

LIDERAZGO

El Cierre de tu Discurso

Por: Craig Harrison, DTM

¿Qué tan Lejos Irás?

En mis 13 años como TM, debo haber escuchado más de 2,000 discursos: Rompe Hielos, discursos ganadores de campeonatos y toda la variedad de los discursos del manual de comunicación y Liderazgo y de los manuales avanzados. Ellos cubrieron un millar de tópicos y abarcaron un montón de estilos. Y la mayoría de ellos contenían un rasgo en común, y no era la *presencia de* muletillas, 'um', 'eh', 'éste'. ¡Es que ellos no iban muy lejos! Ellos iban lo bastante lejos, pero la mayoría no iban lo bastante lejos. ¡Ellos se cerraban con un quejido más que de forma sólida!

Cuando un abogado está con un caso, lo culmina con un argumento de cierre poderoso. Cuando termina una opera, generalmente lo hace con fanfarrias. Aún muchos discursos tranquilamente se apagan lentamente. Ellos cojean para llegar a la meta. Nos dejan queriendo más. A menudo dejan pasar la oportunidad de que sus puntos se lleven a casa enfáticamente. ¿Por qué no "cierran el trato"? ¿Los oradores tienen miedo? ¿Se sienten incómodos cerrando muy agresivamente? O ¿Es que no se dan cuenta que tan poderosos en verdad ellos son?

UNA ECUACIÓN DE 4 PARTES

En cualquier discurso hay cuatro componentes: el orador, la audiencia, el discurso y el resultado.

El orador tiene un punto de vista, una opinión o una creencia que intenta expresar. Hay un *propósito* para la presentación.

La audiencia generalmente está abierta a oír al orador. Las audiencias están dispuestas a escuchar los argumentos del orador, su razonamiento y la expresión de sus procesos de pensamiento. La mayoría de las audiencias son receptivas y flexibles.

El discurso hace que el orador plantee su caso:

- La presentación por el Toastmaster establece la credibilidad.
- El título del discurso enmarca el tema a ser tratado.

- La apertura del discurso del orador establece las expectativas o capta la atención.
- El cuerpo principal del discurso proporciona evidencias o argumentos de apoyo.
- A menudo el cierre de su discurso resume o lo vincula con el tema, idealmente, capitaliza el caso que el orador ha hecho.

EL RESULTADO: A pesar de que el orador invierte mucho tiempo y preparación en su discurso, a menudo hay una falta de conclusión al final de sus discursos. Los oradores han generado un momentum a medida que han elaborado su caso dentro de su discurso, sólo para rehuir la presentación enérgica de su conclusión. Y es su pérdida. ¿Qué, si algo pasa, como resultado que la audiencia haya oído el discurso? ¿Se conmovieron los corazones? ¿A la gente se le indujo a la acción? La mayor parte del tiempo la respuesta, tristemente, es *no*. Aun estos resultados son medidas verdaderas del éxito de un discurso.

UN DISCURSO MUESTRA

Considera el TM que quiere dar un discurso persuasivo sobre la importancia del ejercicio. Primero, el orador investiga el tema y luego hace un bosquejo del discurso.

Bosquejo

Título: ¡Ejercita tus Derechos!

Introducción: Introduce el tema y el alcance del discurso: la importancia del ejercicio como una medida preventiva para incrementar la expectativa de vida y mejorar la calidad de vida.

Tendencias que comprometen nuestra salud:

- La tecnología está sustituyendo el trabajo manual que usábamos para hacer ejercicio.
- Nuestro estilo de vida es más sedentario.
- El advenimiento de la popularidad de la comida rápida ha agregado más calorías a nuestra dieta.

Beneficios del ejercicio: Tan poco como 30 minutos por día de ejercicio se cosechan los siguientes beneficios:

- Fortalece el sistema cardiovascular – evita ataques al corazón.
- Fortalece el sistema inmunitario – ayuda a prevenir la enfermedad.
- Proporciona estimulación mental.
- Baja nuestros niveles de colesterol.
- Alivia la alta presión sanguínea.
- Reduce el estrés.
- Ayuda en el control de peso.
- Mejora nuestra memoria.

