

# LA ORATORIA Y EL LENGUAJE CORPORAL EN LA PRÁCTICA PROCESAL

The Oratory and the Body Language within the Procedural Practice

Jimmy Álvarez García\*  
jimmy.alvarez@ict.go.cr

## Resumen

Desde hace algunos años, hemos sido testigos en nuestro país del desarrollo de la oralidad en los procesos judiciales. Sin embargo, el profesional costarricense en derecho no se encuentra aún preparado para esta nueva forma de generar justicia. No se puede quedar en lo escrito, debe aprender a defenderse y litigar en los procesos orales. La oratoria procesal, más que hablar bien, es hablar para persuadir, y en eso debe existir una intención clara del abogado para tomar y aprender técnicas que lo auxilien en este proceso. El mundo anglosajón, por el contrario, lo tiene muy claro; han estudiado, eficazmente, los mecanismos de oratoria procesal y los han aplicado con éxito a las audiencias en sala. Dada la importancia de estas técnicas, el presente trabajo tendrá por objeto realizar una primera aproximación a la materia, así como el de ofrecer algunos ejemplos para su puesta en práctica en las salas de juicio.

## Palabras clave

Academia, Derecho, Oralidad, Oratoria, Persuasión, Publicaciones.

## Abstract

Since some years ago, we have been witnesses of the orality's development within procedural processes in our country. However, the Costa Rican Law professional is not yet prepared for this new way to create Justice. He cannot stay on the written part, he should learn to defend and litigate in the oral trials. Within the procedural oratory, besides speaking well is talking to persuade, and in that part it must exist a definite Lawyer's intention to take and learn helping techniques for this trial. On the contrary, the Anglo Saxon World is fully defined because they have effectively studied the speaking procedural mechanisms and they have successfully applied it to the audiences in the courtroom. Taking into account the importance of these techniques, the objective of the present work is to carry on a first critical approach on the area, offering some examples to put into practice in the courtrooms.

## Keywords

Academy, Law, Orality, Oratory, Persuasion, Publications.

\*Profesor de la Escuela de Derecho, Universidad Latina de Costa Rica, abogado.

La comunicación persuasiva:

...se caracteriza por la intención manifiesta del autor de producir un efecto en el receptor y modificar su conducta. Como ejemplos podemos citar los avisos publicitarios que inducen al consumo o la elección de un determinado producto o marca, o aquellos que estimulan la participación política. Observamos que –más allá de su función lingüística– la persuasión no es sino una forma de seducción (Greco,2005, párra. 8).

Frederick Philbrick, comentado también por Marcela Greco, admite que:

Los abogados hablan para persuadir. La importancia de las metáforas en el discurso humano ha sido destacada repetidas veces y por diversos autores. La Real Academia Española define metáfora como el tropo (empleo de las palabras en sentido distinto del que propiamente les corresponde) que consiste en trasladar el sentido recto de las voces a otro figurado, en virtud de una comparación tácita. Cita como ejemplos: las perlas del rocío, la primavera de la vida, refrenar las pasiones.

Por otra parte, varias investigaciones en el campo de la Neurolingüística (Lakkof & Johnson, 1987) muestran que nuestro sistema conceptual posee un enorme sub-sistema de miles de metáforas conceptuales, semejantes a mapas mentales que nos permiten entender lo abstracto en términos de lo concreto. Stephanie Gore argumenta que “el lenguaje determina cómo vemos la realidad, y las metáforas en particular afectan nuestra percepción y entendimiento de los fenómenos que nos rodean. Las metáforas definen el patrón de percepción al que responden las personas”. En efecto, numerosos lingüistas concuerdan en que el uso de metáforas no sólo constituye un modo de expresarnos, sino que, además, las metáforas son elementos fundamentales de las estructuras cognitivas principales por medio de las cuales podemos producir pensamientos coherentes y ordenados, razonar y dar significado a nuestras experiencias diarias.

El efecto que producen las metáforas es principalmente emotivo. El lenguaje metafórico nos atrae porque provoca determinados sentimientos como el enojo, la esperanza, el miedo, la alegría o el rechazo, evocados por una palabra o una expresión determinadas. to es cierto con respecto al lenguaje que usan en los tribunales, ya sea que se presenten como defensores a favor de los litigantes o como jueces cuyas opiniones intentan convencer a todo aquel que las lea de que la ley ha sido interpretada correctamente ... Utilizan su poder en el tribunal por medio de manipular los pensamientos y opiniones de otros, ya sea en los alegatos o cuando interrogan a los testigos (en Greco, 2005, párra.9-10).

Se ha indicado que el profesional promedio no se sabe comunicar. El médico, por ejemplo, no puede establecer una comunicación eficaz con su paciente y, por consiguiente, no obtiene la mejor información para sus diagnósticos. El psicólogo entrevista a su paciente, y, expresa dificultades para comprender las patologías de este. El abogado, al pasar de una actividad litigiosa escrita a una más oral, muestra desconocimiento en las destrezas para persuadir en sala.

Luego de infinidad de conferencias en las que he estado presente, he llegado a comprender que el perito jurídico debe tener siempre una máxima: prepárese, prepárese, prepárese. Es preciso convertirse en un verdadero profesional en materia de oratoria procesal, para no vivir contratiempos en sala.

Todas estas vicisitudes y fenómenos pueden modificarse comenzando con una actitud humilde del profesional: comprender que necesita mejorar en la comunicación oral. Hablar es intrínseco en el ser humano, y hablar bien es una virtud. Desde Cicerón hasta

Barack Obama, el arte de hablar implica persuasión, modificar criterios, cambiar vidas.

En la sala de juicios, el abogado que habla bien tiene mayor posibilidad de lograr un buen resultado. Probablemente, no siempre ganará, pero estará más cerca de lograrlo. El juez, como ser humano, puede ser persuadido, con buena prueba y con buena retórica.

