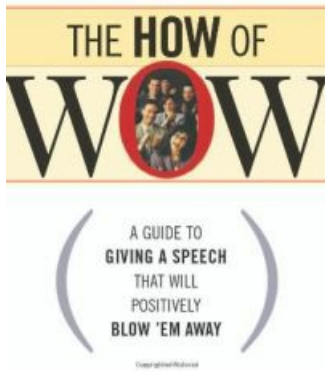


Copyright © 2005  
tony carlson



# Libro **Cómo asombrar a su público**

## Guía para dar un discurso que sin dudas los dejará perplejos

Tony Carlson  
AMACOM, 2005  
También disponible en: Inglés

---

### Reseña

Para dar un discurso memorable, necesita la combinación de las palabras correctas y un gran desempeño. Ambos elementos son cruciales pero, a menudo, el desempeño marca la diferencia entre una presentación mediocre y una excepcional. El autor, Tony Carlson, escribió un libro útil sobre cómo preparar y dar un discurso que provoque un gran impacto en su público. Cubre todos los detalles, desde la preparación del escrito hasta el seguimiento que se realiza con posterioridad al discurso, pasando por técnicas de ensayo. A pesar de que no es fácil asombrar a los públicos escépticos de hoy en día, los consejos de Carlson le permitirán poner al público de su lado. *BooksInShort* recomienda este libro a profesionales que desean mejorar sus habilidades de oratoria, personas que escriben discursos y a todo aquél que se dedica a la comunicación corporativa.

### Ideas fundamentales

- Los oradores vehementes son buenos ejecutivos ya que pueden llegar a muchos públicos diferentes. Usted puede transformarse en un buen orador.
- Alrededor de 10.000 personas dan discursos a diario. Las empresas estadounidenses gastan alrededor de USD 120 mil millones al año en conferencias que versan sobre presentaciones orales.
- Todos los discursos tienen tres elementos: un orador, contenido y público.
- Para dar un discurso memorable, establezca una conexión emocional con su público.
- Compartir experiencias emocionales conecta a personas que, por lo demás, son muy diferentes.
- Memorizar su discurso puede ser útil pero, a partir de la invención de los tipos móviles, la gente no necesita apelar a ese recurso.
- Transmite la información con sencillez; presente sus ideas y respáldelas con hechos.
- Es posible que las diapositivas reduzcan el impacto de su presentación.
- Si usa gráficos, asegúrese de que sean creativos y de gran calidad.
- Comience y termine su discurso con afirmaciones impactantes, dado que las personas tienden a recordar mejor lo primero y lo último que escucharon.

### Resumen

#### Elaboración de discursos, creación de un sello personal y liderazgo

Los buenos oradores son poco frecuentes, tal vez, porque para dar una buena presentación es necesario expresar emociones en público. Aun así, cuando se presenta la posibilidad de dar un discurso memorable y no logra hacerlo, usted pierde la oportunidad de crear su sello personal, que representa un gran paso hacia el reconocimiento y la promoción.

“Mi teoría: las personas no comprenden la herramienta poderosa que tienen a disposición cuando están en el estrado.”

Cuando las empresas descubren a un buen orador entre sus gerentes, suelen preparar a esa persona para que se convierta en ejecutivo. Los buenos oradores son líderes destacados, debido a que tienen la capacidad de comunicar sus ideas a un gran público. Las palabras, las acciones y la apariencia de un orador competente pueden comunicar no sólo su sello personal, sino también el de la compañía.

“Para que un discurso sea eficaz y memorable tiene que existir principalmente una conexión entre el orador y el público, una conexión a nivel esencialmente humano.”

Dar discursos es un gran negocio. De hecho, las compañías estadounidenses gastan alrededor de USD 120 mil millones al año en conferencias que versan sobre presentaciones orales. A pesar de los altos costos, la mayoría de estos discursos no son lo suficientemente eficaces. Para llegar al público, su personalidad debe estar presente en su discurso y debe hacer alarde de su talento e intelecto.

## Presentaciones centradas en el público

En la actualidad, las personas exigen que sus necesidades se satisfagan de inmediato. Internet, los mensajes instantáneos y la televisión por cable han reducido el nivel de concentración de las personas, al bombardearlas constantemente con ideas e información. Todos aprendemos a filtrar lo superfluo. El ritmo acelerado en el que vivimos hoy día y la sobrecarga de información presentan un desafío para toda aquella persona que dé un discurso tradicional de 20 minutos de duración.

“Un discurso es un monólogo sostenido, un diálogo implícito entre el actor principal y el público.”

Todos los discursos tienen tres elementos interrelacionados: un discurso requiere de contenido, un comunicador y un público.

El enfoque convencional relacionado con la elaboración de discursos recomienda informarle al público de qué se trata su discurso, darlo, y, finalmente, recordarle al público lo que acaba de decir. Este proceso es obsoleto. El enfoque tradicional relacionado con la elaboración de discursos no tenía en cuenta al público.

