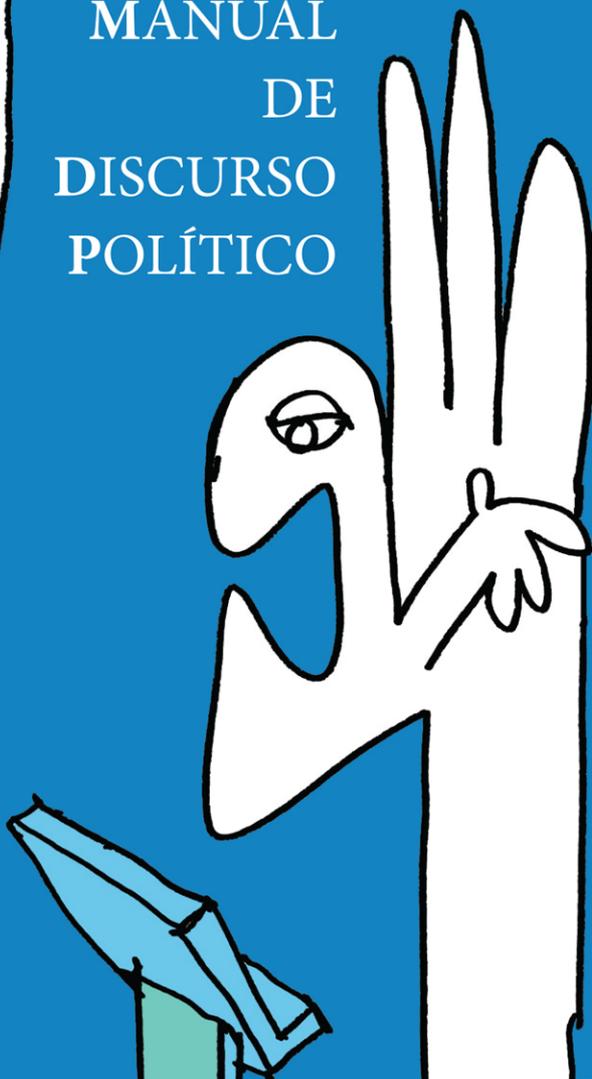


MANUAL
DE
DISCURSO
POLÍTICO



Técnicas de escritura
y comunicación efectiva

CARLOS J. GUÍZAR

Manual de discurso político

Técnicas de escritura y comunicación efectiva

CARLOS J. GUÍZAR

Manual de discurso político
Técnicas de escritura y comunicación efectiva

Derechos reservados, 2015

Partido Acción Nacional
Av. Coyoacán 1546, colonia del Valle
03100, México DF

Fundación Rafael Preciado Hernández
Ángel Urraza 812, colonia del Valle
03100, México DF

Impreso en México

Viñeta de portada: Gonzalo Tassier

Queda prohibida la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio, incluidos los electrónicos, sin permiso escrito por parte de la editorial.

ÍNDICE

PRÓLOGO	5
INTRODUCCIÓN	7
ANTES DE ESCRIBIR NUESTRO DISCURSO	11
Conocer a nuestra audiencia para generar vínculos	
Conocimiento del contexto	
Propósito del discurso, el tema y cómo abordarlo	
Investigación y recopilación	
REDACTANDO NUESTRO DISCURSO	31
Estrategias para organizar el discurso e incidir	
Algunos consejos antes de escribir	
<i>Los sound bites</i>	
Iniciando con paso fuerte	
Siguiendo con la atención	
Concluyendo de forma memorable	
QUÉ TOMAR EN CUENTA PARA DAR NUESTRO DISCURSO	75
El ensayo	
La voz y lo que implica	
El aspecto físico y otros consejos útiles	
La sala, su acomodo y la audiencia	
Las redes sociales	
LA COMUNICACIÓN NO VERBAL	97
Nuestra postura y movimientos	
Emociones y expresiones faciales	
Lo que dice nuestro cuerpo	
DE LA TEORÍA AL ANÁLISIS: UN CASO PRÁCTICO	139
BIBLIOGRAFÍA	158

Agradecimientos

Con agradecimiento y gran afecto para mi familia y tres personas que han sido para mí una bendición por su entrega generosa y sin reservas, muestras de cariño y consejos, siendo una parte importante en mi vida y en la obra: Janina Grimm-Huber, Hugo Vadillo y Selene Zambrano.

Muchas gracias a Lupis González y Santiago Sierra por su amistad y tantas historias juntos.

Agradezco a mis amigos y equipo de la Fundación Rafael Preciado Hernández por su apoyo y confianza.

PRÓLOGO

Desde la Grecia más arcaica hasta nuestro tiempo, la oratoria ha representado un distintivo del hombre que habita en sociedad. La persuasión mediante la palabra tiene su primera gran manifestación en cuanto los asuntos públicos dejan de pertenecer a la corte o el palacio para pasar a la plaza pública, al ágora, donde los ciudadanos pueden expresarse, opinar e intentar convencer a sus pares acerca de tal o cual cuestión interés común. Así, oradores de la talla de Demóstenes en esa primera época, de Cicerón más adelante, de Savonarola en pleno Renacimiento, así como la aparición de los Parlamentos, ya en la edad moderna, como espacios de expresión y consenso, son parte de la historia civilizatoria de la humanidad y uno de sus legados más significativos.

Hoy podemos afirmar que no hay prácticamente tema alguno que esté exento de discusión, de argumentación, de opinión. Si la democracia permite cuestionar cualquier absoluto, y es la misma democracia la que a través del diálogo ofrece posibilidades de construir acuerdos, resulta pues de suma importancia contar con la preparación y las herramientas suficientes para que, en el ámbito político, se cuente con las habilidades para hacer de la palabra el arma por excelencia de la vida pública.

A ese objetivo contribuye el presente *Manual de discurso político. Técnicas de escritura y comunicación efectiva*, una suma de consejos, de caminos y de recomendaciones para la construcción de mensajes efectivos, asertivos, capaces de convencer y de defen-

der argumentos que a la luz del tiempo presente de nuestro país –uno en el que nos encontramos en un constante proceso de construcción de nuestra modernidad democrática–, se convierte en un texto invaluable para quien se adentre en sus páginas.

Su autor, Carlos Guízar, reúne experiencia y técnica para ofrecerla de una manera didáctica y sencilla, a través de una serie de pasos que van desde la investigación previa que requiere cualquier pieza oratoria hasta el lenguaje corporal y sus distintos significados, pasando por el conocimiento del espacio que se utilizará y de la audiencia que escuchará, a través de diversos ejemplos que retoman fragmentos de grandes oradores de nuestro tiempo (Kenedy, Churchill, Luther King, entre otros) y los conjuntan para estudiar casos exitosos, riesgos latentes e inclusive detalles a evitar al momento de pronunciar o escribir un discurso.

Para la Fundación Rafael Preciado Hernández, en su esfuerzo por contribuir a la capacitación en temas de índole política, la aparición de este ejemplar representa el refrendar un compromiso con la sociedad en general y con la clase política en particular, dotándoles de un texto ameno, cercano y práctico, con el cual es posible trazar los pasos para estructurar una comunicación asertiva, convincente y efectiva, en un tiempo en el que la palabra debe mantener su capacidad de transformar nuestra realidad como país.

Sirva este *Manual de discurso político* para esos trascendentes y, sobre todo, urgentes objetivos.

Juan Francisco Molinar Horcasitas

Director General de la Fundación Rafael Preciado Hernández

INTRODUCCIÓN

El presente texto es una herramienta de acompañamiento y consulta para las personas interesadas en el discurso político, ya sea porque son asesores o porque quieren utilizarlo de primera mano para ellos mismos.

Aunque existe una amplia bibliografía y fuentes sobre la oratoria y el discurso, la gran mayoría o la más actualizada en ocasiones está en otros idiomas: hay tanta información que no sabemos ni por dónde empezar o no se enfoca especialmente en el discurso político. Por ello, la obra busca ser una guía bien sustentada, práctica y con un lenguaje accesible para quienes deseen redactar o pronunciar un discurso político a través de las técnicas, los consejos y las estrategias aquí incluidos, que les permitirán construir un vínculo con su audiencia, generar interés por sus palabras y lograr un mensaje político incluyente y penetrante.

En este libro se conjuntan la literatura con la experiencia del autor, por lo que se pretende motivar a quien lo lee, desde una perspectiva práctica y considerando la realidad de lo que significa escribir un discurso y comunicarlo de manera efectiva al crear vínculos con la audiencia.

En estas páginas las y los lectores se sentirán acompañados desde el primer momento en que los inviten a redactar el discurso, como ponentes o consultores, por lo que tomarán en cuenta los elementos previos a la redacción discursiva, como elaborar un cronograma para aprovechar al máximo los recursos y el tiempo; conocer a la audiencia para crear un nexo fuerte con ésta; ubicarnos en el contexto para estar preparados por si hablamos en un salón cerrado o al aire libre; saber cómo abordar el tema o qué tanto debemos investigar y recopilar.

En el segundo capítulo nos enfocaremos en la redacción del discurso como tal, adentrándonos en las estrategias para organizarlo como de refutación, comparativa, orden psicológico o la secuencia motivacional de Monroe; cómo emplear los *sound bites*; conocer qué aspectos resultan importantes para que empecemos o cerremos con fuerza y que logremos generar la suficiente expectativa en el público para captar y retener su atención. También encontrarán consejos funcionales para esta etapa, como recordar que escribimos para ser escuchados y no leídos, por lo que las oraciones deberán ser cortas y contundentes o cómo dirigirnos a un grupo que está en contra de nosotros o nuestra institución.

En “Siguiendo con la atención” explicaremos distintas técnicas y estrategias –como los tropos y las figuras literaria– para captar la atención del público y ser capaces de influir en éste. Por lo que tomaremos ejemplos de discursos políticos representativos para que la o el lector comprenda mejor las herramientas a su alcance.

El tercer capítulo nos relaciona con todo lo que va justo antes

y durante la presentación del discurso, contemplando recomendaciones y estrategias para sacar provecho del ensayo y estar preparados y con confianza para dar unas palabras memorables.

Aquí nos involucraremos en cuestiones como la voz –tono, volumen, velocidad o dicción– y el contacto visual; el acomodo de la sala y la forma en la que tenemos que movernos dentro de un escenario; cómo le afecta la perspectiva y la posición del ponente al público para saber si debemos dar un discurso más emotivo o más racional; sin embargo, vamos más allá para encaminarnos en lo que deseamos proyectar por medio de nuestro semblante y qué es necesario cuidar para dar la mejor imagen.

Un aspecto que resulta fundamental en la comunicación actual son las redes sociales y su manejo, así que igualmente tocaremos su uso para que no las descuidemos a la hora de dar el discurso y tener difusión en esta vía.

En el capítulo sobre la comunicación no verbal, además de enfocarnos en el manejo corporal, también lo haremos en el del público para que seamos capaces de interpretar lo que sus reacciones nos dicen y hacer los cambios requeridos a la hora de impartir nuestro discurso.

Debido a su importancia para el mensaje, la comunicación no verbal juega un rol fundamental, por lo que conoceremos cada una de las emociones que resultan en gestos universales, retomando a Paul Ekman, pero de igual forma veremos qué nos expresa la gente o decimos nosotros con el acomodo de las manos, los brazos o hasta la forma en la que estamos de pie, para así estar al pendiente de que potenciemos lo mejor de nosotros mismos y tengamos una

postura que refleje confianza, serenidad y liderazgo para alcanzar una comunicación efectiva.

Consecuentemente lo que aprenderemos o reforzaremos nos servirá en la realidad cotidiana para expresarnos mejor con las palabras y el lenguaje corporal tanto en público como en conversaciones privadas.

Para aterrizar lo que aprendimos en los capítulos anteriores, en el último tomaremos como caso de estudio el discurso de Barack Obama ante la Convención Demócrata de 2004, mismo que lo puso en el ojo de la clase política estadounidense y mundial, tanto así, que resultó ser una de las bases esenciales de su éxito y el inicio de su camino hacia la presidencia de su país. Para este fin, usaremos el análisis de Shel Leanne para evaluar su manejo corporal, sus tonos, volumen y demás elementos que habremos visto en páginas anteriores.

Con esta obra la o el lector tiene en sus manos una guía breve, sencilla y práctica que fue cuidadosamente elaborada para acompañar en la redacción de un discurso político que comunique efectivamente lo que queremos decir tanto en la forma como en el fondo.

A su vez, se brindan los elementos para potenciar lo mejor de cada oradora u orador, para que sea capaz de proyectar liderazgo y seguridad en sí mismo pero que también genere empatía y un vínculo con su audiencia; de expresar ideas bien elaboradas y con sustento pero fáciles de comprender; y de comunicar de manera efectiva para incidir y convencer.



**Antes de escribir
nuestro discurso**



Un discurso memorable no comienza cuando lo redactamos sino desde los primeros instantes en que aceptamos ser ponentes en un evento. Así que antes de escribirlo es necesario que hagamos un cronograma para que tengamos el tiempo suficiente para haberlo revisado y hasta ensayado, utilizando cada minuto disponible de la mejor forma.

Es recomendable hacer un cronograma sencillo para medir bien el tiempo que invertiremos, de acuerdo con el que tenemos disponible, para aprovecharlo eficientemente. Por ello, habremos de escribir una secuencia de acciones que vayan de la mano con lo que veremos en las siguientes páginas, teniendo la Tabla 1 como un ejemplo en donde se muestran algunas de las etapas por las que transitaremos.

Tabla 1
Cronograma de actividades

Tarea	Tiempo a invertir
Investigar sobre la audiencia	½ hora
Averiguar el contexto, lugar y situación	½ hora
Establecer el propósito general	¼ hora
Establecer qué queremos decir y cómo hacerlo	¼ hora
Investigación y recopilación	2 horas
Y así sucesivamente...	

Leon Fletcher, *How to speak like a pro* (Nueva York: Ballantine Books, 1996), 33.

Contar con un cronograma puede sernos muy útil para organizar mejor nuestros tiempos y recordar algunos de los pasos fundamentales

para que un discurso político, tanto por su forma como por su fondo, transmita las ideas centrales de manera adecuada y para que seamos capaces de incidir en las opiniones de la audiencia y mostrarnos como líderes y conocedores de los temas que expongamos sin sonar pretensiosos.

Conocer a nuestra audiencia para generar vínculos

Un discurso político no sólo trata de dar palabras convincentes o datos duros que reflejen nuestros conocimientos, porque también pretendemos establecer o fortalecer vínculos con la audiencia para conectar con las personas que nos escuchan y modificar o reafirmar sus perspectivas, opiniones o expectativas.

Por medio del discurso tenemos que establecer una relación con aquellos a quienes nos dirigimos, por lo que es importante que antes de redactarlo conozcamos muy bien las características del público con el que interactuaremos.

Porque aunque tratáramos el mismo asunto, la forma de exponerlo depende en gran medida del grupo al que nos dirijamos, ya que no es lo mismo hablar sobre el empleo en México con jóvenes universitarios, empresarios o legisladores, porque cada sector lo analiza desde una perspectiva propia y según las implicaciones que puede generarle de manera directa.

De este modo, vemos que la primera tarea en la que nos enfocaremos cuando escribimos un discurso es en conocer a nuestros oyentes. Por lo que habremos de preguntarle a los organizadores o investigar nosotros mismos algunos datos sobre la audiencia, como:

1. ¿Cuántas personas asistirán?

No es lo mismo explicar un reporte analítico con una presentación de PowerPoint a 10 personas, que dar un discurso para más de 100, porque con los grupos pequeños existe una interacción más activa con los asistentes y éstos están más atentos, puesto que pueden ser vistos por el ponente y también por sus compañeros, además se espera que hagan alguna pregunta o que ellos la reciban. Por lo que, como están más receptivos, se pueden tratar temas con mayor profundidad y complejidad que con grupos más numerosos.

Con las audiencias grandes aplica la psicología de masas y eso conlleva al anonimato de la mayor parte de los asistentes, quienes, a diferencia de los grupos pequeños, están menos atentos, lo que obliga a que la información que les proporcionemos preferentemente no sea tan compleja porque existe un déficit de atención. Así pues, los grupos grandes necesitan una parte de humor, teatralidad o un discurso un poco más sentimental que nos permita captar su atención y evitar que, en su anonimato, se pierdan en otras ideas o hasta empiecen a cabecear.

2. ¿Qué edad tienen?

Si conocemos la edad de los asistentes sabremos de qué forma abordaremos el tema. Por eso hay que ubicarlos por rangos de edad, como los que tenemos a continuación, para tener un punto de referencia y no perdamos de vista que cada público tiene sus particularidades:

¹ Joan Detz, *How to write & give a speech* (Nueva York: St. Martin's Griffin, 2002), 7.

- De 18 a 22 años
- De 22 a 27 años
- De 27 a 32 años
- De 32 a 40 años
- De 40 a 60 años
- De 60 años en adelante.

Los rangos de edad antes expuestos tienen diversas realidades; por ejemplo, los de 18 a 22 años normalmente se encuentran en etapas universitarias y, en algunos casos, tienen empleo o están buscando uno; los de 22 a 27 años tienen un trabajo formal después haber terminado sus estudios o justo por comenzar algún posgrado; los de 27 a 32 años están en una edad en la que siguen siendo jóvenes pero tienen más responsabilidades de adultos. Sucesivamente vemos que cada uno de los grupos tiene características definidas, para enfocar el mensaje dependiendo sus necesidades, retos o expectativas de vida.

Para ahondar en este punto vale la pena que en el momento de la investigación busquemos estudios sociales, así como informes gubernamentales, de ONG u organismos internacionales para adentrarnos un poco más en cada uno de los grupos, para comprenderlos más ampliamente y crear un vínculo con ellos por medio de sus principales demandas, carencias o perspectivas.

3. *¿Cuál es su nivel educativo?*

Al conocer el nivel educativo de la audiencia sabremos con qué tipo de lenguaje habremos de aproximarnos a ésta, sin embargo,

recordemos que un discurso sencillo, corto y accesible siempre se agradece, aunado a que será más probable que la mayor parte de los asistentes lo capten. Aun así, estemos atentos al nivel educativo de los miembros de la audiencia para establecer el grado de complejidad o sencillez de nuestro mensaje.

Si es posible también investiguemos un poco más sobre sus estudios. Con esto nos referimos a qué carreras cursaron o cuáles son sus áreas de interés porque, aunque los dos tengan carrera, no es lo mismo dirigirnos a una abogada que a un ingeniero.

4. ¿Esperan más mujeres u hombres?

Independientemente de la cantidad de hombres o mujeres que estén presentes, usemos un lenguaje incluyente en cuestión de género para que más personas se sientan tomadas en cuenta a la hora de dirigirnos a ellas.

Por otro lado, al saber si habrá más mujeres u hombres tendremos estadísticas específicas o datos duros para ejemplificar mejor nuestras ideas. También prepararemos los mensajes para que lleguen de manera efectiva a la audiencia, desde la forma en la que contamos una anécdota o un chiste, hasta los ejemplos de la vida cotidiana que usemos.

5. ¿Qué nivel socioeconómico tienen?

Al igual que las otras características, ésta nos brinda la posibilidad de vincularnos mejor con la audiencia y nos evita hacer comentarios que pudieran resultar incómodos o, por el contrario, nos da elementos para tener más argumentos de acuerdo con los niveles

de vida de los asistentes. Es una herramienta para encontrar puntos comunes entre el público y nosotros.

6. *¿Qué conoce la audiencia sobre el tema?*

Indaguemos qué tanto conoce la audiencia sobre el tema del que hablaremos para que el mensaje sea más técnico o más sencillo, y no parezcamos pretenciosos o principiantes en la materia porque tendrán mayores expectativas dependiendo su grado de interés e información previa.

Si las personas conocen el tema probablemente tengan alguna opinión al respecto, así que es elemental que sepamos también sus posturas para abordar el asunto de un modo en la que no les genere antipatía, aburrimiento o rechazo.

Y aquí hay un aspecto importante: que estén adentrados en el tema y que no estén a favor de nuestra postura no quiere decir que nos tenemos que predisponer a un mal resultado; por el contrario, en ocasiones lo mejor es abordar los asuntos rípidos para tener mayor soltura, después de encontrar un campo común para el intercambio de ideas.

Un caso para ejemplificarlo es Barack Obama, quien en vez de ignorar los asuntos que causan molestia o dudas en la audiencia, los aterriza con el público y los pone sobre la mesa, a veces con humor o haciendo referencia a sí mismo, para generar confort con los oyentes y explorar, sin barreras, las áreas comunes o los mensajes que más le interesan.

Antes de que fuera tan conocido en la escena política estadounidense y mundial, al saber que su nombre era poco familiar,

la procedencia de su padre despertaba dudas o el color de su piel –por la historia racial en EEUU– podrían levantar controversias que distrajeran a la audiencia; así, en vez de no tratar los temas, lo hacía refiriéndose a sí mismo como “el niño flaco con el nombre gracioso”, diciendo que las personas, al no saber bien su nombre, lo llamaban “Alabama” o apuntando, durante la Convención Demócrata de 2004, que “siendo realistas, mi presencia aquí es poco probable” –relacionándose con los aspectos antes mencionados pero, a la vez, creando empatía–.²

Por tal razón, hay que saber qué tanto conocen los asistentes sobre un tema y si existen cuestiones de descontento o duda para estar prevenidos.

Existen más elementos para conocer y relacionarnos mejor con nuestra audiencia, sin embargo, los anteriores son sólo algunos de los más relevantes que podemos considerar para dar un mensaje que les atraiga, les interese y que los haga sentirse parte de un diálogo, recordando que para lograrlo requerimos ponernos en sus zapatos para tener su perspectiva.

Algunos aspectos que también vale la pena ver, son:

- Creencias religiosas
- Posturas políticas
- Empleo
- Procedencia
- Residencia
- Manejo del idioma.

² Shel Leanne, *Say it like Obama and win* (Nueva York: McGraw Hill, 2012), 43-44.

Conozcamos lo más posible sobre la audiencia pero sin perdernos en una investigación exhaustiva que nos quite tiempo valioso para otras partes previas a dar el discurso.

Conocimiento del contexto

Además estar empapados con las características del grupo al que nos dirigiremos, evaluemos otros aspectos que tienen que ver con el contexto en el que daremos nuestro discurso, puesto que existe una gran diferencia entre ser el primer orador o el quinto, si es un evento al aire libre o si se es el ponente después de la comida.

Nos enfocaremos en los elementos que debemos tener presentes antes de hacer el discurso, para estar al tanto o aprovechar la situación:

1. Lugar y condiciones

Indaguemos lo más que se pueda sobre el lugar, por ello, es recomendable ir al sitio de manera previa, para ambientarnos y conocer si:

- Es un salón grande, mediano o pequeño. También veamos si hablaremos en un espacio cerrado o abierto.
- La disposición del salón permite que todos los asistentes vean al orador o algunos quedan detrás de una columna o pared.
- Es necesario un podio o estaremos al mismo nivel que la audiencia.
- Existen instrumentos que podamos utilizar en nuestra ponencia como un proyector para presentar imágenes o algunas gráficas.