Muchos dicen que quienes hablan bien poseen un don. Eso es relativamente cierto. Aunque algunos poseen mayores facilidades para la retórica, quien desea aprender una serie de técnicas sencillas y las practica constantemente, verá que puede lograr objetivos que antes no pensaba alcanzar.

Palavecchino sostiene que: "... nuestras capacidades innatas tienen mucho que ver con el éxito de esta receta; pero la oratoria nos ayudará a potenciarlas a la hora de enfrentar a un auditorio o, simplemente, en nuestra plática cotidiana" (2012, p.24).

El abogado moderno debe saber que no solo tiene que prepararse en lo jurídico, también necesita conocer otros aspectos de la vida que son utilizados en sus actividades diarias. Entre el Código Civil y Cien años de soledad, el profesional en derecho debe sumergirse en todas las áreas del conocimiento, con el objeto de integrar en su acervo una serie de elementos que le ayudarán a prepararse como persona y como perito.

El presente artículo tiene la intención de brindar las primeras armas para actuar mejor en sala, en un Estado donde la oralidad ya es la regla y no la excepción. Asimismo, brindará la posibilidad de mejorar en, al menos, cinco elementos que, al tomarlos en cuenta, el abogado podrá generar una mejor actitud al encontrarse en sala.

Comunicar hablando bien, preparándose

Como ya apunté anteriormente, es pertinente señalar que el abogado litigante debe contemplar siempre una máxima: *prepárese, prepárese, prepárese*. Esta preparación implica una serie de elementos, algunos generales y otros particulares. Dentro de los elementos generales se encuentran: la actualización jurídica, la preparación en oratoria procesal, el estudio de materia interdisciplinaria que auxilie en su preparación como litigante (artes dramáticas, psicología, comunicación, técnicas de venta, técnicas de negociación, entre otros), la alimentación, la actividad física y el ocio. Dentro de los elementos particulares se establecen: conocer al cliente, conocer el caso no solo desde la perspectiva del cliente, sino también desde otras posibles aristas; preparar la demanda o contestación, la prueba, el alegato, los interrogatorios y contrainterrogatorios.

Todo lo anterior es necesario, puesto que el juez o cualquier receptor de los mensajes orales, no perdona tres cosas: el aburrimiento, la lectura del discurso y el enfrentamiento al auditorio.

Cuando uno se sienta en un auditorio -y esto es muy común en los congresos jurídicos-, a pesar de que los expositores son grandes autores y grandes doctrinarios, no saben transmitir el conocimiento y las experiencias vividas; lo cual provoca el aburrimiento del público, quien, entonces, busca qué hacer para matar ese fastidio. Muchas veces escuchado: *esta fue una gran disertación; y luego nos preguntamos ¿estuvimos en la misma charla?* Pues no, después de que se comenta con los demás asistentes, llegamos a la conclusión de que, probablemente, el presentador lo hace para congraciarse con el expositor.

Cuando nace la programación neuro-lingüística, esta aparece para estudiar la excelencia en la comunicación personal. Bandler y Grinder observaron las razones por las cuales algunos docentes tenían las clases llenas en la universidad contra otros que eran poco apetecidos por los estudiantes. Concluyeron que todo se resumía

al lenguaje visual, al auditivo y a las posturas. Y se determinó que estos elementos implican no solo que el auditorio no se aburre, sino que procesan el mensaje y le provoca cambios. Es decir, es persuasible (véase Palaveccino,2012).

El juez es receptor en los procesos orales, por consiguiente, puede ser persuadido. Para ello, debe establecerse una retórica que implique un alegato no tedioso. Compréndase que para nada sirve una gran retórica si no existe prueba. No obstante, aún con prueba se necesita de la mejor retórica para persuadir al operador de justicia, sobre las bondades de esos medios o elementos.

A la par de ello, no es posible una buena comunicación si se lee. Ahora, eso no significa que no se pueda leer, pero dicha lectura puede realizarse con una buena técnica de gesticulación. Existen grandes expositores que, a pesar de que leen sus escritos, llegan al público; pero la razón no es la lectura, es la gesticulación y la visualización. El juez, de forma particular, no admite la lectura, puesto que para ello existe la oralidad, para que el abogado se exprese a viva voz. No caiga en la trampa de leer todo, aunque puede leer algunas resoluciones o normas.

Por último, nunca comience un enfrentamiento con nadie en sala. Algunos han dicho que quien pelea pierde, y considero que esta consigna se apega a la realidad. Muy atinadamente, García (2013, p.51) expresa que:

Yo me suelo hacer, antes de encenderme ante un juez, la siguiente pregunta ¿Alguna vez que he podido discutir en forma airada con un juez, o cuándo he visto discutir al compañero se ha conseguido algo positivo de dicha discusión o serio enfrentamiento? Pues es posible que, en algunos casos, efectivamente se haya conseguido algo positivo, pero en la mayoría de los casos no se consigue absolutamente nada desde el punto de vista jurídico., esto es, de lo que verdaderamente perseguimos en el procedimiento. Y ¿si hemos conse-

guido enojar al juez para lo que resta del proceso? Cuidado, no me estoy refiriendo, lógicamente, a limitar en modo alguno nuestra facultad de protestar o incluso discutir, sin que la discusión sea demasiado airosa, las diferentes posturas procesales que se tengan respecto a un determinado asunto, tan solo aconsejo evitar discusiones fuertes o importantes.

Comunicar hablando bien, sin miedo

El problema fundamental para intentar mejorar se conoce como miedo. Sin embargo, se debe señalar un secreto: no se preocupe, tenga miedo. Todos lo tenemos cuando vamos a comunicar de forma oral. A pesar de los años de experiencia en oratoria procesal, el miedo sigue siendo parte de mi vida. Tener miedo me obliga a prepararme, a ser mejor orador, a no sentirme satisfecho por lo que soy el día de hoy.

