

EN VIVO Y EN DIRECTO

Escribir un discurso: dar forma al mensaje



**RAIMOND
TORRENTS ***

Tengo muy claro lo que quiero decir y a quién se lo tengo que decir, pero ¿cómo lo hago?". Muchos de los grandes oradores profesionales son capaces de llenar con su presencia el escenario de un auditorio y mantener cautiva a su audiencia sin otro recurso que la palabra, ¡*chapeau!* Desgraciadamente la mayoría de grandes oradores no se dedican al *management*.

La palabra es importante, es la forma más simple y más directa de trasladar una información de una persona a otra, pero el mensaje es muchas veces complejo y requiere de más medios que el oral para poder asegurar que se establece un nivel de comunicación eficaz.

El modo en el que la información se estructure, la forma en que ésta se presente y los medios que se utilicen para ello serán determinantes a la hora de lograr conectar con el público. La palabra no es el único factor que influye en el éxito de un evento pero convengamos que, en muchos de ellos, es determinante.

Por tanto invirtamos el tiempo suficiente en pensar cómo decir lo que queremos decir y, si la mejor manera de hacerlo es con palabras, no olvidemos responder a una serie de preguntas clave.

1. ¿Tenemos claro lo que es realmente importante del mensaje a transmitir? Prioricemos. Lo importante es vital y lo menos importante secundario (que no intrascendente).

2. ¿Podemos desarrollar la presentación en torno a un sólo tema central? Si hacemos girar los contenidos del evento en torno a un único concepto central, su resultado será más coherente, nos aseguraremos de que lo realmente importante está siempre presente y a partir de aquí podremos enriquecer el mensaje sin perder de vista su esencia.

3. ¿De cuántos temas importantes queremos hablar? Que no sean muchos, no vaya a ocurrir que, si todo es importante, al final nada sea percibido como tal.

4. ¿Podemos ilustrar la información? Hagámoslo. Con ejemplos, con medios audiovisuales, con recursos que faciliten la interpretación del discurso y que sean atractivos, que hagan nuestra exposición fácil, interesante y entretenida, porque, de paso, conseguiremos mantener a nuestro público atento.

Un apunte más: los discursos cortos son mucho más eficaces que los largos. Así que, si nos encontramos ante la tesitura de transmitir una información compleja que requiere mucho tiempo de atención de nuestro público y no hay forma de dividir el discurso en varias sesiones, intentemos ser originales, exprimamos los recursos disponibles y no perdamos de vista que el nivel de atención, con el tiempo, tiende a disminuir y si perdemos a la audiencia nuestro trabajo no habrá servido para nada.

Teniendo claras estas reglas, el discurso puede empezar a construirse y para ello podemos echar mano de un esquema clásico: planteamiento, nudo y desenlace (introducción, núcleo de la presentación y conclusiones), lo que supone estructurar la información de una forma lógica, intuitiva, que minimizará el esfuerzo de interpretación que deba realizar la audiencia.

El primer paso supone el desarrollo y redacción de su parte central, el nudo, el núcleo de la presentación y para ello tendremos siempre presentes las respuestas dadas a las preguntas planteadas anteriormente. No perdamos de vista que aquello que escribamos va a ser leído o recitado de viva voz. El lenguaje hablado es distinto al escrito. Elijamos un vocabulario claro, fácil de entender, acorde con el público al que nos dirigimos. Utilicemos el tono adecuado tanto a nuestra personalidad como al tipo de mensaje y público al que nos enfrentamos. Ir de agresivo sin serlo o hablar de usted a una audiencia a la que en privado tuteamos nos puede hacer perder credibilidad.

Una vez solucionada la forma de los contenidos más sensibles del acto podremos enfrentarnos a la introducción, el planteamiento, el ¿cómo empezamos? Hay que tener en cuenta que la introducción de una ponencia no es sólo una fórmula de cortesía para con la audiencia, que también lo es. La introducción debe cumplir una misión importantísima de la que puede depender el éxito de la presentación, debe ganar la atención del público y crear la atmósfera adecuada que lo predisponga a mantener un alto nivel de atención durante todo su desarrollo, lo que no es poco. Empezar con una pregunta acostumbrada a resultar un truco eficaz.

Si tenemos planteamiento y nudo, sólo nos falta el desenlace, las conclusiones, y podremos poner un meritorio punto final a tan arduo trabajo (que, excepto para cuatro privilegiados lo es y mucho). Las conclusiones deben resumir de forma muy breve los puntos clave de la información transmitida, la esencia del mensaje y suelen ir acompañadas de consignas de carácter motivacional que empujan al público a actuar en consecuencia.