- El sonido es el adecuado para el público que habrá y si el sitio tiene buena acústica, porque en ocasiones las personas de atrás no escuchan si las bocinas están al frente.
- Está cerca de otros salones y si el ruido de éstos podría afectar cuando estemos dando el discurso. A su vez, aunque el salón esté independiente, revisar si es fácil que se oiga lo que pase afuera porque, al momento de dar el discurso, los ruidos exteriores pueden ser una distracción y tendremos que estar preparados por si sucede.
- La iluminación es buena o es un lugar algo oscuro.
- Hay elementos de distracción. Por ejemplo, si hay ventanas en el lugar y si la iluminación es buena, conviene cerrarlas para evitar distracciones del exterior.
- Es muy frío o caluroso. En cualquiera de las dos situaciones, vale la pena hablar con los organizadores o los encargados del establecimiento para que las condiciones de temperatura sean las mejores, porque si es muy caluroso, tenemos el riesgo de que la gente empiece a dormirse.

2. Horario y situaciones

Tenemos que estar atentos al “cuando” para prepararnos a las circunstancias y sacar ventaja de ellas o, al menos, vernos lo menos afectados tratando de anticipar lo que pudiera ocurrir mientras damos el mensaje, previniendo, entre otros, la posibilidad de que hubiera otra actividad mientras hablamos.

Demos un discurso acorde con la hora del día. Como oyentes u oradores podemos creer que no afecta en gran medida

pero, siendo honestos, sí puede ser algo determinante. Por eso, tenemos que:³

- Saber si hablamos en la mañana del primer día de una serie de conferencias o al final. La gente está más atenta al inicio, justo después de la inauguración, que en la última conferencia antes de irse.
- Conocer en qué tiempo del orden del día hablaremos. Hay que considerar que pueden haber retrasos en los horarios, lo que nos podría obligar a dar un mensaje más corto.
- Averiguar quién habla antes o después. Es recomendable saber qué dirán los ponentes previos o posteriores a nosotros, para conocer si sus opiniones son cercanas u opuestas a las nuestras; si tratan algunos aspectos que podrían ser complementarios o hasta para ver si no se repite información entre ponencias.
- Estar al tanto de si hablamos antes, durante o después de alguna comida. Con esto nos referimos, por ejemplo, a cuando damos un discurso en un desayuno en el que hay que estar conscientes que los meseros pasarán continuamente por lo que las personas tendrán distracciones o prisa para sus siguientes actividades.

Si hablamos después de la comida. Es uno de los horarios más difíciles porque la gente tiende a estar menos receptiva y cuesta más trabajo estar despierto, ya que el cuerpo hace la digestión; por ello, demos un discurso corto, rápido y dinámico.

³ Joan Detz, *How to write & give a speech*, 15-17.

En el caso de hablar en una comida o una cena en la que se celebre algún acontecimiento, como despedidas o premiaciones, tal vez los invitados estén de buen humor por haber convivido, comido y, en ocasiones, hasta bebido; así, seamos breves y algo animados, sin tratar de ser muy formales por el ambiente de familiaridad que posiblemente haya –no aplica en todos los contextos, por lo que hay que ser cuidadosos en qué tan formales actuemos.

Propósito del discurso, el tema y cómo abordarlo

Con la información sobre la audiencia, las condiciones y el lugar, nos corresponde encontrar nuestro tema y la manera en cómo lo abordaremos, aunque si nos invitan a dar una ponencia en particular, es más sencillo porque nos enfocaremos directamente en el tópico asignado y sólo faltará determinar la perspectiva y el toque personal que queramos darle.

No sólo se trata de saber el tema y listo, pues también partimos del propósito general, ya que puede ser:⁴

Informativo: el sentido principal del discurso es compartir cierta información. Aquí se describe un objeto o persona; se explica un concepto o tema; o se demuestra un proceso.

Persuasivo: buscamos reforzar, cambiar o influir opiniones o actitudes en el público al que nos dirigimos. Los temas centrales están relacionados con actitudes, creencias, valores, acciones, empeño o políticas.

Para tratar una ocasión particular: nos dirigimos a una audiencia para celebrar algún acontecimiento. Podemos inclinarnos, al

⁴ Lisa Ford-Brown, *DK Guide to Public Speaking* (Boston, MA: Allyn & Bacon, 2012), 50-52.

menos que nos indiquen que tenemos que abordar el tema de cierta forma, a complementarlo de manera informativa, persuasiva, motivacional o de entretenimiento.

Tras establecer el propósito de nuestro discurso, es más sencillo encontrar el tema o enfocarnos en el punto que nos hayan indicado al momento de invitarnos. Sin embargo, hay que ser precavidos y no pretendamos incluir todas las aristas posibles, porque tenemos el riesgo de hacer un discurso largo o que, al tratar de abarcar de más, el aspecto esencial que queríamos resaltar se pierda.

Cuando no tengamos un tema particular o sea muy general el que nos indicaron, podemos hacernos algunas preguntas como si fuéramos reporteros, de esa forma seremos más incisivos y logremos enfocarnos mejor y profundizar.

Las preguntas para orientarnos mejor sobre qué queremos decir y cómo lo queremos decir son las siguientes –estarán seguidas de ejemplos para comprender el concepto claramente–:⁵

- *¿Quién?* Más allá de pensar quiénes me escuchan –porque eso ya lo contestamos antes– también nos debemos enfocar en otras interrogantes como: ¿Quién se beneficiaría o se vería afectado por nuestro proyecto? ¿Quiénes colaborarían más? ¿A quiénes necesito motivar? ¿A quién necesito felicitar por su desempeño? ¿Quiénes representan al partido político? ¿Quiénes son nuestros principales liderazgos?
- *¿Qué?* Aquí tenemos que preguntarnos, por ejemplo: ¿Qué significa la situación en la que estoy? ¿Qué tengo que explicar?

⁵ Joan Detz, *How to write & give a speech*, 2-3.

¿Qué deseo posicionar del mensaje? ¿Qué queremos conseguir? ¿Qué pasará en el futuro? ¿Qué demandas tiene la ciudadanía? ¿Qué esperan los ciudadanos de nosotros? ¿Qué mensaje nos posiciona mejor como institución? ¿Qué candidato/a es mejor?

- *¿Dónde?* ¿Hacia dónde nos dirigimos? ¿De dónde venimos? ¿Dónde nos equivocamos? ¿Dónde buscaremos expertos? ¿Dónde queremos estar en algunos años? ¿Dónde necesitamos enfocar nuestros esfuerzos? ¿Dónde está nuestra rentabilidad política?
- *¿Cuándo?* ¿Cuándo cambiaron las cosas (para bien o mal)? ¿Cuándo nos involucramos? ¿Cuándo veremos resultados? ¿Cuándo tendremos más personal? ¿Cuándo estarán listos los proyectos? ¿Cuándo esperamos ganar determinada elección? ¿Cuándo empezaremos a prepararnos para las campañas políticas?
- *¿Por qué?* ¿Por qué estamos reunidos? ¿Por qué obtuvimos los resultados? ¿Por qué no avanzamos como esperábamos? ¿Por qué tuvimos demoras? ¿Por qué nos mantendremos o cambiaremos de camino? ¿Por qué los otros partidos políticos resultan más rentables? ¿Por qué perdimos/ganamos adeptos?
- *¿Cómo?* ¿Cómo nos involucramos? ¿Cómo podemos mejorar? ¿Cómo debemos actuar? ¿Cómo mejorar nuestro desempeño? ¿Cómo debemos invertir? ¿Cómo podemos relacionarnos mejor con la ciudadanía? ¿Cómo mejorar nuestra imagen? ¿Cómo explicar una postura? ¿Cómo podemos ser más rentables?

- ¿Qué pasaría si...? ¿Qué pasaría si tuviéramos un cambio en cierta política? ¿Qué pasaría si no cambiáramos el rumbo actual? ¿Qué pasaría si los salarios se mantuvieran estables? ¿Qué pasaría si la competencia cambia su estrategia?

Aunado a lo anterior, en la Tabla 2 vemos de manera más sencilla el proceso que tenemos que seguir para tener una sola idea central que nos permita enfocar mejor el mensaje y darlo de manera más clara y concisa.

Tabla 2

Identificación de propósito e ideas centrales, evaluación de ésta y la construcción del esquema de trabajo

TAREA	DESCRIPCIÓN
Identificar el propósito específico del discurso	El propósito específico del discurso es un argumento particular que combina el propósito general, la audiencia y el objetivo. El objetivo del propósito específico describe el resultado o el comportamiento que deseamos que nuestro público experimente o adopte.
Identificar la idea central del discurso	Es el argumento tesis o central. Es una sola oración que sintetiza y/o prevé lo que diremos en el discurso. Es un pequeño resumen que describe de manera general lo que trataremos.

TAREA	DESCRIPCIÓN
Evaluar nuestra idea central	<p>La idea central del discurso es esencial para pronunciarlo de la mejor forma porque todo lo que establezcamos en el texto nos remontará a dicho argumento. Por eso, el argumento debe ser efectivo y no una pregunta.</p> <p>Revisaremos dos cosas: 1) la técnica de nuestra idea: ver si está escrita correctamente, con las partes adecuadas, construcción y perspectiva; y 2) valorar cómo se vincula con la audiencia y el evento.</p>
Construir un esquema de trabajo	<p>La construcción del esquema de trabajo nos permitirá marcar el rumbo para no perdernos en las distintas ideas que vayan surgiendo, porque contaremos con puntos principales que sirven como esqueleto o ruta.</p>

Fuente: Lisa Ford-Brown, *DK Guide to Public Speaking* (Boston, MA: Allyn & Bacon, 2012), 57-65.

Investigación y recopilación

Antes de investigar y recopilar información, es necesario que primero nos preguntemos qué tanto conocemos sobre el tema porque tal vez con los conocimientos que tenemos y un poco de investigación, sea suficiente para dar un discurso muy bien fundamentado sin la necesidad de desgastarnos tanto en esta etapa.

También seamos honestos con nosotros mismos y reconozcamos si el conocimiento que tenemos es limitado o no tan adecuado para la audiencia a la que nos dirigiremos y, por otro

lado, tampoco reciclemos discursos previos porque cada público es irrepetible, lo mismo que las condiciones y el contexto.

Esta etapa nos sirve para ahondar en el tema, conocer distintas perspectivas y, particularmente, ponernos en los zapatos de los asistentes para ofrecer un discurso atractivo y que nos vincule.

En la actualidad existen una infinidad de fuentes de consulta para nuestra investigación pero tenemos que ser muy meticulosos en escogerlas bien para que la información que demos sea fidedigna y no nos pongamos en el riesgo de que alguien nos desmienta al usar datos poco creíbles o incorrectos.

Podemos recabar la información en libros –en bibliotecas físicas o en línea–, revistas académicas, periódicos, medios de comunicación, conferencias, reportes gubernamentales o de organismos internacionales, informes de gobierno, sitios especializados en internet, documentos de investigación, notas informativas, sitios de Internet de ONG, gacetas parlamentarias, el Diario Oficial de la Federación, bases de datos o hasta en blogs –habremos de ser cuidadosos de su veracidad–.

Gracias a internet es posible acceder a la mayor parte de las fuentes antes mencionadas, pero tenemos que ser minuciosos para no saturarnos de información o entretenernos de más en la investigación, pues al resultarnos interesante tendremos la tentación de seguir leyendo los textos sin recordar el cronograma, por ello, es relevante que lo tengamos en cuenta, lo mismo que el propósito específico, la idea central y el esquema de trabajo para enfocar los esfuerzos de una manera eficiente.

Acto seguido, centrémonos en qué elementos buscar para nuestro discurso, mismos que servirán para hacer más clara, accesible y atrayente la ponencia, como estadísticas, citas o frases célebres que le den mayor sustento a nuestras ideas, elementos audiovisuales, anécdotas, refranes, frases locales que generen vínculo con los asistentes, definiciones o conceptos, entre otros.



Redactando
nuestro discurso

Ahora que tenemos los resultados de la investigación, las citas, la idea central y el esquema de trabajo, no hay que olvidar que un buen discurso debe ser sencillo, claro y corto, especificando que la extensión también depende del evento en el que nos encontremos y el propósito general y específico.

A continuación nos concentraremos en la introducción, el cuerpo y la conclusión, que son las tres partes que integran un discurso, y veremos que cada una de ellas tiene una función específica que nos ayudará a dar una ponencia exitosa.

Estrategias para organizar el discurso e incidir

Antes de iniciar con la introducción establezcamos la organización o el orden en el que habremos de presentar nuestras ideas, porque nos será más fácil plasmarlas en palabras y también para que la audiencia siga el hilo conductor.

Cada una de las estrategias responde al evento en el que nos encontremos, la audiencia, nuestro propósito general y específico, así como a la idea central que queremos comunicar. Por ello, escojamos la estrategia que mejor nos convenga de acuerdo con las características que encontraremos a continuación, mismas que estarán complementadas con una propuesta de tipo de discurso:¹

¹ Sólo en caso de que se indique lo contrario, esta sección estará integrada con elementos de Lisa Ford-Brown, *DK Guide to Public Speaking*, 174-183.

Estrategia cronológica

Se ordena la información en momentos en el tiempo o en pasos secuenciales que nos permitan conectar distintos elementos en periodos, ya sea de pasado a futuro o viceversa. Es útil para discursos en los que discutimos procesos o el desarrollo de proyectos o rutas de acción.

Tipo de discurso para usar: informativo, persuasivo o para tratar un ocasión particular.

Estrategia de orden geográfico o espacial

Sirve cuando queremos guiar a nuestra audiencia en un espacio o escenario determinados. Por medio de ésta describimos la vinculación entre un espacio y una situación, evento, lugar u objeto.

Tipo de discurso para usar: informativo o persuasivo.

Estrategia de orden numérico

Se va del número más alto al más bajo o viceversa, buscando que los asistentes comprendan mejor los acontecimientos. Es importante que los números no sean sólo indicadores sino que además seamos capaces de vincularlos con eventos humanos, para que tengan mayor sentido para la audiencia.

Tipo de discurso para usar: informativo o persuasivo.

Estrategia de orden categórico

Esta estrategia busca acomodar los temas y sus respectivos subtemas o divisiones de manera natural a lo largo del discurso. Por tal motivo se llama categórica, porque nos lleva de manera inmediata entre uno y otro de los temas con una secuencia lógica para que los

oyentes comprendan mejor el hilo conductor, por lo que nos sirve cuando la idea tiene subtemas o categorías inherentes.

Tipo de discurso para usar: informativo, persuasivo o para tratar un ocasión particular.

Estrategia de causa y efecto

Como lo dice su nombre, se lleva a los asistentes en una secuencia del proceso causa-efecto o efecto-causa, por lo que es muy útil para dar a conocer las causas o consecuencias de las acciones presentes o futuras que analizamos en el discurso.

Tipo de discurso para usar: informativo, persuasivo o para tratar un ocasión particular.

Estrategia de orden de intensidad

Se ordena la información de lo más sencillo a lo más complicado, de lo menor a lo mayor o de lo neutral a lo intenso. Es una estrategia que se usa para hacerle comprender a los asistentes ciertas preocupaciones, así como los intereses relacionados a un tema. Se utilizan transiciones marcadas para que también sea más sencillo para la audiencia seguir nuestro mensaje.

Tipo de discurso para usar: informativo o persuasivo.

Estrategia comparativa

Se presentan argumentos a favor o en contra dentro de una comparación entre dos elementos o factores. Se puede usar cuando los temas son abstractos, técnicos o para mostrar las ventajas o desventajas de cada una de las opciones.

Tipo de discurso para usar: informativo o persuasivo.

Estrategia de problema y solución

Nos permite dar datos sobre un problema específico y las soluciones que podemos implementar o que se implementaron para resolver el asunto en cuestión. Sirve para cambiar actitudes o cuando se pretende que las personas sigan un determinado ciclo de acciones para lograr la solución de manera conjunta.

Vinculemos la problemática con nuestro público para que se sientan incluidos y también corresponsables para solucionarla.

Tipo de discurso para usar: informativo o persuasivo.

Estrategia de refutación

Se pretende refutar los posicionamientos dados por la otra parte sobre algún tema. Es útil cuando tenemos una oposición férrea en contra de nuestra postura o institución, porque nos permite presentar los argumentos y contrastarlos, logrando persuadir a los asistentes o cambiar sus opiniones.

Tipo de discurso: persuasivo.

Estrategia de secuencia motivacional de Monroe

Integrada por cinco etapas que buscan motivar a la audiencia a una acción, que está basada en sus necesidades particulares y en una guía que nosotros hicimos.

Sirve muy bien para motivar a las personas a que lleven a cabo determinada acción. Sin embargo, empleémosla éticamente pues

sirve para manipular a la gente porque su peso radica en las reacciones emocionales de los oyentes que nosotros impulsamos.

Las cinco etapas que la integran son:

1. Atención: dirigir la atención de la audiencia al tema que queremos tratar.
2. Necesidad (primer argumento del cuerpo del discurso): al presentar una problemática por la que el público es afectada o podría verse afectada, les demostramos que necesitan realizar ciertas acciones para que los retos comentados se resuelvan favorablemente, por lo que ellos mismos empiezan a sentir el deseo de actuar ante el escenario que les presentamos.
3. Satisfacción (segundo argumento del cuerpo del discurso): ya que se encuentran convencidos de los argumentos anteriores, en esta etapa nosotros presentamos la solución al problema antes mencionado y lo hacemos ver como la más apropiada, de acuerdo con la información proporcionada.
4. Visualización (tercer argumento del cuerpo del discurso): ya que hemos establecido el problema claramente y presentado una sugerencia de solución, nos encargamos de brindar elementos para que el público visualice lo bien que estarían justo después de implementar el plan que les hemos propuesto, remarcándoles los beneficios que recibirían.
5. Hagámosles sentir que es la misma audiencia la que decide la ruta a seguir y que nosotros sólo hemos dado una recomendación.
6. Acción (conclusión): les hacemos un llamado para realizar una

acción o una serie de acciones para lograr la solución que nosotros les hemos propuesto pero que ellos ya han hecho suya.

Tipo de discurso: persuasivo.

Estrategia de orden psicológico²

Se utiliza normalmente cuando esperamos un público hostil o poco receptivo a nuestra postura, por lo que, al percibir este escenario, estemos tranquilos y comencemos con argumentos que establezcan un terreno común para generar un nexo mutuo, que los ayude a concentrarse en ese vínculo que hemos establecido y no solamente en las cuestiones que nos alejan.

Tipo de discurso para usar: informativo o persuasivo.

Algunos consejos antes de escribir

A continuación tenemos estos breves consejos que nos auxiliarán para preparar un muy buen discurso y que nos tendrán más relajados a la hora de decirlo porque, especialmente, nos serán útiles para comunicarnos efectivamente y de forma natural:

- Recordemos que escribimos para ser escuchados, no para que nos lean en una revista o documento, por lo que las frases preferentemente deben ser cortas puesto que es más fácil para la audiencia captar las ideas si las oraciones son breves y contundentes.
- La introducción preferentemente equivale a alrededor del 15 por ciento de un discurso y la conclusión al 10 por ciento;³

² Joan Detz, *How to write & give a speech*, 36-37.

³ Leon Fletcher, *How to speak like a pro* (Nueva York: Ballantine Books, 1996), 85 y 89.

así no nos alargamos en una introducción que le quite importancia al mensaje central o en una conclusión que dé muchas vueltas y enrede a la audiencia o que sea tediosa.

- Usemos un lenguaje respetuoso en cuestión de género, que sea equilibrado e incluyente; a su vez, busquemos que los ejemplos también lo sean.
- Cuidemos el uso de los adjetivos porque en ocasiones hacen que las frases pierdan fuerza. Después de terminar el discurso, subrayemos todos los adjetivos y quitémoslos de las oraciones para ver si son necesarios o si le restan peso a nuestras palabras.
- De hecho, no sólo con los adjetivos sino también con las palabras en general, esforcémonos para que el discurso sea lo más limpio posible y quitemos la paja de éste. Del mismo modo, las oraciones tienen más fuerza si omitimos comentarios como “yo pienso” o “nosotros consideramos”, porque la idea se entiende bien sin éstos y hacemos que la oración sea más corta, además, es claro que decimos lo que pensamos o lo que considera la organización que representamos.⁴
- Aunque usemos un lenguaje apropiado, mientras más claros seamos mejores posibilidades tendremos para comunicarnos. Utilicemos expresiones bien elaboradas, que reflejen conocimiento y que también nos permitan entablar un diálogo efectivo con el público.
- La audiencia es sensible por lo que también percibe cuando las palabras que decimos no irradian nuestra forma de ser y, con mayor razón, si los asistentes nos conocen. Por ello, usemos

⁴ Joan Detz, *How to write & give a speech*, 60.

un lenguaje profesional y que también vaya de la mano con la manera de hablar y personalidad de nosotros mismos.

Es recomendable usar un lenguaje cercano a una conversación habitual, pero un poco más formal, para que los asistentes sigan más fácilmente el discurso.

Seamos concisos con los ejemplos y en la forma en la que hablamos porque si lo dejamos en conceptos vagos, para empezar, la audiencia pierde un poco el interés y, segundo, hacemos que los asistentes se distraigan tratando de concretar esa idea vaga que dejamos en el aire.

Empleemos palabras cortas y que no nos provoquen problemas para pronunciarlas y, si incluimos palabras en otros idiomas o que requieran una pronunciación distinta, se recomienda que escribamos entre paréntesis la forma en la que se pronuncia correctamente, más si es algún apellido de las personas a las que saludamos o nos referimos.

Cuando cambiemos entre las distintas partes del discurso, esforcémonos para que no parezca que estamos saltando por completo de un tema a otro. Tengamos transiciones lógicas y sutiles que no le hagan a la audiencia perder el hilo conductor de nuestras palabras. En cierta forma, es como en la música, al llevarnos de manera sutil y armónica sin hacernos perder el ritmo o la intensidad.

Utilicemos verbos en voz activa y no pasiva porque hace más interesante el discurso, le da más peso y lo hace más fluido.

Los *sound bites*

Algo muy práctico para la comunicación actual, especialmente para las redes sociales y los medios de comunicación, son los *sound bites* porque en pocas palabras se concentra la información principal del discurso y nos permite comunicar rápidamente ideas fuertes y con fondo.

Los *sound bites* han existido desde mucho tiempo pero, con la necesidad de comunicar con muy pocas palabras, se les ha dado mayor seguimiento porque hasta son útiles para citarse en Twitter o en escasos segundos para cualquier medio, porque son las frases que dan la nota. En sí, Mark Twain describió en 1897 a una máxima –que podría asimilarse a un *sound bite* porque contiene una idea general con fuerza y trascendencia de manera corta– de la siguiente forma “¿Cuáles son las proporciones adecuadas de una máxima? Un mínimo de sonido a un máximo de sentido”⁵

El contar con frases cortas y contundentes nos servirá para que el discurso tenga un número pequeño de *sound bites*, mismos que no estarán distribuidos al azar sino repartidos de manera estratégica para sacar el mayor provecho de ellos y usarlos cuando la audiencia está más atenta porque, como bien describió Twain, dan el máximo de sentido.⁶

Iniciando con paso fuerte

Cuando empecemos a trabajar en la introducción, sepamos que

⁵ Twain Quotes, Maxim, <http://www.twainquotes.com/Maxim.html> (Fecha de consulta: 5 de enero de 2014).