El miedo es una emoción. No es negativo tenerlo si este no se convierte en una constante para no avanzar. La elefanta que actúa en la película *Sing, era la mejor cantante, pero con un serio pánico escénico. Aún así, nos enseña que, cuando se enfrenta el miedo, este desaparece conforme se observa que se es capaz. Así que lo importante es enfrentarlo.*

Como parte de ese miedo, puede ser común marearse o sentir náuseas, quedarse sin voz, respirar de forma agitada, generar desarreglos intestinales, sudar o temblar en las manos, quedarse en blanco o bloqueado. Estos son síntomas que implican la existencia del miedo. El resultado de no actuar de forma consciente implica, entonces, pérdida de concentración, confusión de ideas, bloqueo mental, tartamudeo, hablar demasiado rápido (Gómez del Pozuelo, 2016).

En mi caso, es muy común demostrar el miedo antes del iniciar el juicio, cuando tengo sudoración excesiva y siento algunos problemas digestivos. He observado que presento estos síntomas especialmen-

te cuando sé que me encargo de un caso muy complicado o cuando al frente tendré un excelente colega a quien enfrentar. No obstante, he aprendido a prepararme bien, con el propósito de atacar ese miedo, pero aún me cuesta eliminar consecuencias, como hablar demasiado rápido. Por ello, nunca se debe dejar de prepararse, todo el tiempo.

Cuando Costa Rica participó en el Mundial de fútbol de Brasil, pocos le dábamos posibilidades de tan siquiera empatar un partido en el grupo de la muerte. Puede ser que muchos de los jugadores sintieran miedo antes de cada juego, pero la preparación que obtuvieron demostró que no existen gigantes al frente que no pueden ser enfrentados. El resultado está a la vista: llegar a cuartos de final y despedirse del torneo sin haber perdido un solo partido.

Aunado a esto, se ha dicho, por ejemplo, que muchas veces el miedo es el que provoca desenlaces fatales, en las entrevistas y pruebas orales, para concursos de trabajo. También, es muy común observar bloqueos en estudiantes que conocen la materia. Estas situaciones son sencillas de atacar.

Lo primero, se debe aprender a respirar bien. Es pertinente aprender esta técnica: se inhala con la nariz y se exhala con la boca. El aire debe dirigirse al estómago, no al tórax. Si se practica constantemente (al menos cinco veces al día), este ejercicio le servirá de auxilio en momentos de miedo.

Ahora bien, Gómez del Pozuelo (2016, p. 10), señala que:

...es muy importante empezar la charla con energía y entusiasmo porque eso nos da seguridad (aunque no lo sintamos del todo); nuestra sonrisa es contagiosa para la audiencia y nos mirarán con mejores ojos. Al principio de una charla uno está más nervioso, por lo que conviene tener una pequeña introducción perfectamente aprendida, que hayamos practicado más de 10 veces y que

nos salga de forma automática, aunque estemos nerviosos. Las personas que se sientan muy inseguras, después de la frase inicial pueden poner un pequeño vídeo de entre 30 y 60 segundos que refuerce la idea que se ha enunciado. Eso les dará tiempo de acostumbrarse a la tarima o al escenario y a mirar a las personas con calma. Para romper el hielo también sirve hablar de los nervios ya que nos ayuda a reírnos de ellos y genera empatía en la audiencia.

Los consejos anteriormente expuestos, el abogado debe tomarlos para realizar un alegato de inicio con energía y entusiasmo, cuando lo hacemos así, lo demás de la audiencia pasará sin mayores contratiempos, puesto que actuamos con seguridad. Dicho alegato debe ser aprendido, practicado, de tal manera que se tenga claro conocimiento de aquello que se debe decir. Si le cuesta aprender el libreto, utilice auxiliares multimedia, pero no se esclavice a ellos, no los use como muletilla de lectura.

Señor abogado, aprenda a sonreír, muestre siempre un rostro alegre. Esto contagia a los jueces. En sala, la oratoria comienza desde antes, desde que el abogado o la abogada pone un pie en ella. Su forma de vestir, de caminar, de sonreír, generan lo que J. García denomina simpatía procesal: "Significa que al juez le hemos causado una buena primera impresión y, sin saber por qué, nos ha echado una mano y nos ha ayudado" (2013, p.32). Además, observe que cuando usted sonríe, en la mayoría de las veces, las otras personas le devuelven dicho gesto con otra sonrisa; esto genera confianza.

Sonreír no cuesta y deja más efectos positivos que negativos. Practique durante todo un día sonreír a todos, y observe la actitud de la gente en relación con usted. Esa misma sonrisa debe ser parte de nuestra actitud corporal en sala.

Por último, el miedo se ataca no solo con práctica, sino también después de escuchar críticas constructivas. En con-

sonancia con Gómez del Pozuelo (2016, p.13):

...una vez que hayas visualizado la grabación y observado y trabajado los puntos de mejora, haz la presentación delante de una o dos personas de confianza que te puedan decir con sinceridad lo que les parece. Acepta y escucha con agradecimiento sus críticas, ya que te estarán dando un punto de vista muy valioso, pero pásalas por tu propio filtro. Si hay cosas con las que no estás de acuerdo, no discutas, deja que pase un poco de tiempo y toma la decisión que creas más conveniente. Al cabo de un par de días vuelve a grabarte con las modificaciones que hayas decidido incorporar y mírate de nuevo, a ver qué te parece. No seas excesivamente exigente contigo mismo ni muy crítico. Piensa que es imposible que salga perfecto... tu objetivo conviene que sea conseguir hacer la presentación sin que te bloques y sin que se noten los nervios, porque una vez que hayas conseguido eso, la siguiente presentación te será mucho más fácil y podrás tratar de lograr objetivos más ambiciosos.

