

TEMA 7

COMPETENCIA COMUNICATIVA DEL CATEQUISTA

Para afrontar la vida profesional o privada, es necesario saber comunicar. Es tanto más necesario para un catequista, que asume la tarea de transmitir valores, ideas y comportamientos a otras personas, sobre todo cuando se trata de niños y jóvenes.

1.- ¿SE PUEDE APRENDER A COMUNICAR?

No todas las personas saben comunicar. O al menos existen personas que podrían tener una buena comunicación y sin embargo tienen un modo de comunicar infeliz. Por ello es legítimas las siguientes preguntas:

- ¿Ser comunicativo es un don de la naturaleza o se puede aprender?
- Si se puede aprender ¿cómo?

Todos comunicamos

En toda nuestra vida nosotros no hacemos más que comunicar. Todo nuestro ser, todo nuestro comportamiento “comunica”: es decir, envía constantemente mensajes. Si – mientras una persona nos habla – giramos los ojos varias veces, nos apoyamos primero en un pie y luego en otro, estamos comunicando claramente: “aquello que nos dice no me interesa y me aburre mortalmente”.

La famosa escuela de Palo Alto en California, que se ocupa de comunicación interpersonal de modo profesional, afirma: “dado que todo el comportamiento es comunicación, no se puede no comunicar”.

De esta ley podemos sacar una primera consecuencia:

Si no podemos no comunicar, tanto vale aprender a comunicar mejor

Hay personas dotadas, predispuestas a comunicar y otras, sin embargo, que deben construirse con el tiempo, esfuerzo y ejercicio.

Hoy existen institutos especializados, escuelas y libros en gran número que se comprometen a enseñar la competencia comunicativa, es decir la capacidad del hombre de meterse en relación con los otros. Esto nos dice claramente que: la competencia comunicativa se puede aprender.

Un sueño realizable

En el mundo, millones de personas sueñan con tener el don de hablar con éxito en público. ¿Qué impide a cualquiera alzarse, hoy mismo, y tener un buen discurso? En la respuesta a esta pregunta la primera que aparece es el miedo, el terror ciego a la idea del deber de hablar. ¿Por qué?

Cuando se describen las características de un orador bueno, con frecuencia la gente enumera las siguientes:

- Tiene algo interesante que decir
- Tiene el tiempo para prepararse
- Tiene experiencia
- Tiene responsabilidad
- Está seguro de sí
- Tiene el don de la palabra
- Etc.

Si se nos pide por qué ciertas personas tienen dificultad en expresarse, se tendrá como respuesta:

- No tienen nada interesante que decir
- No tiene experiencia
- El público lo asusta, le hace estar nervioso y tímido
- No tiene tiempo de prepararse
- Habla con un fuerte acento dialecto
- No es extrovertido y no sabe afrontar al público
- Falta la confianza en sí mismo

¿Qué pensarán de mí?

Estos “miedos” no son en general aceptados por los aspirantes a comunicadores, presos de una gran autoestima, vanidad, presunción y egocéntrica preocupación por sí mismo. El titubeante orador se defiende diciendo: “el hecho es que estoy nervioso. Cuando me levanto para hablar termino en un baño de sudor por el miedo. Cuento a quien me escucha lo difícil que resulta hablar en público y pido su comprensión por mi inexperiencia. ¿yo presuntuoso? ¡qué broma! Soy tímido, modesto y reservado. Soy introvertido y no tengo confianza. ¿cómo se puede decir que soy vanidoso?”.

- La vanidad, la presunción, el preocuparse excesivamente del “¿qué dirán? , es la base del problema. Se debe empezar siempre por los que escuchan. Muchos oradores comienzan por sí mismos y terminan con un desastre completo.

2.- POR LA COMUNICACIÓN A LA COMUNIÓN

La comunicación es un proceso que finaliza en la comunión, entre dos o más interlocutores, de experiencias, información, pensamientos, emociones.

Y no siempre resulta fácil. Con frecuencia no entendemos a los otros porque no queremos entenderlos y los otros no nos entienden porque no somos verdaderamente interesados en hacernos entender. La voluntad y la motivación forman parte integrante de la comunicación.

Dos lugares contrarios

Comunicar quiere decir confrontación entre dos lógicas contrapuestas: la lógica del intercambio, que se contrapone a la lógica de preservar, del poseer.

Comunicar significa elegir entre dos alternativas: intercambiar o buscar de imponerse sobre el otro para dominarlo o vencerlo.

