

# **El Discurso científico**

## **Características del lenguaje científico**

El lenguaje técnico–científico no es uniforme. Cada rama del saber, cada disciplina, utiliza un lenguaje propio. Más que de un solo lenguaje científico pues, habría que hablar de variedades o subsistemas que coinciden en unas características comunes.

Como el resto de los lenguajes especializados, el técnico–científico sólo es utilizado por sus hablantes en una parcela de su actividad; fuera de ella hacen uso de la lengua común. La dificultad de estos lenguajes los convierte en algo difícil de comprender para el resto de los hablantes.

Los textos científicos deben observar las cualidades fundamentales de la ciencia: objetividad, universalidad y verificabilidad.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, trataremos de extraer el denominador común de los textos que pueden caracterizarse como científicos.

## **Registro culto**

En general, los textos científicos suelen poseer un alto nivel de corrección sintáctica y, por ello, acostumbran a ser claros y concisos. La precisión, que se logra fundamentalmente mediante el uso abundante de léxico monosémico, es otro de los rasgos definitorios de este tipo de lenguaje.

## **Claridad**

En general, predomina la coordinación sobre la subordinación; esto produce una marcada sencillez sintáctica; no son raros, sin embargo, los textos de sintaxis más enrevesada.

- Son frecuentes las subordinadas adjetivas explicativas, que actúan como aclaración de sus antecedentes.
- Con la misma finalidad se utilizan abundantemente incisos, aposiciones y enunciados parentéticos entre comas, rayas o paréntesis.

- 
- Son habituales también los resúmenes, aclaraciones o definiciones tras dos puntos.
- Mediante enlaces extraoracionales explicativos se consolida la coherencia textual .
- La repetición de palabras, desaconsejada en otros tipos de textos, se tolera en los técnico-científicos por su valor aclaratorio.

### **Formas expresivas propias de la disciplina**

Aparecen en los textos científicos elementos gráficos, iconográficos, cromáticos, tipográficos, etc. que sirven de apoyo al código lingüístico. El resultado es un código muy distinto para cada ciencia o disciplina y que varía según el destino del texto; en los destinados a la enseñanza primaria y media son más abundantes los recursos gráficos que en textos universitarios o destinados a profesionales y especialistas en la materia. Estos elementos suelen ser los mismos para todas las lenguas, tienen un carácter mucho más universal que los recursos no lingüísticos propios de otros lenguajes especializados

### **Objetividad**

La objetividad se consigue diluyendo la importancia del sujeto, destacando los hechos y los datos, y determinando las circunstancias que acompañan a los procesos. Para ello, los escritos científicos suelen utilizar recursos como los siguientes:

- Oraciones enunciativas. Presencia casi exclusiva de la función referencial.
- Construcciones impersonales y pasivas, tanto pasivas reflejas.
- Preferencia especial por las construcciones nominales sobre las verbales: *Diluyo el polvo en agua y tomo una pequeña cantidad con una pipeta* (lengua común) > *Disolución del polvo en agua y toma de muestras con una pipeta* (lenguaje científico). Esta nominalización de oraciones elimina los morfemas de persona, con lo que se desvanece el interés por el agente, y utiliza un sustantivo postverbal abstracto que transforma la acción en un hecho ya realizado.
- Adjetivos casi exclusivamente especificativos, generalmente pospuestos, que delimitan y concretan la extensión semántica del sustantivo.
- 
- Uso predominante del indicativo como modo de la realidad.
- Estructuras oracionales que comienzan con una construcción de infinitivo, gerundio o participio.

- CC que sitúan las circunstancias de los hechos, tanto SN precedidos de preposición, como subordinadas adverbiales, especialmente causales y finales.

## **Universalidad**

Algunos rasgos que muestran la universalidad del texto científico son:

- Uso del artículo con valor generalizador. Atribuye a la especie lo que se dice del individuo
- Presente científico. Al ser el presente de indicativo, es el más indicado para designar la universalidad de los hechos.
- Utilización de sustantivos abstractos que confieren a lo material un valor mental y universal.
- Uso de tecnicismos, fácilmente traducibles a cualquier lengua y, por tanto, auxiliares inestimables para contribuir a la universalidad del texto científico.
- Para conseguir universalidad, se utilizan también muchos rasgos no lingüísticos como gráficos, fórmulas, demostraciones matemáticas, símbolos convencionales... que, además, contribuyen a la **verificabilidad** de los hechos.