Todos seguimos aprendiendo. Solo tenemos que ubicarnos entre dos tipos de abogados: aquellos que son muy eficientes y saben que lo son, o aquellos que siempre observan aspectos que mejorar y se mantienen en constante preparación. Yo siempre quiero ser de los segundos, porque los primeros caen en peligrosas zonas de confort.

Comunicar hablando bien, con el cuerpo

Aunque no solo hablando nos comunicamos, es cierto hablando bien se puede no solo comunicar, sino también persuadir. Y a quienes se debe persuadir de primero es a los jueces, puesto que ellos son los que van a resolver. Muchos han indicado de forma atinada que no se puede hablar bien si no se tiene noción de que lo primero que habla es el cuerpo. Dicen las personas mucho más con el cuerpo que con palabras. Comunicar bien mediante

la oratoria implica comunicar bien desde el cuerpo siendo coherente con las palabras.

Navarro, citando a Burgoon, Budler y Woodall, sostiene que:

...la comunicación no verbal, a menudo denominada comportamiento no verbal o lenguaje corporal, es un medio de transmisión de información, al igual que la palabra hablada, que se lleva a cabo a través de expresiones faciales, gestos, contacto (háptico), movimientos físicos (cinésico), posturas, ornamentación corporal (ropas, joyas, peinado, tatuajes, etc.); e incluso tono, timbre y volumen de voz (más que el contenido hablado). Los comportamientos no verbales constituyen, aproximadamente, entre el 60 y el 65 % de toda la comunicación interpersonal y, en algunas ocasiones, como por ejemplo durante el acto sexual, pueden llegar a constituir el 100 % de la comunicación entre la pareja (Navarro, 2008, p. 20).

La primera impresión es corporal, y puede ser positiva o negativa. Cuando nos encontramos ante jueces mujeres, la situación es más compleja, puesto que son detallistas. Pueden tomar criterios positivos o negativos hasta por el tipo de ropa que se utiliza, si los zapatos no están muy bien lustrados, si los dientes no están muy bien lavados, entre muchas otras cosas más.

Sin embargo, además, la actitud corporal cuando se le ha dado la palabra, la mirada hacia el juez o la jueza, la sonrisa, el cuello dirigido en forma inclinada hacia las autoridades, conforman los elementos corporales de la retórica. Observe cuando el hablante quiere obtener una respuesta positiva, normalmente, le observamos una inclinación del cuello hacia quien debe tomar la decisión; ante cualquier pedido, genera persuasión. Sucede lo mismo ante la autoridad judicial, la postura del cuello habla. Inclínese ante los jueces y observe el comportamiento de estos. Es una actitud de sumisión que persuade.



Normalmente, en la mayoría de las audiencias, los abogados se mantienen sentados cuando hablan. Por ello, las posturas del tronco hacia adelante y las manos abiertas constituyen una gesticulación positiva. Además, vea siempre a los jueces, no directamente a los ojos, sino al entrecejo. Ver a los ojos solo es necesario cuando se quiere enfatizar en un punto, puesto que hacerlo de forma constante implica en el receptor una actitud de incomodidad.

Algunos indicadores corporales demuestran seguridad, por lo tanto, deben ser usados por el abogado en la sala de juicios: postura relajada, falta de tensión corporal, expresión risueña, cabeza alta, contacto visual y orientación hacia el interlocutor sin fijación directa. Así las cosas, cuando hable ante el juez o los jueces, obsérvelos con cabeza alta, de forma risueña, sin tensión expresa. El tronco que se dirija a estos. Recuerde nuevamente: ellos son quienes van a resolver la controversia.

Contrario a lo anterior, se muestra ante los jueces total inseguridad, al hablar con una postura rígida, tensión muscular, expresión estirada, cabeza hacia abajo, con poco contacto visual y con tendencia de alejamiento.

Use las manos de forma adecuada: no se tape la boca, la cabeza o el cuello, pues demuestra que algo esconde. Tampoco se pase la mano por el cabello, porque es un gesto muy utilizado por los que mienten. Mucho menos señale con el dedo porque implica acusación de forma prepotente.

Comunicar hablando bien, con la voz

Cabe preguntarse, ¿qué es la voz?

La voz humana consiste en un sonido emitido por un ser humano usando las cuerdas vocales para hablar, cantar, reír, llorar, gritar... Los pulmones deben producir un flujo de aire adecuado para que las cuerdas vocales vibren. Las cuerdas vocales son una estructura vibradora, que rea-

lizan un ajuste fino de tono y timbre (Wikipedia,2017, párra.1).

El ambiente se domina con dicho instrumento cuando se utiliza voz alta y confiada, lo cual demuestra claro conocimiento del tema; también, puede presentarse una pequeña mirada de desafío y se puede llevar el tronco hacia adelante.

Dicen los doctrinarios de la oratoria que la pasión es esencial para disuadir. Y esa pasión se demuestra, en adición de los gestos, con entonación, ritmo, pausas y claridad de lenguaje. Villameriel y Álvarez señalan que: "La voz llega directamente a la sensibilidad del interlocutor produciendo efectos de acercamiento a de rechazo" (2009, p.189).

Efectivamente, ante un juez, la forma en que se utilice la voz como instrumento de comunicación, puede producir acercamiento o rechazo de parte de dicha autoridad. Por ello, agregan que "... a través de la voz se puede crear confianza, tranquilizar, influir y persuadir. Además, en la voz, el interlocutor aprecia la atención que merece, la sinceridad y el convencimiento con el que habla" (p.189).