Dominar y vencer es lo contrario de aquello que se entiende por comunicar

Un buen plan de comunicación

Quien está verdaderamente interesado en hacerse entender debe examinar, primero de “hablar con ...”:

- ¿Quién es el público al que tiene que dirigirse?
 - ¿Cómo reaccionarán a las palabras que van a escuchar?
 - ¿Por qué deberían estar interesados en escuchar eso que le va a decir?
 - ¿en qué condiciones se encuentra, cuál es su estado de ánimo?
- La forma y el contenido de lo que va a decir.
- El resultado, es decir el objetivo que se quiere alcanzar.
- El lugar, el tiempo y el espacio en el que tendrá lugar el “intercambio comunicativo”.

El ambiente en el que la comunicación se desarrolla, influye en el modo de comunicar en su conjunto. Como el tiempo y la hora en la que tienen lugar el intercambio.

- El agente instrumental, es decir el medio elegido para hacer llegar el mensaje.

Para que dos o más personas puedan hablarse, es necesario atenerse a simples y banales reglas. La primera podría ser aquella en la que cuando uno habla, los otros están callados y escuchando. En los debates televisivos ninguno se atiene nunca a esta norma: ninguno es realmente interesado en escuchar qué cosas dice el interlocutor

- Los diferentes tipos de comunicación

Nos expresamos de manera distinta en el trabajo, en familia, con personas desconocidas. El cómo y porqué se está comunicando cambia el tipo de comunicación

- La aportación emotiva que cierto tipo de comunicación conlleva.

Una emoción cualquiera se debe probar siempre en cada caso. Las emociones son una forma de energía que es utilizada del mejor modo.

3.- LA COMUNICACIÓN ES UNA REALIDAD COMPLEJA

El proceso de comunicación no es un fenómeno lineal: no se puede pensar como un proceso rectilíneo entre quien habla por una parte y quien escucha. Se trata sin embargo de un sistema circular, hecho de palabras, ojos, vestidos, gestos, relación entre las personas, intenciones, etc. En el sentido de una relación que se desarrolla y hace de lanzadera y vuelve a tejer los hilos del lenguaje verbal, del lenguaje expresivo, del lenguaje escuchado. Naturalmente, los recursos más eficaces para comunicar es la palabra, pero decir que la palabra representa el medio mejor para este fin no significa sostener que sea el único.

Para una buena comunicación

Tres elementos sobre todo deben ser tenidos en cuenta para la definición de una buena comunicación:

- Lo verbal: las palabras;
- Lo vocal: la voz;
- Lo visual: aquello que el que escucha ve.

El profesor Albert Mehrabian de la University of California Los Angeles, afirma que el grado de coherencia entre estos tres elementos determina vuestra credibilidad. Entonces, seamos más coherentes, seamos más creíbles.

Por ejemplo: si alguno mira hacia el suelo, habla con voz vacilante y temblorosa, tocándose las manos, y dice al mismo tiempo: “Estoy feliz de encontrarme aquí”, emite un mensaje no coherente.

El primer audiovisual

Se dice comúnmente que vivimos en la época de la imagen. Esto significa que hoy, más que en otras épocas, tiene importancia eso que los que escuchan ven.

Hay quien ha querido medir la importancia relativa de los tres factores, la palabra, tono de voz y otros comportamientos no verbales (gestos, mímica facial, postura) cuando no había coherencia entre ellos. La conclusión es que las palabras son relativamente poco importantes, dado que determinan solo el 10% de la comunicación, frente al 40% del tono de voz y el 50% del comportamiento no verbal.

En suma, si el tono de voz y el comportamiento no verbal contradicen las palabras, el mensaje no pasa o pasa solo parcialmente, mientras el efecto es máximo cuando los canales se refuerzan entre ellos. Entonces: *Vale aquello que se dice, pero vale más el modo cómo se dice.*

Para entender esto, aunque parezca una paradoja, basta analizar nuestro modo normal de juzgar a la gente: por el vestido, por el pelo, por la forma de dar la mano... y cómo nuestro juicio condiciona ampliamente nuestro modo de escuchar.

El primer audiovisual es aquel que habla

El reto de la palabra hablada

En nuestro tiempo es necesario descubrir la comunicación oral, sobre todo en nuestro campo eclesial, para dar fuerza a la homilética y a la catequesis. Por motivos muy serios.