## **Léxico Científico**

La rapidez con la que progresan actualmente las disciplinas técnico-científicas exige una permanente actividad creadora de tecnicismos, de resultados a veces precipitados y poco acordes con el sistema morfológico y fonológico español. Los procedimientos que se usan para la creación de neologismos científicos son los siguientes:

### **Derivación y composición**

Ambos son procedimientos de creación de léxico propios de la lengua común, que también se utilizan en el lenguaje científico y técnico.

### **Procedimientos convencionales de cada disciplina**

Además de los procedimientos de derivación de la lengua general, cada disciplina suele poseer recursos de derivación y composición propios. El ejemplo más claro lo ofrece la Química con los prefijos y sufijos que se usan en formulación: *per—*, *hipo—*,

*bi—, met—, et—, —ano, —ilo, —uro, —oso*, etc. En Geometría, Biología, Medicina, se podrían ofrecer ejemplos similares.

## Préstamos

Los préstamos son términos de otra lengua utilizados en la propia. Aunque, como en tantos otros campos de la lingüística, no hay unanimidad en la terminología, podemos utilizar el término préstamo para referirnos a cualquier tipo de voz extranjera utilizada en español.

Básicamente podemos hablar de dos tipos de préstamos:

- Los que se utilizan con su forma original y son sentidos por el hablante como ajenos a su propio idioma.
- Los que han sufrido adaptación a la fonética y morfología del español. Hay diferentes grados de adaptación:
  - Ligeras modificaciones en el significante: fr. *plateau* > *plató*, fr. , ing. *film* > *filme*, ing. *cassette* > *casete*, it. *spagheti* > *espagueti*.
  - Cambios importantes en el significante: ing. *shock* > *choque*.
  - Traducción del extranjerismo: ing. *rooter* > *desraizadora*, ing. *off side* > *fuera de juego*. Este mecanismo a veces produce incorrecciones que se denominan **calcos léxicos o sintácticos**: ing. *industrial plant* > *planta industrial*, fr. > *encendedor a gas* (por *encendedor de gas*), *jugar un papel importante* (por *desempeñar un papel importante*).

Desde el punto de vista de su origen podemos distinguir: anglicismos, galicismos, italianismos. La mayoría de los préstamos recibidos en el español son anglicismos y galicismos. La proximidad geográfica y la relación cultural con Francia, y la dependencia comercial, científica y técnica respecto a Estados Unidos y Gran Bretaña son los condicionantes fundamentales de esta influencia.

Las siglas y los acrónimos que se usan en español han visto incrementado su número considerablemente por influencia del inglés; son muchos los acrónimos y siglas ingleses presentes en el español contemporáneo: *hifi*, *láser*, *radar*, *sonar*; y otros muchos calcos léxicos: *UVI*, *ovni*, *UCI*, *IVA*.

## Problemas morfológicos de los préstamos

Las diferencias fonéticas entre las lenguas pueden plantear problemas morfológicos en la incorporación de extranjerismos. Los más relevantes son:

- Formación del plural: *récord / réconds* , *ballet / ballets*, *lord / lores*, *déficit / déficit*, *pub / pubs*.
- Femeninos terminados en *-o*. La oposición *-a / -o* que en español distingue el femenino del masculino se ha visto debilitada por la multitud de extranjerismos femeninos terminados en *-o*: *la dinamo*, *la moto*, *la libido*, *la UNESCO*.

Desde el punto de vista normativo, hay que recordar que, siempre que sea posible, es decir, siempre que el español ofrezca una solución léxica, es conveniente utilizar una forma española: *\*hall* → *recibidor*, *zaguán*, *vestíbulo*, *entrada*; y que suele resultar conveniente una adaptación rápida a la morfología española.