“Un discurso es una forma de entretenimiento – puro teatro en vivo.”

En lugar de aplicar este enfoque, trabaje en sentido contrario. Primero piense en su público. ¿Qué desea que haga su público al finalizar el discurso? ¿Qué mensajes desea transmitir? ¿Qué percepción tendrá de usted y su organización? Si su discurso da resultado, el público sentirá una conexión emocional con su mensaje.

## Puede buscar la información

En la antigüedad, el orador no tenía más opción que memorizar la información. A partir de la invención de los tipos móviles, la gente ya no tiene que memorizar la información que necesita. Pueden encontrar información fácilmente en libros u, hoy en día, en Internet. Por lo tanto, no es necesario que incluya demasiada información en su discurso. Por el contrario, exprese sus ideas y respáldelas con hechos. En el mundo de hoy, no es necesario que memorice su discurso; por el contrario, el desafío es lograr que sea memorable.

## Cuénteme una historia

El cerebro humano guarda recuerdos relacionando acontecimientos de la vida, que de otro modo serían aleatorios y carentes de sentido, en patrones. Por lo tanto, la mejor forma de estructurar una presentación es utilizar los elementos básicos de la narrativa – argumento, personaje, ubicación y acción – para construir un patrón de información significativa. Desde ya, las historias incluyen hechos, pero los hechos por sí solos no cuentan una historia interesante. Requieren de una estructura de conflicto, tensión en aumento y una resolución para que tengan sentido.

“Los teatros que albergan en nuestras mentes suelen ser mucho más ricos, y definitivamente más personales, que las obras de las multisalas locales.”

Comience su discurso con una afirmación impactante y termine con una conclusión impactante, dado que las personas tienden a recordar lo primero y lo último que escucharon. A medida que pronuncia su discurso, tome impulso, no haga pausas, alcance un punto culminante y lleve a su público a un lugar nuevo e inesperado.

“Un discurso no tiene tanto que ver con la transferencia de información, sino que se trata más de un estímulo entre seres humanos.”

Los patrones se construyen del lado derecho del cerebro, donde también se encuentran las emociones. Si logra asociar los detalles de su texto con el tipo de emociones que todos sentimos en algún momento – curiosidad, miedo, vulnerabilidad, desesperación – superará las diferencias que existen entre usted y su público. Su público se identificará con usted como persona y recordarán lo que dijo.

“Las historias constituyen el método más primario que nos permite comenzar a entender nuestro mundo.”

### Utilice los siguientes elementos narrativos para presentar su mensaje:

- Metáfora: deberá elegir imágenes con las que su público esté familiarizado. Por ejemplo, gran parte del público estadounidense no entiende las imágenes relacionadas con el fútbol, dado que están más familiarizados con el béisbol.
- Ubicación: prepárese para su discurso investigando sobre el lugar donde lo dará, a fin de poder hacer referencia a acontecimientos locales o a las ciudades natales de su público.
- Historia: ubique su historia en un contexto amplio y universal.
- Controversia: sea provocador y presente conceptos desconocidos u opuestos. A medida que el público lo desafíe, demostrará más interés en sus argumentos y estará ansioso por escuchar sus soluciones.

“Lo que realmente crea un sello no es la publicidad, sino las relaciones públicas. Dar discursos es una herramienta fundamental para ese cometido.”

Si bien las presentaciones de dispositivas o los videos supuestamente constituyen “soportes” visuales, a menudo resultan un estorbo, dado que rompen la conexión que se establece entre usted y su público. Las presentaciones de PowerPoint pueden resultar muy molestas, especialmente si presentan el esquema de su discurso o repiten su relato. Este tipo de presentaciones subestiman la inteligencia del público. En caso de tener que usar gráficos, asegúrese de que sean creativos y realmente excelentes.

# La simpleza es un don

Al presentar sus ideas con claridad, usted demuestra respeto hacia su público y el suficiente dominio del tema como para desmenuzarlo en sus componentes básicos.

“Es probable que su conexión con el público, que constituye la clave para ser recordado, dependa principalmente de su desempeño, no de la fuerza lógica de su razonamiento teórico.”

Elija las palabras cuidadosamente para establecer el tono de su discurso. No sea uno de esos oradores que utilizan palabras complicadas para disfrazar ideas. Del mismo modo, evite los clichés o las palabras de moda. Es posible que el uso de terminología técnica le indique a su público que están en compañía de alguien selecto, pero excluye a los demás.

“Mientras que ensayar implica trabajar, actuar equivale a relajarse.” [– *Michael Caine*, actor británico]

Emplee oraciones simples y declarativas. En un discurso, las oraciones cortas son más fáciles de seguir que las largas y complejas. Cuando una oración es fácil de decir, también es fácil de escuchar y, en consecuencia, su público entenderá y retendrá mejor su mensaje. Evite la voz pasiva. Nunca confunda a su público sobre quién hizo qué.