⁶ Ver en el último capítulo cómo Barack Obama usa al final de su discurso la palabra esperanza y la audacia de la esperanza como uno de los aspectos centrales de su mensaje.

el inicio de nuestras palabras deben establecer un vínculo con el público y llamar su atención lo suficiente para que sigan escuchándonos; como tal, busquemos darles una buena entrada que genere confianza e interés por lo que habremos de decir.

Para escribir es recomendable que nos encontremos en un contexto que a nosotros nos ayude a expresarnos y nos permita ser creativos.

Hay quienes antes empezar la redacción piensan sus ideas cuando corren, manejan o hasta mientras se relajan con un juego en su tableta, porque de lo que se trata es que tengamos una lluvia de ideas y de frases que, al momento de plasmarlas, nos sean de utilidad para hacerlo con soltura y con algunos conceptos claves que tienen su sustento en la etapa de la organización.

Para los discursos políticos normalmente se acostumbra comenzar con saludos para los integrantes de la mesa de honor o invitados especiales, aunque tenemos el riesgo de tardarnos tanto que para el público sea difícil seguir escuchándonos cuando verdaderamente iniciemos. Como tal, es recomendable saludar al anfitrión principal y, para evitar herir susceptibilidades, referirnos a la mesa de honor e invitados especiales en su conjunto.

Aun así, recordemos que cada vez que nos dirigimos a una audiencia es una oportunidad distinta y tenemos que ser prudentes para, en caso de ser necesario, nombrar a cada uno de los integrantes de la mesa de honor o presidium.

Algo que podemos hacer para incluir a los demás miembros de la mesa de honor es nombrarlos a lo largo del discurso, haciendo referencia a ellos, su trabajo o hasta sobre alguna charla que

hayamos tenido con ellos. Se utiliza para que no se sientan excluidos y que la introducción no se vea afectada por saludos de más de cinco minutos; además, nos permite seguir captando la atención de los invitados y que tengan sentido de pertenencia con lo que estamos comunicando.

Dando seguimiento con la introducción, podemos decir que no existe una regla de oro para argumentar a favor o en contra de cierta estrategia para iniciar un mensaje, por lo que, a continuación, encontraremos algunas herramientas que son de utilidad para captar la atención de la audiencia, establecer un vínculo con ésta y generar interés:⁷

Importancia de la ocasión, el lugar o el tema

Al explicar la ocasión, el lugar o el tema al público, contextualizamos la relevancia del asunto y cómo éste se relaciona con el punto que trataremos en el discurso. Además, también nos sirve como un pequeño preámbulo antes de entrar de lleno con las palabras.

Como ejemplo tomaremos dos fragmentos de discursos de John F. Kennedy, primero, en su toma de protesta como presidente de Estados Unidos en Washington, DC:

“Hoy somos testigos, no de la victoria de un partido sino de la celebración de la libertad –simbolizando tanto un fin como un comienzo– que constituye una

⁷ Para la parte teórica de cada estrategia usaremos como fuente a Leon Fletcher, *How to speak like a pro*, 72-82.

renovación y también un cambio. Pues ante ustedes y ante Dios Todopoderoso he prestado el mismo solemne juramento concebido por nuestros antepasados desde hace casi 175 años”⁸

Con este inicio, Kennedy posiciona su toma de protesta como un momento solemne, sobre el que recae la tradición democrática de los padres fundadores de Estados Unidos, así como el valor de la libertad, que es la base de la democracia. Además, destaca que es un momento de renovación y de cambio para el país, sin dejar atrás sus principios. De este modo, hace que un acto protocolario tenga mayor significado y trascendencia.

Segundo, en su mensaje en la Universidad de Rice para hablar sobre los esfuerzos y las metas espaciales de EEUU:

“Presidente Pitzer, Señor Vicepresidente, Gobernador, Diputado Thomas, Senador Wiley y Diputado Miller, Señor Webb, Señor Bell, científicos, invitados distinguidos, damas y caballeros:

Aprecio que su presidente me haya honrado al convocarme como profesor visitante honorario y les aseguro que esta primera ponencia será bastante breve.

Estoy encantado de estar aquí y particularmente encantado de estar aquí en esta ocasión.

⁸ John F. Kennedy (Discurso Inaugural, Capitolio, Washington, DC, 20 de enero de 1961). Video en inglés y texto en español: <http://www.jfklibrary.org/JFK/Historic-Speeches/Multilingual-Inaugural-Address/Multilingual-Inaugural-Address-in-Spanish.aspx>

Nos encontramos en un colegio que destaca por su conocimiento, en una ciudad que destaca por su progreso, en un estado que destaca por su fortaleza, y nos encontramos en necesidad de las tres, porque estamos en una hora de cambio y retos, en una década de esperanza y temor, en una era de, conjuntamente, conocimiento e ignorancia. Cuanto más crece nuestro conocimiento, más se descubre nuestra ignorancia”⁹

Al destacar las cualidades y referirse a la importancia de la comunidad con la que trata, la ciudad y estado en los que se encuentra, genera un vínculo con la audiencia pero, además, los relaciona con los retos que tienen como país y la necesidad de potenciar las fortalezas que caracterizan a la universidad, a Houston y a Texas.

Al establecer esta relación, le adelanta al público hacia dónde se dirigirá su discurso, puesto que los llevará por un camino que inicia con el conocimiento y los cambios tecnológicos pero que requiere de progreso y fortaleza para, de la siguiente manera, explicar por qué escogen sus metas especiales como nación:

“Escogemos ir a la luna. Escogemos ir a la luna en esta década y hacer otras cosas, no porque sea fácil sino porque es difícil, porque nuestra meta servirá para organizar y medir lo mejor de nuestras energías

⁹ John F. Kennedy (Mensaje en la Universidad de Rice, Houston, TX, 9 de diciembre de 1962). Discurso y video en inglés: <http://www.jfklibrary.org/Asset-Viewer/MkATdOcdU06X5uN-Hbmqm1Q.aspx>

y habilidades, porque ese reto es uno que decidimos aceptar, uno que no deseamos posponer, y uno que intentamos ganar y los otros, también”.

Información o datos llamativos

Dar algún dato llamativo o información impactante que se relacione o le dé mayor importancia al tema que trataremos nos ayuda a captar la atención de la audiencia y generar expectativa por lo que habremos de decir.

Tomaremos el inicio del mensaje que dio Martin Luther King en la Marcha sobre Washington el 28 de agosto de 1963, que se destaca por la frase “*I have a dream*” (yo tengo un sueño):

“Estoy contento de reunirme hoy con ustedes en la que pasará a la historia como la mayor manifestación por la libertad en la historia de nuestra nación.

Hace un siglo, un gran americano, bajo cuya simbólica sombra nos encontramos, firmó la Proclamación de Emancipación. Este trascendental decreto llegó como un gran faro de esperanza para millones de esclavos negros y esclavas negras, que habían sido quemados en las llamas de una injusticia aniquiladora. Llegó como un amanecer dichoso para acabar con la larga noche de su cautividad.

Pero cien años después, las personas negras todavía no son libres. Cien años después, la vida de las personas negras sigue todavía tristemente atenazada

por los grilletes de la segregación y por las cadenas de la discriminación. Cien años después, las personas negras viven en una isla solitaria de pobreza en medio de un vasto océano de prosperidad material. Cien años después, las personas negras todavía siguen languideciendo en los rincones de la sociedad americana y se sienten como exiliadas en su propia tierra. Así que hemos venido hoy aquí a mostrar unas condiciones vergonzosas.

Hemos venido a la capital de nuestra nación en cierto sentido para cobrar un cheque. Cuando los arquitectos de nuestra república escribieron las magníficas palabras de la Constitución y de la Declaración de Independencia, estaban firmando un pagaré del que todo americano iba a ser heredero. Este pagaré era una promesa de que a todos los hombres –sí, a los hombres negros y también a los hombres blancos– se les garantizarían los derechos inalienables a la vida, a la libertad y a la búsqueda de la felicidad¹⁰.

Además de evocar un hecho histórico –la Proclamación de Emancipación de Abraham Lincoln–, no sólo destaca su importancia sino que la relaciona con la realidad que vivía la gente de color en este periodo de la historia estadounidense y que llevó a grandes manifestaciones sociales. Lo importante aquí es resaltar cómo la información que

¹⁰ Martin Luther King, Discurso durante la marcha sobre Washington, DC, 28 de agosto de 1963). Texto en español: <http://www.um.es/tonosdigital/znum7/relecturas/Ihaveadream.htm>

brinda, además de propiciar el interés de la gente, despierta indignación y muestra, de una manera poética pero cruda, lo que necesita cambiarse en EEUU para que los afroamericanos ejerzan sus derechos con libertad, mismos que por más de un siglo no habían sido efectivos.

Refiriéndonos a hechos históricos o significativos

Al referirnos a un hecho histórico o elementos con fuerte significado, le brindamos un mejor contexto a nuestro público sobre la magnitud del tema que trataremos y también le damos mayor relevancia a lo que habremos de hablar, puesto que nos remontamos a dicha contextualización para denotar su trascendencia y, además, lograremos entablar o fortalecer el vínculo con la gente.

Para ejemplificarlo tomaremos el inicio del discurso que dio el entonces presidente estadounidense Ronald Reagan, en diciembre de 1987, delante del Muro de Berlín, lugar emblemático dentro del contexto de la Guerra Fría:

“Canciller Kohl, Alcalde Diepgen, damas y caballeros: hace 24 años, el Presidente John F. Kennedy visitó Berlín, hablándole a la gente de esta ciudad y del mundo en el ayuntamiento. Bueno, desde entonces, otros dos presidentes han venido a Berlín, cada uno durante su mandato. Y hoy, yo mismo, hago mi segunda visita a su ciudad.

Nosotros, los presidentes estadounidenses, venimos a Berlín porque es nuestra responsabilidad hablar,

en este lugar, sobre la libertad. Pero tengo que confesar, que también somos arrastrados aquí por otras razones: por el sentimiento de historia de esta ciudad, 500 años más antigua que nuestra nación; por la belleza de la Grunewald o el Tiergarten; principalmente, por su coraje y determinación.

Tal vez, el compositor Paul Lincke entendió algo sobre los presidentes estadounidenses. Saben, como muchos presidentes antes de mí, yo vengo a Berlín porque a cualquier lugar que vaya, a pesar de lo que haga: *ich hab noch einen Koffer in Berlin* (todavía tengo una maleta en Berlín)¹¹.

Con este inicio, Reagan recuerda las visitas anteriores de otros presidentes estadounidenses, haciendo especial énfasis en la más recordada por su simbolismo y trascendencia histórica, la de John F. Kennedy en 1963. Al hacerlo comparte con la audiencia sus impresiones sobre la belleza del lugar o su significado histórico. Del mismo modo, resalta que los presidentes de su país visitan a los berlineses por su coraje y determinación pero también porque tienen una responsabilidad de hablar sobre la libertad.

Le brinda mayor relevancia a su visita y la relaciona con otras que han sido icónicas para la vida de la comunidad, implicando que la suya también lo será, como lo fueron las anteriores –genera expectativa por lo que dirá–.

¹¹ Ronald Reagan (Mensaje en la Puerta de Brandeburgo, Berlín Occidental, Alemania, 6 de diciembre de 1987). Texto en inglés: <http://www.historyplace.com/speeches/reagan-tear-down.htm>

Cierra este preámbulo nombrando al compositor, Paul Lincke, y recitando la letra de una popular canción sobre la ciudad, para captar más la atención de la gente, al decirlo en su lenguaje y demostrando su interés por ellos, hasta por conocer compositores y canciones de la ciudad.

Cita o frase célebre

Cuando citamos una frase celebre de algún personaje histórico o a un experto en la materia que sea ampliamente reconocido, no solamente mostramos conocimiento en el tema sino que también le damos sustento a lo que decimos al tomar un poco de la credibilidad de quien citamos.

Cuidemos de que la frase no sea muy larga ni complicada, que se vincule con el discurso y que no tengamos que explicarla porque si no corremos el peligro de enredar a la audiencia y perder su atención con una o varias oraciones sin efecto o nexo con lo que tratamos.

Para este caso usaremos el discurso que dio Susan B. Anthony para defender el voto de la mujer, tras haber sido arrestada, enjuiciada y multada con 100 dólares en 1873, por haber votado en las elecciones presidenciales estadounidenses:

“Amigos y compatriotas: estoy delante de ustedes esta noche bajo la acusación del presunto crimen de haber votado en la elección presidencial, sin tener el derecho legal de votar. Esta noche, mi trabajo será probarles a ustedes que con el hecho de votar, no sólo no cometí

delito alguno sino que, por el contrario, simplemente ejercí mis derechos ciudadanos, que me son garantizados a mí y a todos los ciudadanos estadounidenses por la Constitución Nacional, que está por encima de cualquier estado que busque negarlo.

El preámbulo de la Constitución Federal dice:

‘Nosotros, el Pueblo de los Estados Unidos, a fin de formar una Unión más perfecta, establecer Justicia, afirmar la tranquilidad interior, proveer la Defensa común, promover el bienestar general y asegurar para nosotros mismos y para nuestros descendientes los beneficios de la Libertad, estatuímos y sancionamos esta Constitución para los Estados Unidos de América.’

Fuimos nosotros, el pueblo; no nosotros, los ciudadanos varones blancos; ni tampoco nosotros, los ciudadanos varones; sino nosotros, todo el pueblo, quienes formamos la Unión. Y la formamos, no para brindar los beneficios de la libertad, sino para asegurarlos, no para la mitad de nosotros ni la mitad de nuestra prosperidad sino para todo el pueblo entero –mujeres al igual que hombres–. Y francamente es una burla hablarles a las mujeres del gozo de sus beneficios provenientes de la libertad mientras que se les niega el uso del único medio para resguardarlos y que es provisto por este gobierno demócrata y republicano: la papeleta de votación”¹²

¹² Susan Anthony, “De los derechos de las mujeres al sufragio” (Estados Unidos, 1873). Texto en inglés: <http://www.nationalcenter.org/AnthonySuffrage.html>

De manera magistral utiliza la cita del preámbulo de la Constitución de Estados Unidos para formar un argumento que no sólo justifique sino que además demuestre por qué el derecho para votar de las mujeres debía ser garantizado, especialmente, porque representaba su principal medio para conseguir y resguardar los beneficios que surgen de la libertad. Su cita resulta la parte fundamental de su discurso puesto que además le da autoridad moral.

Hacer una pregunta retórica al público

Al comenzar con una pregunta retórica, además de llamar la atención de la audiencia, los provocamos intelectualmente para reflexionar y hacerlos parte de la argumentación que habremos de presentarles. Por lo que es importante darles algunos segundos para que, en sus mentes, puedan cuestionarse a sí mismos sobre lo que acabamos de preguntar.

Como ejemplo utilizaremos el discurso de la victoria de Barack Obama en su primera elección presidencial, dentro de un contexto muy cuestionado sobre si Estados Unidos estaría listo para tener un presidente afroamericano, si la sociedad participaría o si se romperían esquemas o tabúes del país:

“Si todavía queda alguien por ahí que aún duda de que Estados Unidos es un lugar donde todo es posible, quien todavía se pregunta si el sueño de nuestros fundadores sigue vivo en nuestros tiempos, quien todavía cuestiona la fuerza de nuestra democracia, esta noche es su respuesta.

Es la respuesta dada por las colas que se extendieron alrededor de escuelas e iglesias en un número cómo esta nación jamás ha visto, por las personas que esperaron tres horas y cuatro horas, muchas de ellas por primera vez en sus vidas, porque creían que esta vez tenía que ser distinta y que sus voces podrían suponer esa diferencia.

Es la respuesta pronunciada por jóvenes y ancianos, ricos y pobres, demócratas y republicanos, negros, blancos, hispanos, indígenas, homosexuales, heterosexuales, discapacitados o no discapacitados. Estadounidenses que transmitieron al mundo el mensaje de que nunca hemos sido simplemente una colección de individuos ni una colección de estados rojos y estados azules¹³.

Cuando hace las preguntas retóricas al principio de su discurso, además de fomentar el orgullo nacional y exaltar a la audiencia, también busca dar respuesta a todos aquellos que, dentro y fuera de su país, no confiaban en que sería posible un cambio tan significativo en Estados Unidos al elegirlo presidente.

Al responder las preguntas, consolida el mensaje que dio durante la campaña, de que la gente quería un cambio sin importar su color, filiación política o posición social. Además, reflexiona y busca dejar claro que las personas salieron a votar porque creen

¹³ Barack Obama (Discurso tras su victoria en las elecciones presidenciales, Parque Grant, Chicago, IL., 4 de noviembre de 2008). Texto en inglés: <http://talklikebarack.blogspot.mx/2009/01/election-night.html>

en la democracia y que el sueño de los padres fundadores de su nación está al alcance de cualquiera.

Relacionándonos con la audiencia o mostrando nuestro conocimiento sobre ésta

Si lo que queremos es captar la atención de la audiencia y especialmente crear una relación con ella, demostrémosle desde las primeras palabras que la conocemos y que ese vínculo en verdad existe. En este sentido, habremos de ser prudentes porque las personas no son ingenuas y no buscan caravanas sino sentirse respetados e incluidos por la o el expositor.

Podemos referirnos a alguna otra visita que hicimos con la organización que nos invita, hablar acerca de su comunidad o de aspectos significativos para el público, que los hagan sentirse orgullosos pero que también se relacionen con el tema a tratar. En fin, lo que buscamos es crear un nexo para ganar la confianza de los asistentes y generar camaradería o sentido de pertenencia.

Tomaremos de ejemplo el discurso del Presidente Barack Obama que da a jóvenes y líderes sociales en la ciudad de México, durante su cuarta visita:

“¡Hola! ¡Buenos días! (en español) Por favor, por favor, tomen asiento. Es un gran gusto estar nuevamente en México lindo y querido (en español). Traigo conmigo los saludos y la amistad del pueblo de los Estados Unidos, incluyendo a decenas de millones de orgullosos mexicano-estadounidenses.

Esta es mi cuarta visita a México siendo Presidente. Cada vez que vengo, me siento inspirado por la cultura de ustedes, por la belleza de esta tierra y, sobre todo, por el pueblo mexicano. Ustedes recibieron amistosamente a mi esposa Michelle, aquí. Ustedes han recibido amistosamente a nuestra hija Malia y a sus compañeras de clase en Oaxaca. Y, como padre orgulloso, les puedo decir que ella está mejorando muchísimo su español. También ayuda que ella sea más inteligente que yo.

Es un honor estar de regreso en la ciudad de México, una de las ciudades más grandes del mundo. Es un placer estar entre amigos (en español).¹⁴

Las primeras palabras que dirige las dice en español y a lo largo del discurso toma frases mexicanas, hasta del Himno Nacional, y, de vez en cuando habla en español en pequeños fragmentos de su discurso. De este modo, desde el inicio creó un vínculo fuerte con la audiencia y lo profundiza con cuestiones personales, al hablar de su familia y los viajes que han tenido a México, como el de su hija Malia, pero no lo deja ahí porque resalta que habla español y hasta bromea al decir que lo hace mejor que él.

Por otro lado, recuerda a los miles de mexicano-estadounidenses para generar un mayor nexos con los asistentes y, a su vez, dar un mensaje político para aquellos que viven en Estados Unidos.

¹⁴ Barack Obama (Discurso al pueblo de México, Museo de Antropología, México, DF, 3 de mayo de 2013). Video y texto en inglés: <http://www.whitehouse.gov/the-press-office/2013/05/03/remarks-president-people-mexico>

Hace un halago a la ciudad y genera mayor pertenencia con los invitados al referirse a los mexicanos como sus amigos.

Comentario gracioso o irónico

Este recurso queda al final, no porque sea menos efectivo que los anteriores sino porque para usarlo hay que hacerlo con cautela y honestidad.

Cautelosos porque no encaja en cualquier situación y debemos hacer un comentario gracioso que no ofenda o hiera susceptibilidades pero, en especial, que saque algunas sonrisas en el público porque no buscamos carcajadas ni tampoco que nosotros seamos los únicos riéndonos después del chiste, ya que sería una situación incómoda que nos pondría nerviosos al inicio del discurso.

Por otro lado, seamos honestos con nosotros mismos para comenzar con un comentario gracioso, ¿por qué? Porque, admitámoslo, no todos tenemos la gracia para hacer una broma y probablemente el chiste se vea forzado y, en vez de romper el hielo, se genere un momento incómodo para nosotros mismos y la audiencia.

Si decidimos comenzar con un comentario gracioso, hagámoslo pensando en tres cosas: que no sea ofensivo, que sea corto y que nos haga ver bien, no forzados ni que lo tengamos que explicar, que se entienda por sí mismo y a la primera.

Como ejemplo, tenemos el inicio del discurso de Steve Jobs, fundador de Apple, ante docentes y alumnos de la Universidad de Stanford:

“Gracias. Tengo el honor de estar hoy aquí con

ustedes en su ceremonia de graduación, en una de las mejores universidades del mundo. La verdad sea dicha, yo nunca me gradué.

A decir verdad, esto es lo más cerca que jamás he estado en una graduación universitaria.”¹⁵

Más que ser una broma, el comentario de Steve Jobs busca ironizar el hecho de que se dirige a graduados en su ceremonia, cuando él no terminó la carrera y que por lo tanto es el momento en que ha estado más cerca de una graduación. Como tal, genera algunas risas en la audiencia, rompe el hielo pero también establece un preámbulo para lo que será la base de su discurso y las lecciones que deseaba compartir con los graduados.

Además de las estrategias anteriores, es recomendable que comentemos de manera muy breve la estructura que tendrá nuestro discurso y, si es posible, hacer referencia que trataremos un número determinado de reflexiones o partes, para que los asistentes tenga un mapa mental del recorrido por el que habremos de guiarlos, y también para que tengan una mejor noción del tiempo y sepan cuándo terminaremos, para que al llegar al último punto, sepan que estamos próximos a concluir. Para la gente es más sencillo si utilizamos referencias de tres en tres, por ello, se recomienda que si comentamos que vamos a tratar un número de reflexiones o aspectos, lo hagamos en una tercia.

¹⁵ Steve Jobs, Discurso de ceremonia de graduación (Universidad de Stanford, California, 12 de junio de 2005). Video con subtítulos en español: <https://www.youtube.com/watch?v=DclK49wrjeI>

Siguiendo con la atención

Listo, tenemos la atención de la audiencia y ¿qué sigue? Al igual que en la música o en el teatro aparecen partes que son más atractivas y otras que nos llevan a través de la obra, lo mismo pasa con un discurso.