### **Formas de elocución propia de los textos científicos**

Si bien la gran variedad de realizaciones posibles del lenguaje científico dificulta las generalizaciones, sí podemos decir de todos ellos que son especialmente cuidadosos con el orden expositivo y la coherencia lógica de lo expuesto. Lo más frecuente es que estos textos presenten una combinación de exposición y argumentación, dos formas de elocución clásicas que se han adaptado al método científico.

### **La exposición**

Exponer es presentar una cuestión cualquiera para darla a conocer y comprender a otras personas. La exposición pura es poco frecuente: lo normal es que se asocie con la argumentación.

En la retórica clásica, la exposición constaba de dispositivo y elocutivo. Actualmente cabría hablar de documentación, organización de materiales y elaboración final o redacción.

- **Documentación.** Es la recopilación de información sobre un determinado asunto. Para que esa labor sea efectiva, es fundamental conocer el objeto de la exposición, dónde se encuentra la información, a quién va dirigida la exposición y con qué grado de profundidad se va a tratar el tema. Es la fase en la que se anotan los datos

(habitualmente en fichas o en una base de datos informática) y se elaboran los esquemas y borradores.

■ **Organización de materiales.** En esta fase se elabora un guión en el que se recogen, de modo ordenado, los pasos que se seguirán en la exposición. La ordenación de los materiales ha de realizarse de forma que el receptor pueda percibir con claridad y coherencia el sentido de lo que se va a exponer, haciendo prevalecer la idea central sobre las secundarias.

■ **Elaboración final.** La exposición debe redactarse de forma objetiva y con un lenguaje claro, sencillo y correcto, tanto en el léxico como en la sintaxis, con el fin de no añadir dificultades añadidas a la comprensión del texto. Es especialmente importante no dejarse llevar por florituras literarias y recordar en todo momento la finalidad del texto que se elabora.

## La argumentación

Consiste en aportar razones para sustentar una opinión. A la opinión o idea que se pretende probar o defender se la denomina tesis; el conjunto de razones que se utiliza en la defensa de la tesis son los argumentos. Cuando la tesis se sitúa al principio del escrito, se utiliza un proceso deductivo para probarla con argumentos. El orden contrario recibe el nombre de inductivo.

Aunque el orden de la argumentación no es fijo, la disposición de contenidos suele dividirse en tres apartados:

■ La **exposición de la tesis** tiene por objeto formular de modo claro y conciso la tesis que se va a defender.

■ En el **bloque argumentativo** se aportan las razones en las que se fundamenta la tesis.

■ La **conclusión** es una síntesis de todo lo argumentado cuya finalidad es dejar fijada la postura o idea que se defiende.

Además del puramente científico, se utilizan con cierta frecuencia el argumento de autoridad, el de la experiencia personal, el de comparación de ideas enfrentadas y el de universalidad.

## **El discurso político**

El discurso político es aquel que se produce en el ámbito de las luchas de poder, es decir, dentro de la política.

Cada discurso político tiene un objetivo específico y, para lograrlo, utiliza recursos retóricos como la persuasión, la argumentación y la identificación de un enemigo.

Los discursos políticos no son solo aquellos que los gobernantes enuncian públicamente, también son los que se dicen en mítines privados y ante cualquier grupo que tenga una función política.

Entre esos discursos menos conocidos se encuentra la alocución, que es un discurso breve de carácter introductorio al comienzo de celebraciones, inauguraciones u otro tipo de actos. A pesar de su brevedad, la alocución cumple con gran parte de las características aquí enumeradas de un discurso político.

Otra forma de discurso político poco formal es la arenga, cuyo objetivo específico es enardecer el ánimo de los oyentes. Tiene todas las características de un discurso político pero sus recursos suelen ser menos sutiles y la caracterización del enemigo es menos diplomática.

### **Características del discurso político:**

Para que un discurso se considere político debe tener como objetivo provocar un comportamiento determinado en sus receptores. Por ejemplo, un discurso que simplemente informa sobre una medida de gobierno, no es un discurso político.

Sin embargo, si se informa esa misma medida y además se apela al apoyo de la población, su carácter se vuelve político. Es decir que todo discurso político intenta convencer a sus receptores.