Para crear confianza no solo es necesaria, entonces, la voz, sino también la coherencia de esta con los gestos. No hace mucho tiempo, un entrenador de un equipo de primera división del país, al consultársele sobre lo logrado por su acérrimo enemigo deportivo en otro país, indicó -moviendo la cabeza en gesto de negación-, que era importante para el país que un equipo como ese haya triunfado en un país en que normalmente se iba a perder. Entonces, si los gestos del abogado demuestran que no cree lo que está afirmando, los jueces lo observan eso; esto puede acarrear su cliente la pérdida del proceso.

Además, el abogado persuade cuando, con simpatía procesal, demuestra tanto sinceridad en su comunicado como convencimiento en sus afirmaciones. Ese convencimiento debe iniciar desde la preparación de la demanda o de la contes-

tación esta. De acuerdo con esto, siempre se recomienda al profesional en derecho no representar a un cliente cuya materia no domina o cuyo caso afecta su esquema de valores; puesto que, de admitirlo, no generaría la mejor representación en el juicio.

Claramente muchas veces se debe, aun sin estar de acuerdo en la participación de la parte, representar a esta debido a la condición que se adquirió como abogado en ciertos puestos institucionales, como puede ser la defensa pública, la fiscalía, la representación estatal, entre otras. Lo fundamental consiste en considerar la mejor representación que se debe tener en cuanto a los intereses del cliente.

Todos poseemos virtudes y defectos al hablar; conocerlos es lo prudente. Existen ejercicios que pueden ser ejecutados para conocerlos. Palaveccino (2012, p.96) recomienda el uso de una grabadora, la participación de un evaluador y nuestro oído. Luego, recomienda:

... grabemos tres minutos de la lectura de un libro, registremos otros tres minutos leyendo un poema, improvisemos luego un monólogo de tres minutos sobre el primer tema que venga a nuestra mente, los dos minutos finales dediquémonos a contar un cuento -sin leerlo- o a recitar una poesía, escuchemos la grabación para determinar qué suena mal y cuáles son las dificultades que deberemos superar.

Aunado a esto, me gusta observar, en los congresos de derecho, las actitudes del público cuando un conferencista presenta un tema en específico. Si la mirada se fija al comunicador, este logró el objetivo de la atención; si la mayoría se fija al teléfono celular, las portátiles, o se salen a conversar en los pasillos, algo pasa con el presentador. Muchas veces se debe a una entonación constante y monótona, es decir, "ni subió de registro para enfatizar lo más importante, ni lo bajó para argumentar lo que él consideraba que tenía menos importante" (García,2013, p.78).

En la sala de juicio sucede una escena semejante. Los jueces brindan un plazo de tiempo, casi siempre corto, en donde la teoría del caso es expuesta por el abogado; cuando se expone sin bajar ni subir el tono, como si fuera una sola línea de voz. ¿Qué sucede? Los jueces tal vez pondrán atención a los primeros cinco minutos, luego, comienzan a escribir -sin saber qué-, y se les observa una cara de desesperación, sino de sueño, anhelando que el reloj indique que el tiempo ha terminado.

Esto puede mejorar. Tome un párrafo jurídico cualquiera y léalo con voz natural, reléalo nuevamente bajando la voz, como susurrando, finalmente, léalo con la máxima potencia de su voz. Lea la parte importante de una sentencia, como queriendo que los jueces le pongan atención, y rescate la idea que será la más importante que usted pueda tener en el día. Por último, use la misma frase con acentuaciones diversas: ¡señor colega, usted merece todo el respeto! (aprobación); ¡señor colega, usted merece todo el respeto! (crítica); ¡señor colega, usted merece todo el respeto...! (burla); señor colega, ¿usted merece todo el respeto? (pregunta); señor colega, ¿usted? ¿merece todo el respeto? (sorpresa, duda).

Además, en cuanto al ritmo, el propósito radica en reducir la velocidad, puesto, que normalmente, sobre todo al inicio de nuestras carreras, se intenta hablar en sala y en los auditorios más rápido de lo que se debiera; y no siempre es aconsejable. Se trata de uno de los problemas más comunes que conservamos. García (2013, p.80) señala que:

Si queremos captar la atención de forma especial, expresarnos con sentimiento o dar suspense, utilizaremos un ritmo lento. Pero, por el contrario, si deseamos expresar nuestro disgusto o malestar, queremos expresar tres o cuatro ideas que van íntimamente unidas y estructuradas o cualquier tipo de acción o tensión, hablaremos a un ritmo rápido.

Compréndase que el ritmo es la marcha, la cadencia con que se emite el



mensaje. Cuando es muy lento, genera aburrimiento, hastío; cuando es demasiado rápido, resulta ininteligible y no le permite al oyente captar lo dicho (Pala-veccino,2012). Es decir, no se puede caer en extremos, ni en el aburrimiento ni en la imposibilidad de entender. El juez se aburre y el juez no entiende, es un ser humano, y muchas veces eso se olvida.

Picado y Calderón (2013, pp.244-245) expresan que los jueces también transmiten señales que deben ser estudiadas por los abogados en sala, por ejemplo:

Existen múltiples claves para determinar lo que podría estar pensando un juez y debe tenerse para anticiparse a una posible conclusión del proceso adversa a sus intereses. Solo como ejemplos, si el juez ocupa toda la superficie del asiento con las piernas formando un ángulo recto, o los pies apuntando hacia atrás, es una muestra de su disposición de actuar. Si el juez estira las piernas delante se siente cómodo y seguro, y no tiene previsto levantarse pronto; lo cual, de hecho, no es posible desde esta postura. Cuando el juez tenga las piernas cruzadas debe fijarse en la dirección hacia donde apunta la pierna de encima. Hacia el abogado que dirija su pierna se debe interpretar como aprobación a los sustentados por este. Si el juez mantiene ambas piernas apretadas con fuerza una contra la otra, significa que se siente más bien inseguro.