Además de las herramientas que acabamos de describir, a continuación encontraremos otras que nos ayudarán a que los oyentes no pierdan la atención durante el recorrido del discurso:

Generando vínculos entre el “yo” y “tú”: “nosotros”

Se trata de construir una conexión con la audiencia desde nuestra posición, en la que se forme un vínculo de empatía ante experiencias compartidas para dar una percepción de cercanía. Si logramos conjuntar un mensaje que refleje un “nosotros”, también seremos capaces de proyectar un destino común, en el que nos dirigiremos de manera conjunta y que hará que el público no sienta lejano lo que decimos porque lo hará propio.¹⁶

Para ejemplificarlo mejor, tomemos un extracto de un discurso de Barack Obama a jóvenes de Iowa:

“Cuando crecía, no siempre estuve seguro quién era o hacia dónde me dirigía.

Entonces, cuando tenía más o menos su edad, decidí convertirme en un organizador comunitario. Escribí cartas a cada organización que se me ocurrió en el país. Y por un tiempo, no tuve respuesta. Finalmen-

¹⁶ Shel Leanne, *Say it like Obama and win*, 82-85.

te, este pequeño grupo de iglesias en la Zona Sur de Chicago me escribió de vuelta y me ofrecieron un trabajo para ayudar a los vecindarios devastados por los cierres de las fábricas de acero. Mi mamá y mis abuelos querían que yo fuera a la escuela de derecho. Mis amigos estaban aplicando para trabajos en Wall Street. Yo no conocía a una sola alma en Chicago y el salario era de como alrededor de 12 mil dólares al año, más 2 mil dólares más para comprar un coche viejo y destartalado.

Todavía recuerdo una conversación que tuve con un hombre mayor antes de partir. Me vio y me dijo, 'Barack, te daré un consejo. Olvida este negocio de la organización comunitaria y haz algo que te haga ganar dinero. Tú no puedes cambiar el mundo y la gente no apreciará lo que intentas hacer. Tienes una linda voz. Lo que deberías de hacer es entrar a la televisión. Te lo estoy diciendo, tú tienes un futuro'.

Ahora, él pudo haber tenido razón con lo de la televisión. Y para decirles la verdad, yo no tenía una respuesta clara de lo que estaba haciendo. Yo quería entrar en los anales de la historia y ayudar a la gente a luchar por sus sueños pero no sabía cuál sería mi rol...pero aunque descubrí que no puedes inclinar la historia tú mismo a tu voluntad, descubrí que sí puedes hacer tu parte para que –en palabras de Martin Luther King– ésta se incline en sentido de la justicia...

Para eso nos llama la historia. Porque amar a tu país no sólo debe significar el ver los fuegos artificiales el 4 de julio; amar a tu país debe significar el aceptar su responsabilidad para hacer su parte y cambiarlo. Si ustedes se comprometen, les prometo que su vida será más rica, y que su país será más fuerte...

Necesitamos de su servicio, ahora mismo, en este momento, nuestro momento en la historia. No les diré cuál debe ser su rol; eso les corresponde a ustedes descubrirlo. Pero sí les pediré que tomen su papel; les pido que se comprometan; les pido que se planten con fuerza en la historia contemporánea.

Les pido que cambien el curso de la historia. Y si tengo la fortuna de ser presidente, décadas después de este día –cuando el recuerdo sobre ésta o aquella política se haya desvanecido y cuando las palabras que habremos de hablar en los próximos años hayan sido olvidadas– espero que recuerden este momento cuando su historia y la historia estadounidense se volvieron una, y la historia se inclinó una vez más en dirección de la justicia”.¹⁷

Conforme va dando su discurso, Obama empieza contando su historia personal y crea confianza y la idea de que comparte algo con la audiencia, para después vincular su historia con la realidad que

¹⁷ Barack Obama, “Un llamado para servir” (Discurso, Monte Vernon, Iowa, EEUU, 5 de diciembre de 2007). Texto en inglés: <http://talklikebarack.blogspot.mx/2009/01/call-to-serve.html>

viven los jóvenes a los que se dirige, dando frases como “Cuando crecía, no siempre estuve seguro quién era o hacia dónde me dirigía. Entonces, cuando tenía más o menos su edad...”. Después de crear confianza, la relación entre el “yo” y “tú”, poniéndose en su lugar y viceversa, los involucra en ese deseo de actuar por su país y por ser parte de la transformación de éste y de su historia.

Para concluir, los llama a la acción pero, además, los envuelve en una responsabilidad conjunta a la que ellos deben decidirse, pero en la que el “nosotros” se vuelve fundamental para lograr un gran cambio que inicia con la participación personal.

Estrechando lazos y exaltando el ánimo

Es parecida a la estrategia anterior pero en este caso, además de formar un vínculo que nos lleve del tú y yo, al nosotros, queremos exaltar el ánimo de los asistentes y motivarlos, de acuerdo con condiciones específicas que analizamos en el discurso. Generar empatía nos sirve para dejar claro un mensaje pero también entendimiento por lo que vive el prójimo, valorando sus acciones.¹⁸

Como caso de análisis, tomaremos el discurso que dio el entonces Presidente John F. Kennedy en la Plaza Rudolph Wilde en Berlín Occidental:

“Estoy orgulloso de venir a esta ciudad como invitado del distinguido alcalde, quien ha ejemplificado el espíritu de lucha de Berlín Occidental en todo el mundo. Estoy orgulloso de visitar la República

¹⁸ Shel Leanne, *Say it like Obama and win*, 85.

Federal con su distinguido Canciller, quien por muchos años ha comprometido a Alemania con la democracia y el progreso, y de venir en compañía de mi compatriota, General Clay, quien ha estado en esta ciudad durante sus momentos de crisis y vendrá nuevamente si alguna vez es necesario.

Hace dos mil años se hacía alarde al decir *civis Romanus sum* (soy ciudadano Romano). Hoy, en el mundo de la libertad, la mayor forma de hacer alarde es decir *ich bin ein Berliner* (queriendo decir “soy un berlinés”).

Agradezco a mi traductor por la traducción de mi alemán.

Hay algunas personas en el mundo quienes no entienden, o dicen que no lo hacen, cuál es la gran diferencia entre el mundo libre y el mundo comunista. Déjenlos que vengan a Berlín. Hay algunos quienes dicen que el comunismo es el movimiento del futuro. Déjenlos que vengan a Berlín. Y hay algunos en Europa y en otros lugares que dicen que pueden trabajar con los comunistas. Déjenlos que vengan a Berlín. E incluso hay algunos pocos quienes dicen que es verdad que el comunismo es un sistema maligno, pero que permite el progreso económico. *Lass' sie nach Berlin kommen*. Déjenlos venir a Berlín”.¹⁹

¹⁹ John F. Kennedy (Discurso en la Plaza Rudolph Wilde, Berlín Occidental, Alemania, 26 de junio de 1963). Video en inglés: http://www.jfklibrary.org/Asset-Viewer/oEX2uqSQGEGId-TYgd_JL_Q.aspx

Empieza con una frase que identificaba el orgullo romano de hace 2000 años y lo que significaba, vinculándolo con lo que, en el momento de la Guerra Fría representaba el ser berlinés. No sólo creó un enorme vínculo con la audiencia sino que, al decirlo en alemán, la gente valoró su intento de hablar el idioma local y de reconocerlos a ellos como un orgullo en el mundo occidental.

Además, al seguir haciendo referencia de lo que es Berlín, los exalta y, al mismo tiempo, hace fuertes críticas al comunismo, para terminar esta sección dando más palabras en alemán, para fortalecer el nexo con la gente, su orgullo y dar a entender mejor su mensaje desde una perspectiva de entendimiento mutuo y de valoración por lo que vivieron durante la Guerra Fría.

Anécdotas e historias personales

El uso de anécdotas o historias personales nos ayuda a crear mayor empatía con la audiencia, al generar un vínculo de confianza por compartirles una parte de nuestra historia. Por ello, es importante que para que no suene hueco lo que digamos, tiene que ser de preferencia un acontecimiento que efectivamente nos haya sucedido.

También tengamos cuidado al utilizar esta herramienta cuando en verdad se relacione con el mensaje que queremos expresar y que la anécdota no sea muy complicada porque si no tenemos el riesgo de perder al público en vez acercarlo a una mejor comprensión de un punto a través de una historia personal.

Además de servirnos para comunicar mejor el mensaje, las anécdotas son útiles para ilustrar y envolver a la audiencia en un

momento determinado, en el que ellos se hacen parte de la historia al imaginarse dentro de ésta.

Aquí usaremos un fragmento del entonces presidente Felipe Calderón, cuando asistió a supervisar las obras de la Cineteca Nacional:

“Esta Cineteca, que es parte de nuestra historia cultural como comunidad y como Nación, y, también, uno de los sitios más queridos por muchísimas familias, pero, sobre todo, por los jóvenes. Yo, también, lo fui y recuerdo que vivía muy cerca de aquí, en Portales, justo pasando la Alberca Olímpica, y, la verdad, me quedaba comodísimo venir aquí, a la Cineteca.

Sus muestras de cine constantes, sus exhibiciones, la gran variedad de cine no comercial, y no necesariamente siempre buen cine. Había de todo, según lo que veíamos por aquí, pero, la verdad, en mi modesta opinión, soy cinéfilo, pero no experto.

Y me gustaba que hubiera una Cineteca y que se preocupara del cine que no estaba al alcance de las salas que, en aquel entonces, en esos 80, empezaban a modernizar. Esto fue después, desde luego, de lo que ya ha relatado Consuelo Sáizar”²⁰

Con la anécdota de Felipe Calderón sobre su experiencia en la Cineteca Nacional, podemos sentirnos dentro de su historia al saber hasta

²⁰ Presidencia de la República, <http://calderon.presidencia.gob.mx/2012/11/el-presidente-felipe-calderon-durante-la-supervision-de-las-obras-de-ampliacion-y-remodelacion-de-la-cineteca-nacional-siglo-xxi/> (Fecha de consulta: 3 de enero de 2015).

la zona por dónde vivía y qué significó, principalmente para un joven, un centro como éste. Además, detalla su importancia y nos sitúa en las condiciones que estaba antes y que distan mucho del cambio que tendría la cineteca con la modernización impulsada durante su gobierno.

La división tripartita

Para el cerebro es más fácil ubicar y recordar conceptos o características si éstos los decimos en grupos de tres puesto que, si hacemos una remembranza, nos daremos cuenta de que en nuestras vidas hay otros aspectos cotidianos que están agrupados en tres, como la Santísima Trinidad o los tres reyes magos; por ello, psicológicamente para nosotros es más fácil retener las ideas si éstas se agrupan en tríos.²¹

Como ejemplo para comprender mejor la herramienta anterior, tomaremos un fragmento del discurso que usamos anteriormente de Ronald Reagan frente al Muro de Berlín en 1987:

“Cuando hace un momento, vi desde el Reichstag esa encarnación de la unidad alemana, observé unas palabras crudamente pintadas con aerosol sobre el muro, quizá por un joven berlinés ‘este muro caerá. Las creencias se hacen realidad’. Sí, a lo ancho de Europa, este muro caerá. Porque no puede soportar la fe; no puede soportar la verdad. El muro no puede soportar la libertad”.

Notamos la fuerza que las tres sencillas palabras reflejan y cómo integran los elementos y valores que ayudarán a derribar el muro.

²¹ Joan Detz, *How to write & give a speech*, 62.

Relacionándonos con los sentidos para ideas más vivas

Una de las formas en que podemos utilizar un lenguaje más vívido, que nos permita conectar mejor con el público, es usando ejemplos sensoriales puesto que, psicológicamente, nos crean un nexo entre lo que queremos comunicar y con la experiencia vivida previamente con alguno de los sentidos.

Así que usemos vivencias cotidianas que harán a la audiencia imaginarse en la situación o visualizarán de una manera más efectiva nuestra idea. Nos sirven bien los ejemplos que se relacionen con la vista, el olfato, el oído, el gusto o el tacto pero también podemos ir más allá, con ejemplos cinéticos, que expresen movimiento o alguna tensión del cuerpo.²²

Para ejemplificarlo usaremos parte del discurso que dio Barack Obama en la Convención Demócrata de 2004, en el que percibimos cómo trata de hacer que las personas vean que la esperanza se traduce en ciertas acciones que son fácilmente imaginables por la audiencia:

“Es la esperanza de los esclavos sentados alrededor de una fogata cantando canciones de libertad; la esperanza de los inmigrantes zarpando hacia costas lejanas; la esperanza de un joven teniente naval patrullando el Delta del Mekong; la esperanza del hijo del trabajador de molino quien se atreve a desafiar las probabilidades; la esperanza de un niño flaco con un nombre chistoso que cree que América también tiene un lugar para él”²³

²² Lisa Ford-Brown, *DK Guide to Public Speaking*, 229.

²³ Barack Obama, Discurso de apertura de la Convención Demócrata. Audio y discurso en inglés: <http://talklikebarack.blogspot.mx/2009/01/call-to-serve.html>

Con sus palabras es posible visualizar lo que significa la esperanza, gracias a ejemplos concretos que cualquiera es capaz de imaginar, y sentirse parte de la historia que Obama les comenta, resaltando que son breves momentos no anécdotas rebuscadas o complicadas de contar, pues lo que tratamos de hacer es sólo crear una imagen o generar una sensación que ya hemos tenido.

Utilización de tropos y figuras literarias

Los tropos y las figuras literarias son herramientas retóricas que nos ayudan a expresarnos en lenguaje figurado, permitiéndonos comunicar ideas en una forma sencilla y accesible, por lo que en el Cuadro 1 incluimos algunos, con sus respectivos ejemplos, que podemos utilizar en cualquier discurso.

Cuadro 1
Tropos y figuras literarias

TROPO / FIGURA LITERARIA	EXPLICACIÓN	EJEMPLO
Aliteración	Repetir las consonantes presentes en el inicio, en dos o más palabras que están próximas entre sí y que se utilizan en la misma letra.	Ya que es un juego de sonidos, es complicado explicarlo por escrito, por ello, tomaremos como ejemplo un trabalenguas: "tres tristes tigres, tragaban trigo en un trigal". En el ejemplo anterior, vemos cómo la "t" es donde se nota la aliteración, al ser la consonante fuerte que le da ritmo y gracia a la frase.

<p>Anáfora</p>	<p>Es cuando recurrimos al uso de la misma o las mismas palabras al inicio de una oración y así con las siguientes.</p> <p>La anáfora sirve para darle más peso a ideas específicas que queremos resaltar, que incluso podrían convertirse posteriormente en eslóganes.</p>	<p>Discurso de Martin Luther King en la Marcha sobre Washington que ya mencionamos anteriormente:</p> <p>“Tengo un sueño: que un día esta nación se pondrá en pie y realizará el verdadero significado de su credo: “Sostenemos que estas verdades son evidentes por sí mismas: que todos los hombres han sido creados iguales”.</p> <p>Tengo un sueño: que un día sobre las colinas rojas de Georgia los hijos de quienes fueron esclavos y los hijos de quienes fueron propietarios de esclavos serán capaces de sentarse juntos en la mesa de la fraternidad.</p> <p>Tengo un sueño: que un día incluso el estado de Mississippi, una entidad sofocante por el calor de la injusticia, sofocante por el calor de la opresión, se transformará en un oasis de libertad y justicia.</p> <p>Tengo un sueño: que mis cuatro hijos vivirán un día en una nación en la que no serán juzgados por el color de su piel sino por su reputación.</p> <p>Tengo un sueño hoy.</p> <p>Tengo un sueño: que un día allá abajo en Alabama, con sus racistas despiadados, con su gobernador que tiene los labios goteando con las palabras de interposición y anulación, que un día, justo allí en Alabama niños negros y niñas negras podrán darse la mano con niños blancos y niñas blancas, como hermanas y hermanos.</p> <p>Tengo un sueño hoy.</p> <p>Tengo un sueño: que un día todo valle será alzado y toda colina y montaña será bajada, los lugares escarpados se harán llanos y los lugares tortuosos se enderezarán y la gloria del Señor se mostrará y toda la carne juntamente la verá” (28 de agosto de 1963).</p>
----------------	---	---

<p>Antítesis</p>	<p>Yuxtaposición de ideas contrastantes entre sí que normalmente están en una estructura paralela.</p>	<p>Un ejemplo que podemos usar en este caso no es forzosamente en un discurso pero es muy claro para comprender mejor el uso de la antítesis, y son las palabras que dijo el primer hombre en la luna, Neil Armstrong:</p> <p>“Éste es un pequeño paso para el hombre, pero un gran paso para la humanidad” (21 de julio de 1969).</p>
<p>Asíndeton</p>	<p>Es cuando deliberadamente se omite alguna conjunción dentro de las oraciones.</p> <p>Nos sirve para darle mayor peso a las palabras u oraciones, sin restarle importancia a alguna de éstas.</p>	<p>Retomamos el discurso inaugural de Kennedy de ejemplo; vemos cómo, en vez de usar el nexa “y”, utiliza comas para darle mayor peso a cada una de las ideas que está diciendo:</p> <p>“Que cada nación sepa, quiéranos bien o mal, que pagaremos cualquier precio, sobrellevar cualquier carga, enfrentar cualquier dificultad, apoyar a cualquier amigo, oponernos a cualquier enemigo para asegurar la supervivencia y el éxito de la libertad” (20 de enero de 1961).</p>
<p>Asonancia o rima asonante</p>	<p>Cuando se repiten los sonidos de las vocales en alguna palabra o frase.</p>	<p>Al igual que con la aliteración, tomaremos un ejemplo literario para que sea más claro, utilizando a Luis de Góngora :</p> <p>“Oye el sórdido son de la resaca, infame turba de nocturnas aves”.</p>
<p>Hipérbole</p>	<p>Utilizar la exageración para darle mayor énfasis a lo que decimos.</p>	<p>Discurso de George W. Bush previo a la invasión de Irak, en donde marca como un requisito para la paz mundial sacar a Hussein del poder puesto que es él quien engendra el terror y lo apoya, afectándolos no sólo a ellos sino a la sociedad internacional en su conjunto:</p> <p>“Enfrentaremos un peligro creciente, para protegernos a nosotros, para eliminar a un patrocinador y protector del terror, y para mantener la paz en el mundo” (15 de marzo de 2003).</p>

Redactando nuestro discurso

<p>Ironía</p>	<p>El uso de las palabras para lograr un significado opuesto al que éstas literalmente expresan.</p>	<p>Discurso de Barack Obama haciendo referencia a lo desgastante que pueden ser las negociaciones del presupuesto:</p> <p>“...tengo que decirles que es agradable salir de Washington (risas). No me lo tomen a mal, no hay nada que disfrute más que sentarme, hora tras hora, día tras día (risas) debatiendo los puntos delicados del presupuesto federal con los miembros del Congreso (risas).</p> <p>Pero después de un tiempo te empiezas a sentir encerrado. Así que estoy feliz de estar pasando mi día con ustedes” (22 de julio de 2011).</p>
<p>Metáfora</p>	<p>Es una comparación implícita en la que una de las partes ayuda a visualizar a la otra gracias a su sencillez y cotidianeidad.</p>	<p>Winston Churchill al referirse a la división que generó el comunismo en el mundo después de la Segunda Guerra Mundial y que resultó una excelente descripción de la Guerra Fría:</p> <p>“Desde Stettin, en el mar Báltico, a Trieste, en el mar Adriático, ha caído una cortina de hierro a través del continente” (5 de marzo de 1946).</p>
<p>Onomatopeya</p>	<p>Palabras que imitan los sonidos que representan.</p>	<p>Aquí se puede utilizar cualquier ejemplo de la vida real, como cuando una persona utiliza “jajaja” en un discurso para referirse a las risas de otros.</p>
<p>Oxímoron</p>	<p>Cuando combinamos entre sí dos ideas que normalmente resultarían contradictorias pero que juntas dan otro significado.</p>	<p>Discurso del Papa Francisco al término del Sínodo de los Obispos sobre la familia:</p> <p>“La tentación del “buenismo” destructivo, que en nombre de una misericordia engañosa venda las heridas sin primero curarlas y medicarlas; que trata los síntomas y no las causa ni las raíces” (18 de octubre de 2014).</p> <p>Al utilizar este ejemplo se refiere a aquellos que buscan curar, haciendo una obra buena, pero que al no hacerlo bien generan más males.</p>

<p>Paralelismo</p>	<p>Duplicar el mismo patrón gramatical en más de una ocasión.</p> <p>Se usa para crear balance entre la parte emocional y la armonía.</p>	<p>Para este caso tomaremos una frase célebre de Benjamin Franklin: "Dime y lo olvido. Enséñame y tal vez lo recuerdo. Involúcrame y aprenderé".</p> <p>Al igual, tenemos de ejemplo una de las frases de John F. Kennedy en su discurso inaugural:</p> <p>"Si una sociedad libre no puede ayudar a los muchos que son pobres, no podrá salvar a los pocos que son ricos" (20 de enero de 1961).</p>
<p>Personificación</p>	<p>Se trata de darle rasgos humanos a objetos, ideas o animales.</p>	<p>Discurso de Elie Wiesel, ganador del premio Nobel y sobreviviente del Holocausto, cuando habla sobre el significado y peligros de la indiferencia:</p> <p>"La indiferencia no es el comienzo; es el final. Y por lo tanto, indiferencia es siempre el amigo del enemigo porque se beneficia del agresor, nunca de su víctima, cuyo dolor es magnificado cuando él o ella se sienten olvidados" (12 de abril de 1999).</p>
<p>Repetición</p>	<p>Se trata de repetir las mismas palabras, oraciones o frases para darle más énfasis al mensaje que queremos comunicar.</p>	<p>Discurso de Winston Churchill sobre la lucha que darán contra el régimen Nazi, aunque en inglés es más claro el ejemplo porque en cada inicio de frase, lo hace con "we shall fight o we shall", tocando cada punto como una obligación:</p> <p>"Lucharemos en Francia, lucharemos en los mares y en los océanos, lucharemos con confianza creciente y con fuerza en el aire, defenderemos nuestra isla, a cualquier costo, lucharemos en las playas, lucharemos en los campos y en las calles, lucharemos en las colinas; nunca nos rendiremos" (4 de junio de 1940).</p>

Símil	Es una comparación explícita entre dos elementos, que en principio parecen distintos pero en los que se encuentra un aspecto que los una y nos ayude a comprender mejor uno de ellos a través del otro.	El Papa Francisco cuando para ejemplificar mejor a gravedad de la corrupción y cómo va creciendo, la compara con las drogas de la siguiente forma: "Comenzamos tal vez con un pequeño sobre, pero esto es como las drogas, ¡eh! Por lo tanto, el hábito a los sobornos se convierte en una adicción" [8 de noviembre de 2013].
-------	---	---

Fuente: Autor con base principalmente en información de Lisa Ford-Brown, *DK Guide to Public Speaking* (Boston, MA: Allyn & Bacon, 2012) 230-23 y tomando algunos elementos de Shel Leanne, *Say it like Obama and win* (Nueva York: McGraw Hill, 2012); Figuras literarias, <http://figurasliterarias.org/>; Retóricas, <http://www.retoricas.com/> y American rethoric, <http://www.americanrhetoric.com/> (Las tres con fecha de consulta: 17 de noviembre de 2014).