- En muchos sitios se siente decir que la religión cristiana es la “religión del libro”. La referencia es con frecuencia la Biblia, que de hecho es Palabra de Dios “escrita” y ocupa entonces un puesto central para los cristianos (y también para los hebreos). Esto no significa de hecho que el mejor modo de “expresar” la fe cristiana sea la palabra escrita. Para que el cristianismo sea la religión de la palabra viva: una palabra que va y viene, que circula, que se da y se renueva, que interpela, juzga y perdona. La religión de la palabra “dicha” y escuchada, no escrita y leída.
- El mensaje cristiano original no pasa por un texto escrito, sino por una palabra escuchada a una palabra dicha y hecha para ser escuchada. En Rom 10,7 san Pablo afirma: *“la fe depende de la escucha”*.
- Para el cristianismo, el texto no es originalmente canal o medio de kerigma y de revelación, sino solo soporte para la memoria de un mensaje, un contenido sapiencial o una enseñanza narrativa que circula de la boca al oído y no pueden contentarse con ir de la página escrita al ojo que lee. Mucho más hoy que la impresión ha generalizado un fenómeno, que ya Marshall McLuhan deploraba: la sustitución de la lectura en alta voz con la lectura silenciosa. Entonces, la lectura en alta voz permitía precisamente escuchar eso que se leía.
- Son sobre todo tres las diferencias entre el procedimiento escrito y el oral:
 - Lo escrito se distingue del oral por el hecho que uno pasa la mirada y el otro por las palabras dichas, es decir que suenan. La mirada privilegia la exterioridad, mientras que los sonidos tocan la interioridad. Por esto en la liturgia, la Palabra de Dios debe ser “proclamada”, debe resonar.
 - El escrito se presta particularmente al análisis. El discurso escuchado viene entendido en su globalidad, como síntesis. Se retiene menos los detalles, pero el movimiento general, los tonos, las imágenes fuertes. Es alusivo, evocativo, interpelativo. Conviene entonces sobre todo para la comunicación de una palabra que esencialmente quiere salvar y convertir.
 - La lectura silenciosa es un hecho eminentemente individual, que aísla al lector de su contexto. La comunicación oral presupone que sea al menos dos, o mejor un grupo: es un acto con dimensión comunitaria. Actúa sobre el conjunto de la comunidad, puede contribuir a edificarla o a destruirla.

Una mirada a la “gramática relacional”

Existe también una gramática de la relación humana que puede ayudarnos a desarrollar concretamente la comunicación viva y satisfactoria. Se trata de una metodología posible para el intercambio participativo. Los puntos principales de esta gramática, si se tienen presentes, pueden ayudar a quien quiere hablar en público con mayor eficacia.

- Personalizar
- Afirmarse
- Respetar, respetarse
- Compartir
- Diferenciar
- Abrir, abrirse

Se trata de encontrar al otro por aquello que es y no por aquello que nosotros imaginamos que sea.

4.- LA COMPETENCIA COMUNICATIVA PUEDE CRECER

Algunas investigaciones recientes han señalado los factores que aumentan la capacidad de codificar, es decir de enviar mensajes, y otros que aumentan la capacidad de descodificar, es decir de interpretar los mensajes.

La capacidad de enviar mensajes aumenta:

- en presencia de rasgos de la persona que indican introversión y apertura;
- con un buen aspecto y elevado nivel de autoestima
- con un bajo nivel de dogmatismo
- con la capacidad de personalizar las experiencias emotivas
- si es abierto y disponible
- con una buena capacidad de persuadir e influenciar.

La capacidad de interpretar los mensajes recibidos aumenta:

- con la sociabilidad y el placer de la compañía
- con la experiencia, la edad y el adiestramiento

Tal capacidad, sin embargo, decrece con el crecimiento de rasgos marcados de astucia o experiencia en términos absolutos.

¿Cuáles son los elementos de buen ambiente psicológico?

Son esencialmente dos: el calor y la empatía.

Generalmente se asume que el calor tiene tres dimensiones principales:

1. saber transmitir la disponibilidad de la escucha

2. saber comunicar consideraciones para los valores y la calidad individual
3. mostrarse interesados y así saber ayudar al otro a hablar de sus problemas.

➤ Estas dimensiones vienen activadas por algunos comportamientos verbales y no verbales específicos. Por ejemplo:

- un buen contacto visual
- la actitud, el modo de gestionar
- la invitación a hablar
- el valor de continuar
- la ausencia de interrupciones
- una mímica que reclame la atención y el interés por aquello que los muchachos cuentan
- pero sobre todo es importante saber hacer las preguntas.

A su vez, la empatía, también depende en gran parte de la capacidad de comunicar calor, implica una ulterior dimensión constituida por dos capacidades diversas:

- la capacidad de focalizar la atención sobre el estado de ánimo y sobre la sensación de los que escuchan
- la capacidad de señalar esta sintonía enviando mensajes verbales y no verbales adecuados a la capacidad de recepción de quien escucha.