“Sobre un lienzo beige, algo tan minúsculo como una pizca de color resulta memorable.”

Una vez que haya redactado su discurso, es posible que, conforme a las normas de su empresa, deba enviarlo a varios colegas o superiores para su aprobación. En teoría, este proceso es valioso y puede permitirle asegurarse de que su información es precisa y actualizada, pero también puede causar problemas. A mayor cantidad de cambios, mayor probabilidad de que su discurso pierda cohesión y fuerza.

## Participación del público

Para lograr que su público participe en su presentación, ponga en práctica las siguientes técnicas:

- Formule una pregunta retórica: “¿Qué harían ustedes en una situación así? No sé qué harían ustedes, pero yo haría esto.” Esta técnica obliga a su público a coincidir o disentir con su propuesta. Una técnica similar es formular una pregunta que cree que su público desea hacer: “Veo que esto desconcertó a varios de ustedes. Entonces, permítanme explicar la situación.”
- Sorprenda a la gente: el experimentado locutor de radio, Paul Harvey, suele recurrir a la sorpresa o la ironía para finalizar sus emisiones.
- Utilice un titular: un titular es un elemento conciso que permite captar la atención. La declaración de Richard Nixon: “No soy un trampuso,” o la de John F. Kennedy: “*Ich bin ein Berliner*” son ejemplos de titulares. La gente recordó esas frases por mucho tiempo después de haber olvidado los discursos en los que se mencionaron.
- Evite las bromas: rematar una broma en el momento oportuno y con la expresión adecuada es sorprendentemente difícil, y pocos oradores pueden salir airoso de tal situación. No obstante, no se limite en el uso del humor. El público valora la oportunidad de poder reírse a carcajadas.

## Cómo darle formato a su escrito

Siga estas pautas que le permitirán dar formato a su discurso para que pueda leerlo en voz alta sin dificultad:

- Deje doble espacio entre las líneas de su discurso e imprímalo en una fuente Serif, tamaño 16 ó 18, como la que se utiliza en este texto, denominada Times New Roman, la cual es más fácil de leer que la fuente Sanserif, como es el caso de Arial. Algunas personas prefieren los caracteres en negrita.
- Utilice márgenes anchos que le permitan hacer sus propias anotaciones.
- Numere las páginas para poder ordenarlas fácilmente, en caso de que se le caigan.
- Evite oraciones o párrafos que continúan en la página siguiente.
- Imprima solamente hasta la mitad superior de cada página. Si tiene que leer hasta el final de la página, bajará su mentón y perderá el contacto visual con su público, quienes se quedarán mirando la parte superior de su cabeza.

## Cómo llegar al Carnegie Hall...

Para lograr una conexión emocional con su público, usted debe practicar, practicar y practicar. La práctica constituye gran parte del trabajo que implica dar un discurso. Siga los pasos que se describen a continuación para que dar un discurso se transforme en algo natural para usted:

- Practique con antelación y a menudo.
- Párese de la misma manera que lo hará cuando dé su discurso.
- Asegúrese de poder pronunciar todas las palabras, nombres y frases que contiene su discurso a la perfección.
- Haga gestos adecuados con las manos y utilice el lenguaje corporal apropiado, pero evite aquellos movimientos que puedan distraer la atención del público.
- Hable pausadamente.
- Prepare incluso sus comentarios “casuales” y sus pausas, las cuales le aportan dramatismo al discurso y le permiten establecer control sobre el público.
- Mantenga el contacto visual con el público en todo momento.

“No tenga sueños pequeños, incluso cuando se trate de dar un discurso.”

Para darle más fuerza a su presentación, aproveche las características inherentes al habla, tales como expresiones faciales, volumen, tono, pausas y entonación. Los predicadores siempre supieron cómo hacer uso de estos soportes naturales para crear tensión o compasión. Martin Luther King Jr. recurría a la repetición, al ritmo y a relatos familiares de la Biblia para que sus magníficos discursos fueran memorables.

De ser posible, visite la sala donde dará su discurso para saber cuáles son sus dimensiones y dónde se ubica el estrado. En caso de utilizar soportes visuales, asegúrese de saber dónde se encuentra su equipo y cómo hacerlo funcionar y usarlo. Pruébelo para asegurarse de que todo funciona correctamente.

Si bien existen muchas maneras de concluir un discurso, la mejor es simplemente decir “Gracias.” Representa una conclusión formal y reconoce la presencia de las personas más importantes de la sala: su público.

## Sobre el autor

**Tony Carlson** tiene 30 años de experiencia como ejecutivo de comunicaciones. Es periodista, educador y galardonado escritor. Trabaja en el sector de comunicaciones corporativas de una importante empresa canadiense.

---

---