Así pues, los tropos y las figuras literarias resultan sumamente útiles para resaltar detalles del discurso, hacerlo más llamativo y formar un vínculo más profundo con la audiencia, logrando captar su atención o retenerla.

Concluyendo de forma memorable

La conclusión es la última oportunidad que tenemos para que los aspectos centrales del discurso se queden en la mente del público y cerremos de forma memorable, por lo que sirve como un muy buen momento para recomponer el camino si las cosas no nos salieron tan bien, o para reforzar el paso.

Recordemos que cada sección del discurso debe tener una longitud óptima para que la gente no pierda la atención o para que reforcemos la idea central; como tal, la conclusión preferentemente no pasará de entre el 10 y el 15 por ciento de la extensión total.²⁴

²⁴ Leon Fletcher, *How to speak like a pro*, 89.

Ello no quiere decir que no podamos extendernos un poco más, pero seamos meticulosos para que la conclusión no sea tan extensa porque, de lo contrario, podemos aburrir a la audiencia, perderla o hasta hacer que se desespere por no ser concretos.

De lo que se trata es de que terminemos como empezamos, con fuerza y dejando un mensaje claro, contundente y que permanezca en la mente de los oyentes.

Para sacar el mayor provecho de la conclusión, ésta puede servirnos como una revisión de los pormenores centrales que dijimos. Para la revisión del discurso incluida en la conclusión, podemos hacer lo siguiente:²⁵

1. Informemos que estamos a poco de concluir para generar expectativa por lo que diremos, pero no lo hagamos de manera tajante sino de una forma natural, con algo como “ahora bien, permítanme hacer un breve resumen de los puntos que tratamos” o “destaquemos los puntos centrales de lo que acabamos de analizar”.
2. De esta forma, quienes no hayan puesto tanta atención en lo que dijimos antes se concentrarán más porque sabrán que es su última opción para coger algunos elementos del discurso. Para aquellos que hayan seguido las palabras que dijimos de manera detallada, servirá para fortalecer el mensaje.
3. Tengamos en mente que en la conclusión no sólo nos enfocaremos en la revisión, porque también deseamos darle algo

²⁵ Nota: al menos de que se indique lo contrario, esta sección utilizará como principal fuente en Leon Fletcher, *How to speak like a pro*, 89-92.

extra al público. No nos detengamos mucho tiempo en el resumen y hagámoslo de manera puntual, con palabras claras y con frases cortas, para que tampoco sea tedioso porque si no le quita importancia a nuestro cierre memorable.

4. Hacer un breve resumen del discurso que, de hecho, se sintetiza muy bien con la idea central del mismo, puesto que incluye el argumento central y deja claro el mensaje.
5. También podemos repetir los puntos centrales del discurso de manera concisa pero parafraseándolos de manera distinta, para que no parezca una copia fiel de lo que dijimos con anterioridad.
6. Es posible combinar una breve reseña del discurso con una estrategia de repetición, tomando como base el resumen que proponemos en el número uno de esta lista y, posteriormente, sintetizando cada aspecto central en oraciones muy breves, de preferencia, logrando que cada idea la expresemos entre 5 y 8 palabras.

Después de haber hecho una revisión de los aspectos centrales del discurso, es momento para que cerremos de una manera destacada, para ello, podremos usar alguna de las estrategias que proponíamos para la parte introductoria, usando otra para no sonar repetitivos, y hagamos lo más posible por dejar una excelente imagen porque es la última oportunidad disponible para concretar el éxito del discurso.



Qué tomar en cuenta
para dar nuestro **discurso**

En esta sección nos centraremos en lo relacionado con la ejecución del discurso, que es el momento crucial en donde los esfuerzos anteriores deberán de integrarse en un todo para forjar un vínculo con la audiencia a través de la comunicación efectiva.

Al igual como la redacción comienza antes de escribir, dar el discurso no empieza hasta que nos paramos en el podio sino desde que tenemos impreso el texto y lo ensayamos. Por lo que en las próximas líneas abarcaremos todo el proceso posterior a la redacción del documento y que culmina con los aplausos de la audiencia después de haber dado un discurso excepcional por su fondo, forma y ejecución.

El ensayo

En ocasiones, por las circunstancias, no tendremos tiempo suficiente para practicar el discurso o tal vez sólo hayamos podido leerlo una vez; sin embargo, es recomendable que lo ensayemos lo suficiente para que lo conozcamos bien, midamos los tiempos y nos sintamos a gusto con éste, pero tampoco que lo repasemos tanto para que nuestras palabras suenen vacías o con poco ímpetu.

Para empezar, preparemos el documento de ensayo, mismo que será idéntico al que usaremos el día del discurso; por ello, consideremos que:

- La fuente y el tamaño de la letra sean legibles y lo suficientemente grandes para no forzar la vista en el momento de dar el discurso. Es recomendable usar un tamaño de mínimo 14 o 15 puntos.
- Dejar al menos 2.5 centímetros en cada margen para tener espacio en donde escribir alguna anotación.
- Para que el texto sea más claro y legible al momento de decirlo, dejemos un interlineado de 1.5 para no perdernos entre las palabras y diferenciarlas bien.
- Aunque usemos oraciones cortas para que los párrafos no se corten entre las páginas, es preferible dejar demasiado espacio al final de ésta, en vez de que una parte del párrafo se quede en una cuartilla y la otra en la siguiente.
- A pesar de que ensayemos el discurso y conozcamos bien sus partes, además de numerar las páginas, titulemos cada sección del texto para ubicarnos mejor en éste y prepararnos para lo que habrá de venir en los párrafos siguientes.

Antes de practicar como tal, repasemos el discurso para nosotros mismos una o dos veces para recordarlo en lo general y ubicar las ideas pero tengamos en cuenta que no se trata de aprendernos de memoria el texto porque sólo pretendemos familiarizarnos.

Posteriormente, léamoslo también en voz alta para encontrar nuestro ritmo y pausas, mismas que son recomendables de identificar y marcar en el texto porque así nos detendremos en los momentos naturales de la forma en la que hablamos y, además, para no quedarnos sin aire. Nos sirve para no modificar la cadencia y las pausas a la hora de la ejecución.

Antes de ensayar, para conocer qué gestos hacemos y cómo nos movemos, practiquemos frente a un espejo para estar más seguros de nosotros mismos y para ubicar mejor la forma en la que nos desenvolveremos. Para algunas personas esta dinámica les puede tensar por lo que no tiene que ser un paso forzoso, ya que habrá quienes se concentren más en sus movimientos que en lo que dirán y tendrán el riesgo de que sus palabras no tengan la entonación o el ímpetu necesarios por estar más pendiente de sus gestos y de si los hicieron bien.

Con el texto impreso estamos listos para ensayar y para ello es recomendable que usemos la misma ropa con la que esperamos vestirnos el día del evento, para que sintamos cómo nos desenvolvemos con ésta y estemos a gusto y seguros con lo que traemos puesto. Revisemos si podemos movernos con soltura, o sea, que no nos aprieten el saco o los pantalones, así como si la falda es muy corta para la situación en la que estaremos.

Para el ensayo es conveniente que lo hagamos preferentemente en el sitio donde daremos el discurso para:

- Conocer bien su acústica y saber cómo se escucha nuestra voz, sin olvidar que ésta cambia cuando la gente está allí.
- Saber si el sonido del local es adecuado o si necesitaremos hablar más fuerte o más bajo para que nos escuchen correctamente.
- Aduñarnos del sitio específico donde hablaremos para que, en caso de que vayamos a caminar dentro de algún escenario, midamos bien el espacio y nos movamos con mayor soltura.

Cuando ensayemos, hagámoslo como si estuviéramos dando el discurso el día del evento, dando lo mejor de nosotros mismos y esmerándonos como si el público estuviera frente a nosotros. Además, no olvidemos que los ensayos los hacemos para ubicarnos mejor en el discurso y no para memorizar cada una de las palabras porque queremos practicar las ideas y cuidar la forma en la que habremos de hablar.

Para ello, invitemos a un grupo pequeño de personas, sentando a cada una de manera alternada en el lugar, como si fueran la audiencia, para acostumbrarnos a hacer contacto visual, ver cómo reaccionan con el discurso o si es necesario subir o bajar los tonos y el volumen, así como aumentar o disminuir la velocidad para que ellos pongan más atención y resulte más llamativo.¹

Aunque nos parezca un poco tedioso, practiquemos el discurso completo, no sólo partes de éste porque de este modo habremos de mejorarlo en su conjunto y lo tendremos en la mente como un todo y no como secciones aisladas; además, lo diremos más claro en cada prueba y tendremos bien grabada la introducción, lo que nos dará la ventaja de sentirnos más tranquilos al iniciar.²

Si es posible grabemos en video el ensayo y seamos objetivos, especialmente cuando analicemos si:³

- ¿Veó lo suficiente a la audiencia?
- ¿Sueno animado, interesante o preocupado?
- ¿Parece que ocasionalmente me atoro en algunas palabras?

¹ Joan Detz, *How to write & give a speech*, 128.

² Leon Fletcher, *How to speak like a pro*, 104-105.

³ Leon Fletcher, *How to speak like a pro*, 107.

- ¿Mis ideas aparecen de manera armónica y con un orden lógico?
- ¿Mis gestos y movimientos reflejan seguridad y que estoy relajado?
- Si fuera parte del público, ¿me sentiría interesado por lo que estoy diciendo?

Sin ser menos importante, tomemos el tiempo del discurso para que cada vez que lo practiquemos lo dejemos en la longitud, tonos y ritmos óptimos, porque en el momento de decirlo frente a todos podría ser que sintiéramos que hemos hablado por muchos minutos y que tenemos que acelerar el paso o viceversa –por lo general una persona dice 150 palabras por minuto y que posiblemente, dependiendo el discurso, habremos de decir hasta menos que ese número–.⁴

Los ensayos nos sirven para mejorar la forma en la que daremos el discurso, no para que éste se nos haga más tedioso, además, nos hacen sentir más seguros con nosotros mismos y ayuda a eliminar lo que pudiera afectar nuestro desempeño.

La voz y lo que implica

La voz juega un elemento central dentro de la forma en la que damos el discurso; como tal, tengamos en cuenta los siguientes elementos:⁵

⁴ Leon Fletcher, *How to speak like a pro*, 109.

⁵ Lisa Ford-Brown, *DK Guide to Public Speaking*, 238-243.

Tono

No confundamos el tono con el volumen de la voz porque son dos cosas distintas. El primero “es qué tan alto o bajo está la voz en frecuencia y es determinada en qué tan rápido o lento vibran las cuerdas bucales. Mientras más alto sea el número de vibraciones por segundo, las cuerdas se mueven y por tanto el tono es más alto”.

El tono está determinado por dos cosas, primero, la longitud y el grosor de las cuerdas bucales. En las de las mujeres son más cortas y delgadas, éstas vibran más rápido y permiten un sonido más agudo, mientras que en los hombres funciona al revés.

En segundo lugar, el tono está también determinado por qué tan relajado o nervioso está el cuerpo, así que si estamos ansiosos o asustados los músculos de la laringe se tensan de manera inconsciente y hacen que el tono de la voz sea más alto. Esto muestra si estamos a gusto, nerviosos o hasta tensos por estar frente al público.

Más allá de lo que diga del humor de cada persona, variar el tono de voz por medio de inflexiones es muy útil para mostrar entusiasmo o preocupación sobre el tema, logrando que tenga mayor peso y la audiencia lo comprenda mejor por medio de la empatía que podemos generar.

Por ejemplo, cuando decimos una frase que denota tristeza, podemos bajar el tono de la voz al final de la misma o hacer lo contrario cuando damos algún dato positivo que pretenda alentar.

Volumen

Es recomendable usar un volumen un poco más alto al que utilizamos cuando estamos en una conversación cotidiana, sin embargo,

no es un regla de oro puesto que tendremos que considerar otros factores como: la cantidad de gente, si hablamos con un micrófono o sin él, el tamaño del salón y la acústica de éste, el ruido ambiental y si existen otros distractores que pudieran restarnos la atención del público.

El volumen correcto es aquel que nos permite ser escuchados en su nivel más bajo por las últimas filas del salón pero, al igual como con el tono, tiene que subir y bajar de acuerdo a la atención que buscamos generar.

Por ejemplo, cuando percibimos que algunas personas están platicando o hay algún ruido en el ambiente que distrae, subamos el volumen de nuestra voz para captar la atención nuevamente.

Cuidemos que el volumen no sea muy bajo todo el tiempo porque suena aburrido y no muy alto porque también nos dejan de poner atención. Como en un concierto, tanto el tono como el volumen deben ser adecuados para llevar a la audiencia por una melodía, pues:

“El discurso es simplemente una forma modificada del canto: la principal diferencia está en el hecho de que en el canto los sonidos vocálicos son prolongados y los intervalos son cortos, mientras que en el discurso las palabras son pronunciadas en lo que podría nombrarse como tonos *staccato*,⁶ las vocales no son tan prolongadas y los intervalos entre las palabras son más distinguibles”⁷

⁶ Que se acortan.

⁷ Berg Esenwein, *The Art of public speaking by Dale Carnegie* (Estados Unidos: Project Gutenberg, 2005), 19

Para evaluar el volumen, veamos cómo actúa el público porque si la agente se inclina un poco hacia donde estamos, puede ser que lo haga porque no nos escuchan muy bien y, en sentido contrario, si hablamos muy alto se reclinarán para atrás y bajarán la barbilla. Aquí es cuando resulta muy práctico que hayamos ensayado en el lugar y, mejor aún, con algunas personas que nos acompañen porque así sabremos qué volumen será el adecuado.

Velocidad

Como dijimos, normalmente una persona habla a una velocidad de entre 120 y 150 palabras por minuto pero, como es de suponerse, en distintas regiones del país este promedio varía, así que tengámoslo en cuenta.

Además de habernos grabado para ver si necesitamos ir más rápido o más lento desde una perspectiva crítica, en el momento de estar hablando nos pueden ayudar dos elementos: primero, que tengamos un cronómetro o reloj para ver cuánto llevamos y, como hemos practicado y sabemos cuánto es nuestro tiempo ideal, podremos bajar o subir la velocidad.

En segundo lugar, cuidemos la respiración porque si ésta es estable y sentimos que respiramos con normalidad y sin precipitarnos, probablemente sea porque el tiempo es el adecuado a la forma en la que hablamos habitualmente.

Estemos atentos a los momentos específicos del discurso porque, por ejemplo, habrá ocasiones en las que queremos generar excitación en la audiencia y convendrá hablar un poco más rápido, y ocurre lo opuesto cuando buscamos incitar alguna reflexión con

una pregunta retórica: es provechoso reducir la velocidad para que la gente tenga tiempo para pensar en lo que les estamos diciendo.

Pausas

Como ya hemos comentado anteriormente, las pausas son útiles para permitir a las personas tiempos de reflexión después de una pregunta retórica o cuando damos algún dato impactante, pero también sirven para hacer hincapié en ciertas ideas o palabras que acentúan la importancia de lo que estamos diciendo.

Las pausas también nos sirven para evitar que hablemos con muletillas como “este”, “um”, “ah” o cualquiera otra distraiga y que, además, le reste importancia a las palabras que utilizamos. Será preferible detenernos en algunas ocasiones para no usar muletillas aunque tampoco lo hagamos tan seguido para que el discurso no pierda su cadencia.

A su vez, al haber practicado con anterioridad y haberlo leído para encontrar las pausas adecuadas a la forma en la que hablamos, la entonación y lo que queremos comunicar, entonces no habremos de complicarnos con los breves altos que haremos.

Variedad en nuestro discurso

Con la variedad en el discurso nos referimos a utilizar los elementos anteriores –como pausas o entonación–, para que las palabras tengan mayor fuerza, nos presten más atención o acentuemos algún aspecto particular. Todos estos también nos sirven para generar ritmo.

Dicción

Además de ser básica para que la gente comprenda bien lo que decimos y no se confunda, con una buena dicción denotamos seguridad, profesionalismo y respeto a la audiencia, al expresarnos en una manera clara y que refleje que no nos tomamos a la ligera la situación, pues no hablamos como en el día a día.

La claridad que surge con la dicción de un orador le da mayor seguridad de que la audiencia escuche bien lo que le está diciendo pero que también sus palabras no serán confundidas porque habla en una forma fácil de comprender.

Para que la dicción mejore y reduzcamos el nerviosismo previo a un discurso, hagamos algunos ejercicios antes de hablar, como abrir la boca lo más que podamos –sin lastimarnos– para que los músculos de la quijada se relajen o hagamos vibrar los labios al ponerlos juntos y sacar aire por la boca.

Para mejorar la dicción también busquemos las palabras que están en el discurso que nos cuesta trabajo pronunciar y, si es posible, cambiémoslas por otras que nos sean más fáciles de decir, para evitar cualquier posible error.

El aspecto físico y otros consejos útiles

Estemos conscientes de que el discurso comienza desde que estamos en el lugar donde hablaremos, así que conduzcámonos en la forma en la que queremos ser percibidos desde el instante en el que entramos, denotando seguridad, serenidad y confianza. Potenciemos lo más positivo de nosotros mismos en vez de pretender ser alguien más.

Un ejemplo de la importancia que tienen el aspecto físico y el

semblante en el público es el primer debate televisado de la historia. Se dio el 26 de septiembre de 1960, en la contienda presidencial estadounidense entre Richard Nixon y John F. Kennedy y que se calcula que tuvo 70 millones de espectadores –el de Barack Obama y Mitt Romney tuvo alrededor de 60 millones–.⁸

Nixon no se preparó para salir en televisión –usó traje gris, que en imágenes en blanco y negro se pierde, ni quiso que lo maquillaran–, se sentía muy seguro de su capacidad y menospreció a su rival, además de que sudaba constantemente –aquí la importancia de traer un pañuelo–. Por el contrario, Kennedy usó un traje oscuro, lució un aspecto muy cuidado, se preparó y hasta tomó el sol para verse bronceado. Aquí lo interesante es que quienes escucharon el debate por la radio dijeron que Nixon había estado mucho mejor pero la opinión fue la opuesta para quienes lo vieron; el resultado de la elección fue obvio, la imagen valió más que mil palabras y Kennedy fue presidente.⁹

Si traemos a la mente las fotografías de Kennedy que hayamos visto antes, seguramente la mayoría serán de él con una sonrisa y siendo carismático porque era uno de sus sellos particulares y así es como se le recuerda. Por eso, aunque nos veamos formales, busquemos sonreír cuando llegamos al lugar, al salir y, si la ocasión lo permite, seguirlo haciendo durante el discurso y cuando terminemos porque, al final, una sonrisa siempre ganará más simpatías que una cara seca y fría que no muestre expresiones.

⁸ Israel Viana. “Nixon vs. Kennedy: el día que cambió la televisión y la política. ABC, 5 de octubre de 2014. <http://www.abc.es/20121004/elecciones-estados-unidos/abci-kennedy-nixon-debate-201210041220.html> (Fecha de consulta: 7 de enero de 2015).

⁹ Israel Viana, “Nixon vs. Kennedy: el día que cambió la televisión y la política”.

La ropa

Como vimos desde el ensayo, usemos ropa cómoda que nos permita movernos con facilidad pero que también manifieste formalidad y respeto.

Sólo usemos accesorios si en verdad son imprescindibles y, si los traemos, que sean austeros para que no distraigan al público. Por ejemplo, con las mujeres nos referimos a las pulseras o collares vistosos y que se muevan mucho, y para los hombres los relojes llamativos.

Para la gente de estatura baja, los colores oscuros y los trajes con líneas finas les sirvan para ser vistos como un poco más altos,¹⁰ mientras que para las personas que son altas les queda bien un traje liso de color obscuro. Además de tener la ropa correcta, la actitud y la postura son cruciales para que reflejemos seguridad y porte.

Para evitar cualquier contratiempo con la ropa, es recomendable que cuando pidamos la información a los organizadores del evento, les preguntemos el tipo de ropa que se espera que utilicen los expositores para que nos vistamos de acuerdo con la ocasión y la audiencia.

El contacto visual

El contacto visual es esencial para mantener la atención, especialmente si estamos en un lugar cerrado y con un grupo pequeño.

Para quienes tienen escasa experiencia dando discursos es normal que experimenten cierta presión al tener contacto visual y, en ocasiones, les recomiendan que sólo vean a un punto en el

¹⁰ Allan y Barbara Pease, *The definitive book of body language* (Nueva York: Bantam Books2006), 329.

horizonte, sin embargo, este consejo no es muy útil porque la gente del frente se siente poco incluida y los de atrás tampoco alcanzan a notar si el orador los está viendo.

De este modo, si estamos muy nerviosos y buscamos evadir el contacto visual directo, al menos que sea muy necesario, veamos a las personas en la frente porque así parecerá que los vemos y no tendremos tanta presión por el intercambio de miradas.

Estemos conscientes de que el contacto visual es fundamental porque sí influye en la audiencia, nos brinda más control y proyectamos confianza.

Para sacar el mayor provecho del contacto visual, hay que:

- Observar a la gente con interés y demostrando que nos importan, puesto que sí lo siente e igualmente percibe si somos sinceros o no. Además, tratemos de ver a una sola persona cuando terminamos una idea o un punto central para enfatizarlo.¹¹
- Ser incluyentes y ver a distintas partes del público y no sólo a alguna sección de éste.
- Alternar el contacto visual y no siempre observar a la misma gente. Es normal que veamos con más frecuencia a nuestros conocidos, amigos o hasta a quienes que nos generan tranquilidad pero, si no los conocemos, ellos no sabrán por qué los vemos y hasta podemos incomodarlos, de hecho, para algunas personas puede resultar como una amenaza o hasta un poco ofensivo cuando se les ve fijamente por mucho tiempo.¹²

¹¹ Joan Detz, *how to write & give a speech*, 131.

¹² Flora Davis, *La comunicación no verbal*, 99.

Recordar que el contacto visual es un termómetro para saber la actitud de la gente hacia las palabras, el tono, el volumen o cualquier aspecto de lo que decimos y cómo lo decimos, por ello, estamos al pendiente de si la gente parece aburrida o poco interesada para hacer los cambios que nos ayuden a captar su atención.

Intentar que el contacto visual sea natural y no lo forcemos porque hay ocasiones en los que las y los oradores voltean rápidamente en momentos innecesarios del discurso sólo por cumplir con la regla de ver a la audiencia, siendo improductivo para nuestros fines.

