿invitación al
consenso o una verdad
a medias?

ROSA GUZMÁN

RESUMEN

COMO SUGIERE EL TÍTULO, ESTE ENSAYO INDAGA EN EL CAMPO DE LA EXPRESIÓN ORAL como estrategia de comunicación para entablar el intercambio eficaz entre hablantes. Privilegia el arte de la palabra hablada como herramienta esencial en el ámbito académico y profesional. Apunta aspectos importantes para poder convencer, persuadir y argumentar en las diversas modalidades de la comunicación oral como lo son las reuniones, los debates y el trabajo en equipo. Destaca la importancia del dominio de la expresión oral para el éxito de las relaciones interpersonales en el empleo. Hace hincapié también en que las mismas son útiles no solo en los escenarios académico y profesional, sino también en el comunitario.

Palabras claves: comunicación oral, argumentación, semántica, sintaxis, interdependencia

ABSTRACT

AS INDICATED IN THE TITLE, THIS ARTICLE LOOKS INTO THE FIELD OF ORAL EXPRESSION as a communication strategy to establish effective exchanges between speakers. It privileges the art of the spoken word as an essential tool in academic and professional environments. It notes important aspects needed to convince, persuade and argue in diverse forms of oral communication such as meetings, debates and team work. It highlights the importance of mastering oral expression for attaining successful interpersonal relationships at work. It also stresses the importance of said skills not only in the academic and professional environment, but in the community as well.

Key words: oral communication, arguing, semantics, syntax, interdependence

EL INVESTIGADOR FRANCÉS PHILIPPE BRETON¹, autor de importantes libros sobre el arte de argumentar y persuadir en medio de una crisis, ha expresado que todo lo que escribe sobre la comunicación oral está enmarcado dentro de la línea de la tradición humanística y democrática que concilia la mentalidad abierta y de respeto hacia el parecer y los vínculos sociales de otros con la afirmación de lo que somos, (de lo que pensamos y sentimos, me aventuro a añadir) porque en ello radica el arte de convencer. Distingue el renombrado especialista que, como a menudo convencer se hace sumamente difícil, las más de las veces nos conformamos con meramente argumentar.

Tanto en el mundo académico como en el profesional no podemos quedarnos con la exposición de nuestras ideas, con la discusión interminable de nuestro parecer o con la actitud que se ha denominado *jugar a ganar*. De así hacerlo se pasa por alto que argumentamos para convencer y olvidamos un aspecto sumamente relevante: convencer conlleva obtener un resultado, una transformación o un cambio en la manera de pensar de aquellas personas a las que se han expresado propuestas o ideas concretas con una finalidad particular. Persuade mejor quien es consciente de que la palabra es la representación de lo que decimos, pero también de aquello que no se expresa directamente. Por lo tanto la exclusión es detalle importante cuando se atiende a un mensaje. Saber escuchar lo que el otro enuncia y saber interpretar lo que no expresa son lados de una misma moneda.

En ese sentido el psicoanálisis, ya sea desde la óptica de Jacques Lacan o de Julia Kristeva, ha ayudado a entender las variantes discursivas. Asimismo puede afirmarse que las teorías de cualquiera de los pensadores fundamentales del siglo XX que han revolucionado el pensamiento humano, Roland Barthes desde la semiología; Michel Foucault al disertar sobre las relaciones entre el poder y el saber; o Pierre Bourdieu, quien como sociólogo asigna a los hábitos, -esas disposiciones adquiridas del entorno social en el que hemos vivido que revelan nuestros gustos, aspiraciones y maneras de pensar - tienen absolutamente todas sus raíces más profundas en la relación de la palabra que decimos con lo que decantamos y ocultamos al comunicarnos con los demás.

Sí, es cierta, pero solo a medias, la frase que *hablando se entiende la gente*, porque también es cierto que tenemos que aprender a decir y a interpretar. Por supuesto que el acto es muchísimo más complejo de lo que en esta exposición se pueda presentar. Lo es aún más el impacto en el contexto político, histórico y social que la globalización, con sus ventajas y desventajas, ha querido imponer uniformemente mediante la infraestructura que provee el ciberespacio. Por consiguiente no es esa la complejidad teórica la que abordo, sino aquella que se ha denominado la comunicación para el lenguaje ciudadano. Me refiero a esa que requiere de sencillez profunda, buena voluntad y disposición para cambiar de parecer, si fuera necesario, con el fin de obtener el ansiado beneficio mutuo o el resultado *ganar/ganar* tan deseable por equitativo. Se trata de la palabra representada que no recurre a la ignominia para persuadir o más bien manipular con falacias tales como, argumentos *ad hominem*, al llamar "mariposas" a los senadores del partido de la oposición; o argumentos que basados en el desconocimiento del otro (*argumentum ad ignorantiam*), inducen a error cuando se afirma, por ejemplo, que la economía en Puerto Rico va remontando porque se han vendido más sacos de cemento y se han otorgado más préstamos para la compra de automóviles, en claro menosprecio de las personas