En relación con las pausas, resultan necesarias por diversas razones. Primero, provocan descanso al emisor y al receptor. Segundo, ayudan a que el auditorio vaya asimilando aquello que escucha. Tercero, provoca expectativa en el grupo por la resolución. En torno al juez, sucede igual: una vez le indiqué al señor juez que en ese momento estaba escribiendo, -ponga atención señor juez-, y callé unos segundos, el señor me volvió la mirada como esperando qué iba a decir; luego, me referí a una sentencia que era necesario que escuchara.

Si no se establecen pausas, se pierde la atención del grupo y del juez. Tanto si el alegato va dirigido a un juez que lleve dos o tres horas de juicio, como si el nuestro es el primero, necesita que le demos un pequeño margen de tiempo para asimilar lo que le estamos transmitiendo, con independencia de que podamos utilizar la pausa para dar más fuerza al argumento que creamos conveniente y ayudar así a que nuestro alegato sea más convincente (García, 2013, p. 82).

*Luego, el alegato se muestra más convincente si se posee un lenguaje adecuado, y para ello se necesita un acervo lingüístico importante. La mejor forma de acrecentar el vocabulario es leyendo. Para leer, se debe adquirir el hábito, por lo tanto, debe ser una decisión. Luego de esto, es importante seguir una serie de consejos: elige un libro que te motive, elige un horario para leer diario, dedícale el tiempo que puedas, monitorea tus avances contando los libros que has leído, disfruta el momento de lectura (que no se convierta en un suplicio), aleja distracciones (como el televisor o celular), cambia de libro si este es aburrido, lleva tu propia velocidad, comparte lo leído en tus exposiciones o con amigos, lleva tu libro a todas partes para aprovechar el tiempo (Sanz, 2017). En cuanto se obtiene un mayor acervo, el abogado puede explicar sus alegatos de manera que puede ser comprendido mejor por las partes.*

Comunicar hablando bien, con cuatro técnicas

Existen cuatro técnicas eficaces para influencia con la comunicación en sala: el resumen de ideas, la memorización de los elementos principales del alegato, la ilustración con historias y el uso de metáforas.

Siempre resulta pertinente establecer un conjunto de tres o cuatro ideas principales del alegato. Estas ideas principales deben estar vinculadas con los hechos que se deben probar, con las pretensiones, y con el derecho que se pretende alegar.

Es decir, las ideas principales deben estar vinculadas con la teoría del caso.

De lo anterior se colige que, la teoría del caso es el planteamiento técnico que desarrolla y argumenta cada una de las Partes, sea en defensa o acusación, para demostrar los hechos más relevantes... de su causa; permite, asimismo, que cada actor y su representante o apoderado, basados en las pruebas aportadas y debidamente sustentadas, más los fundamentos jurídicos convenientes y pertinentes que los apoyan, puedan desarrollar procesalmente sus intenciones y pretensiones (Leon,2017, p.203).

Esa teoría del caso se expresa en los alegatos de inicio para visibilizar al juez cuál será la argumentación fáctico-jurídica de la parte, la cual incluya lo que se intenta probar y lo que se pretende. Esa misma teoría se expresa en las conclusiones, en tanto se establece cómo se probaron o no se probaron los hechos, y dejar en el juez la forma en que debe resolver.

De la teoría se estipulan las ideas más importantes en vistas de estructurar dicho alegato, el cual en sus ideas principales se recomienda su memorización. Esto no significa la memorización de toda la teoría, sino de sus ideas principales, pero, ¿por qué hacerlo?

Un alegato está hecho para ser interpretado y no leído, la memorización de las ideas básicas en los que se basa nuestra defensa procesal ayudará a tal cometido, y nos dará mayor seguridad además de dar una mejor imagen al cliente.

1. Hay que tener en cuenta que, para facilitar la memorización, se debe hacer de más a menos. Por lo tanto, primero se deberá de leer todo el alegato una o dos veces antes de proceder a su memorización.
2. Se deberá de leer en alto... para, en primer lugar, comprobar las

frases o palabras que queremos enfatizar y... para practicar cómo queremos que las manos y el resto del cuerpo nos ayude a potenciar nuestro mensaje.

3. Se subraya lo más importante de cada argumento.
4. Se pone en el margen derecho del papel una frase o palabra que resuma la idea básica de cada argumentación: es importante hacerlo porque nos permitirá en caso de que por unos segundos se nos olvide la idea básica en sala, recordarla con solo leer dicha frase o palabra.
5. Se da vuelta al papel. Sin ver nada, se recita en alto el alegato para comprobar qué hemos registrado y qué no, mentalmente.
6. Siempre habrá algunos argumentos que se nos olvidarán, incluso, aunque lo repitamos treinta veces, por lo que en este caso deberemos poner al margen de dicho argumento, algún símbolo que tenga que ver con la idea, no olvidándonos más dicho argumento. Y es en este punto donde el hemisferio derecho acude en ayuda del izquierdo puesto que, al apoyar con las imágenes, hace que la idea se consolide mucho mejor en nuestra memoria (García,2013, pp.89-90).

Luego, en los alegatos de inicio y de conclusiones, deben vincularse ilustraciones vinculadas a historias y a metáforas.

El llamado *storytelling*, o el contar historias, consiste en la forma más efectiva de mantener al auditorio y al juez con expectativa de aquello que se intenta comunicar. En mi experiencia como docente, considero que la mayor efectividad que he tenido al transmitir conocimiento a los estudiantes, es a través del *storytelling*.

De manera casi intuitiva, podríamos definir el *storytelling* como el arte de narrar relatos. Un arte que, aunque

sea obvio afirmarlo, es tan antiguo como la humanidad. Tal es así que, para todos nosotros, el relato forma parte de la realidad cotidiana. Generación tras generación, nos hemos dedicado a transmitir infinidad de historias y, prácticamente desde que nacemos, convivimos con ellas (Rodríguez, 2004, p. 225).