Practicar antes del evento nos sirve para estar más tranquilos, sabiendo en qué momento voltear y teniendo noción del discurso sin la necesidad de voltear a verlo cada dos segundos y distrayendo a los demás.¹³

Qué llevar con nosotros

Además de tener con nosotros varios juegos del discurso impreso, llevemos otros elementos que nos auxilien para enfrentar cualquier situación, como:

- Un pañuelo por si las luces son fuertes o hace calor. Con él podremos limpiarnos el sudor o por si se nos cae el agua.
- Pastillas para refrescar la garganta para antes o durante el discurso, puesto que ya sea por los nervios o por hablar por mucho tiempo, ésta puede researse.
- Un bolígrafo para hacer anotaciones, más si tenemos una sesión de preguntas y respuestas, para apuntar los nombres de

¹³ Lisa Ford-Brown, *DK Guide to Public Speaking*, 245.

quienes pregunten y sus respectivos cuestionamientos. Consecuentemente, no sólo responderemos en lo general sino de manera específica a la persona que demostró interés.

- Tarjetas pequeñas para preferentemente no hacer anotaciones sobre el papel del discurso, al menos que sea necesario.
- Podemos usar el celular como cronómetro pero acordémonos de ponerlo en silencio o en modo avión para que no esté vibrando con mensajes o una llamada.
- Si sabemos que habrá medios de comunicación, es conveniente llevar versiones impresas del discurso o hasta un breve resumen que incluya lo más relevante, para repartírselos y que se lleven principalmente lo que queremos resaltar –también hay que mandarles la versión digital–. Aquí es cuando resultan muy útiles los *sound bites* porque además de que los escucharán, los tendrán por escrito.

La sala, su acomodo y la audiencia

En esta parte presentaremos algunos puntos que tenemos que considerar cuando damos el discurso y que se relacionan con el salón, la ubicación del podio y el acomodo de los asistentes.¹⁴

El mejor ángulo de la cara para dar una presentación es el izquierdo, puesto que la gente tiene tres veces más posibilidades de retener la información que les damos cuando lo asimila con su lóbulo derecho del cerebro a cuando lo hace con el izquierdo.

Siguiendo con los lóbulos cerebrales, cuando estamos parados

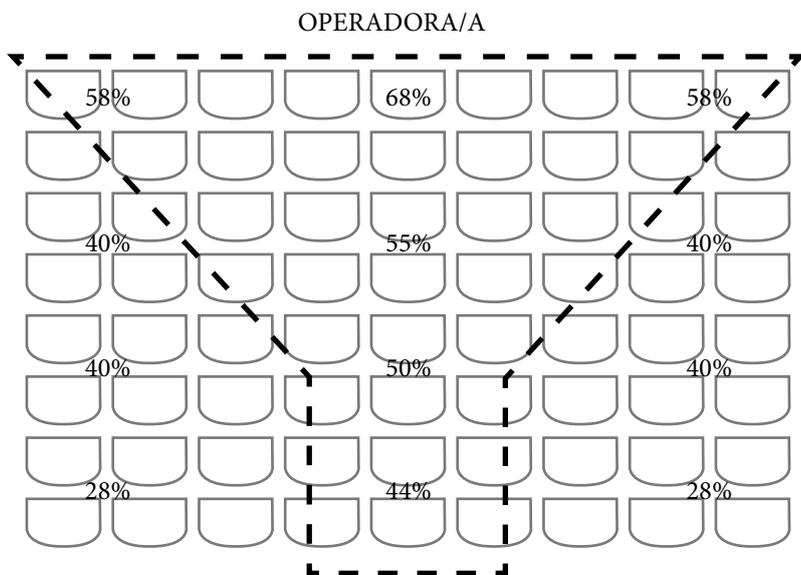
¹⁴ Para esta sección utilizaremos a Allan y Barbara Pease, *The definitive book of body language*, 339-345.

a la izquierda del público, o sea el lado derecho del escenario, la audiencia experimentará las emociones de una manera más fuerte porque le llegaremos al hemisferio de su cerebro que es el que representa la parte emocional de la mayoría de las personas, por lo que éstas podrán estar más atentas a historias o hechos emocionales.

Si estamos parados de lado derecho del público, a la izquierda del escenario –parte izquierda del cerebro–, la audiencia estará más receptiva al humor y se reirá por más tiempo que en la sección contraria.

Dependiendo del lugar donde estén sentados, podemos inferir qué tanta atención podrán la gente. Por lo general, para determinar qué tanta participación o retención tendrá el público, nos podemos referir al Gráfico 1, en el que vemos que la sección más atenta y participativa es la del centro y hasta el frente.

Gráfico 1
Retención y participación de la audiencia de acuerdo
a su elección de lugar



Fuente: Allan y Barbara Pease, *The definitive book of body language*, 342.

Si estamos con un grupo reducido de personas tratemos que estén acomodadas sus sillas en forma de herradura o de un rectángulo abierto porque, especialmente gracias al contacto visual, resultan más participativas y perceptivas que si sus sitios están ubicados en forma de salón de clases.¹⁵

Por último, si nos dirigimos a un público durante un desayuno, comida o cena, y queremos incidir en ellos, es conveniente que antes haya música relajante, con un volumen bajo antes del discurso y las luces no tan fuertes porque de esa forma están más receptivos y sus sentidos están relajados; por el contrario, es más complicado

¹⁵ Allan y Barbara Pease, *The definitive book of body language*, 342.

influir en la audiencia cuando están en áreas abiertas, con luces fuertes y ruido constante.¹⁶

Las redes sociales

Gracias a las redes sociales tenemos la enorme posibilidad de que nuestro público no esté solamente en la sala sino en cualquier lugar del mundo, así que aprovechemos ese enorme potencial para reforzar nuestras palabras y darlas a conocer, más si estamos en política.

Si queremos que el discurso esté en las redes sociales, lo peor que podemos hacer es únicamente subirlo íntegro y esperar que con eso se replique porque de lo que se trata, al igual que los *sound bites*, es de mover mensajes cortos e imágenes que en segundos comuniquen todo un concepto o idea.

Para comunicar el discurso por redes sociales, es recomendable:

- Tener una página propia y cuentas personales del orador en Twitter,¹⁷ Facebook, Scribd, Instagram, entre otras.
- Crear imágenes sencillas que complementen el discurso.
- Elaborar infografías muy cortas que detallen de forma accesible los datos duros que queremos dar a conocer o, especialmente, de tres a cinco principales aspectos del mensaje.
- Tener listo un documento digital con los mensajes cortos que difundiremos –en especial los *sound bites*–, ya sea con un grupo específico de personas al que se lo encarguemos o por

¹⁶ Allan y Barbara Pease, *The definitive book of body language*, 345.

¹⁷ Redes sociales como Twitter son de gran ayuda porque, a diferencia de Facebook en donde podemos tener miles de amigos pero que no forzosamente nos lean, en el primero nos siguen personas que están interesadas en lo que subimos y que esperan interactuar con nosotros, lo que los hace un público más propenso a la comunicación.

medio de aplicaciones que se programan para que a distintas horas difundan la información desde varias cuentas, incluida la propia. Hagámoslo preferentemente conforme damos el discurso, para que sea simultáneo.

- Es mucho mejor si la información no sólo viene de nuestras cuentas sino también de las de otras personas, especialmente líderes de opinión, porque eso nos ayudará a tener mayor penetración.
- Si la ocasión se presta, hacer un hashtag llamativo para difundirlo junto con los mensajes que se envíen.
- Subir en línea las versiones digitales del discurso íntegro y el resumen con los puntos centrales que les daremos a los medios.
- Contar con personas en el lugar para que suban las fotos del evento con algunas frases del discurso y el hashtag.
- No saturemos con cientos de mensajes desde nuestra cuenta porque podemos perder la atención de nuestros seguidores, así que seamos selectivos con lo que subamos a la red.



La comunicación no verbal

A pesar de que no es parte del discurso escrito, la comunicación no verbal o lenguaje corporal juega una pieza fundamental en la forma en que nos comunicamos con la audiencia porque “el mensaje que se transmite por el aspecto personal no se refiere sólo a la persona en sí sino también a lo que esté diciendo. Un acalorado discurso político pronunciado por un hombre de mirada apagada, de rostro de rasgos caídos y de posición corporal descuidada no resulta atractivo”.¹

De hecho, del impacto total del mensaje cotidiano, el 7 por ciento equivale a las palabras que decimos; el 38 por ciento a la parte de la voz como entonación, inflexión o volumen; y el 55 por ciento sobrante tiene que ver con la comunicación no verbal.²

En materia de género es importante que distingamos que las mujeres tienen “entre catorce y dieciséis áreas del cerebro para evaluar el comportamiento de los otros, a diferencia de los hombres que tienen de cuatro a seis áreas”,³ por lo que las primeras tienen la capacidad de analizar mejor las situaciones en las que se encuentran así como el lenguaje no verbal de quien interactúa con ellas, a diferencia de los segundos, quienes dejan algunos aspectos al aire pues a veces ni los notan.

¹ Flora Davis, *La comunicación no verbal* (España: Alianza Editorial, tercera edición, 2010), 68-69.

² Allan y Barbara Pease, *The definitive book of body language*, 9.

³ Allan y Barbara Pease, *The definitive book of body language*, 14.

El lenguaje corporal es una herramienta para conectarnos con la audiencia y hacerle percibir, con nuestros movimientos y expresiones, lo que decimos con las palabras, logrando que el mensaje tenga mayor peso y sea llevado por distintas vías.

Nuestra postura y movimientos

La postura tiene que denotar porte –parémonos derechos–, carisma y respeto hacia la gente.

Una buena postura es la que nos permite movernos de manera natural, sin parecer apáticos o poco interesados; de este modo, las piernas tienen que estar ligeramente separadas –muy juntas pueden hacernos perder el equilibrio y muy distanciadas se ve extraño y no es cómodo– y con la suficiente distancia del podio para que los brazos tengan la libertad para expresar lo que estamos diciendo con el discurso.

El podio tapa buena parte del cuerpo por lo que habremos de esforzarnos para generar un vínculo mayor con el público a través de otros medios, como el contacto visual o el manejo de las manos. Sin embargo, también resulta de ayuda porque, además de poner nuestras cosas sobre éste, nos da la posibilidad de estar un poco más cómodos porque las piernas habitualmente no se ven.

Tener un podio no quiere decir que sea una herramienta de relajación por lo que no nos recarguemos en éste todo el tiempo ni nos sujetemos con fuerza porque denotamos una actitud poco respetuosa o nerviosismo. Por ello, tratemos de pararnos de la misma forma como si no hubiera podio, con las piernas ligeramente separadas y a una distancia cómoda que nos dé la posibilidad de

mover los brazos con libertad sin tener el riesgo de tirar las cosas o pegarle al micrófono.

Antes de iniciar, acomodemos lo que traigamos, especialmente el documento con el discurso, y revisemos que la distancia con el micrófono y su altura, con respecto a nosotros, sean las adecuadas. Esto nos tranquilizará y nos dará tiempo para respirar y dar un último vistazo antes de comenzar.

Si no hay podio y podemos desplazarnos por el escenario, tengamos presente la perspectiva de la audiencia, así que tratemos de movernos en patrones irregulares y no de adelante hacia atrás porque, si el salón es muy grande, el público tal vez no percibirá el movimiento y si es constante todo el tiempo, en vez de generar atención, sólo motivará el aburrimiento.

Emociones y expresiones faciales

Si estamos en un salón muy grande, al menos que haya pantallas que muestren nuestras expresiones faciales, sólo serán las primeras filas las que podrán verlas, sin embargo, aunque simplemente sean unos cuantos, debemos cuidar que los gestos vayan en conjunción con cada momento del discurso.

Igualmente veamos las expresiones faciales de los asistentes para percibir sus reacciones a lo que decimos.

Podemos pensar que los gestos cambian dependiendo la región, el país o las circunstancias culturales, sin embargo, como argumenta Paul Ekman,⁴ quien también retoma a Charles Darwin,

⁴ Paul Ekman, *Emotions revealed. Recognizing faces and feelings to improve communication and emotional life* (Nueva York: Henry Holt and Company, 2007), 1-16.

las expresiones faciales son universales y son el resultado de la evolución –el proceso de adaptación para comunicarnos–, por lo que la manera de expresar emociones como la ira, el enojo o el gozo son iguales sin importar el lugar donde nos encontremos.

Conjuntamente, estemos al pendiente de las microexpresiones que son aquellas que duran una quinta parte de un segundo y que la persona trata de ocultar pero que pueden ser vistas en esa fracción de tiempo gracias a las fugas que cada quien permite antes encubrirlas.

Las emociones que tienen una expresión universal son el enojo, el miedo, la aversión, el desprecio, la tristeza, la sorpresa y la alegría, expresadas en microexpresiones pero también en macroexpresiones que, a diferencia de las primeras, duran entre medio segundo o algunos segundos.⁵

Las emociones que son la base de las expresiones faciales se alcanzan o encienden por medio de:⁶

1. La operación de los mecanismos de autoevaluación que registramos en menos de un segundo en el cerebro y que surgen automáticamente.
2. Los evaluadores reflejo, o sea, que consideramos conscientemente lo que ocurre pero que no tenemos la certeza de lo que este evento significa.
3. El recuerdo de alguna experiencia emocional del pasado.
4. La imaginación.

⁵ Paul Ekman, *Telling lies* (Nueva York: Norton and Company, 2009) , 353.

⁶ Paul Ekman, *Emotions revealed*, 37.

5. Hablar sobre alguna experiencia pasada.
6. Empatía.
7. Que otros nos instruyan sobre qué significa ser emocional.
8. La violación de las normas sociales.
9. Asumir voluntariamente la apariencia de una emoción.

De este modo, nos encaminaremos a generar emociones para que las expresiones faciales sean un medio que nos permita entablar una mejor interacción con la audiencia, también estando al pendiente de qué reacciones tiene el público, puesto que el camino de los gestos es de ida y vuelta.

No confundamos las líneas pasadas y las siguientes con reglas de oro sobre cómo medir las emociones de la gente y caer en el error de pensar que somos expertos en ello, porque de lo que se trata en esta sección es de brindarle al lector los elementos para que se comunique mejor. Además, las emociones tienen que ser evaluadas de acuerdo con cada circunstancia y tomando otros factores que no se incluyen por su extensión y complejidad.

La expresión de las emociones se caracteriza de la siguiente forma:

*Tristeza*⁷

La parte interna de las cejas se angula hacia arriba –es un movimiento complicado de realizar voluntariamente, así que quien lo hace habitualmente sí está triste–. Se combina con algunos gestos en la boca como podrían ser el labio inferior presionando hacia

⁷ Paul Ekman, *Emotions revealed*, 97-109.

arriba (como antes de hacer un puchero) o las esquinas de los labios ligeramente hacia abajo.

Ira⁸

Tiene distintas formas de manifestarse como la indignación, el resentimiento o el odio y normalmente se dirige hacia una acción más que hacia una persona. Nos permite dar a conocer a los demás que existe algún problema.

La reconocemos cuando jalamos las cejas hacia abajo y hacia la nariz; abrimos los ojos a lo ancho, tanto que el párpado casi choque con la parte inferior de las cejas; dejamos más relajado el segmento superior de la cara para concentrarnos en la parte interior, especialmente los labios, mismos que presionamos firmemente (se vuelven más delgados y la parte roja de éstos se torna más clara).

Sorpresa o miedo⁹

La sorpresa es la emoción más breve de todas porque después de ésta inmediatamente puede venir otra, como miedo, angustia o enojo.

En la sorpresa las cejas se arquean, los ojos se abren a lo ancho y los labios se abren un poco, al dejar caer la quijada.

En el miedo, los párpados superiores se abren lo más posible, los párpados inferiores se tensan, la quijada se abre un poco y los labios se tensan horizontalmente hacia atrás. En ocasiones también hay posibilidad de que las cejas se hagan un poco hacia el centro conjuntamente con los movimientos anteriores.

⁸ Paul Ekman, *Emotions revealed*, 110-141

⁹ *DK Guide to Public Speaking*, 246 y Paul Ekman, *Emotions revealed*, 148-171.

Aversión (repugnancia) o desprecio¹⁰

La aversión o el desprecio se reconocen cuando se eleva el labio superior, se levantan las fosas nasales, mientras que aparecen algunas arrugas en el puente de la nariz y, en el caso de aversión extrema, también se suben las mejillas y se bajan las cejas, lo que hace que se hagan patas de gallo.

Felicidad¹¹

Es la emoción más sencilla de expresar porque en ésta estamos sonriendo o se vislumbra una ligera sonrisa, sin embargo, para que parezca genuina va acompañada de movimientos del músculo orbicular –alrededor del ojo– que hace que se nos formen patas de gallo en los ojos ya que esa zona se tensa y conjuntamente se levantan las mejillas.

Para analizar la veracidad de una sonrisa, se recomienda, además de ver los labios, atender lo que pasa con los ojos porque el músculo orbicular no se mueve con tanta facilidad a voluntad de la persona.

Cada una de las emociones que mencionamos anteriormente junto, con sus expresiones faciales, las puede distinguir la audiencia en el ponente pero también nosotros verlas en el público como reacción a nuestras palabras, siendo un camino de comunicación de dos vías.

Lo que dice nuestro cuerpo

Además de las expresiones faciales, las manos y los brazos forman

¹⁰ Paul Ekman, *Emotions revealed*, 172-189.

¹¹ Paul Ekman, *Emotions revealed*, 190-212.

parte esencial del lenguaje corporal, por eso tengámoslos muy presentes para que transmitan lo que decimos con las palabras y que reflejen actitudes que inviten a los asistentes a escucharnos y a percibirnos como personas abiertas, carismáticas y sinceras. Del mismo modo, incluiremos ciertas reacciones que podría mostrar el público para que también las distingamos.

De ahí que a continuación describiremos algunas de las actitudes en las que las manos o los brazos pueden verse involucrados, tanto de nosotros mismos como de quienes nos escuchan, para que evaluemos su sentir pero también para estar atentos de no cometer algún error o hagamos una señal contraria a lo que deseamos comunicar.

Qué decimos cuando cubrimos nuestra boca¹²

Normalmente cuando mentimos tapamos la boca con uno, dos dedos o hasta con la mano completa de manera inmediata o algunos segundos después. Por ello, no nos cubramos la boca durante el discurso para que no demos la imagen de que estamos mintiendo.

En la Imagen 1 vemos a Bill Clinton cuando, como Presidente de EEUU, fue cuestionado sobre su relación extramarital con Mónica Lewinsky, en donde además de mostrar preocupación se ve claramente cómo cubre su boca con ambas manos. Recordemos que independientemente de dicha relación, el problema principal le vino por mentir sobre ésta.

¹² Allan y Barbara Pease, *The definitive book of body language*, 25-26.



Δ Imagen 1 / Bill Clinton
(Presidente de EEUU 1993-2001).

Así que si tenemos comezón o algo de sudor sobre la boca, es mejor rascarnos o limpiarnos de forma clara para que no demos la impresión de una mentira.

Fuente: Westside Toastmasters, http://westsidetoastmasters.com/resources/book_of_body_language/chap1.html

Mostrar las palmas de las manos en señal de apertura

Nos ayuda a que el público nos tenga más confianza y se abra ante la postura que mostramos, misma que representa que no somos una amenaza puesto que tenemos las manos libres y enseñamos las palmas.¹³

Si mostramos las palmas pero además las tratamos de poner de manera horizontal, viendo hacia arriba, es una señal que motiva mayor confianza de la audiencia hacia nosotros porque es una imagen que asemeja a alguien que está a punto de saludarnos y tiene la mano extendida para hacerlo.

En el ejemplo vemos al Papa Juan Pablo II tras ser nombrado como Sumo Pontífice de la Iglesia Católica, mostrando las manos en la forma comentada en señal de agradecimiento pero también de apertura.

¹³ Allan y Barbara Pease, *The definitive book of body language*, 33.



Δ Imagen 2 / Juan Pablo II
(Sumo Pontífice 1978-2005).

Fuente: Religión en libertad, <http://www.religionenlibertad.com/recordando-el-dia-en-que-fue-elegido-juan-pablo-ii-5013.htm>

Qué señales muestran que estamos nerviosos

Al intentar apaciguarnos es común que nos toquemos el cuello en la parte frontal, como dando un masaje, porque ahí se encuentra el nervio vago y nos calma el ritmo cardiaco.

En la Imagen 3 vemos a Sadam Hussein durante su juicio, en el que fue sentenciado a muerte, por lo que es entendible su nerviosismo e incomodidad.

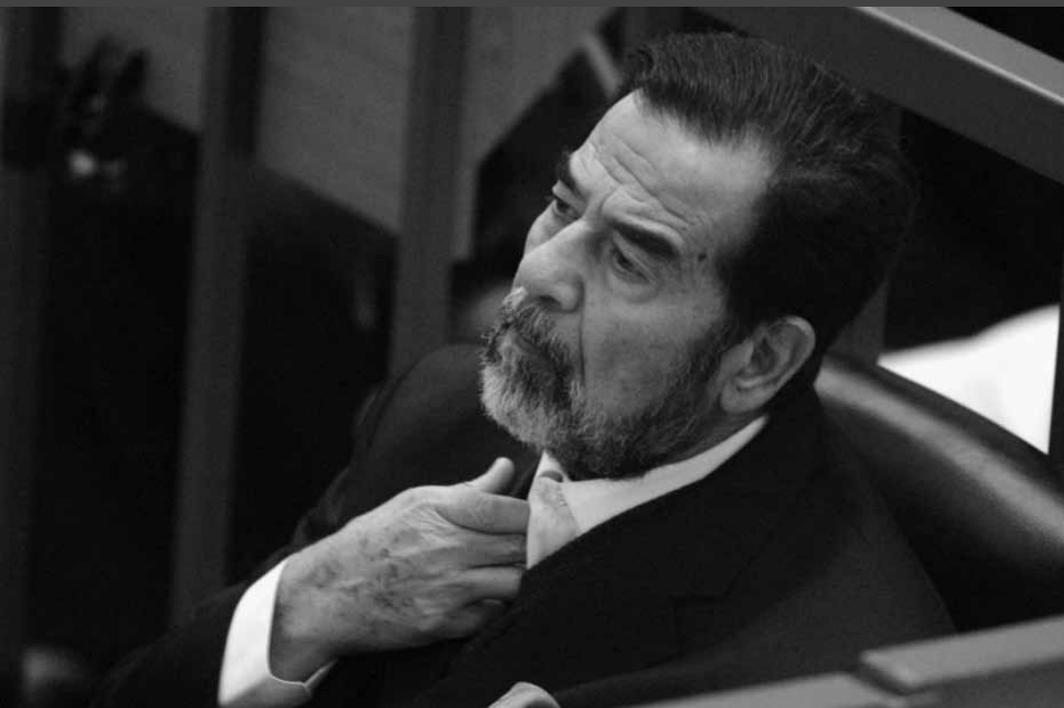
Del mismo modo, cuando tapamos el pequeño hoyuelo del cuello, por donde está la tiroides, lo hacemos porque nos sentimos incómodos emocionalmente, tenemos miedo o algo nos preocupa. Jugar con la corbata en esa región o con el collar, sirve para el mismo propósito.¹⁴ Al igual, cuando nos sentimos oprimidos, tocamos el cuello por la parte de atrás.