desempleadas para quienes tales indicadores económicos no representan ningún beneficio. Estos argumentos pretenden aparear sus engaños con las expectativas de quienes escuchan. Asimismo se presentan a diario y en todas las esferas de la vida cotidiana dentro y fuera de Puerto Rico los argumentos *ad baculum*, es decir, que apelan a la fuerza, como por ejemplo cuando alguien, con gran desembarazo, ha manifestado públicamente que sacaría a patadas a las personas de determinado lugar público o que el español es la lengua del *ghetto*. Estos ejemplos entre otros tipos de argumentos o simplemente de conclusiones *non sequitur*, ya se han convertido aquí como en otros lugares en el insulto tolerado y al que no se le hace frente, bien sea porque los profiere alguien con cierta "autoridad" o bien porque ya nos han despojado de todo asombro. En otras palabras, la argumentación falaz se ha instalado en el discurso de las personas con poder y ha contribuido a anular la capacidad de pensar lógicamente de los demás, ya que confían en el supuesto coeficiente intelectual de quienes así se expresan y, por consiguiente, dan por buena argumentación la información manipulada que diariamente se les expone a través de los principales medios masivos de comunicación. Habrá que aclarar que muchas personas se indignan, pero son más las que pasan por alto tales agresiones verbales, a juzgar por la calidad del debate público sobre cualquier tema de interés social o político, puesto que al parecer a muchas figuras públicas les preocupa poco la credibilidad de sus palabras o promesas.

Además de engañosa es antiética e inaceptable la manera en la que muchas personas se inscriben mediante la palabra en el escenario público. Ello es indudablemente un acto de violencia premeditado, no solo por el atropello que representa, sino porque derrota además el principio de la buena comunicación; la transacción productiva entre dos, que es de algún modo lo que sugiere la famosa frase de Lacan que sirve de epígrafe a esta exposición. La palabra en el espacio académico y laboral tiene que ser adulta, subjetiva claro está, pero atinada y sería porque de lo contrario no habrá entendimiento. Sin duda será necesario añadir al aspecto externo saber enunciar con propiedad, conocimiento y mentalidad abierta, aunque parezca obvio enfatizar en ello.

Ciertamente todos en algún momento nos aferramos a nuestras propias ideas, pero saber escuchar, analizar y finalmente tomar decisiones sabias sin atacar la dignidad del otro en una situación de discrepancia es lo que nos ganará respeto, credibilidad y confianza; tres rasgos de estilo personal que abren puertas junto al rasgo primordial de dominar el uso de la expresión oral para hacer llegar las ideas con precisión, de manera convincente y eficaz.

En ese sentido, para entender mejor este proceso, sirven de apoyo las lecturas de quienes ya han meditado mucho sobre este asunto. Pienso en Jacques Derrida y la deconstrucción, término que toma prestado de Heidegger, para explicar la sobreabundancia de significados que siempre se escurren de la comprensión ordinaria y pasan de la teoría al papel y de este a la discusión, es decir, a la palabra hablada que permite o impide negociar con ella para alcanzar el anhelado entendimiento exacto y preciso con ese 'otro' del que tanto habla Lacan.

Si bien hay un sector social y político que no querrá enmendar su discurso, de cara al futuro es muy importante relacionar más y hasta reconciliar, diría yo, la comunicación y la pedagogía para reformular lo que debe ser el producto de la instrucción de tales disciplinas en beneficio de

la sociedad, como estableciera hace ya mucho tiempo John Dewey. Respecto de este tema, María Victoria Reyzábal señala lo siguiente en su texto *La comunicación oral y su didáctica*:

Ya hace muchos siglos, Confucio había manifestado con rotundidad que si le dieran el gobierno de un país, lo primero que haría sería mejorar el uso de la lengua ya que: «Si las palabras no son las precisas, lo que se dice no es lo que se intenta decir. Si lo que se dice no es lo que se intenta decir, no florecen las obras. Si las obras no florecen, decaen las costumbres y las artes. Si las costumbres y las artes decaen, la justicia no reconoce lo justo. Si la justicia no reconoce lo justo, el pueblo no encuentra sostén. Por lo tanto es necesario que las palabras sean precisas», puesto que nuestro pensamiento se ejecuta en lenguaje.²

