

## CÓMO PREPARAR EL BORRADOR DE UN DISCURSO Y CÓMO ENSAYAR<sup>1</sup>

### INTRODUCCIÓN

Quien tiene facilidad para dirigirse oralmente a sus semejantes posee una apreciada cualidad. “Un hombre de vigor e inteligencia extraordinarias puede no ser más que un cero en la sociedad si no sabe hablar en público” (W. Channing). El presente documento trata de la elaboración del borrador de un discurso, deteniéndose en sus pasos previos, en su propia preparación (para la que se ofrecen ejemplos ilustrativos) y en su redacción en función del tiempo disponible. También se dan sugerencias para realizar con éxito los ensayos necesarios. Completa así mismo otros documentos que se refieren a la estructura de cualquier discurso y de forma especial a la Nota Técnica CPNNI-3 “*La elaboración de un discurso*”.

Hablar con orden, con claridad, con entusiasmo, con persuasión; en resumidas cuentas, con eficacia, no es un lujo sino una necesidad. Casi el 80% de la vida de relación consiste en hablar y escuchar. Sin embargo, el frenético ritmo de trabajo impide a menudo que se dedique tiempo suficiente a la preparación y al ensayo de un discurso. Pero lo que no se prepara y ensaya, fracasa. “Si tengo que pronunciar un discurso de dos horas, empleo diez minutos en su preparación. Si se trata de un discurso de diez minutos, entonces tardo unas dos horas en prepararlo”. (Winston Churchill). Si se tiene que hablar en público, hay que comenzar a prepararse lo antes posible; no dejarlo para el último momento.

“La preparación -afirma Dale Carnegie- significa, pensar, considerar, recordar y escoger de esas sensaciones y experiencias las que nos parecen mejores; pulirlas, forjarlas, tejerlas unas con otras. Sólo se necesita concentrarse un poco y pensar con una meta definida.” “Nunca se ponga de pie *para decir algo*. Siempre tenga algo que decir y luego póngase de pie.”<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Nota técnica de la División de Investigación del Instituto Internacional San Telmo, España. Preparada por el Profesor Ricardo Velilla Barquero.

Copyright © Enero 2006. Instituto Internacional San Telmo, España. Prohibida la reproducción total o parcial sin autorización escrita del Instituto Internacional San Telmo.

<sup>2</sup> CARNEGIE, D.: *Cómo hablar bien en público e influir en los hombres de negocios*. Barcelona: Edhasa. 1992.

## CÓMO EMPEZAR A TRABAJAR

No es bueno comenzar de inmediato a pensar qué decir, qué ayudas visuales elaborar, con qué palabras iniciar y terminar la presentación. Esta estrategia puede llevarle mucho tiempo y conducirlo a la frustración y aun al bloqueo. Cambie de táctica. He aquí cinco pasos que le van a ayudar:

1. Contéstese estas preguntas:
  - a. ¿Cuál es el público que me va a escuchar?
  - b. ¿Cuál es el propósito u objetivo de mi presentación? ¿Cuál es el tema?
  - c. ¿Qué deseo que el auditorio haga, piense o recuerde al final?
  - d. ¿Qué piensan los oyentes del tema?
  - e. ¿Qué piensan de usted?
  - f. ¿Son, probablemente, favorables, escépticos u hostiles?
  - g. ¿Cuáles son sus expectativas?
  - h. ¿Qué puede hacer para satisfacerlas?
  - i. ¿De qué manera responderán al mensaje?
  - j. ¿Qué puede motivarles?
  - k. ¿Necesitan argumentos sólidos y también emociones? ¿Cuáles?
  - l. ¿Cuánto saben ya del tema?

Prepare el mensaje como si fuera *“un traje a la medida de su público”*. Elabórelo siempre a través de los ojos de ellos: acerque el mensaje a sus oyentes y sus oyentes a su mensaje. Esto es fácil si se habla ante un número reducido y conocido de colegas; por el contrario, difiere si el público es numeroso, heterogéneo y no se conoce.

Lo anterior permite sugerir que para aumentar la receptividad de los oyentes:

- a. Hay que personalizar los mensajes; a todos agrada sentirse importantes.
- b. Hay que “enmarcar” el mensaje para que los oyentes vean su proyección futura.
- c. Hay que conducir al público para que haga distinciones o matizaciones provechosas.

d. Hay que usar una expresión accesible, exenta de terminología desconocida.

La llamada Programación Neurolingüística (PNL)<sup>3</sup> puede ayudar para llegar a grupos diversos con vías de acceso diferenciadas: visuales, auditivas o kinestésicas (a través de gestos o del movimiento corporal). El secreto consistirá, pues, en saber combinar dentro de un discurso elementos visuales, auditivos y kinestésicos.

**2. Eche mano de alguna de las siguientes sugerencias:**

- Las 7 preguntas clave

Hágase, en torno al tema que está preparando, las siete preguntas que la humanidad desde siempre se ha hecho para aclarar o para profundizar en él.

¿Qué?	¿De qué se trata? (Proporcione hechos)
¿Quién?	¿De quién se trata? ¿A qué persona afecta?
¿Cómo?	¿Cómo se ha producido? (Da el desarrollo de los acontecimientos)
¿Cuándo?	(Facilite el día, mes, año)
¿Dónde?	(Señale el lugar)
¿Por qué?	(Indique las causas)
¿Para qué?	(Indique la finalidad)

- El “racimo de cerezas”

Elija tres o cuatro palabras que encierran las ideas clave de lo que usted quiere decir; escríbalas en mayúsculas y separadas en una hoja. A partir de ellas, escriba las palabras asociadas que se le ocurran en racimos alrededor de ellas. Este proceso genera a menudo nuevas ideas.<sup>4</sup>

- La escritura libre

Elija una frase cualquiera en la que se encierre una sola idea y escriba un párrafo sobre ella. Después elija una frase de ese párrafo y haga lo mismo. ¡Deje volar libremente los “pájaros” que revolotean en su cabeza! ¡No quiera encerrarlos ya en la “jaula de papel” de su escrito! ¡Ya retocará y ampliará después!

<sup>3</sup> Quien esté interesado en el tema, puede leer, entre otros, BRADBURY, A.: *Desarrolle sus habilidades con PNL*. Editorial Gedisa. 2001.

<sup>4</sup> A este proceder se le denomina elaborar “mapas mentales”. Sobre este tema puede consultarse BUZAN, T.: *La inteligencia del líder: Técnicas para desarrollar la capacidad creativa e innovadora en la empresa*. Bilbao: Deusto. 1999.