Las barreras de comunicación entre adultos y muchachos

Con frecuencia quien por profesión o misión debe comunicar con los niños y adolescentes encuentra la dificultad de la disciplina y de las frecuentes distracciones provocadas por el grupo o la clase. La irritación y la frustración consiguen turbar la comunicación y con frecuencia la frustran.

Quien está bajo estrés tiende a responder como si fuese condicionado o programado con sistemas y respuestas estandar que suelen empeorar la situación.

Todos recordamos perfectamente la influencia negativa que estos mensajes han tenido sobre nosotros.

“Mis profesores no hacían más que darme órdenes o bien amenazaban con mandarme al director o llamar a mis padres. ¡Cuánto lo odiaba!. Alguna vez me comporté mal para fastidiar. Por ejemplo entraba a escondidas en su habitación y pegaba todas las páginas del registro, o cosas similares” (Bruno).Ciertos mensajes transforman la comunicación en su enemigo, una especie de guerra, un enfrentamiento, para ver quién manda.

Es importante prepararse

El 95% de un discurso bien elaborado nace primero de comenzarlo. La preparación es todo o casi todo.

Así todo es necesario tener en cuenta que hablar a otros requiere una buena dosis de valor. Por eso:

- Tened siempre presente el objetivo. El catequista no debe contentarse con transmitir el sentido del texto bíblico como en una conferencia o en una lección académica: debe comunicar de alguna manera el efecto que este texto debería producir como Palabra de Dios.

- No tengáis miedo. Hablar a otros es uno de los mejores métodos para superar la timidez y el miedo, desarrollando el valor y la confianza en sí mismo. Recordad siempre que el miedo es el producto de la ignorancia y de la inseguridad. Nace de la ansiedad.
En cada caso, sabed que todos tienen un poco de miedo a hablar en público. Este miedo es útil porque empuja a prepararse.

- Quien está preparado está tranquilo y seguro. Antes de iniciar presta atención a:
 - Que todos los apuntes, papeles, soportes visuales, etc estén preparados.
 - Que todos los instrumentos necesarios estén dispuestos.
 - La temperatura, las sillas, la iluminación y la ventilación estén como se desea.

- Procurad dar una primera impresión positiva.
 - Esperar a que haya silencio
 - Empezar con energía y entusiasmo
 - Mirar a las personas a los ojos mientras se habla
 - Presentar la introducción sin mirar los apuntes
 - Estad quietos y derechos
 - Sonreid y buscad aparecer como seguros y que domináis la situación
 - Aseguraros que vuestra voz sea oída por todos.

Un consejo: no comenzar nunca excusándose por vuestra supuesta incapacidad para comunicar o no estar preparados.

5.- UN TRIÁNGULO DECISIVO

Podemos imaginar la comunicación humana como un triángulo:

1. el mensaje que se transmite
2. quien habla y transmite el mensaje
3. quien escucha el mensaje

A. EL MENSAJE QUE TRANSMITE

Sólo el conocimiento real de eso de lo que se habla asegura la atención de quien escucha. Por eso:

- debéis conocer lo mejor posible aquello de lo que vais a hablar
- conocerlo de modo vital y personal, no sólo teórico
- contad lo que la vida os ha enseñado. Un catequista tiene ciertamente un experiencia de fe vivida en lo cotidiano
- pedid con mucha honestidad, cuando queráis realmente hacer llegar vuestras palabras al oyente, el por qué deben escucharme
- delimitar con cuidado el argumento.
- Las ideas deben ser claras y fundamentales.

La fuente está dentro de vosotros

La eficacia y la competencia no os viene de un libro asimilado fríamente o unos apuntes preparados en el último momento. Pedid: “¿Por qué creo esto? ¿Cuándo he visto esta idea realizada en lo concreto? ¿Qué es lo que estoy buscando probar?...

- Recoged mucha información. Estad preparados a alguna pregunta o dificultad.
- Enriquecer vuestro discurso con ilustraciones y ejemplos. Mantened un discurso vivo preparando anécdotas y bromas para utilizar en momentos adecuados. Un buen ejemplo es el mejor modo de clarificar una idea, interesante y convincente.