Nada más cierto que el efecto de las palabras imprecisas al que aludía Confucio y es que nadie habla por hablar porque siempre buscamos que se tome en cuenta lo que decimos. Consciente o inconscientemente empleamos la palabra para acceder al poder. No cabe duda de que detrás del diálogo, de ese pensamiento que se ejecuta en lenguaje, al decir de Confucio, hay a menudo un interés por demostrar quién es más capaz, quién tiene mayor facilidad para lo que sea. No obstante el criterio de la interdependencia que presupone la comunicación oral en cualquier ámbito requiere que más que un pulseo o competencia se trate de que tanto quienes originen los mensajes como quienes los reciban pongan en práctica sus mejores destrezas para entenderse cabalmente y evitar conflictos debidos a reacciones emocionales ante lo que propone una persona. Esto es imprescindible en cualquier escenario donde puede ocurrir que no se entienda el mensaje porque la formulación no ha sido precisa, como también que no se comprenda el mensaje por desinterés para comprender lo que el otro dice o aporta (situación distinta a la manipulación aludida anteriormente). En ambos casos el mensaje está interferido por barreras que crean tensión y desconexión. En el primer caso, la falta de capacidad para expresarse correctamente y en el segundo, la falta de disposición y buena voluntad para participar adecuadamente del proceso comunicativo apuntan a desencuentros que impedirán la cooperación tan necesaria, tanto en el espacio profesional como en el social y el comunitario.

Ahora bien, para que en el espacio laboral las relaciones interpersonales sean productivas es necesario que cada profesional cuente con una significación similar. Ya Ferdinand de Saussure planteó las diferencias entre el significado y el significante. Así pues, hay que corroborar que la significación no esté apegada a una interpretación muy propia o individual que delimite el intercambio social o revoque lo que se quiere decir. El profesional que desconoce las estructuras semánticas y sintácticas -que hacen posible transmitir las ideas- pierde la inmensa oportunidad de hacerse entender y provocará un proceso de metacomunicación que retrasará la finalidad práctica de su mensaje.

Supongamos, para ejemplificar un poco, que en una reunión un administrador o una administradora de una agencia recurre a frases vagas e imprecisas, también denominadas irresolutas, como por ejemplo: (1) *Próximamente comenzará el proceso de evaluación del personal*; (2) *Es necesario aumentar sustancialmente en el precio del producto*; (3) *Tan pronto se pueda*,

HABLANDO SE ENTIENDE LA GENTE: ¿INVITACIÓN AL CONSENSO O UNA INVITACIÓN...

tomaremos medidas para garantizarles el empleo a todos. El fin transaccional se convierte en metacomunicación porque los oyentes en las tres expresiones anteriores tendrán que preguntar (1) cuándo exactamente comenzará el proceso de evaluación, si será dentro de un mes, una semana o unos días. Del mismo modo se preguntarán (2) el precio exacto del producto, pues "aumentar sustancialmente" es una frase que encubre información valiosa al ocultar cuánto costará el artículo en cuestión. En el último ejemplo (3) los interlocutores tendrán la impresión de que nada se ha hecho ni se hará al respecto, ya que la frase deja ver en la entrelínea una falta de compromiso, por más que se esté 'prometiendo' que se tomarán medidas.

En otras palabras a diferencia de la expresión oral con un fin social distensivo, la comunicación vinculada al trabajo en equipo, a reuniones formales, a debates o discusiones de temas controvertibles para aportar soluciones requiere que las personas que intervienen en ese tipo de actividad tengan el oído adiestrado, la destreza de escuchar afinadamente. Es necesario que exhiban, en sus ideas y con su conducta, las características positivas que propicien el intercambio productivo y enriquecedor que viabiliza respuestas y soluciones justas. Incluso ante conflictos inesperados y fuera de nuestro control, es necesario enfocarnos y organizarnos respecto de nuestro equipo de trabajo en aquello en lo que estaremos de acuerdo y en cómo manejar las dificultades y los inconvenientes para lograr los objetivos del grupo.