Cierre: “Así que salgan y ejerciten sus derechos”.

Un discurso usando esta estructura probablemente se recibiría con aprobación por muchos, si no por la mayoría de los oyentes. Pero pudiera ser *más persuasivo, poderoso e impactante* si el orador escogiera capitalizar en el caso hecho con una conclusión más convincente.

¿ADÓNDE IR DESDE AQUÍ?

Las audiencias escuchan cortésmente a los oradores cuando ellos exponen su caso. Al final del discurso, la audiencia debe formarse una opinión acerca del tema del discurso y de su contenido, si no lo han hecho ya. Algunos podrían estar de acuerdo, otros en desacuerdo. Otros todavía puede que estén indecisos o sean neutrales al tema, debido al contenido, la construcción o la forma de darlo. Aun ellos miraran al orador en busca sugerencias acerca de dónde ir y qué hacer después. Ellos se preguntan: ‘¿Y ahora qué?’ Y desgraciadamente, los oradores a menudo no los llevan a una respuesta o acción.

LLEVA A TUS OYENTES UN PASO MÁS ALLÁ

Los oradores poderosos saben que ellos pueden *tomar libertades con su audiencia al final de sus discursos*. Puesto que los oradores son líderes, ellos pueden guiar a sus audiencias a más que sólo un aplauso. *¿Cómo llevarías este discurso sobre ejercicio más adelante? ¿Cómo movilizarías a tu audiencia a la acción con un cierre más poderoso?*

Aquí hay 6 formas para cerrar este y otros discursos con fuerza.

Al final de tu discurso:

1. **DILES QUE HARÁS.** *“Cuando acabe este discurso, voy a la pista municipal y caminaré 40 minutos alrededor de la pista”.*
2. **HAZ UN LLAMADO A LA ACCIÓN.** Reta a tus oyentes a hacer algo: *“Los reto a programar 2 horas de ejercicio antes de nuestra reunión de la próxima semana”.* (Sostén en alto tu agenda como una señal visual)
3. **PÍDELE A TU AUDIENCIA QUE HAGA UN JURAMENTO.** Pídeles que levanten su mano derecha y que repitan después de ti: *“Aquí, yo prometo que...”*
4. **GUÍALOS (TÚ HAZLO.)** *“Únanse en un pequeño interludio de estiramiento. Por favor, pónganse de pie y haremos este ejercicio juntos”*
5. **DALES HERRAMIENTAS PARA QUE TOMEN EL SIGUIENTE PASO.** *“Aquí hay una lista de gimnasios locales y clubes de salud para escoger, también como clases de ejercicios en la escuela para adultos”.*
6. **PONLO POR ESCRITO.** Invita a tu audiencia a poner por escrito sus próximos pasos de acción, metas o planes como resultado de haber escuchado tu discurso. Ya sea que te lo entreguen o lo pongan al alcance de su vista, tú los has hecho responsables.
“Llenen esta hoja de papel con sus próximas acciones. Escriban en la parte superior y en la inferior, pónganle fecha, firmenlo y pongan una fecha límite y arranquen la parte inferior y me la dan. Me pondré en contacto con ustedes para confirmar su logro”.

ES TIEMPO DE CERRAR

La próxima vez que escuches discursos en tu Club TM, ve que tan lejos los otros oradores van en sus cierres.

Mientras que no todos los discursos se hacen para ser persuasivos, inspiradores o motivadores, muchos lo son. Para cada uno de ellos, identifica formas de cómo pueden cerrarlos con fuerza, guiando a sus audiencias a la acción. *Y la próxima vez que tú des un discurso persuasivo, sé más que un orador, sé un líder también. Ya sea que estés hablando en un concurso o en tu club, cierra con fuerza y extiende tu esfera de influencia por consiguiente.*

El orador profesional y capacitador **Craig Harrison, DTM** del Club Los amantes de la Risa, en Berkeley, California, es un instructor en ventas quien conoce la importancia de la destreza al cerrar. Visita su página, www.ExpressionsOfExcellence.com.

Traducido del artículo: **How Far Will You Go?**

Revista: **The Toastmaster**, Dec. 2005