B. AQUEL QUE HABLA

¿cómo adquirir esta importantísima técnica? Seis son el modo de hacerlo, sugeridos por los expertos:

1. *Humanizar vuestra conversación*: los niños y los muchachos se encuentran ya muchas lecciones en la escuela. No están dispuestos a tener otra más. También si habéis decidido presentar una teoría abstracta (por ejemplo, el significado del Bautismo), contad la historia de un bautizo al que hayáis asistido, aquello que os han dicho alguien, etc.
2. *Personalizar vuestra conversación usando los nombres*: no decir solo “un tal amigo de...” dice Juan que tenía un gran amigo llamado Simón, vivían al lado del lago de Genesaret...
3. *Enriquecer la conversación de cosas concretas*: recurrid para esto a la fórmula de las 5 preguntas que cada periodista se pone cuando escribe un artículo: ¿Qué? ¿cómo? ¿Cuándo? ¿Dónde? ¿Porqué? Naturalmente sin que se note demasiado y sin perder de vista los objetivos y el sentido del discurso.
4. *Dramatizar recurriendo al diálogo*: solo así llegaréis a implicar a los muchachos en aquello que decís.

5. *Usad palabras capaces de evocar imágenes:* un estilo abstracto es siempre malo. Las frases deberían estar llenas de piedras, metales, sillas, mesas, animales, hombres y mujeres. En catequesis es vital el uso del lenguaje simbólico.
6. *Utilizar la escucha activa:* si alguno de los muchachos quiere intervenir, animadlo mostrando vuestro interés.

Seis actitudes importantes cuando se habla:

1. *Exhortad de modo positivo y simpático: un saludo sonriente y caluroso es la mejor preparación para conversar.*
2. *Comenzar con una pregunta abierta a nivel general. Demostrad que estáis interesados por el universo de los niños o adolescentes (actividad, escuela, familia...).*
3. *Buscad un terreno común, un interés que compartís.*
4. *Entrad en su mundo afectivo: esforzaos en comprenderlos.*
5. *Mantened siempre claros vuestros objetivos.*
6. *Mostraos flexibles, pero dueños de la situación.*

Aquellos que hablan deben estar auténticamente apasionados por lo que dicen

Preguntaos con frecuencia: ¿si alguno hiciese una objeción a eso que está diciendo, estaría dispuesto a defenderlo con auténtica convicción? Un coleccionista de sellos es capaz de hablar durante horas, con pasión y comunicatividad, de su hobby. Un joven hincha de fútbol es capaz de influir apasionadamente en la disputa de un campeonato. Sin cansarse, sin papeles, sin mirar el reloj.

El argumento elegido debe estar en el corazón: si no siente emotivamente implicado por el argumento elegido, no puede esperar que los que escuchan crean en vuestro mensaje. Un catequista que personalmente tiene un escaso interés por el sacramento de la Reconciliación, muy difícilmente llegará a hablar a sus muchachos de este sacramento.

El gran enemigo es en realidad la superficialidad. Un argumento a primera vista indiferente puede convertirse absolutamente fascinante si es profundizado.

Revivid eso que estáis describiendo: esforzaos en expresar en un lenguaje vivido y preciso. La historia en tercera persona es interesante, pero si recrea las emociones que habéis experimentado, aquello que dice suscitará un interés mayor. Televisión y música atraen porque hacen uso de las emociones. No mete la sordina a los sentimientos: dejad ver a los que os escuchan que el argumento os implica personalmente. La fe exige necesariamente este testimonio.

Mostraos convencidos: el primer impacto con los oyentes es fundamental. Quien se ciñe a hablar como si saliera al patíbulo se expone al fallo. Comunicar a los muchachos las sensaciones de tener cualquier cosa importante que decir y no ver la hora de decírselo. Un momento primero de comenzar, respirad profundamente. Comenzar con fuerza, la

cabeza bien alta, imprimid una cierta fuerza a vuestras palabras primeras. Debéis dar la impresión de control, confianza y entusiasmo.

También el cuerpo comunica: la voz.

Es el instrumento por excelencia de aquel que quiere hablar en público, y él es necesario trabajar. No dudéis en grabaros, después haceos la siguiente pregunta: ¿La voz era bastante fuerte? ¿La articulación era correcta? ¿El ritmo agradable, no demasiado rápido ni monocorde? ¿Qué impresión provoca mi entonación (calor, sinceridad, acogida, severidad...)? ¿Suena convincente?

¡Atención!

El tono de voz: es a través de ella que llegamos a seducir, convencer, atraer... o aburrir al auditorio. Es eso que da color a nuestras frases.

Según los expertos, el tono y la calidad de la voz constituyen el 84% de la credibilidad cuando la gente no puede ver a quien habla (por ejemplo al teléfono). Se trata entonces de dos elementos que no se deben olvidar. Ejercitaos en acentuar las palabras clave de vuestras frases. Ninguno está en grado de escuchar un discurso solo de media hora, sin que hayan recabado su atención. Por tanto, las personas capaces de dar contenido a sus palabras, la fuerza y la intensidad derivadas por la utilización de los tonos justos, tienen la ventaja de despertar continuamente la atención de los oyentes.