Cuando, por ejemplo, comienzo a referirme a temas como explicar las formas de acoso sexual, resulta necesario contar historias reales en donde personas concretas hayan vivido situaciones ligados con este. De ahí que uno puede referirse a estudiantes quienes denuncian a su profesor, el cual les dice que la única forma en que pueden ganar el año consiste en tener una cita con él. Expertos en expresarse a través de esta técnica han sido Steve Jobs y Barack Obama.

Desde el momento que se subía al escenario para hablar hasta que terminaba, Steve Jobs contaba historias, puesto que conocía esta técnica como la mejor forma de llegar a la audiencia. Y en este sentido, a la audiencia se le llega mejor si se cuentan historias, porque estas alcanzan el sentimiento de las personas.

Ahora bien, contar una historia sin tener este punto cerrado, es dejar que el *storytelling* haga un brindis al sol. La razón es sencilla: la gente no compra cosas, compra sentimientos. Y esas sensaciones sólo las ofrecen las personas. Por ese motivo, cualquier historia que decidamos contar debe enfocarse en las personas, sea cual sea el canal escogido para difundir las mismas. A eso hay que añadir que debemos alcanzar al público adecuado, en el lugar adecuado y con la historia que verdaderamente consiga los resultados que buscamos: crear el deseo de conocer más sobre nosotros.

Por ejemplo, durante la presentación en enero de 2010 del iPad, Steve Jobs jugó con su anuncio empleando la siguiente historia:

Todo el mundo utiliza un ordenador portátil y un *smartphone* (teléfono

inteligente). Y se trata de una cuestión que últimamente ha empezado a cobrar presencia: ¿hay espacio en el medio para una tercera categoría de dispositivo? Algo que éste entre un portátil y un *smartphone*. Por supuesto, nosotros hemos estado reflexionando sobre esta pregunta durante años. La exigencia es muy alta. Para crear de verdad una nueva categoría de dispositivos, éstos van a tener que ser mucho mejores haciendo ciertas tareas clave. Mejor que un ordenador portátil. Mejor que un *smartphone* (Toca, 2017, párra 24).

Entonces, llegar con historias al juez es llegar a los sentimientos. Cuando se llega a los sentimientos de cualquier persona, se alcanza a su ego, y constituye la mejor forma de modificar ese ego. Un juez no solo resuelve por la razón, no puede, es un ser humano, también le vinculan los sentimientos. Se les observa en sus acciones cuando ríen, lloran, se enojan, gesticulan. Puede observarlo la próxima vez que incluya historias en sus alegatos.

Así lo hacía también Barak Obama, quien domina este arte casi a la perfección, lo cual le convierte en uno de los mejores oradores de este siglo, tal y como nos los recuerdan Sadowsky y Roche:

Cuando habla sobre su comprensión de los pobres, se apoya en sus historias personales y en su pasado. Sus intervenciones comienzan con los recuerdos de su infancia. Nos enteramos de que en gran parte fue criado por sus abuelos, que ha cambiado varias veces de región y de país, y sobre todo que sus orígenes fueron humildes. En sus discursos, Obama se refiere a esos años difíciles y a las huellas que le han dejado. Si bien más tarde tuvo la oportunidad de ir a las mejores universidades del país, lo que ha vivido le ha permitido comprender muy bien y por lo tanto compartirlo con quienes han nacido en ambientes más desfavorecidos. El hecho de hablar con tanta frecuencia de su infancia le brinda autenti-

cidad, y su manera de identificarse con los más pobres y su sensibilidad hacia ellos le confieren una credibilidad que ningún otro candidato presidencial en la historia de los Estados Unidos pudo igualar (2014, p.43).

Acerca de lo anterior, si es así con ellos, el abogado lo puede hacer con el juez. No obstante, su historia debe contar con elementos de credibilidad, apegado a los hechos y a las pretensiones en este proceso, vinculado con elementos del interior del litigante, con alto grado de autenticidad, con la posibilidad de involucrar a las partes y al juez, y con gran simplicidad. Para ello, el colega debe ser auténtico en las historias, es decir, no son creíbles las historias que a todas luces son inventadas; pues generan el efecto opuesto a la sensibilidad. Por tanto, muchas veces se debe tener conocimiento de las características de los jueces.

Huelga decir que el storytelling, desde luego, no sustituye en modo alguno el imprescindible conocimiento y dominio de las normas procesales: ni puede suplir su estudio ni tampoco minorar el nivel de exigencia. Simplemente se trata de un mecanismo complementario que persigue coadyuvar a la mejor comprensión del derecho procesal y, en definitiva, a un mejor y más profundo aprendizaje de este.

Por último, y no menos importante, debe ser la utilización de las metáforas. Greco manifiesta que:

La importancia de las metáforas en el discurso humano ha sido destacada repetidas veces y por diversos autores. La Real Academia Española define metáfora como el tropo (empleo de las palabras en sentido distinto del que propiamente les corresponde) que consiste en trasladar el sentido recto de las voces a otro figurado, en virtud de una comparación tácita. Cita como ejemplos: las perlas del rocío, la primavera de la vida, refrenar las pasiones.

Por otra parte, varias investigaciones en el campo de la Neurolingüística (Lakoff y Johnson, 1987) muestran que nuestro sistema conceptual posee un enorme subsistema de miles de metáforas conceptuales, semejantes a mapas mentales que nos permiten entender lo abstracto en términos de lo concreto. Stephanie Gore argumenta que “el lenguaje determina cómo vemos la realidad, y las metáforas en particular afectan nuestra percepción y entendimiento de los fenómenos que nos rodean. Las metáforas definen el patrón de percepción al que responden las personas”. En efecto, numerosos lingüistas concuerdan en que el uso de metáforas no sólo constituye un modo de expresarnos, sino que, además, las metáforas son elementos fundamentales de las estructuras cognitivas principales por medio de las cuales podemos producir pensamientos coherentes y ordenados, razonar y dar significado a nuestras experiencias diarias.