### **Argumentativo**

Para convencer, los discursos deben ser (al menos en cierta medida) argumentativos. Esto quiere decir que afirman algo y luego lo sostienen lógicamente con pruebas o razonamientos.

Sin embargo, la argumentación en el discurso político se diferencia de la que se utiliza en la retórica tradicional: en esta última, la argumentación se utiliza para persuadir a un adversario.

Por el contrario, en el discurso político el adversario no forma parte de la comunicación.

### **Tipos de receptores**

Los discursos siempre tienen receptores directos, que son las personas quienes se dirige el hablante explícitamente. Pero además existen receptores indirectos, que son quienes se espera que reciban el mensaje transmitido incluso si no se les habla directamente.

Por ejemplo, si un presidente habla por televisión a los ciudadanos de su país, los ciudadanos son los receptores directos. Sin embargo, el mensaje será recibido e interpretado por otros receptores como políticos extranjeros y sectores empresarios internacionales.

### **Estratégico**

Explícitamente, los discursos políticos tienen como objetivo, como se ha señalado, convencer a su auditorio.

Pero además forman parte de una estrategia en la cual se construye una imagen de quien emite el discurso, se envían mensajes a posibles aliados y se señalan los enemigos.

### **Funciones del lenguaje**

En el discurso político se utilizan las funciones del lenguaje de diversas formas:

- **Función conativa.** Directa o indirectamente apela al oyente a que se comporte de determinada manera.
- **Función referencial.** En muchos casos se incluye información para sostener los argumentos.
- **Funciones poética y expresiva.** Se utilizan en menor medida, únicamente como recursos estilísticos.

### **Metáforas**

Una metáfora es una figura retórica que hace referencia a algo sin mencionarlo, pero tomando otra cosa diferente que tiene algún elemento en común.

En los discursos políticos se utilizan metáforas para identificar a sus enemigos con nociones negativas. También se utilizan para acercar complicados procesos económicos, financieros, políticos y sociales a la simplicidad de la población no experta.

Sin embargo, esa simplificación siempre es ideológica: solo se selecciona la parte de la realidad que ayuda a convencer a la población de que una medida es positiva o negativa.

### **Redundancias y repeticiones**

Los discursos políticos están pensados para ser escuchados. Por lo tanto, a diferencia de un texto escrito, requieren que la información aparezca varias veces para que el oyente pueda seguir el argumento que se desarrolla.

Esto puede lograrse a través de las repeticiones, por ejemplo, de un nombre o un dato importante.

Pero también pueden utilizarse redundancias, que no son la repetición textual, sino que es la insistencia sobre el mismo tema desde diferentes aspectos o puntos de vista.

### **Identificación de enemigos**

Es muy frecuente que los discursos políticos tengan como tema el enemigo del individuo o partido que emite el discurso. Esto ocurre especialmente cuando el emisor del discurso no detenta el poder.

La mención al enemigo puede aparecer tangencialmente, como parte de una argumentación sobre otro tema. Pero si el enemigo es el tema principal, el discurso toma la siguiente estructura:

- **Denuncia.** Se identifican las acciones o características negativas del grupo o del individuo identificado como el enemigo.
- **Exhortación.** Se pide a los oyentes una acción en respuesta a la denuncia. Habitualmente esa acción es acompañar al emisor para derrotar al enemigo.
- **Promesa.** Para lograr el apoyo del oyente, el emisor del discurso promete solucionar los hechos denunciados.

Identificación del emisor con el receptor directo Para convencer al receptor directo del discurso, en todos los casos el emisor del discurso político intenta que el receptor se identifique con él.

Es decir, presenta sus propios objetivos como si fueran los objetivos del receptor y minimiza las diferencias que existen entre ellos.