El ritmo del discurso: no se debe ni aburrir ni estresar a los que escuchan. Un buen ritmo debe consentir a los oyentes comprender todas las palabras pronunciadas.

Ser espontáneos y naturales: esta cualidad, en realidad, requiere una cuidada preparación. Sólo quien está seguro de la propia preparación puede permitirse ser "natural". Quien comienza con la preocupación de "qué decir", resulta desastrosamente indigesto a los oyentes.

Dejaos coger emotivamente por vuestro discurso: quien expresa un sentimiento real o una convicción, resulta normalmente muy convincente.

Acordaos de sonreír: la voz es el instrumento más potente para comunicar una actitud positiva. La gente percibe la sonrisa también entre las palabras. Manifiesta una imagen de calor y entusiasmo.

También el cuerpo comunica: la mirada

Cuando debemos tomar la palabra un poco de miedo se nos pega siempre. Tenemos miedo de la mirada de los otros. Y visto que nosotros no podemos huir... huye nuestra mirada. Hablar a los otros es también el encuentro con los ojos. Recordad que la mirada es un importante medio de comunicación humana.

- Mirad a los interlocutores a los ojos, pero sin fijarlos demasiado para no intimidarles.
- Dedicad entre 1 y 3 segundos a mirar a cada oyente (para demostrar que tenéis interés por todo el grupo).
- Si sentís malestar fijaos en la frente de vuestros interlocutores.

Nuestra mirada es muy elocuente para nosotros. Evitad:

- mirar al aire o al suelo: daríais la impresión de no estar implicados verdaderamente en aquello que hacéis. No inspiráis confianza.
- Cerrar los ojos (también a mitad): expresáis un sentimiento de no querer estar allí.
- Tener la mirada agitada, en constante movimiento: pareceríais inquietos e incómodos.
- Tener la mirada insistentemente sobre alguno, daría una connotación impertinente y puede resultar molesto.

También el cuerpo comunica: la expresión del rostro

La expresión de la cara es el barómetro de vuestro pensamiento: tened un aire abierto y mostrad simpatía.

Nuestro rostro difícilmente llega a mentir. En la interacción cara a cara, el rostro comunica mucha información, reforzando la interacción misma. La expresión facial con frecuencia es más elocuente que las palabras.

Imaginaos absortos en la lectura de un libro, y ser interrumpidos por la llegada de vuestro hijo. Bastará una mirada para entender que ha ocurrido cualquier cosa y cuando vosotros pedís ¿Qué ha sucedido?, casi ciertamente obtendréis una respuesta útil y clara de lo acontecido, pero no os dirá que tiene miedo de ser castigado. Lo leeréis en su cara. Las expresiones de vuestro rostro son un medio eficaz para hacer pasar un mensaje: la sonrisa es un arma de doble filo: no se improvisa fácilmente, pero ilumina el discurso si está bien usada.

En cada caso, recordad:

Los muchachos os escuchan más con los ojos que con los oídos.

También el cuerpo comunica: los gestos

Para entender cómo habla nuestro cuerpo es útil hacer una distinción entre gestos, posiciones y actitudes.

Los gestos son los movimientos exigidos por una o más partes del cuerpo (manos, pies, cabeza...). Las posiciones corresponden a la disposición de la figura humana (estar de pie, sentados...).

Las actitudes, responden a la pregunta: ¿cómo vienen realizadas las posiciones? De forma resaltada, tensa, cansada, etc. Una actitud puede también transformarse en pose. En teatro, pero sobre todo en la vida social, la pose tiene que ver con la apariencia más que con el ser.

¡A cada actitud mental corresponde una actitud muscular!

Cuando la persona habla, realiza los movimientos con todo el cuerpo estrictamente coordinado con el discurso y partes integrantes de la comunicación vista en su totalidad. Las partes mayormente implicadas en la actividad gestual-expresiva son las manos y la cabeza.

También el cuerpo comunica: las manos

Hablar con las manos puede subrayar, enfatizar, hacer más incisivo el discurso, pero cuidado con los abusos.

- evitad cruzar los brazos: es un acto de clausura sobre sí mismo.
- No entrelacéis las manos delante o detrás de vosotros.
- No os frotéis las manos
- No las metas en el bolsillo
- No paséis las manos por el pelo
- No os coloquéis constantemente la ropa
- No tener objetos en la mano: serías tentado de jugar con ello
- No “torturéis” los dedos
- Si lleváis gafas tenedlas o quitadlas, pero no estéis poniéndolas y quitándolas continuamente.

También el cuerpo comunica: los pies, la posición, el vestido

Dejad que vuestros pies estén bien apoyados en el suelo y rectos como vuestro espíritu. Evitad estar sobre la punta de los pies.

