

ESCRIBIENDO DISCURSOS

Por: Colin Moorhouse

¿Cuáles son los elementos de un discurso atractivo?

Hace algún tiempo, di una plática en una conferencia regional de TM con el tema de escribiendo discursos. He sido un escritor de discursos independiente por una década, y los organizadores pensaron que podía dar una perspectiva valiosa sobre el tema.

Recuerdo que al llegar a la conferencia e inscribirme, estaba un señor mayor parado cerca, Él había sido TM por décadas. Cuando escuchó que mi tópico específicamente iba a ser acerca de escribir discursos en vez de cuestiones sobre presentación, me lanzó una mirada desdeñosa y declaró que él nunca había escrito un discurso en su vida – y él había dado cientos de discursos. Yo no estaba preparado para discutir con tal distinguido caballero que traía en su haber mucha experiencia, pero me pareció algo de alarde.

Yo siempre les digo a mis clientes ejecutivos y políticos que no importa cómo planeen presentar su discurso en el que hemos trabajado, ellos deberán tener un documento completamente escrito por ninguna otra razón que ese discurso se convierte en parte de su historia escrita. Tal como ese TM escéptico, yo también tengo cientos de discursos en mi haber cada uno de los cuales escrito completamente – palabra por palabra – tal como me gusta que mis clientes los presenten. Y a menudo ellos lo hacen.

Para escribir un discurso bueno y vivo, necesito ver las palabras en papel.

Así, *¿qué es lo que hace un buen discurso? ¿Cuáles son las cosas en común que hacen que una audiencia se pare y aplauda al final? ¿Por qué tan pocos discursos llegan a ese nivel?*

Me parece que cualquiera que sea la razón por la cual un orador da un discurso – *explicando una política, impartir una nueva información, hablar sobre una reorganización interna o hablar sobre el estado*

de la nación – lo que el orador debe hacer en un nivel fundamental es llamar la atención del auditorio. Mientras que la propagación de la información pudiera ser muy bien un producto secundario del discurso, *recuerda esto*: El compromiso perdura por un tiempo más largo que la información. Tú quieres que la audiencia asocie la conexión que ellos sienten con el orador no con los hechos que él en ese momento diciendo.

Lo cual conduce a la siguiente pregunta: *¿Cuáles son los elementos de un discurso atractivo?* A riesgo de ser extremadamente específico, yo diría que son 5 (cinco). Y sobre los 2 primeros tú no tienes mucho control.

El *primero* se relaciona con las DESTREZAS INNATAS DE LA ORATORIA. Richard Burton, Winston Churchill y Martín Luther King Jr. todos ellos pudieron haber leído el inicio de un directorio telefónico y ellos se hubieran escuchado bien. El problema es que la mayor parte de la gente – aun con los mejores entrenadores de discursos en el mundo – tienden a oírse acartonados, sosos y monótonos. Así que borra a ese de tu lista.

El *segundo factor* es la NATURALEZA DEL EVENTO. Algunos eventos solamente están cargados con expectación o emoción. Piensa en el discurso de George Bush ante el congreso después del 11 de septiembre del 2001. Piensa en los elogios en memoria de un gran personaje o la muerte de un amigo cercano. En estos tipos de eventos hay supuestos intrínsecos en el que el oyente se involucra. Aun si el discurso en sí mismo es menos inspirador, el orador es perdonado porque el evento supera todo lo demás. Desafortunadamente, los escritores de discurso tienen poco control sobre la naturaleza del evento, pero ellos ciertamente deberán usarlo como su punto de partida cuando ellos consideren los aspectos de cadencia, tono, ritmo y, dependiendo de las circunstancias, formalidad e intimidad.

El *tercer elemento* que hace atractivo un discurso es el HUMOR. Si los puedes hacer reír, ya la hiciste.

Desafortunadamente, generalmente es más fácil hacer llorar a una audiencia que hacerla reír. Y haciendo llorar a tu audiencia generalmente no se le ve como un resultado deseado. Escribir humor puede ser terriblemente difícil. Yo me retiro muy lejos si un cliente me pide escribirle un discurso con muchos chistes. A menos que seas comediante (como Jerry Seinfeld), no se puede hacer. Pero no te desesperes. Porque el mejor humor – el humor más auténtico – viene de las historias personales. Lo que me conduce al *cuarto elemento* – CONTAR HISTORIAS.

CONTAR HISTORIAS. En casi todas las interacciones con seres humanos, hay elementos de contar historias. Y los discursos no son diferentes. Todos nosotros sufrimos la condición humana. Todos tenemos las mismas fragilidades e inseguridades. Cuando los oradores revelan las suyas a través de una historia, las audiencias se reconocen ellos mismos y dicen, *“Oh sí, el orador es uno de nosotros. Y ahora creo tanto en el mensaje como en el mensajero”*.

El último y posiblemente el más poderoso de los elementos de un discurso atractivo es el APROPIADO USO DEL LENGUAJE. Como *escritor*, aquí es en donde tienes el mayor control.

Como escritor de discursos, a menudo me preguntan, ¿cómo puedo escribir con la voz distintiva del orador, especialmente cuando a menudo no conozco a mis clientes? A lo que contesto que ni siquiera trato de hacerlo. Escribo en un estilo simple y franco, en el lenguaje que todas las personas entienden – para el oído no para los ojos.

Así que ahí lo tienes: HUMOR, LENGUAJE E HISTORIA son los factores claves que podemos controlar cuando escribimos un discurso. ¡Y ni siquiera tener los tres! Escribe un discurso que haga reír un poco a la audiencia, que los atraiga con una o dos historias. Presenta un mensaje sencillo (singular). Y *manténlo corto*.

Finalmente, se muy valiente cuando revises el borrador final y pregúntate, “¿Quisiera estar sentado escuchando este discurso?” Si la respuesta es *sí*, las probabilidades son muy buenas que tendrás una audiencia pendiente que te pedirán – o tus clientes – que regreses una y otra vez.

Colin Moorhouse ha sido escritor de discursos independiente por más de una década. Contáctalo en Colin.Moorhouse@telus.net

Traducido del artículo: Speechwriting 101, ‘The TOASTMASTER’, OCTUBRE 2005