En ninguna empresa, institución o agencia pública o privada hay personas "chiquitas" es —a mi modo de ver— una buena manera de explicar la interdependencia en las relaciones en el empleo. Todas las personas que laboran en una organización son indispensables: el personal administrativo y el gerencial; los asesores y especialistas; los empleados a cargo del mantenimiento y los mensajeros; los que trabajan en las copiadoras y distribuyen material; las personas que atienden la recepción porque son quienes reciben y brindan la primera impresión a un cliente. Puede ocurrir que las fotocopias que necesitaba usted para una reunión no estén listas porque la persona encargada se ausentó y nadie la sustituyó o simplemente la máquina reproductora se dañó y el empleado no buscó alternativas. Usted puede lucir muy desorganizado al no contar con el material de apoyo necesario para una presentación, cuando la culpa no ha sido suya.

Podría darse otro caso como el siguiente. Un cliente muy valioso llega puntualmente a una oficina y deja saber que tiene cita con la presidenta de la compañía. La persona que lo recibe le pide que se siente un segundo y se comunica con la asistente de la presidenta, pero esta persona se distrae un segundo al contestar llamadas y anotar información en la computadora y olvida informarle a la presidenta que hay una persona que espera por ella. Se puede intuir la ansiedad que generará tal conducta involuntaria: el cliente pensará que lo hacen esperar para demostrar poder y la presidenta creará que el cliente que tiene anotado en su agenda ya no llegará. En muchas ocasiones se crea malestar en las empresas por situaciones como estas. La regla para evitarlo es ser conscientes de que nuestro desempeño incide en la buena ejecución de otras personas, de la misma manera que una falta de nuestra parte puede afectar adversamente la labor de otros.

Así pues, nadie es totalmente independiente en el ámbito laboral. Las personas "chiquitas" cuentan muchísimo y son sumamente valiosas en cualquier empresa o agencia. No hay que confundir tener el poder de tomar decisiones, con el valor del trabajo que realizan otras

personas con menos poder para decidir o tomar medidas. Por eso no extraña que una persona en un puesto de gran envergadura al trasladarse de agencia se lleve, cuando es posible, a su asistente o a su personal de oficina.

Otros aspectos importantes que se deben tomar en consideración son las maneras en las que las personas escuchan para que la construcción sintáctica del mensaje que deseamos transmitir mediante la ejemplificación, los detalles, las analogías o las anécdotas sea adecuado. Pocas veces se nos adiestra en la academia en esta destreza. Solo tras la culminación de los estudios formales y una vez en el ámbito profesional se pone en contacto al empleado con el valioso recurso de tomar en cuenta los tipos de canales que permiten apelar a una mayor comprensión de un contenido informativo. Esto es cierto tanto para quienes dirigen una reunión, por ejemplo, como para quienes asisten, puesto que tal acto es bidireccional y más que hablar de emisor-receptor, hay quienes hoy proponen hablar de *emisor-receptor-emisor*. Es más adecuada esta relación puesto que los roles se intercambian constantemente.

PRESENTACIÓN Y REPRESENTACIÓN PERCEPTUAL AL HABLAR: CADA QUIEN TIENE SU ESTILO

La comunicación se fortalece cuando incluimos distintas modalidades en la presentación perceptual de nuestro discurso. La mayor parte de las veces no nos percatamos de nuestro estilo al hablar, esa manera única y propia cargada de recursos expresivos para hacernos comprender por otras personas. Los canales que empleamos para ello (pocas veces deliberadamente) corresponden a los cinco sentidos: visual, kinestésico, auditivo, olfativo y gustativo. Predominan unos sobre otros de acuerdo con nuestra personalidad. Frases que revelan la importancia del canal visual³ y no nos damos cuenta de su uso al decir las o escucharlas pueden ser: Se toman decisiones en *cuartos oscuros*. Se creció ante nosotros con su comentario. El jefe puso *mala cara* ante nuestros reclamos. Se puso *rojo como un tomate* cuando lo enfrentamos con los documentos que había firmado apoyando lo que hoy rechaza. Se puso *blanco* del susto tan grande que pasó.

Algunas frases que demuestran percepción kinestésica son: Está que *brinca de la alegría* con el aumento de sueldo. Ese asistente es un *trepador*, busca ganar el aprecio del jefe de manera poco profesional. Es una persona muy *pesada* que no sabe trabajar en equipo. Se le pusieron los *pelos de punta* con la noticia de las posibles cesantías en los próximos meses. Todos estamos en la *cuerda floja* ante tanta incertidumbre en la agencia.