Vuestra actitud general debe ser el reflejo de vuestro espíritu. Hé aquí algunos consejos básicos:

- Cuidad vuestra manera de andar, es la primera cosa que la gente notará en vosotros. Tened un paso decidido.
- Recordad estar derechos, sin balancearos como un ancla, pero ligeramente inclinados hacia adelante para mostrar interés.
- No corráis la maratón: moveos, naturalmente, para tomar la palabra o para hablar de pie, es una prueba de dinamismo.
- Vuestra cabeza es móvil, utilízala con vivacidad
- Respetad el espacio vital para vuestros interlocutores. Tened, al menos, a un metro y medio. Si os colocáis más cerca incomodáis a la persona.

Adaptad el vestido a las personas con las que debéis encontraros. No olvidéis que vuestro vestido es el reflejo de vuestra personalidad, pero también de la imagen que vosotros tenéis de vosotros mismos. Podéis seducir con vuestra elegancia, pero sabeos vestir sobriamente para evitar que los oyentes se distraigan por particulares extravagancias.

C. LOS OYENTES

Hacer participar a los oyentes. Debéis hacer sentir a quien nos escucha que cuanto estáis diciendo es muy importante para él. No sólo debéis ser apasionados por el argumento, pero debéis ser impacientes por transmitir vuestra pasión por los niños y jóvenes. Al final, en el curso para aspirantes a vendedores, esta capacidad se llama evangelismo”.

- Tened en cuenta los intereses de los que escuchan. Convinceos que todos los presentes os escucharán en la medida en que vuestras palabras les atraigan.
- Buscad algún motivo para alabar a los que escuchan. Vuestros oyentes deben sentir que los consideráis con simpatía. Vuestro esfuerzo mayor debe consistir en la apertura de los canales de comunicación. Comenzar con una retalla de avisos o reproches es siempre contraproducente.
- Identificaos con vuestros oyentes siempre que sea posible. Decid con más frecuencia “nosotros” que “vosotros”.
- Insertar elementos que empujan al público a la actividad. Pedid ayuda a alguno para demostrar un concepto o para dramatizar una idea; haced pequeños sondeos haciendo alzar las manos para manifestar las opiniones.
- Adecuaos a los oyentes. El modo mejor de provocar la hostilidad de quien os escucha es mostrarse como superior. Precisamente, por esto debéis desterrar excesivos “infantilismos” para fingir el calvario en el plano de los muchachos. Buscad tener una buena información a nivel comunicativo por vuestros oyentes, sobre todo si se trata de niños y jóvenes.
- Aprender el arte de preguntar. Muchos rechazan las preguntas, preferiría mantener un poco las distancias. Pero uno de los modos mejores para relajarse es buscar los contactos humanos lo más rápido posible, y presentar las preguntas es un buen método para interaccionar con el oyente. La primera cosa que no hay que olvidar es que las preguntas son en dos direcciones.
- ¿Por qué la gente hace las preguntas? Las razones pueden ser diversas:
 - una sincera búsqueda de información
 - para hacer ver que conocen bien el argumento. ¿no es verdad que...?
 - para molestar
 - para hacer perder el tiempo: ¿qué ha dicho sobre...?
 - para expresar un parecer: ¿no sería mejor si...?

También vosotros, cuando habléis a otros, debéis hacer preguntas. Estas pueden ser de tipos muy diversos:

- preguntas cerradas: permiten una única respuesta “sí” o “no”, o también “no sé”; son útiles sobre todo para la revisión;
- preguntas guiadas: aquellas que contienen ya en sí la respuesta: Aquel hombre ha estado verdaderamente valiente, ¿verdad?
- Preguntas abiertas: aquellas que permiten una respuesta razonada. Son útiles sobre todo en la fase inicial, cuando es necesario remover ante la dificultad del otro a hablar. Son abiertas las preguntas que permiten libertad de respuestas y dejan al sujeto la elección de las palabras y de los tiempos. Como ejemplo, es

abierta la pregunta: ¿Qué piensas de la pena de muerte?. Las preguntas abiertas son de gran utilidad porque ayudan a los muchachos a conocerse, ayudan a iniciar una relación, sirven para clarificar aquellas cuestiones sobre los estados de ánimo.

- Preguntas retóricas: aquellas que no piden una respuesta, pero refuerzan el discurso.

Es además importante hacer una pregunta cada vez. Demasiadas preguntas provocan confusión y restringe peligrosamente el campo de respuesta.

Es siempre necesario sostener y mantener vivo el discurso enviando señales de mínima tensión. (repetición de una o dos palabras recién dichas, gestos de aceptación, etc.)