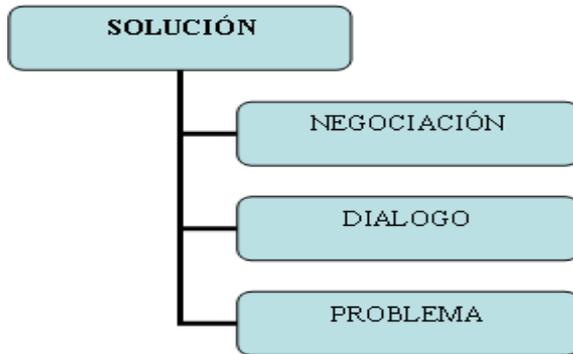
### **Performatividad**

Los enunciados performativos son aquellos que no solo hacen referencia a una acción sino que además la realizan. Entre los enunciados performativos se encuentran las promesas, los juramentos, y las declaraciones.

Los discursos políticos son performativos porque el emisor expresa públicamente su compromiso a realizar determinadas acciones o a sostener una posición específica sobre un tema.

## **El lenguaje de negocios**

NEGOCIAR es partir de una situación conflictiva y, mediante una serie de intercambios llegar a acuerdos satisfactorios para todos.



### ***Las influencias.***

"Dar ejemplo no es la principal manera de influir sobre los demás; es la única manera". Albert

Normalmente, cuando vemos un muro gigantesco delante de nosotros y aparentemente todas las soluciones que se hayan probado sin ceder nada han fracasado, nos damos cuenta de que nos encontramos en un callejón sin salida y que, si realmente queremos conseguir los logros deseados, tenemos, casi como última oportunidad, que negociar.

Realmente hay que tener claro que a todos nos gusta hacer lo que deseamos, pero cuando no nos queda otro remedio para conseguir nuestros objetivos nos vemos abocados al diálogo: tenemos que negociar.

Ante una situación límite podemos encontrar *tres maneras de influir*.

### **La amenaza**

Las más utilizadas son; la última oportunidad, el todo o nada, es decir, **amenazas**.

Aquí podemos encontrar partes positivas como un resultado instantáneo, la reafirmación de poder o la claridad de lo expuesto. Pero también hay otras negativas, como el deterioro de la relación, la posible crisis a medio plazo o la obligación del cumplimiento de las amenazas con el posible riesgo de pérdida de credibilidad si esto no se hace. Si en una empresa siempre se amenaza a los trabajadores, la empresa ira bien pero poco a poco el ambiente se cargara y a buen seguro que con el tiempo la situación será insostenible y los mejores trabajadores, si no son valorados, se irán.

## **El afecto**

La necesidad que todos tenemos de *sentirnos útiles*, imprescindibles para alguien, es la base para otra de las maneras de influencia. **El afecto**, y más coloquialmente el amor, es un arma que se utiliza normalmente para conseguir los objetivos. –Sólo tu puedes ayudarme o frases parecidas podemos encontrar como ejemplos de esta forma de influencia. ¿Quién no ha cedido cuando le dicen que le quieren?, creo que muy pocos.

Como elementos positivos podemos descubrir el refuerzo inicial de las relaciones, la confianza y comunicación positiva que se crea, y otros.

Pero también tiene su lado oscuro, como su deterioro y pérdida de credibilidad si se utiliza asiduamente, la debilitación de otras formas de influencia, etc.

## **El intercambio**

**Oferta y demanda** son dos palabras que se escuchan comúnmente hoy en día: alguien tiene y la otra persona necesita. Ése sería el tercer ejemplo de influencia, **el intercambio**.

En su parte positiva podemos ver una estabilidad en los resultados, facilita relaciones futuras, contenta a las partes implicadas. Pero, como siempre, hay que tener cuidado porque se puede caer en el –o me das algo o no recibes nada. Puede que haya que esperar para recibir. Hay que analizarlo con detenimiento y con seguridad. La negociación se basa en el intercambio, hoy vamos al teatro y mañana a un partido de fútbol. Lo importante es ceder

De todas las anteriores la que nos aporte mayor satisfacción con el mínimo coste será la elegida dependiendo del momento. Normalmente, en la negociación se suele utilizar la última, el intercambio, pero sin desechar las otras.

## **Características del negociador**

Son muchas las características que definen al buen negociador y que lo diferencian del "negociador agresivo" o del mero "vendedor-charlatán". Entre ellas podemos señalar las siguientes:

**Le gusta negociar:** la negociación no le asusta, todo lo contrario, la contempla como un desafío, se siente cómodo. Tampoco le asustan las negociaciones complicadas, pueden incluso hasta motivarle más.