Entre las personas que destacan el elemento auditivo al hablar se escuchan frases como las siguientes: *Oye, dime* dónde están los informes. No *suena* bien esa propuesta del comité negociador. En la reunión de ayer, Fulanito dio la *nota discordante*. Su comentario en la asamblea *cayó como una bomba*.

DE PRONTO FUÁCATA, SE CAYÓ EL ESTANTE DE LIBROS.

No son pocas las veces que las expresiones en la sintaxis de quien habla se destaca el uso del canal olfativo. Algunas frases que corresponden a este canal son: A esa compañera de trabajo le gusta meter *la nariz* donde no la han llamado. *No me huele* nada bien la convocatoria a una reunión extraordinaria la semana entrante. *Se le quemó*. Solo a él se le ocurre plantear que trabajemos gratis durante los fines de semana.

HABLANDO SE ENTIENDE LA GENTE: ¿INVITACIÓN AL CONSENSO O UNA INVITACIÓN...

Más allá de los chefs y de las personas que se dedican a la gastronomía, el canal gustativo es de gran uso y valor en otros escenarios profesionales y sociales. Frases como las siguientes que remiten al canal gustativo son empleadas de ordinario en conversaciones, charlas y reuniones informales: La noticia me dejó un sabor *agridulce*; unos permaneceremos en el empleo, mientras otros están en riesgo de perderlo. Los chistes picantes están fuera de lugar en la oficina, no importa el grado de confianza que haya entre los empleados. Es una persona *dulce* y amable con todos. No lo soportan por *ácido*; su trato es desagradable.

Comúnmente los canales coexisten y se superponen para expresar con mayor dinamismo las ideas que se quieren comunicar. Esta actividad se lleva a cabo, en gran medida, de manera inconsciente, pero lo ideal es ejecutarla de modo deliberado y acertadamente para lograr impactar y persuadir. Al respecto señala Marcelo Seberio, psicólogo y académico de la Facultad de Psicología de la Universidad Maimónica de Buenos Aires, que en la comunicación humana, captar cuál es el canal más utilizado por nuestro *partenaire* puede ser uno de los elementos que favorezca que nuestros mensajes lleguen a buen puerto, es decir, que sean decodificados de manera más correcta que la habitual⁴.

LA ENTRELÍNEA EN LA FRASE "HABLANDO SE ENTIENDE LA GENTE"

Cuando recorro a la frase *Hablando se entiende la gente* deseo expresar que en la vida comunitaria, académica y profesional considero que cualquier asunto debe tratarse -por escabroso que sea- con tacto, empatía, rectitud y hasta cordialidad, cuando es posible. Ello no implica claudicar en nuestro afán por hacer valer nuestras ideas, como tampoco supone llegar siempre a un consenso. Coincido en parte con Breton cuando afirma que "usualmente el consenso es una mala decisión con la que todo el mundo estuvo de acuerdo."⁵ Añade que en la democracia, sea política, conyugal o familiar, toda decisión puede ser criticada y posteriormente modificada, lo que parecería contradictorio puesto que argumentamos para convencer. No obstante, para que haya equidad es necesario reconocer que el receptor -ese otro que escucha y decodifica- tiene el mismo derecho a reaccionar y a invertir la misma fuerza, energía e influencia (al decir de Breton) para convencernos de lo contrario. Es por ello que el dirigente, el padre, la madre o el amigo que intenta imponerse para tener la última palabra y debate en lugar de dialogar, impide la simetría y la equidad de la que hablaban los griegos, que significaba el reconocimiento de la palabra del otro, la eventualidad de cambiar de manera de pensar. No siempre es necesario estar sujetos y aferrados a las ideas que hemos elaborado en un principio y continuar con las mismas. En la interpretación de esas mismas ideas se pueden encontrar reflexiones que otros pueden aportar para esclarecer las nuestras. La mentalidad abierta evitará el desacierto y permitirá que *hablando se entienda la gente*.

Expresarnos oralmente para que nos entiendan puede parecer un proceso simple y natural, pero lo cierto es que su complejidad no se deja de investigar. Nuestro cerebro procesa por minuto mucho más de lo que podemos transmitir al hablar. Afirma Jean-Claude Martin⁶, presidente fundador de la agencia Personalité S.A. y encargado en HEC Entrepreneur de los cursos de técnicas de comunicación para dirigentes, que nuestro cerebro puede tratar hasta con 800 palabras por minuto, pero que no se puede hablar más de 240 palabras por minuto. El dato revela todo lo que queda por transmitir en palabras que solo se alcanza a expresar un poco más

tal vez mediante la comunicación no verbal que complementa la palabra hablada, como ya lo estableció antes Albert Mehrabian. Los gestos, la expresión facial, el contacto visual y el tono de lo que decimos complementan la cantidad de palabras por minuto.