El mejor modo de afrontar preguntas del género es considerarlas como peticiones reales. La sinceridad es la mejor forma de ataque. Paraos, considerad qué es lo que pide la pregunta y buscad establecer el por qué ha sido hecha. Si la pregunta es real, busca siempre una respuesta. Si sospechas que puede ser otra cosa, sacar vuestra mejor expresión: “quisiera pero no puede ser”, “mmm ¿por qué me haces esta pregunta?”

6.- COMUNICAR NARRANDO

He aquí algunos consejos para aprender el arte de la narración. Con los muchachos, pero no solo, saber narrar con fascinación y eficacia es ciertamente una de las cualidades principales de un buen catequista comunicador.

- Es necesario escuchar con atención las historias de los otros. Ninguno puede contar aquello que no ha escuchado nunca. Continuamente florecen historias entorno a nosotros: por la calle, sobre el metro, en una sala de espera. El buen narrador es siempre un buen “escuchador”.
- Es muy útil formarse un repertorio personal con las historias del propio pueblo, de la región, de la familia, con las historias de la Biblia. Cómo recoger las historias contemporáneas (periódicos, revistas, televisión, cine, teatro).
- Es necesario prestar atención al lenguaje del cuerpo de quien está hablando. ¿Cómo se comporta el narrador? Mientras habla, ¿cómo mueve las manos? Observa atentamente los ojos de las personas con las que está hablando: ¿están vueltos a ti o evitan tu mirada?
- Observa la diferencia entre las historias de las personas que te quieren bien y las historias de las personas que te rechazan o ignoran. Escucha las historias que tu mismo estás contando. Anota las historias que espontáneamente te atraen: pueden ser indicación de áreas sobre las que construir.
- Para que pueda comunicar del todo su mensaje consolador, su mensaje simbólico, sobre todo, su significado interpersonal, una regla deberá ser contarle más que leerlo. En este segundo caso, quien lee debería estar implicado emotivamente sea por la historia sea por el niño y probar un sentido de empatía

por cuanto la historia puede significar para él. La narración es preferible a la lectura porque transmite una mayor flexibilidad.

- El buen narrador se apropia de la historia. La enriquece con su persona, la hace vivir. Para él el texto se convierte en un testimonio. Se vive interiormente eso que cuenta (sobre todo si se trata de una historia bíblica) es él mismo transformado.
- Es necesario: tener con claridad en la cabeza lo esencial que se quiere transmitir; estar seguros de su desarrollo, de la trama, de los personajes, de los diálogos, para no tener nervios durante la narración; los destinatarios deben estar delante (pero en un círculo completo): es importante mirar a los ojos. Hacer gestos, variar las voz, pero con sobriedad para no distraer o hacer reír; crear las disposiciones favorables para la escucha. Los destinatarios deben estar cómodos. También el cuerpo debe mandar mensajes: “que está bien”; “tener calor” el clima emocional. Quien escucha debe poder percibir que quien habla está “presente” y a su disposición, que no tiene miedo de perder el tiempo, que no está preocupado ni nervioso.
- No es necesario meter en primer lugar la intención didáctica, es decir no necesita sacar la moral de la historia a toda costa. Escuchar la historia y recibir las imágenes puede ser parecido a un esparcimiento de semillas, que solo en parte germinarán en la mente del niño.
- Una historia no es nunca la explicación de un texto.
- No es necesario hacer una unión explícita entre una imagen fantástica y cualquier imagen bíblica. También si la manzana de Blancanieves nos hace pensar en la de Eva, Jesús no es el príncipe azul.
- Las historias no son hechos para hacer pasar un mensaje religioso sin que los oyentes sean conscientes.
- No nos podemos limitar a la historia. Los muchachos deben vivirlo. Cread una atmósfera adaptada. Dejad que los muchachos respondan a la fantasía con la fantasía. A partir de la historia pueden crear manifiestos, mimos, montajes, canciones, historias, etc.
- Es necesario estar atentos a los peligros de sobredosis. Cada historia debe ser un evento adaptado a los destinatarios.

Un orador es fascinante cuando tiene algo interesante que decir y lo dice de modo interesante. Cuando llega a hacerse sentir en cada ángulo de la sala sin algún esfuerzo, y su voz varía en el timbre, tono y volumen. Cuando sabe hacer uso del silencio para subrayar párrafos, periodos y frases. Cuando es capaz de implicar al público cuando dirige y responde las preguntas. En definitiva, es aquel que sabe despertar a quien escucha a pensar sobre el argumento; y, quizá, de un modo totalmente nuevo.