

Elaboración del mensaje de defensa y promoción

Elija un medio¹

Los mensajes de promoción pueden adoptar muchas formas, entre las que se incluyen las siguientes:

- Publicaciones en redes sociales
- Publicaciones de blog
- Videos
- Reuniones con personas que toman decisiones
- Cartas al editor
- Cualquier otro medio donde pueda llegar a una audiencia

Involucre el corazón y la cabeza

- Las personas entienden el mundo tanto a través de su corazón como de su cabeza. De hecho, el corazón suele ser el motor más poderoso.
- Para que las personas actúen, su mensaje de defensa y promoción debe llegar a sus corazones (a través de historias y experiencias personales) y mentes (a través de hechos, cifras y datos).

Incluya los ingredientes clave

- Un mensaje dirigido a un público objetivo
- Una descripción clara del problema y la explicación de por qué es un problema
- Hechos y cifras
- Historias y ejemplos de la vida real
- Una conexión emocional atractiva
- Soluciones simples y concisas
- Respuestas a preguntas o desafíos comunes
- Una pregunta: ¿qué acción desea que realice el destinatario?

¹ Save the Children Action Network's [Advocacy for Kids Training: Elevator Pitches](#)

Cree su discurso de presentación

Un discurso de presentación es un tipo común de mensaje de defensa y promoción que se usa cuando un orador tiene un período de tiempo muy corto para estimular el interés de alguien (generalmente, menos de 1 minuto). Todo lo relacionado con la creación de un mensaje se aplica al discurso de presentación, pero también debe considerar los siguientes factores:

La pregunta

Con un discurso de presentación, la pregunta suele ser para captar el interés de la persona y establecer una conversación de seguimiento más larga.

Su audiencia

Generalmente, adaptará su mensaje a audiencias específicas, pero es posible que tenga oportunidades inesperadas para presentar su trabajo de defensa y promoción, por lo que es inteligente crear un discurso de presentación “estándar” que sea muy atractivo.

Corazones sobre mentes

Como tiene poco tiempo y las emociones son muy poderosas, concéntrese más en llegar al corazón de la persona en vez de su mente (historias convincentes sobre hechos).

El mejor discurso de presentación con Vanessa Van Edwards

¿Alguna vez se pone ansioso al responder esta pregunta? ¿O tal vez está tan acostumbrado a que le hagan esta pregunta que se aburre de responderla? Si responde “sí” a cualquiera de las preguntas anteriores, este video es para usted.

Su discurso de presentación es increíblemente importante: su nivel de compromiso aumenta el impacto y la posibilidad de que lo recuerden. En este video, le enseñaré el lenguaje corporal y las habilidades en el trato personal que puede usar para hacer que su discurso de presentación sea interesante, inolvidable e influyente.



Intercambio estratégico: haga conocer su historia²

Al igual que si se preparara para una prueba, deberá estudiar y prepararse para todos y cada uno de los eventos. Conocer su audiencia es importante, pero conocer su pasado y cómo hablar de él de manera efectiva es fundamental.

Ahora, tal vez piense que conoce su propia historia y cómo contarla, pero podría sorprenderse de lo que puede suceder. Imagínese que fue a un evento sin prepararse antes y le hicieron una pregunta, como la edad que tenía cuando entró por primera vez en un hogar de acogida temporal. Le dice a la gente que tenía nueve años, pero en un evento posterior le dice que tenía ocho. Esto se debe a que entró a ese hogar cuando faltaban dos semanas para que cumpliera nueve. Quizá esto le parezca un problema pequeño, pero cualquier incoherencia en su historia afectará su credibilidad. ¿Qué pasaría si les dijera a las personas que fue adoptado pero que la adopción fracasó? Las personas pueden asumir que su adopción fracasó debido a sus problemas de comportamiento, cuando en realidad fracasó debido a las necesidades de salud física de su padre adoptivo. **Es importante que sepa cómo su audiencia podría recibir o interpretar su historia.** Al prepararse, puede evitar mejor la confusión o los estereotipos negativos y el estigma.

Estudiar su tema también le permite incorporar datos y estadísticas a su historia personal. Decir que tiene una necesidad de salud mental diagnosticable es una cosa, pero decir que usted, como el 20 % de todos los jóvenes en Estados Unidos, tiene una necesidad de salud mental diagnosticable es otra. **Cuando podemos usar nuestras historias como ejemplo de un problema mucho más grande que se debe abordar, entonces podemos tener un impacto verdadero.** Recuerde que, cuando abogamos a nivel comunitario, compartimos nuestras historias en nombre de cientos de miles de jóvenes.

Al estudiar su tema, es importante que elija los límites con cuidado. Supongamos que está en un evento y está hablando de la primera vez que ingresó en un hogar de acogida temporal. Hace una pausa porque hablar sobre el miedo que sintió mientras la policía lo llevaba le provoca recuerdos emocionales y tiene que tomarse un momento para recuperar la compostura. Si hubiera estudiado su tema y lo que quería decir, habría sabido si hablar de esto era algo que lo pondría emocional. Cuando elija sus límites, **recuerde cuál es el propósito del evento y cómo se relaciona su historia con su audiencia.** ¿Es necesario que escuchen información de la que le cuesta hablar? El mejor consejo para tomar esta decisión es que **no use este discurso, presentación o evento para hablar sobre problemas emocionales difíciles que no haya abordado anteriormente en un entorno terapéutico.** Esta es una de las formas más rápidas de agotarse o, peor aún, volver a traumatizarse. Sin embargo, a veces puede sentir que, a pesar del riesgo, vale la pena compartirlo para que la audiencia aprenda. En este caso, debe prepararse e incorporar esto en su plan de seguridad. Siempre puede hablar con un adulto de confianza de antemano para asegurarse de que sea apropiado compartir algo.

² Fuente: National Federation of Families for Children's Mental Health and Pathways RTC.
<https://www.pathwaysrtc.pdx.edu/pdf/pbStrategicSharingGuide.pdf>

Primero, debe hacerse estas preguntas:

1. De mis diversas experiencias personales, ¿cuáles se relacionan mejor con mi audiencia y mi propósito?
2. ¿Cómo podría mi audiencia interpretar esta información?
3. ¿Qué datos y estadísticas respaldan mis experiencias o se relacionan con estas?
4. ¿Me siento cómodo compartiendo estas experiencias?
5. ¿Algo de lo que estoy compartiendo será un detonante para mí?