**Entusiasta:** aborda la negociación con ganas, con ilusión. Aplica todo su entusiasmo y energía en tratar de alcanzar un buen acuerdo.

**Gran comunicador:** sabe presentar con claridad su oferta, consigue captar el interés de la otra parte. Se expresa con convicción.

**Persuasivo:** sabe convencer, utiliza con cada interlocutor aquellos argumentos que sean más apropiados, los que más le puedan interesar.

**Muy observador:** capta el estado de ánimo de la otra parte, cuáles son realmente sus necesidades, qué es lo que espera alcanzar. Detecta su estilo de negociación, sabe "leer" el lenguaje no verbal.

**Psicólogo:** capta los rasgos principales de la personalidad del interlocutor así como sus intenciones (si es honesto, riguroso, cumplidor, si es de fiar, si tiene intención real de cerrar un acuerdo, etc.).

**Sociable:** una cualidad fundamental de un buen negociador es su facilidad para entablar relaciones personales, su habilidad para romper el hielo, para crear una atmósfera de confianza. Tiene una conversación interesante, animada, variada, oportuna.

**Respetuoso:** muestra deferencia hacia su interlocutor, comprende su posición y considera lógico que luche por sus intereses. Su meta es llegar a un acuerdo justo, beneficioso para todos.

**Honesto:** negocia de buena fe, no busca engañar a la otra parte, cumple lo acordado.

**Profesional:** es una persona capacitada, con gran formación. Prepara con esmero cualquier nueva negociación, no deja nada al azar.

**Detesta la improvisación,** la falta de rigor y de seriedad. Conoce con precisión las características de su oferta, cómo compara con la de los competidores, cómo puede satisfacer las necesidades de la otra parte.

**Es meticuloso,** recaba toda la información disponible, ensaya con minuciosidad sus presentaciones, define con precisión su estrategia, sus objetivos. Le da mucha importancia a los pequeños detalles.

**Firme, sólido:** tiene las ideas muy claras (sabe lo que busca, hasta donde puede ceder, cuáles son los aspectos irrenunciables, etc.). El buen negociador es suave en las formas pero firme en sus ideas (aunque sin llegar a ser inflexible).

**En la negociación no se puede ser blando** (se podría pagar muy caro). Esto no implica que haya que ser duro, agresivo o arrogante; lo que si es fundamental es tener las ideas muy claras y el coraje de luchar por ellas.

**Autoconfianza:** el buen negociador se siente seguro de su posición, no se deja impresionar por la otra parte, no se siente intimidado por el estilo agresivo del oponente. Sabe mantener la calma en situaciones de tensión.

**Ágil:** capta inmediatamente los puntos de acuerdo y de desacuerdo. Reacciona con rapidez, encuentra soluciones, toma decisiones sobre la marcha, sabe ajustar su posición en función de la nueva información que recibe y de la marcha de la negociación. No deja escapar una oportunidad.

**Resolutivo:** busca resultados en el corto plazo, aunque sin precipitarse (sabe que cada negociación lleva su propio tiempo y que hay que respetarlo). Sabe cuales son sus objetivos y se dirige hacia ellos. Los obstáculos están para superarlos, no desiste sin plantear batalla.

**Acepta el riesgo:** sabe tomar decisiones con el posible riesgo que conllevan, pero sin ser imprudente (distingue aquellas decisiones más trascendentales que exigen un tiempo de reflexión y que conviene consultar con los niveles superiores de la compañía).

**Paciente:** sabe esperar, las operaciones llevan un ritmo que conviene respetar. Uno no debe precipitarse intentando cerrar un acuerdo por miedo a perderlo.

**Creativo:** encuentra la manera de superar los obstáculos, "inventa" soluciones novedosas, detecta nuevas áreas de colaboración.

Por último, es importante resaltar que si bien hay personas con facilidad innata para la negociación, estas aptitudes también se pueden aprender asistiendo a cursos de formación y base de práctica.