Señal de negación

Decir que no girando la cabeza de un lado al otro es una señal que tiene que ver con lo más básico de la humanidad y que, por tanto, es entendible por todos. Surge en cada persona desde que una madre amamanta a su hija o hijo y éste no quiere, sólo gira la cabeza de lado a lado para decir que no.¹⁵

¹⁴ Joe Navarro, *What every body is saying. An Ex-FBI agent's guide to speed-reading people* (Nueva York: Collins Living, 2008), 39-44.

¹⁵ Allan y Barbara Pease, *The definitive book of body language*, 19.



Δ Imagen 3 / Saddam Hussein
(Presidente de Irak 1979-2003)

Fuente: lainformacion.com, http://noticias.lainformacion.com/mundo/muere-hugo-chavez-el-eje-del-mal-de-bush-se-queda-sin-lideres_PXBgmaLFsgNjcw-jaAqdGy2/



Imagen 4 / George W. Bush
(Presidente de EEUU 2001-2009)

*Lo que dicen los hombros*¹⁶

Cuando levantamos un hombro parcialmente, indicamos falta de compromiso o inseguridad y cuando levantamos los dos hombros es que mostramos duda o falta de conocimiento, así como George W. Bush en la Imagen 4, al ser cuestionado.

¹⁶ Joe Navarro, *What every body is saying*, 105.

Fuente: Zimbio, <http://www.zimbio.com/Dead+Certain+The+Presidency+of+George+W+Bush/notes/1/George+W+Bush+Quotes>

*Lo que dicen los brazos*¹⁷

Cruzar los brazos denota que no tenemos tanta apertura y que estamos protegiéndonos de algo o de alguien, formando una coraza frente a nosotros, por lo que, ya sea durante el discurso o cuando esperamos en el presídium, intentemos no hacerlo y mucho menos sujetándolos firmemente con las manos porque reflejamos malestar.

El hecho de cruzar los brazos no exterioriza forzosamente una actitud negativa, aunque efectivamente indica cierto bloqueo pero también puede proyectar autoridad, personalidad y disposición al diálogo, como lo vemos con Barack Obama en la Imagen 5.



Imagen 5 / Barack Obama
(Presidente EEUU 2009- a la fecha).

Fuente: Latino Post, <http://www.latinospost.com/articles/9923/20130118/obama-51-percent-approval-rating-lower-reagan.htm>

¹⁷ Joe Navarro, *What every body is saying*, 93-94 y 111-123.



Imagen 6 / Ronald Reagan
(Presidente de EEUU 1981-1989)

En el momento en que los brazos dejan de tener movimiento al tener un diálogo, igualmente expresamos que estamos en una posición de alerta o atentos, sin embargo, tampoco lo malinterpretemos porque, como vemos en la Imagen 6, también es signo de estar receptivos, en particular si sonreímos y nuestras piernas están ligeramente apartadas, pero si están separadas marcadamente, podría ser percibido como un intento de control o reto.

Fuente: Universidad de Texas, <http://www.reagan.utexas.edu/archives/photographs/official.html>

Lo mismo pasa cuando damos un discurso o escuchamos una pregunta y nos ponemos con las manos en nuestras caderas, haciendo un tipo de triángulo con los brazos, damos una señal que pretende generar dominio, reta al otro o comunica que existen algunos temas que causan incomodidad.



Imagen 7 / Richard Nixon
(Presidente de EEUU 1969-1974)

Fuente: Fine Art America, <http://fineartamerica.com/featured/president-richard-nixon-in-a-press-everett.html>



Imagen 8 / Carlos
(Príncipe de Gales)

Colocar los brazos en la parte de atrás del cuerpo, mientras sujetamos levemente una mano sobre la otra, refleja que tenemos apertura pero que no tenemos el deseo de que la gente se acerque a nosotros.

Fuente: Daily Mail, <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2377773/Royal-baby-Its-fun-grandfather-says-Prince-Charles.html>



Imagen 9 / Álvaro Uribe
(Presidente de Colombia 2002-2010)

Es un signo muy común en la realeza porque denota superioridad, confianza y poder –más si el mentón está hacia arriba–, pero si tenemos la misma postura pero con una mano cogemos la muñeca, mostramos frustración y un intento por controlarnos, a su vez, si la mano sujeta el otro brazo, mientras más alto lo hagamos, delataremos qué tan frustrados o enojados estamos.¹⁸

¹⁸ Allan y Barbara Pease, *The definitive book of body language*, 136-137.

Fuente: Cuban insider, <http://cubaninsider.blogspot.mx/2014/11/unbiased-cuban-news-is-available.html>



Gráfico 2 / Gesto amable
con manos al frente

Fuente: losrecursoshumanos.com, <http://www.losrecursoshumanos.com/los-se-cretos-de-la-comunicacion-no-verbal/>

De manera contraria, cuando los brazos y las manos están pegados frente a nosotros, denotamos inseguridad porque parece que buscamos protegernos.

Pero si colocamos las manos ligeramente cruzadas al frente de nosotros e inclinamos un poco la cabeza, quiere decir que estamos atentos, cómodos y receptivos.¹⁹

*Qué reflejan las manos y los dedos*²⁰

La forma de usar las manos tiene muchos significados por lo que debemos de ser cuidadosos con ellas, especialmente, porque son la herramienta más poderosa que tenemos para transmitir una idea y materializarla en el aire.

Si buscamos que la gente visualice que nosotros estamos tratando de alcanzar algo o sujetarlo, es mejor si lo mostramos por medio de nuestras manos, tal y como lo hacía Martin Luther King para expresar que tenían que luchar por los derechos humanos de los afroamericanos y que debían obtenerlos.

¹⁹ Losrecursoshumanos.com, *Los secretos de la comunicación no verbal*, <http://www.losrecursoshumanos.com/los-secretos-de-la-comunicacion-no-verbal/> (Fecha de consulta: 23 de diciembre de 2014).

²⁰ Joe Navarro, *What every body is saying*, 148-156.

Otra forma en la que las manos marcan el camino o simbolizan una señal de liderazgo durante un mensaje, es usándolas como un ademán que muestre la dirección a donde habremos de dirigirnos o como si cortáramos el aire como una flecha, imprimiendo también decisión.



Imagen 10 / Martin Luther King
(Pastor religioso y activista estadounidense)

Fuente: Dr. Martin Luther King.net, <http://www.drmartinlutherking.net/martin-luther-king-pictures-photos.php?type=speech>



Imagen 11 / Tony Blair
(Primer Ministro británico 1997-2007)

Fuente: Zimbio, <http://www.zimbio.com/pictures/casQsInVVPW/Former+UK+Prime+Minister+Tony+Blair+Gives/JBvTzQh2IRP/Tony+Blair>

Cuando juntamos las manos, tocando las palmas para que las puntas de los dedos se junten, denotamos mucha confianza, además de que generamos un perfil de tranquilidad. De hecho, esa es una postura habitual de Angela Merkel, quien es vista como una mujer centrada, mesurada y capaz de tomar decisiones difíciles en tiempos complicados: es un sello que ha dejado y que demuestra también su liderazgo.



Imagen 12 / Angela Merkel
(Canciller de Alemania 2005-a la fecha)

Fuente: The Star, http://www.thestar.com/business/2012/06/27/eurobonds_the_wrong_solution_to_euro_crisis_merkel_says.html

Al unir las manos y entrelazar los dedos, como en oración, o cuando las frotamos con cierta intensidad, indicamos que estamos preocupados o estresados, como lo refleja la Imagen 13 con Silvio Berlusconi, quien escucha la sentencia de 4 años de prisión del Tribunal Supremo de Italia.



Imagen 13 / Silvio Berlusconi
(Primer Ministro de Italia en varias ocasiones)

Fuente: Hoy x hoy, <http://www.hoyxhoy.cl/2013/08/02/full/4>

En una situación en la que las manos están a la vista, los dedos entrelazados pero con los pulgares hacia arriba, damos la señal de que tenemos pensamientos positivos y que la conversación va por buen camino.



Gráfico 3 / Dedos entrecruzados y pulgares arriba

Fuente: losrecursoshumanos.com, <http://www.losrecursoshumanos.com/los-secreto-de-la-comunicacion-no-verbal/>

Con las manos juntas y levantadas, reflejamos frustración, a pesar de que estemos sonriendo, como en la Imagen 14, puesto que puede significar cierta negatividad o moderación ante lo que estamos escuchando.²¹



Imagen 14 / Cristina Fernández de Kirchner
(Presidenta de Argentina 2007-a la fecha)

²¹ Allan y Barbara Pease, *The definitive book of body language*, 131.

Fuente: The Guardian, <http://www.economist.com/blogs/americasview/2013/05/ten-years-kirchners-argentina>



Imagen 15 / Winston Churchill
(Primer Ministro británico 1940-1945 y 1951-1955)

Los pulgares guardan un lugar importante porque si nos dirigimos a la audiencia y metemos sólo los pulgares a una de las bolsas de los pantalones o el saco, mandamos la sospecha de que nuestro nivel es bajo y que tenemos poca confianza, mientras que si lo hacemos en sentido opuesto, enseñando los pulgares, como en la Imagen 15, denotamos autoridad.

Fuente: Biografías y vidas, <http://www.biografiasyvidas.com/biografia/c/churchill.htm>

Una señal con la que mostramos que no deseamos seguir escuchando a la otra persona o que queremos que se detenga, es extender la mano y ponerla como un signo de alto, como apreciamos en la Imagen 16, en la que vemos que en el debate presidencial estadounidense ambos candidatos, el republicano Mitt Romney y el demócrata Barack Obama, tienen una discusión y ambos buscan frenarse mutuamente.



Imagen 16 / Debate presidencial 2012 en EEUU

Fuente: Global Post, <http://www.globalpost.com/dispatches/globalpost-blogs/highway-2012/presidential-debates-obama-romney-hofstra>



Imagen 17 / Nicolas Sarkozy
(Presidente de Francia 2007-2012)

Como hemos dicho continuamente, el movimiento de las manos debe ser natural y expresar lo que decimos, por lo que, cuando pretendemos denotar fuerza y firmeza, el puño bien cerrado resulta útil y resalta con fortaleza la idea que deseamos expresar.

Fuente: Yahoo news, <http://news.yahoo.com/swords-damocles-threaten-french-comeback-sarkozy-143547340.html>



Imagen 18 / Malala Yousafzai
(Premio Nobel de la Paz 2014)

Al referirnos a nosotros mismos, nos tocamos el pecho con los dedos apuntando hacia éste. También si lo hacemos con la palma de la mano, puede significar agradecimiento.

Fuente: The Guardian, <http://www.theguardian.com/commentisfree/2013/jul/12/malala-yousafzai-united-nations-education-speech-text>



Imagen 19 / Felipe Calderón
(Presidente de México 2006-2012)

Para indicar relevancia sobre lo que nos referimos, apuntemos con el dedo índice hacia el cielo y tratemos de no hacerlo hacia el público porque es bastante fuerte o resulta hasta ofensivo. En la Imagen 10 vemos cómo Felipe Calderón marca la importancia de sus palabras con aplomo y, a pesar de no escucharlo, notamos la fortaleza de su expresión, de manera parecida a cuando lo hacemos con el puño levantado.

Fuente: Animal Político, <http://www.animalpolitico.com/2012/09/la-onu-debe-entrar-en-accion-para-detener-la-ola-de-muerte-calderon/>

Otra forma de señalar que el punto que tratamos es importante, es juntando el dedo índice con el pulgar, como si sostuviéramos algo con cuidado



Imagen 20 / Michelle Bachelet
(Presidenta de Chile 2006-2011 y 2014-a la fecha)

Fuente: Distintas Latitudes, <http://www.distintaslatitudes.net/michelle-bachelet-%C2%BFavances-o-retrocesos-en-materia-de-genero>



Imagem 21 / Dilma Rousseff
(Presidenta de Brasil 2011-a la fecha)

Si hablamos de trabajar en conjunto, juntemos las manos para exteriorizar la unión a la que llamamos con nuestras palabras.

En general, tratemos que nuestras manos comuniquen lo que decimos con el discurso y plasmemos imágenes en el aire para las personas que nos escuchan.²²

²² Revisar el último capítulo en donde se incluye la descripción de un discurso de Barack Obama para ejemplificar el manejo de los gestos, el ritmo, el tono, el volumen y la velocidad.

Fuente: Folha política, <http://www.folhapolitica.org/2014/01/economista-publica-artigo-denunciando.html>

*Que decimos al tocar nuestra nariz, ojos, oreja o cuello*²³

Al mentir, tendemos a tocar nuestra nariz porque al hacerlo el cuerpo secreta los químicos catecolaminas, que hacen que el tejido dentro de nuestra nariz se inflame.

Con los ojos no se secreta ningún químico pero el cerebro de manera inconsciente trata de que los cubramos, como una forma de evitar que veamos a la otra persona mientras mentimos o para bloquear el engaño o la duda.

Del mismo modo, al mentir o estamos ansiosos tocamos el lóbulo de la oreja porque el cerebro también trata de poner un bloqueo ante la mentira que escuchamos o decimos, así que, al igual como cuando tocamos la nariz, al hacerlo con la oreja o la boca, demostramos ansiedad.



Imagen 22 / Barack Obama
(Presidente EEUU 2009- a la fecha)

²³ Allan y Barbara Pease, *The definitive book of body language*, 151-154.

Fuente: Body language success, http://www.bodylanguagesuccess.com/2014_09_01_archive.html

Teniendo otro ejemplo de Barack Obama en la Imagen 23 y su uso del lenguaje corporal, tomaremos un fragmento de un video que, ya sea intencional o no, manifiesta su sentir hacia quien fuera su contrincante en la elección presidencial en 2008, John McCain. Cuando se refiere a él sobre la forma en la que compitió, se rasca varias veces la cara y termina haciendo una seña obscena cuando habla sobre el candidato republicano.



Imagen 23 / Barack Obama
(Presidente EEUU 2009- a la fecha)

Fuente: obtenido de video de internet.

*Cómo distinguir entre el aburrimiento o la evaluación*²⁴

Si una persona se pone la mano o algunos dedos en la cara, no es precisamente porque quiera poner más atención sino porque busca verse como si lo estuviera haciendo mientras que, en realidad, demuestra cierto aburrimiento.

²⁴ Allan y Barbara Pease, *The definitive book of body language*, 156-157.



Imagen 24 / Robert Kennedy
(Fiscal General de EEUU 1961-1964)

A su vez, si se da esta postura pero además el dedo índice apunta hacia arriba, presiona la mejilla y el pulgar sostiene la cabeza, es una señal que indica pensamientos críticos o negativos con lo que esa persona está escuchando, como vemos en la Imagen 24 con Robert Kennedy, quien parece perdido en la plática y sin interés por lo que se discute durante una reunión en la Casa Blanca.

Robert F. Kennedy, Salón de Gabinete, Casa Blanca, Washington, DC a 28 de enero de 1964.

Fuente: Yoichi R. Okamoto en Truthout, <http://truth-out.org/archive/component/k2/item/93205:thinking-about-bobby>



Imagen 25 / Margaret Thatcher
(Primer Ministra británica 1979-1990)

Por el contrario, cuando una persona pone los dedos sobre el mentón y lo frota, quiere decir que está evaluando alguna posibilidad pero si después se cruza de brazos y se hace hacia atrás, hay serias posibilidades de que su decisión sea negativa, y viceversa.

Fuente: The Guardian, <http://www.theguardian.com/science/political-science/2013/apr/09/margaret-thatcher-science-advice-climate-change>

Haciendo referencias en el tiempo

Recordemos que la audiencia nos ve como en un espejo al dirigirnos a ellos, por eso cuando queramos hacer referencias en el tiempo, tengamos en cuenta que habremos de mencionar al pasado con la mano derecha y con la izquierda al futuro porque el público verá al primero con su izquierda y al segundo con su derecha, por lo que ese así tendrá más sentido para ellos.

Por último, como vimos en los párrafos anteriores, busquemos ser muy claros con lo que nuestro lenguaje corporal comunica y hagamos todo lo posible por no distraerlos, porque ya tienen demasiados distractores para nosotros contribuir con más. Si se nos llegara a caer la pluma, queremos estornudar o pasa algo que nosotros podamos controlar, hagámoslo claramente y no dejemos la pluma tirada o hagamos caras por querer contener el estornudo porque la gente se preguntará cuándo la recogeremos o por qué no lo hacemos y podremos perder su atención.



**De la teoría al análisis:
un caso práctico**

Con el ejemplo siguiente se busca que el lector encuentre de manera práctica algunas de las estrategias y los elementos que discutimos durante la obra para que, al analizarlo con calma, los pueda comprender mejor y posteriormente utilizar.

Tomaremos como muestra el discurso de Barack Obama ante la Convención Demócrata en 2004 para presentar a John Kerry como candidato a la presidencia de EEUU, que fue el evento en el que se dio a conocer en Estados Unidos y el mundo tras unas palabras electrizantes, con carisma, fuerza y fondo:¹

“En nombre del gran estado de Illinois [el público aplaude y los ojos de Obama parecen brillar al referirse a su estado], lugar de encrucijadas de una nación [pausa], la tierra de Lincoln, déjenme expresar mi enorme gratitud por el privilegio de dirigirme a esta convención. [Se dirige a la audiencia con gratitud con las manos abiertas.]

Esta noche representa un honor particular para mí porque, digámoslo claro, mi presencia en este escenario es bastante improbable.² [Obama pone su

¹ El texto es una traducción del autor del análisis y comentarios del discurso de Barack Obama que se encuentra en Shel Leanne, *Say it like Obama*, 2-14.

² Cuando habla sobre su padre inmediatamente después de este comentario, lo hace porque se refiere al color de su piel y por lo que ha significado la historia racial en EEUU, particularmente, con los afroamericanos.

mano sobre el pecho como queriendo tocar su corazón y su entonación muestra la ironía de las circunstancias.] Mi padre fue un estudiante extranjero, nacido y criado en un pequeño pueblo en Kenia. Él creció cuidando chivos, fue a una escuela con techos de calamina. Su padre, mi abuelo, era cocinero, un sirviente doméstico para los británicos. [Aprieta los dedos de su mano derecha, señalando el punto.]

Pero mi abuelo tenía sueños más grandes para su hijo. [Obama hace las palmas de sus manos hacia adelante, como midiendo la enormidad de sus sueños.] A través de trabajo duro y de perseverancia mi padre obtuvo una beca para estudiar en un lugar mágico: *América*³ [Las letras itálicas refieren énfasis en sus palabras], visto como el lugar de libertad y de oportunidades para muchos otros que han venido antes. [Su inflexión refleja orgullo patriótico y genera aplausos.]

Mientras que estudiaba aquí, mi padre conoció a mi madre. Ella nació en un pueblo del otro lado del mundo, en Kansas. [Obama hace un gesto con la mano en una dirección, indicando un lugar lejano. Muestra una sonrisa hacia la parte del público que lo vitorea cuando escucha el nombre del estado y los saluda en señal de gentileza.]

Su padre trabajó en plantas petroleras y en granjas

³ Al nombrar a América se refiere a Estados Unidos.

durante la Gran Depresión. El día siguiente de Pearl Harbor⁴ mi abuelo se enlistó para cumplir con su deber, se unió al ejército de Patton, marchó a través de Europa. En casa, mi abuela criaba a una bebé e [énfasis] *iba a trabajar en una fábrica de bombarderos*. Después de la guerra, estudiaron gracias a la Ley G.I., compraron una casa través del FHA y después se mudaron al Oeste, hasta Hawái, en búsqueda de oportunidades.

Y ellos, también, tenían grandes sueños para su hija. Un anhelo común, nacido de dos continentes.

Mis padres no sólo compartieron un amor improbable; compartieron una *fe inquebrantable* [énfasis] en las posibilidades de esta nación. [Obama dice estas palabras con orgullo y reverencia; sus manos se extienden hacia el público, significando la admiración compartida sobre todo lo que Estados Unidos tiene para dar.]

Ellos me darían un nombre africano, Barack, o bendecido [pone su mano sobre su corazón], creyendo que en una América tolerante [aprieta sus dedos con su mano derecha] tu nombre no significa una barrera para el éxito. [Aplausos.]

Ellos me imaginaron yendo a las mejores escuelas del país, a pesar de que no eran ricos, porque en una

⁴ Se refiere al ataque japonés a Pearl Harbor que hizo que EEUU entrara a la Segunda Guerra Mundial.

América generosa no necesitas ser rico [alza la palma de su mano hacia la audiencia para hacer una señal de alto, como si detuviera la idea de que la riqueza es un acusador en contra del éxito] para alcanzar tu potencial. [Aplausos.]

Ambos ya fallecieron. Pero, aun así, sé que esta noche me ven a mí desde lo alto con gran orgullo.

Yo estoy aquí, agradecido por la diversidad de mi legado, consciente de que los sueños de mis padres viven en mis dos preciosas hijas. [Se nota sinceridad en su tono.]

Estoy aquí, sabiendo que mi historia es parte de una historia americana más grande [estira una mano hacia la audiencia], que tengo una deuda con todos aquellos que vinieron antes de mí, y que, en ninguna otra parte del mundo, mi historia sería siquiera posible. [Aprieta los dedos con esas palabras, su voz se llena de orgullo. Hace una pausa mientras que algunos de los asistentes se ponen de pie.]

Esta noche, nos reunimos para afirmar la grandeza de nuestra nación, no por la altura de nuestros rascacielos, o el poder de nuestro ejército, o el tamaño de nuestra economía.⁵ Nuestro orgullo está basado en una simple premisa, resumida en una declaración hecha hace más de 200 años, ‘mantenemos que estas

⁵ Aquí se ve cómo omite cualquier conector para señalar que cada elemento es igual de importante.

verdades son evidentes por sí mismas, [amplifica el tono de su voz ligeramente, diciendo las palabras patrióticas con cuidado y haciendo la letra C en el aire como si las escribiera] que todos los hombres son creados iguales. [Aplausos.] Que son dotados por su Creador de ciertos derechos inalienables. Que entre éstos están la vida, la libertad y la búsqueda de la felicidad’.

Esa [énfasis] *es la verdadera genialidad de América*, [Aplausos], una fe...

Una fe en sueños sencillos, una insistencia en pequeños milagros. Que cuando llevamos a nuestros hijos a dormir en la noche, sabemos que están alimentados, vestidos y a salvo de cualquier daño. Que podemos decir lo que pensamos, escribir lo que pensamos, sin oír a alguien tocando a la puerta repentinamente. [Obama hace como si tocara una puerta imaginaria con su puño.] Que podemos tener una idea y empezar nuestro propio negocio sin tener que pagar, que sobornar a alguien. Que podemos participar en el proceso político sin miedo a la venganza, y que nuestros votos contarán –al menos, la mayor parte del tiempo–. [Su tono se vuelve plano para desaprobador y haciendo referencia a los resultados electorales de la elección del 2000. La audiencia corresponde ese sarcasmo con aplausos, compartiendo su desaprobación.]