Hablando se entiende la gente es una frase que encierra una entrelínea que alude a la sabiduría popular y a la fe en el acto de comunicación para solucionar conflictos o para no llegar a ellos y simplemente entendernos. Expresa asimismo que la palabra firme no conlleva agresión. Por el contrario la palabra que persuade es la que hace probable la acción, la adhesión de los demás, la posibilidad de alcanzar la atención para cumplir con un propósito común, pues después de todo la comunicación es de eso de lo que trata: de compartir, de tener algo en común, en otras palabras, de hacer contacto. El dominio de la palabra hablada como apoderamiento para el éxito profesional es una herramienta que se ha dejado de lado en el escenario académico por la carrera desenfreanda hacia la especialización. Sin duda la formación especializada es fundamental, pero el desarrollo de las destrezas comunicativas para el desempeño cabal en el contexto laboral no lo son menos y deben, sin duda, ir de la mano. Lamentablemente y muy de ordinario se menosprecia su importancia.

Las distintas condiciones a las que tendrá que enfrentarse una persona en el ejercicio de su profesión requieren del dominio de la expresión hablada que debe variar según el público y los propósitos comunicativos para evitar desaciertos. Para ello es necesario formar profesionales con competencia lingüística: habilidad fónica, morfosintáctica y léxico-semántica.⁷ No hay que olvidar que antes de que existieran los medios masivos de comunicación con los que contamos en el siglo XXI, la difusión de las ideas y de la información se hacía de boca en boca, es decir, hablando. Creo a pie juntillas en aquellas palabras de Confucio que aluden a que los gobiernos deben mejorar el uso de la lengua. De seguro mejorarían muchas gestiones que hoy fracasan dentro y fuera del acontecer gubernamental y del profesional igualmente. Es buena por tanto la idea de retomar el origen: la palabra hablada -es decir- el verbo, para dotarlo de la fuerza que promoció un entendimiento mejor y una comunicación eficaz en el aula, el trabajo, el gobierno y la comunidad.

NOTAS

- 1 Philippe Breton es profesor en la Universidad de París I-Panthéon-Sorbonne y un destacado especialista de la palabra hablada. Entre sus libros se destacan: *L'utopie de la communication*, *L'argumentation dans la communication*, *Argumenter en situation difficile*, *Éloge de la parole* y *Convaincre sans manipuler*.
- 2 María Victoria Reyzábal. *La comunicación oral y su didáctica*. Madrid, Editorial La Muralla, 1993, p. 17.
- 3 Los puertorriqueños somos tan visuales que aún en situaciones en las que no tenemos delante al oyente o interlocutor (como una conversación telefónica) solemos decir por ejemplo: "Mira, dime si vas a la reunión esta tarde".
- 4 Marcelo R. Ceberio. *La buena comunicación: Las posibilidades de la interacción humana*. Barcelona, Paidós, 2006, p. 65.
- 5 La traducción es mía. (Breton, 23).
- 6 Jean Claude Martin. *Le guide de la communication*. France, Marabout, 2005.
- 7 Véase del Instituto Cervantes el texto *Saber hablar*. México, Aguilar, 2008. Antonio Briz Gómez es el coordinador de la obra que incluye la aportación de diversos especialistas en el campo de la comunicación oral: María Albelda Marco, Ma. José Fernández Colomer, Antonio Hidalgo navarro, Raquel Pinilla y Salvador Pons Bordería. El texto es una muestra más del auge en el mercado editorial de textos sobre comunicación oral para profesionales que buscan mejorar y conocer de manera lingüística y científica los mecanismos de la palabra hablada.

BIBLIOGRAFÍA

Breton, Philippe. *Coinvancre sans manipuler: Apprendre à argumenter*. Paris, La Découverte, 2008.

Briz, Antonio. (coord.) et al. *Saber hablar*. Instituto Cervantes. México, Santillana, 2008.

Ceberio, Marcelo. *La buena comunicación: Las posibilidades de la interacción humana*. Barcelona, Paidós, 2006.

Martin, Jean Claude. *Le guide de la communication*. France, Marabout, 2005.

Reyzábal, María Victoria. *La comunicación oral y su didáctica*. Madrid, Editorial La Muralla, 1993.