### **Tipos de negociadores**

Es difícil clasificar los distintos tipos de negociadores ya que cada persona tiene su manera particular de hacerlo, no obstante se podrían definir dos estilos muy definidos.

**Negociador enfocado en los resultados:** lo único que realmente le importa es alcanzar su objetivo a toda costa, intimida, presiona, no le importa generar un clima de tensión.

Tiene una elevada (excesiva) autoconfianza, se cree en posesión de la verdad. Considera a la otra parte como un contrincante al que hay que vencer con objeto de conseguir el máximo beneficio posible.

Las relaciones personales no es un tema que le preocupen, ni tampoco los intereses del oponente.

Si negocia desde una posición de poder se aprovechará de la misma, imponiendo su planteamiento. **Utilizará cualquier estratagema para presionar** y lograr sus metas.

Este tipo de negociador **puede ser efectivo en negociaciones puntuales pero es totalmente inapropiado para establecer relaciones duraderas.**

**Negociador enfocado en las personas:** le preocupa especialmente **mantener una buena relación personal.** Evita a toda costa el enfrentamiento; prefiere ceder antes que molestar a la otra parte.

Es un negociador que **busca la colaboración,** facilitando toda la información que le soliciten, planteando claramente sus condiciones.

**Le gusta jugar limpio,** por lo que no utiliza ninguna táctica de presión. Confía en la palabra del otro, cede generosamente y no manipula.

Este negociador **puede resultar excesivamente blando,** de una ingenuidad de la que se puede aprovechar la otra parte, especialmente si el oponente responde al modelo anterior.

**En la vida real los negociadores se situarán en algún punto intermedio entre estos dos extremos.**

Ninguno de estos dos extremos resulta adecuado: el primero porque puede generar un clima de tensión que de al traste con la negociación y el segundo por una excesiva bondad de la que se puede aprovechar el oponente.

**El negociador debe ser exquisito en las formas,** en el respeto a la otra parte, considerando y teniendo en cuenta sus intereses. **Pero al mismo tiempo tiene que defender con firmeza sus posiciones.**

Esta firmeza no se debe entender como inflexibilidad. Muy al contrario, el negociador debe ser capaz de ajustar su posición a la información nueva que reciba, a los nuevos planteamientos que vayan surgiendo durante la negociación.

**Resulta de gran interés conocer el tipo de negociador al que uno se aproxima** con el fin de detectar sus fortalezas y posibles carencias, y en este caso tratar de corregirlas.

Asimismo, conviene **identificar el tipo de negociador al que se ajusta el oponente** con vista a poder interpretar su comportamiento, anticipar sus movimientos y si fuera necesario tratar de contrarrestarlos.

### Referencias bibliográficas

ALCARAZ, E. (et. al.) (ed.) (2007), *Las lenguas profesionales y académicas*. Barcelona, Ariel.

- AGUIRRE BELTRÁN, B. (1998), “Enfoque, metodología y orientaciones didácticas de la enseñanza del español para fines específicos”. En Carabela, 44, pp. 5-29.
- AUSTIN, J. L. (1982), *Cómo hacer cosas con palabras*. Barcelona, Paidós.
- BARROS, P.; LÓPEZ, M<sup>a</sup>. P.; MORALES, J. (2004), ”El español para la comunicación bancaria: propuesta didáctico-metodológica”. En ANDREU VAN HOFT COMAJUNCOSAS. Textos y discursos de especialidad. El español de los negocios. Foro Hispánico, 26, pp. 86- 98.
- CABRÉ, M. T. (1993), *La terminología. Teoría, metodología, aplicaciones*. Barcelona: Antàrtida-Empúries.
- CABRÉ, M. T., GÓMEZ DE ENTERRÍA, J. (2006), *La enseñanza de los lenguajes de especialidad*, Madrid, Gredos.
- FERNÁNDEZ-CONDE RODRÍGUEZ, M. (2005), *La enseñanza de la cultura en la clase del español de los negocios*, Madrid, Arco Libros.
- GÓMEZ DE ENTERRÍA, J. (1998), “El lenguaje científico-técnico y sus aplicaciones didácticas”. En Carabela, 44: 30-39.