Este año, en esta elección, estamos llamados a reafirmar nuestros valores y nuestros compromisos, para mantenerlos en contra de la difícil realidad, y ver cómo nos medimos de cara al legado de nuestros antepasados y la promesa de las futuras generaciones. Y compatriotas –demócratas, republicanos, independientes– les digo algo esta noche: *tenemos más trabajo que hacer* [Obama hace énfasis en las palabras, su tono se eleva como si fuera un reto. Más aplausos.]

Más trabajo que hacer para los trabajadores que conocí en Galesburg, Illinois, quienes están perdiendo sus trabajos sindicalizados de la planta de Maytag que se está mudando a México, y que ahora tienen que competir con sus propios hijos por los empleos que son pagados por 7 dólares la hora. [Su tono muestra desaprobación.]

Más que hacer por el padre que conocí, que perdía su trabajo y que rompía en lágrimas al preguntarse cómo pagaría los \$4 mil 500 dólares al mes para las medicinas que su hijo necesita por no tener servicios médicos en los que él contaba. [Su voz demuestra empatía.]

Más que hacer por la mujer joven del Este de San Luis, y de miles como ella, quien tiene las calificaciones, tiene el empuje, tiene la determinación [hace énfasis en las palabras y pequeñas pausas que dan

fuerza a las mismas], pero que no tienen el dinero para ir a la universidad.

No me malinterpreten. La gente que conozco en los pequeños pueblos y en las grandes ciudades no espera que el gobierno les resuelva todos sus problemas. Ellos saben que deben trabajar duro para salir adelante, y ellos quieren hacerlo. [Recalca las palabras mientras que junta los dedos para acentuar su argumento.]

Vayan a los condados alrededor de Chicago, y la gente les dirá que ellos no quieren que el dinero que pagan en impuestos se desperdicie en alguna agencia de desarrollo social o por el Pentágono. [Al amplificar su tono en estas últimas palabras, lo hace para referirse de manera negativa sobre la Guerra de Irak, dibujando la reacción de la audiencia.]

Vayan a cualquier barrio dentro de las ciudades, y las personas les dirán que el gobierno por sí mismo no puede educar a nuestros hijos para que aprendan. Ellos saben que los padres tienen que enseñar, que los hijos no podrán ser exitosos al menos de que aumentemos sus expectativas [hace la mano hacia arriba para mostrar una barra imaginaria que sube], apagar los televisores y erradicar el estigma que dice que un joven negro con un libro se comporta como un blanco. [Eleva su dedo índice y lo

mantiene así como si reprendiera a alguien.] Ellos lo saben [Aplausos entusiastas.]

La gente no espera que el gobierno resuelva todos sus problemas. [Levanta su mano vertical hacia la audiencia como frenando una acción.] Sin embargo ellos sienten, muy dentro de sí mismos [eleva el puño suavemente y lo mueve en el aire], que con el simple cambio de prioridades [mueve sus dedos de la mano derecha como si estuviera abriendo una perilla para ajustarla], nosotros podemos asegurar que cualquier niño en América tenga un intento decente en la vida y que las puertas de las oportunidades se mantengan abiertas para todos.

Ellos saben [presiona sus dedos, resaltando el énfasis en sus palabras], que lo podemos hacer mejor, [pausa breve] y ellos quieren esa opción.

En esta elección [alza su dedo índice como si fuera un bastón], nosotros ofrecemos esa opción. Nuestro partido ha escogido a un hombre para encabezarnos, que personifica lo mejor que este país tiene para ofrecer. [Se denota orgullo en su tono.] Y ese hombre es John Kerry. [Se tono se vuelve firme y resuelto. Aplausos.]

John Kerry comprende los ideales de la comunidad, la fe y el servicio porque éstos han definido su vida. [Presiona sus dedos para dar peso a cada palabra.] Desde su servicio heroico en Vietnam hasta sus años

como fiscal y vicegobernador, a través de sus dos décadas en el senado estadounidense, se ha dedicado a sí mismo a este país. [Presenta las palmas de las manos hacia arriba como si estuviera mostrando un regalo u ofrenda, subrayando su descripción de la devoción y servicio de Kerry.] Una y otra vez, los hemos visto tomar decisiones difíciles cuando las fáciles estaban disponibles. Sus valores y su trayectoria afirman aquello que es mejor en nosotros. [Varía su tono y amplifica su volumen.]

John Kerry cree en una América en la que el trabajo duro se recompensa. Así que en vez de ofrecer exenciones fiscales a empresas que se llevan los empleos al exterior [Obama mueve su mano hacia la derecha], él se las otorga a compañías que crean los trabajos aquí en casa. [Mueve sus manos hacia la izquierda como si cambiara cierto objeto al lugar a donde pertenece, significando lo mucho que Kerry daría para lograr la alternativa de generar empleos en EEUU.]

John Kerry cree en una América en la que *todos* [énfasis] los americanos puedan pagar el mismo seguro médico que los políticos en Washington pagan para ellos mismos. [Aplausos.]

John Kerry cree en la independencia energética, para que no seamos rehenes de las ganancias de las compañías petroleras o el sabotaje en los campos

petroleros. [Obama mueve su mano en señal de alto].

John Kerry cree en las libertades constitucionales que han hecho a este país la envidia del mundo entero y él nunca sacrificaría nuestras libertades básicas ni tampoco nuestra fe como una presión para dividirnos⁶. [Hace una pausa para los aplausos.]

Y John Kerry cree que en un mundo peligroso, la guerra debe ser una opción en algunas ocasiones [apunta con el dedo índice en el aire para denotar importancia], sin embargo ésta no debe ser la *primera* [énfasis] *elección*. [Aplausos.]

Hace poco tiempo, conocí a un joven llamado Shamus en un salón de VFW (siglas en inglés que significan veteranos de guerra) en East Moline, Illinois. Él era un joven de buen ver, entre 1.88 y 1.91 metros, ojos claros, de una sonrisa amable. [La textura de su tono es anhelante, como con admiración.] Él me dijo que se uniría a los marinos y que se dirigiría a Irak la semana siguiente.

Conforme lo escuchaba explicarme por qué se había enlistado, la fe absoluta que tiene en nuestro país y sus líderes, su devoción para con su deber y servicio, pensé que este joven representa lo que cualquiera de nosotros desearía para un hijo [dice estas palabras con afecto y ternura]. Pero me pregunté: ¿nosotros

⁶ Aquí sin hacer referencia directa, hace una crítica al gobierno de George W. Bush.

estamos sirviendo a Shamus de la misma forma en la que él nos sirve?

Pensé en los 900 hombres y mujeres, hijos e hijas, esposos y esposas, amigos y vecinos que no regresarán a sus ciudades natales. Pensé en las familias que he conocido y que se las tienen que arreglar sin el ingreso completo de un ser querido o de aquellos que uno de sus seres queridos ha regresado sin algún miembro o los nervios destrozados pero que todavía le faltan los beneficios de salud a largo plazo porque eran reservistas. [Se denota desilusión en su voz. Aplausos.]

Cuando nosotros mandamos a nuestras mujeres y hombres jóvenes al peligro, tenemos la obligación solemne [pone la palma de su mano sobre su corazón] de no endulzar los números [alza la mano en señal de alto] u ocultar la realidad del por qué están yendo; de ocuparnos de sus familias cuando están lejos [señala con el dedo índice para enfatizar la importancia]; de atender a los soldados a su regreso y a nunca [pausa] jamás [amplifica su voz fuertemente] ir a la guerra sin las suficientes tropas para ganarla, asegurar la libertad y ganar el respeto del mundo. [Resalta las palabras, amplificando cada una para darle más peso. La audiencia se para en ovación.]

Ahora, déjenme ser franco. [Obama mueve su dedo índice en el aire.] Nosotros tenemos enemigos reales

en el mundo. Estos enemigos deben ser encontrados. [Presiona sus dedos. Una breve pausa da gravedad a sus palabras.] Deben ser perseguidos [el gesto de su mano resalta la importancia de perseguir] y deben ser vencidos. [Presiona sus dedos en estas palabras, resaltando su importancia.]

John Kerry lo sabe. Y así como el *Teniente* [énfasis] Kerry no dudó al arriesgar su vida para proteger a los hombres con los que sirvió en Vietnam, el Presidente [énfasis] Kerry no dudará un momento en usar nuestro poder militar para tener a América segura y protegida.

John Kerry *Cree* [énfasis] *en América*. Y sabe que no es suficiente que sólo algunos de nosotros prospere-mos. Junto con nuestro famoso individualismo, hay otro ingrediente en la saga americana, la creencia que todos estamos conectados como un solo pueblo. Si hay un niño en la parte sur de Chicago que no puede leer, eso me afecta a mí, aún si ese niño no es mío.

Si en algún lugar hay un adulto mayor que no puede pagar sus prescripciones médicas y tiene que escoger entre su medicina o la renta, eso hace mi vida más pobre, aún si él no es mi abuelo.

Si hay una familia árabe-estadounidense que está siendo rodeada sin el beneficio de un abogado o del debido proceso, eso amenaza mis libertades políticas.

Es esa creencia fundamental –yo soy el guardián de mi hermano⁷ [eleva el tono todavía más y su voz suena con rectitud moral mientras que corta el aire con su mano], yo soy el guardián de mi hermana [corta el aire con su mano nuevamente, haciendo contacto visual con la otra parte de la audiencia], eso hace que este país trabaje. [Su tono aumenta de manera reflectante.]

Es lo que nos permite perseguir nuestros sueños individuales pero al mismo tiempo ir juntos como una sola familia estadounidense: E pluribus unum. [Enuncia las palabras con cuidado, dobla sus dedos de la mano derecha haciendo una C, como moldeando las letras para que la audiencia las vea y hace una pausa dramática.] De entre muchos, uno. [Baja su tono para enfatizar la traducción y dobla sus dedos de la mano izquierda como una C, haciendo nuevamente como si pusiera las palabras en el aire.] Ahora, incluso mientras hablamos, hay quienes se preparan para dividirnos, los maestros mediáticos y vendedores de anuncios negativos que hacen suya la política del todo es válido.

Pues bien, esta noche yo les digo, no hay una América liberal [énfasis] y una América conservadora [amplifica su volumen, burlándose de los términos]:

⁷ Hace referencia directa a la Biblia, en la parte del antiguo testamento, Génesis, cuando Caín responde con la pregunta de si él es el guardián de su hermano Abel. Que cite en esta parte la Biblia, le da mayor peso a sus palabras.

hay los Estados Unidos de América. [Obama enuncia cada letra y palabra de manera cuidadosa, en inglés lo resalta de la siguiente forma, U-ni-ted-States-of-A-mer-i-ca, mientras tanto mueve sus dedos como si escribiera en cursiva. Aplausos.]

No hay una América *negra* [énfasis] y una América *blanca* [énfasis] y una América latina y una América asiática; hay los Estados Unidos de América. [Nuevamente enuncia las palabras y sílabas con cuidado, dándoles un impacto dramático. Aplauso.]

A los expertos les gusta analizar detalladamente a nuestro país entre los estados rojos o los estados azules. [Su tono suena burlón sobre esta práctica.]

Los estados rojos para los republicanos, los estados azules para los demócratas. Pero para ellos también les tengo noticias. [Levanta su dedo índice, castigando a los expertos.] Nosotros adoramos al mismo Dios maravilloso [subraya las palabras, alzando las manos y amplificando su voz para significar la grandeza de Dios] en los estados azules y no nos gusta que haya agentes federales hurgando en nuestras bibliotecas en los estados rojos. [Aumenta su cadencia dramáticamente, resaltando el punto. Aplausos.]

Nosotros entrenamos en las ligas infantiles en los estados azules y, sí, tenemos algunos amigos gays en los estados rojos. [Aplausos]

Estos son los patriotas que se opusieron a la guerra

en Irak y hay patriotas que apoyaron la guerra en Irak. [Aplausos]

Nosotros somos *un* [énfasis] pueblo, todos nosotros [énfasis] prometiendo lealtad a las barras y las estrellas, todos nosotros [énfasis] defendiendo [pausa] a los Estados Unidos de América. [Nuevamente usa sus dedos como si escribiera en cursiva, resaltando las sílabas del país como en la ocasión anterior. La audiencia está electrizada y empieza a corear su nombre.]

Al final, es sobre lo que se trata esta elección. ¿Participamos en la política del cinismo [su tono de voz se vuelve plano para demostrar desaprobación] o participamos en la política de la esperanza? [Obama aumenta su tono, sonando optimista y expectante. La multitud grita “esperanza” como si participaran en un ejercicio de llamado y respuesta.]

John Kerry nos llama a tener esperanza. John Edwards nos llama a tener esperanza. No me refiero a un optimismo ciego o la ignorancia casi intencional que piensa que el desempleo desaparecerá si tan sólo no pensamos en éste o que la crisis del sistema de salud se solucionará por sí mismo sólo si la ignoramos. De eso no estoy hablando. Estoy hablando de algo más substancial. [Énfasis.] Es la *esperanza* [énfasis] de los esclavos sentados alrededor de una fogata cantando canciones de libertad; la *esperanza*

[énfasis] de los inmigrantes zarpano a costas lejanas; la *esperanza* [énfasis] de un joven teniente patrullando valientemente el Delta del Mekong; la *esperanza* [énfasis] del hijo de un molinero que se atreve a desafiar las posibilidades; la *esperanza* [énfasis] de un niño flaco [énfasis] con un nombre chistoso [lleva la palma de su mano al pecho, indicando que se refiere a sí mismo] quien cree que América también le tiene un lugar a él. [Estira las palmas de sus manos hacia la audiencia, misma que se enloquece en adulación, el aplauso se extiende.]

Esperanza [énfasis] ante la adversidad [amplifica sus palabras dando a entender su aprobación por la reacción de la audiencia], *esperanza* [énfasis] ante la incertidumbre, la audacia de la *esperanza*. [Sube su volumen.]

Al final, ese es el regalo más grande que Dios nos da, el *cimiento* [énfasis] de nuestra nación, la *creencia* [énfasis] en las cosas que no hemos visto, la *creencia* [énfasis] de que vendrán días mejores. [Se nota pasión en su voz.]

Yo creo [énfasis] que podemos darle alivio a nuestra clase media y brindarles a las familias trabajadoras un camino hacia las oportunidades.

Yo creo [énfasis] que podemos proveer empleo a los desempleados, casas a los indigentes y arrancar de la violencia y la desesperación a los jóvenes en ciudades por toda América.

Yo *creo* [énfasis] que tenemos un viento favorable detrás de nosotros y mientras que estamos en las encrucijadas de la historia, podemos tomar las decisiones correctas y enfrentar los retos que tenemos por delante.

¡América! [Énfasis] ¡Esta noche! [La intensidad de su tono llama a cumplir un reto, logrando un crescendo.] Si sientes la misma *energía* [énfasis] que yo; si sientes la misma *urgencia* [énfasis] que yo; si sientes la misma *pasión* [énfasis] que yo; si sientes el mismo *optimismo* [énfasis] que yo; si hacemos lo que debemos hacer, entonces no tengo la menor duda de que todos a lo largo del país, de Florida a Oregon [usa la mano para cortar el aire], de Washington a Maine [nuevamente corta el aire con la mano, aumenta su inflexión y usa las manos para mostrar la geografía que nombra], la gente se levantará en noviembre, y John Kerry tomará protesta como presidente. John Edwards jurará como vicepresidente. Y este país reclamará su promesa. Y después de esta oscuridad política, vendrá un día más soleado.

Muchas gracias a todos. [Estira su brazo y ondea la mano despidiéndose.]

Que Dios los bendiga.

Gracias”.

Bibliografía

- Davis, Flora. *La comunicación no verbal*. España: Alianza Editorial, tercera edición, 2010.
- Detz, Joan. *How to write & give a speech*. Nueva York: St. Martin's Griffin, 2002.
- Ekman, Paul. *Emotions revealed. Recognizing faces and feelings to improve communication and emotional life*. Nueva York: Henry Holt and Company, 2007.
- Ekman, Paul. *Telling lies*. Nueva York: Norton and Company, 2009.
- Esenwein, Berg. *The Art of public speaking by Dale Carnegie*. Estados Unidos: Project Gutenberg, 2005.
- Fletcher, Leon. *How to speak like a pro*. Nueva York: Ballantine Books, 1996.
- Ford-Brown, Lisa. *DK Guide to Public Speaking*. Boston, MA: Allyn & Bacon, 2012.
- Leanne, Shel. *Say it like Obama and win*. Nueva York: McGraw Hill, 2012.
- Navarro, Joe. *What every body is saying. An Ex-FBI agent's guide to speed-reading people*. Nueva York: Collins Living, 2008.
- Pease, Allan y Barbara. *The definitive book of body language*. Nueva York: Bantam Books, 2006.

Artículos en medios electrónicos

- Viana, Israel. "Nixon vs. Kennedy: el día que cambió la televisión y la política. *ABC*, 5 de octubre de 2014. <http://www.abc.es/20121004/elecciones-estados-unidos/abci-kennedy-nixon-debate-201210041220.html> (Fecha de consulta: 7 de enero de 2015).

Sitios de internet

- Biblioteca presidencial y museo John K. Kennedy, Discurso inaugural del Presidente John Fitzgerald Kennedy. <http://www.jfklibrary.org/JFK/Historic-Speeches/Multilingual-Inaugural-Address/Multilingual-Inaugural-Address-in-Spanish.aspx>
- Biblioteca presidencial y museo John K. Kennedy, Discurso de John F. Kennedy en la Universidad de Rice.
- <http://www.jfklibrary.org/Asset-Viewer/MkATdOcdU06X5uNHbmqm1Q.aspx>
- Biblioteca presidencial y museo John K. Kennedy, Discurso de John F. Kennedy en la Plaza Rudolph Wilde, Berlín Occidental, Alemania.
- http://www.jfklibrary.org/Asset-Viewer/oEX2uqSQGEGIdTYgd_JL_Q.aspx
- Centro Nacional para el Estudio de la Política Pública, El derecho de las mujeres a sufragar por Susan B. Anthony.
- <http://www.nationalcenter.org/AnthonySuffrage.html>
- Figuras literarias. <http://figurasliterarias.org/> (Fecha de consulta: 17 de noviembre de 2014).
- The History Place. Discurso de Ronald Reagan en Berlín, Alemania. <http://www.historyplace.com/speeches/reagan-tear-down.htm>
- Tonos Revista electrónica de estudios filosóficos, Discurso durante la marcha sobre Washington, DC.
- <http://www.um.es/tonosdigital/znum7/relecturas/Ihaveadream.htm>
- La Casa Blanca. Discurso del Presidente Barack Obama en su visita a México. <http://www.whitehouse.gov/the-press-office/2013/05/03/remarks-president-people-mexico>

- Losrecursoshumanos.com. Los secretos de la comunicación no verbal. <http://www.losrecursoshumanos.com/los-secretos-de-la-comunicacion-no-verbal/> (Fecha de consulta: 23 de diciembre de 2014).
- Retóricas. <http://www.retoricas.com> (Fecha de consulta: 17 de noviembre de 2014).
- Obama Speech Archive. Discurso de la Victoria en la noche electoral de 2008. <http://talklikebarack.blogspot.mx/2009/01/election-night.html>
- Obama Speech Archive. “Un llamado para servir” Discurso, Monte Vernon, Iowa, EEUU. <http://talklikebarack.blogspot.mx/2009/01/call-to-serve.html>
- Obama Speech Archive. Discurso de apertura de la Convención Demócrata. <http://talklikebarack.blogspot.mx/2009/01/call-to-serve.html>
- Twain Quotes, Maxim. <http://www.twainquotes.com/Maxim.html> (Fecha de consulta: 5 de enero de 2014).
- Youtube. Steve Jobs, Discurso de ceremonia de graduación en la Universidad de Stanford, California. <https://www.youtube.com/watch?v=DclK49wrjeI>

SEMBLANZA

Carlos J. Guízar es internacionalista por la Universidad Anáhuac, maestro por la Hertie School of Governance de Berlín, Alemania, e inició el Doctorado en Humanidades por su Alma Mater.

En el ámbito del discurso, ha sido *speechwriter* o coordinador de discurso de Gustavo Madero, Presidente Nacional del PAN; Isabel Miranda de Wallace, Presidenta de Alto al Secuestro, así como de legisladores federales. Además, ha sido capacitador en oratoria y discurso de miembros del Cuerpo Diplomático acreditado en nuestro país y de funcionarios de embajadas y consulados en México.

Entre otras responsabilidades, ha sido Coordinador de Discurso y Análisis Político de la Presidencia Nacional y Director de Relaciones Internacionales del Comité Ejecutivo Nacional del PAN, Delegado de México ante la Asamblea General de la ONU, Asesor en la Oficina del Embajador de México en China, Consultor legislativo en temas internacionales y de discurso y Asesor de la Presidencia y Secretaria Ejecutiva de la Confederación Parlamentaria de las Américas.

También es autor de los libros *Transición democrática y política social en México. Creando Oportunidades para una mejor democracia* y *Humanismo sin fronteras. Migración hispana en EEUU*; a su vez, ha escrito alrededor de 50 artículos en revistas en México, Uruguay y Alemania. Además, ha sido catedrático universitario y conferencista en temas de migración, discurso político, relaciones internacionales y desarrollo social.

Fue seleccionado por el Departamento de Estado de EEUU para participar en el Programa de Visitantes Líderes Internacionales (IVLP) sobre la Política Exterior estadounidense en el Hemisferio Occidental, al que asistieron 12 líderes con mayor potencial de América Latina, siendo el único mexicano.

Participó en el Programa de Visitantes Iberoamericanos FAES-CES en España y Bélgica, organizado por la Fundación para el Análisis y los Estudios Sociales presidida por el expresidente español José María Aznar y el Centro para Estudios Europeos del Partido Popular Europeo. Del mismo modo, fue representante de México en la Reunión de Jóvenes Líderes de América Latina con el Partido Comunista Chino y en el Foro de Cooperación China-América Latina, celebrados en China.



Manual de discurso político
Técnicas de escritura y comunicación efectiva
se terminó de imprimir en enero de 2015
en los talleres de Editores e Impresores FOC
S.A de C.V.
Calle Los Reyes No. 26
Col. Jardines de Churubusco, 09410
México D.F.
Tel.: 5633 2872 Fax: 5633 5332
e-mail: luzfoc@prodigy.net.mx

La formación estuvo a cargo de:
Silvia Monroy Vázquez / Retorno Tassier

Cuidado editorial:
Carlos Castillo

El tiro es de 1000 ejemplares



Para la Fundación Rafael Preciado Hernández, en su esfuerzo por contribuir a la capacitación en temas de índole política, la aparición de este ejemplar representa el refrendar un compromiso con la sociedad en general y con la clase política en particular, dotándoles de un texto ameno, cercano y práctico, con el cual es posible trazar los pasos para estructurar una comunicación asertiva, convincente y efectiva, en un tiempo en el que la palabra debe mantener su capacidad de transformar nuestra realidad como país.