

LA ELABORACIÓN DE UN DISCURSO¹

En el presente documento se va a tratar el tema de la elaboración de los tres elementos constitutivos de cualquier discurso: la introducción, el cuerpo y la conclusión²; también se expondrán, de manera general, las diferentes formas que pueden tener cada uno de ellos. Su exposición se acompañará de ejemplos representativos y útiles para cuando deba elaborar su propio discurso.

CÓMO ELABORAR LA INTRODUCCIÓN

La introducción rara vez debe ocupar más del 10-15% del tiempo total -de 30 a 45 segundos (entre 60 y 90 palabras) para, por ejemplo, un discurso de cinco minutos de duración (unas 600 palabras), y aún puede constar tan sólo de algunas breves frases; a pesar de ello, vale la pena el tiempo y el esfuerzo dedicados para lograr su plena eficacia.

1. Los objetivos de la introducción

Una buena introducción sirve para captar la atención, fijar el tono de la presentación, crear una corriente de simpatía entre el orador y su público, establecer la credibilidad del orador y adelantar al público el contenido de la presentación.

- Captar la atención

El primer objetivo de quien elabora un discurso consiste en realizar una apertura que gane la atención de los oyentes, despierte su interés y provoque en ellos la necesidad de escucharle y enterarse del mensaje.

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

Copyright © Marzo 2005 Instituto Internacional San Telmo, España.

Prohibida la reproducción total o parcial sin autorización escrita del Instituto Internacional San Telmo.

² Por razones prácticas y de uso utilizaremos indistintamente, a lo largo de este documento, las denominaciones *discurso* y *presentación*.

- **Fijar el tono**
Una apertura humorística dará la señal para establecer un tono cordial; una apertura seria indica que se trata de un mensaje más sobrio. Por lo tanto, habrá que decidir desde el comienzo qué tono general se le quiere dar al discurso.
- **Crear simpatía**
Las primeras palabras establecen a menudo la manera en que el público le percibe a usted como persona. Si usted se muestra entusiasta, cordial, amistoso, y transmite esas cualidades a sus oyentes, logrará que ellos se sientan más motivados a escucharle.
- **Fortalecer la credibilidad**
Independientemente del tema u objetivo, el público se preguntará -sobre todo si para él usted es un desconocido- por qué debe prestar atención a lo que dice. La credibilidad se comienza ya a construir desde las primeras palabras y se mantiene a lo largo de la presentación, principalmente a través de la calidad en la forma de hablar y en los propios contenidos del mensaje.
- **Trasladar la atención al contenido**
Dado que el público desea conocer el tema de su presentación con anticipación, es conveniente mencionar su organización, en forma de mapa-guía anticipado, en el transcurso de la introducción.

Aunque el hecho de reunir cinco objetivos pudiera parecer complicado y ambicioso, en muchos casos se puede realizar con sólo unas pocas y breves frases. Si no se pueden abarcar todos los objetivos, porque el tiempo es muy limitado, cerciórese al menos de crear un tono apropiado, de desarrollar una corriente de simpatía y de fortalecer su credibilidad.

2. ¿Qué asuntos se tratarán en la presentación?

La mayoría de las presentaciones dentro del mundo directivo y empresarial van directas a presentar su objetivo. La información bien presentada debe ser ya un atractivo para los oyentes. De ahí la importancia de comenzar, en estos casos, con una frase que resuma de forma clara y completa el tema central de la intervención.

Imagine que un compañero o compañera de trabajo, dos días antes de su presentación, le pregunta: *¿De qué vas a hablar pasado mañana?* En ese momento no tiene tiempo para perderse en detalles; basta con que le dé en esencia el meollo de su presentación. Comience de esa forma sus palabras. Evite iniciar con palabras genéricas y vagas como “esquema”, “desarrollo” “ideas principales”, etc. Compare, como breve ejemplo, estos dos ejemplos:

VENTAJAS DE USAR AYUDAS VISUALES	ESQUEMA
<ul style="list-style-type: none">• DAN INFORMACIÓN ÚTIL• ENFOCAN LA ATENCIÓN• LA ALEJAN DEL ORADOR NERVIOSO• SIRVEN DE RECUERDO PARA ORADOR	<ol style="list-style-type: none">1. Cómo “ayudas” ayudan al público2. Cómo ayudan a orador nervioso3. Cómo le ayudan a recordar

La guía de toda la presentación está mucho más clara y atractiva en el ejemplo izquierdo.

3. ¿Por qué deben oírle?

Cree interés con su mensaje. Uno de los objetivos de su introducción, como le hemos indicado, es atraer la atención del público hacia su mensaje. En ocasiones, el título de su presentación puede también hacer esta función. Considere este breve ejemplo:

“Soy Fidel García, director de Plan Total, y estoy aquí para informarles de los beneficios y ventajas que obtendrán si suscriben con nosotros la Fórmula Total 10.”

He aquí un comienzo, claro, conciso y atrayente. ¿Quién no presta atención cuando de “beneficios” se trata? Vea que la “venta” ya ha comenzado. Naturalmente que a partir de aquí deberá desarrollar ante sus oyentes cuáles son esos “beneficios”.

4. ¿Cómo retener la atención?

La siguiente actividad que usted debe desarrollar consiste en retener la atención: en echar un buen “anzuelo”. ¿Cómo lograrlo? Siendo claro, conciso y dinámico, y avanzando en la información. Evite por lo tanto:

“Rellenos” que nada aportan: *Es del todo punto necesario, eficaz, útil y conveniente que todos y cada uno de ustedes se dispongan a considerar que...*

Es mejor decir: *Piensen que...*

Tecnicismos innecesarios o abreviaturas desconocidas por los oyentes.

Explicaciones farragosas.

Cada público tiene necesidades de conocimiento diferentes. A ellas siempre hay que atender. No se quedará así demasiado corto o prolijo en sus explicaciones. La alta dirección, su jefe inmediato, un cliente o un proveedor precisan de una cantidad y un tipo de información diferentes; téngalo siempre muy en cuenta.