El efecto que producen las metáforas es principalmente emotivo. El lenguaje metafórico nos atrae porque provoca determinados sentimientos como el enojo, la esperanza, el miedo, la alegría o el rechazo, evocados por una palabra o una expresión determinadas (2005, párra. 16).

Las metáforas también apelan a la parte emotiva del juez. Uno de los mejores practicantes de la metáfora, como técnica de la oratoria, fue Martin Luther King, quien la usó constantemente en sus discursos. En el más famoso de ellos, denominado: *Como yo tengo un sueño*, utilizó varias metáforas, por ejemplo, fue la existencia de un cheque sin fondos dado desde hacía cien años, para referirse a que la libertad del negro no era real; el mismo elemento de tener un sueño implicaba la idea que negros y blancos estuvieran juntos, de la mano, en toda actividad, sin importar el color.

En una de mis alocuciones judiciales, recuerdo haber indicado a los jueces sobre la necesidad de conocer el tiempo para saber el antes y después, por lo tanto, utilizaba un reloj y un almanaque. La idea era hacer ver a los jueces que las normas también se aplican según la época. Ilustrar con esta técnica implica, además de la sensibilidad, el vínculo cerebral del juez entre lo teórico y lo práctico, lo real y lo imaginario, de esta forma se implica un razonamiento.

### Conclusión

El abogado eficaz debe saber que se encuentra en una disyuntiva, o avanza conociendo las nuevas tendencias del proceso oral o queda rezagado por aquellos que se adelantan a este, al prepararse para la nueva situación procesal.

La humildad de todo litigante implica que existe una situación de desconocimiento total de las técnicas y métodos de oratoria, necesarios para una comunicación persuasiva. Esa comunicación persuasiva es fundamental ante la presentación de los alegatos ante un juez o jueza, quienes siguen siendo seres humanos. Por ello, este artículo nace para sensibilizar al operador de derecho.

El colega, debe saber que comunicar, hablando bien, implica prepararse en aspectos tanto genéricos como específicos. No puede dejar de tener un desarrollo integral que implique preparación en diversas disciplinas, como lo jurídico, lo psicológico, lo lingüístico, lo teatral, entre otros. Prepararse de previo, de modo que se conozca al cliente y la causa, así como el ordenamiento reciente, implica no quedar en una zona de confort.

Comunicar hablando bien, acarrea tener miedo, pero debemos enfrentarlo con mejor preparación, con técnicas de respiración, con mayor conocimiento de las causas.

Comunicar hablando bien con el cuerpo implica que la gesticulación habla más

que todas las palabras que diga en sala, por lo tanto, el cuerpo debe estar ligado a lo retórico. Así pues, el aprendizaje de gesticulación significará un conocimiento de las técnicas dramáticas y de los aspectos de programación neurolingüística que le sirvan al abogado para persuadir.

Dentro de esa buena comunicación, se encuentra la voz, por medio de la cual expresará su retórica. Ello requiere un conocimiento práctico de las técnicas de dicción, volumen, pausa, velocidad, alegato, entre otros elementos de voz que deben ser aplicados para influir.

Por último, estas cuatro técnicas de comunicación resultado importantes y necesarias para persuadir al juez: se debe saber resumir, memorizar, contar historias y aplicar metáforas, para llegar a la sensibilidad del juez.

La tarea no es difícil, solo necesita de una cosa: decisión para actuar, para cambiar y para aprender.

### Referencias

- García, J. (2013). *Estrategia de oratoria práctica para abogados*. Madrid, España: Editorial Rasche.
- Gómez del Pozuelo, N. (2016). *Consejos para hablar con soltura*. Recuperado desde: <http://adiosmiedoescenico.com/wp-content/uploads/2016/06/10-AME-Consejos-para-hablar-con-soltura.pdf>
- Greco, M. (28 de Agosto de 2005). *El lenguaje de la persuasión en el discurso jurídico*. Recuperado desde: <http://www.proz.com/translation-articles/articles/504/1/EL-LENGUAJE-DE-LA-PERSUASION-EN-EL-DISCURSO-JURIDICO>
- León, V. (2017). *Teoría del caso*. Recuperado desde <http://doctrina.vlex.com.co/vid/concepto-llamado-teoria-caso-42406679>
- Navarro, J. (2008). *El cuerpo habla*. Málaga, España. Editorial Sirio.

Palaveccino, A. (2012). *Técnicas para hablar en público*. México: Editores Mexicanos Unidos.

Picado, C., y A. Calderón, A. (2013). *Técnica y estrategia procesal*. San José: Editorial Investigaciones Jurídicas.

Rodríguez, A. (2004). El proceso es un cuento el *storstelling* en la docencia del Derecho procesal. *REDUCA*, 5 (1) 225-239.

Sadowsky, J., & Roche, L. (2014). *Las siete reglas del storytelling*. Argentina: Ediciones Granica

Sanz, T. (2017). *Cómo lograr tener tu hábito de lectura*. Recuperado desde <https://habitualmente.com/habito-de-lectura/>

Toca, A. (2017). *El por qué del storytelling*. Recuperado desde <http://www.yorokobu.es/apple-y-el-porque-del-storytelling/>

Villameriel, J. I., y M.E. Álvarez, M. E. (2009). *Recursos y técnicas para una comunicación efectiva*. Sevilla: Editorial MAD.

Wikipedia. (28 de Febrero de 2017). *La voz*. Recuperado desde [https://es.wikipedia.org/wiki/Voz\\_humana](https://es.wikipedia.org/wiki/Voz_humana)

Recibido: 11 de marzo del 2017.

Reenviado: 21 de marzo del 2017.

Aceptado: 14 de abril del 2017.