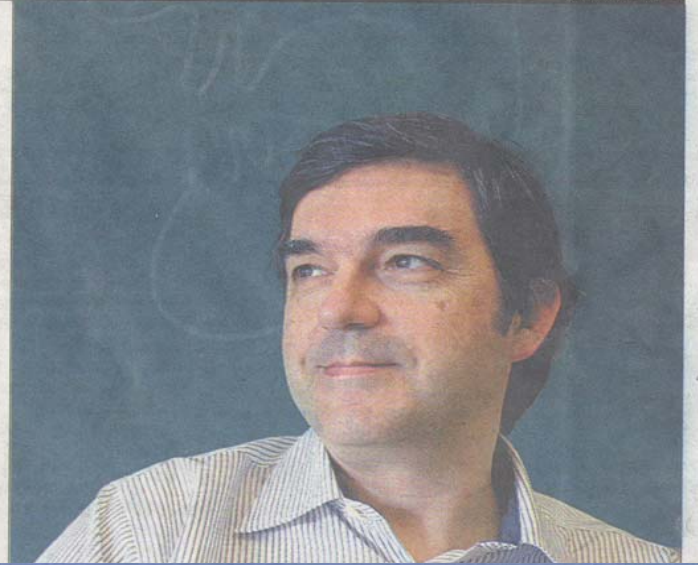


L'entrevista

Josep Maria Vila Logopeda. Tracta qui intenta recuperar la parla que va perdre per una malaltia, i els professionals que no s'expressen com voldrien. Exerceix a la Universitat Ramon Llull.

«Ara es busca més persuadir que convèncer»



ÀNGELS GALLARDO



—Cada vegada tenen més feina.

—És que la comunicació cada vegada preocupa més. Abans, si un accidentat perdia la parla, o si algú quedava sense veu després d'una embòlia, s'assumia que no tornarien a parlar. Ara no. I les persones sanes cada vegada necessiten comunicar-se més bé. L'OMS considera que la pèrdua de capacitat de comunicació és una malaltia, i, aquí, la clau és la veu.

—La clau.

—L'èxit d'una persona depèn de molts factors, però el més influent (al marge del que diu) és la qualitat de la seva veu. La veu és una grandíssima porta a la seducció, però s'ha d'ajustar el registre de llenguatge a la imatge que es vol donar. Que hi hagi coherència. Tot això es pot aprendre, però cap tècnica decora la incompetència.

—¿Com s'ajuda qui no se sap explicar?

—Cada persona té moltes veus, es tracta de saber escollir l'òptima per al que es proposa, i sobreposar-se a la seva forma de ser habitual. Vaig atendre un alt directiu català que parlava amb una veu molt fina, aguda i fluixa, amb la qual no persuadia. «No tinc una veu que mani tot el que jo he de manar», em deia.

—¿La persuasió dóna autoritat?

—Persuadir és aconseguir que l'altre faci el que jo vull que faci. Dient el mateix, la veu que utilitzes et pot

ajudar o perjudicar. Hi ha estudis que demostren que el 70% del missatge oral no està en el text sinó en la forma com poses la veu.

—¿El contingut perd importància?

—Ara es busca més persuadir que convèncer. Els missatges, de tota mena, haurien d'arribar al cor i al cervell, però, en general, només toquen el cor. Hi ha aquest desequilibri. I si persuadeixes més que convences amb raons caus en la demagògia.

—¿És diferent l'expressió de polítics d'esquerra i de dreta?

—Cada ideologia té un estil comunicatiu propi. El polític conservador limita més la veu i l'entonació, busca paraules amb connotacions segures. El d'esquerres tria paraules que tendeixen cap al desig o els somnis. Però ara tot això s'està pervertint: els nous publicistes creuen aquestes claus, de manera que el contingut conservador s'expressa de forma progressista, i els d'esquerres al revés. Si no, només convences els ja convençuts.

—¿Existeixen límits?

—El que comunica, l'orador, ha de partir del principi ètic de no fer mal. Després, la població escollirà el discurs més bonic. Aquest és el secret dels grans locutors de ràdio que creen opinió.

—¿Hi ha veus que creen opinió?

—Sense dubte. Aquestes persones tenen una veu interessant: càlida, de freqüència greu, pausada, envellutada, que dóna sensació embolcallant, amb ritme lent però amb bones corbes d'entonació, perquè l'audiència no se li adormi, ni atabali. Aquestes veus atrauen, porten l'audiència a la

Comunicador

La forma d'emfatitzar les paraules que tria i el to escollit són un perfecte exemple del que intenta explicar sobre el seu ofici. Josep Maria Vila (l'Hospitalet de Llobregat, 1962) coneix les corbes d'entonació dels grans comunicadors, i qualifica de «magnífics» els que expressen amb mestria un missatge no fals. Entre aquests inclou el president dels EUA, Barack Obama. En la creixent sincopació amb què parla Zapatero hi veu el pes de la pressió de qui se sent analitzat.

seva xarxa sonora, i quan la tenen subjecta, introdueixen ideologia que va directa al cor.

—¿Al cor s'hi arriba abans per la veu o per la imatge?

—El sentit més primitiu, el que toca més les emocions, és l'olfacte, i en segon lloc l'oïda. El cervell del fetus capta l'audició des de la setmana 20 de gestació, mentre que tot el que és visual li arriba molt més tard. Les emocions es desfermen més amb la paraula que amb la imatge, però,

per sobre de totes dues hi ha l'olfacte. D'aquí molt poc, veurem publicitat i pel·lícules amb olors. No imaginàries: les sentirem.

—¿Quins professionals atén?

—Polítics, empresaris i periodistes audiovisuals que han d'adaptar la veu a un nou objectiu: el locutor que fa anys que fa un informatiu matinal i li encarreguen un programa nocturn de tema psicològic. Una mateixa notícia no sona igual de dia que de nit.

—¿Com parlen els polítics?

—No vull entrar en terrenys relliscos. A Catalunya, tenim un president amb més poder de convicció racional que dots de seducció emocional. I un vicepresident que parla amb unes dificultats d'articulació que, dedueixo, ha decidit no corregir. Li passa el mateix al president del primer partit de l'oposició a Espanya.

—¿Aquesta articulació els perjudica?

—Sense ella tindrien més èxit. És una dislòlia que no impedeix que se'ls entengui, perquè se'ls entén perfectament, però l'oïent, en un primer moment, es fixa en la dificultat, i es distreu. Aquesta petita minva els treu capacitat de comunicació, però potser han decidit fer d'això la seva imatge de marca.

—¿Ser bilingües ens afavoreix?

—Sense dubte. Ens dóna més recursos. El conflicte arriba amb el purisme: quan s'intenta que l'idioma prevalgui sobre el fet de comunicar. Les llengües catalana i castellana s'han enriquit mútuament, i així seguiran. Ja sé que uns altres diran que s'han empobrit mútuament. ≡