


RESPUESTA EN CLIMA Y AMBIENTE PARA LA SALUD EN LAS AMÉRICAS

Breve guía para escribir a la gran audiencia

Taller

29 de septiembre, 2022

Angelo Attanasio
Editor de Latinoamérica21

 COLUMBIA
MAILMAN SCHOOL
OF PUBLIC HEALTH
GLOBAL CONSORTIUM
ON CLIMATE AND
HEALTH EDUCATION



Objetivos de aprendizaje

- Establecer la estrategia más eficaz para ordenar las ideas que se quieren comunicar.
- Utilizar técnicas y herramientas de escritura para llegar a una amplia audiencia no especializada, sin perder el rigor científico.
- Elaborar un texto divulgativo con base en lo aprendido en el taller

1. LA IMPORTANCIA DEL STORYTELLING

¿Para qué sirve este taller?

A aprender algunas técnicas para:

- Ordenar las ideas
- Escribir con facilidad, y, sobre todo,
- Atrapar la atención del lector, sin perder el rigor científico

¿Cuál es la mejor estrategia para lograrlo?

Usar el **STORYTELLING**. Es decir, contar historias.

¿Por qué? Porque las historias se recuerdan, los datos no.

Cada vez que escuchamos una historia, en el cerebro humano se empiezan a segregar **oxitocina** y **dopamina**, los neurotransmisores ligados al placer y a la atención humana.

Aquí está el secreto: hay que excitar esos neurotransmisores **desde las primeras líneas de un texto**.



2. CÓMO EMPEZAR UN TEXTO DE FORMA ATRACTIVA

Chi ben comincia è a metà dell'opera

La mejor estrategia para captar la atención del lector es producir desde el principio en su cerebro una **catarata de preguntas** que necesiten respuestas.

Ejemplos:

1. “El día en que lo iban a matar, Santiago Nasar se levantó a las 5.30 de la mañana para esperar el buque en que llegaba el obispo”.

“Crónica de una muerte anunciada”, *Gabriel García Márquez*

2. “Trate de usar su cabeza para multiplicar por dos el número 8.388.628. ¿Lo puede hacer en unos segundos? Existe un chico que puede duplicar estas cifras hasta 24 veces en cuestión de segundos. No falla nunca. Hay otro niño que puede decirle el tiempo exacto en cualquier momento del día, incluso cuando está durmiendo. Hay una niña que puede determinar las medidas exactas de un objeto situado a ocho metros de distancia. Hay otra niña que a los seis años trazaba unos dibujos tan vivos y poderosos que consiguió tener su propia galería de arte en la Avenida Madison, en Nueva York. Pero estos niños ni siquiera podían aprender a atarse los zapatos. En realidad, ninguno de ellos tenía un coeficiente de inteligencia más allá de 50.”

“**Brain Rules**”, *John Medina*

Una de las razones del éxito de este libro es que atrapa desde las primeras líneas con esta técnica: **despertar muchas preguntas.**

Los textos de revistas científicas famosas y leídas en todo el mundo como Scientific American o Nature tienen estas características.

3. “Vo' Euganeo era, hasta hace un mes, un bonito pueblo como muchos en la región de Véneto, en el norte de Italia. Incrustado en las laderas de unas colinas volcánicas, a media hora en auto de la ciudad de Padua, Vo' era famoso por su vino prosecco, su parque natural y los cercanos establecimiento termales. Pocos habrían imaginado que este idílico escenario se convertiría en pocas semanas en uno de los primeros epicentros de la epidemia de covid-19 en Italia. Y menos aún son los que podían siquiera pensar que Vo' Euganeo sería el escenario de un "experimento científico único". A principios de febrero Adriano y Renato, dos vecinos de esta localidad de unos 3.300 habitantes, estaban internados en un hospital de la zona por una pulmonía...”

“Coronavirus en Italia: el pueblo que logró contener la expansión del virus con un experimento “único en el mundo”, BBC News Mundo

4. “Cuando nos imaginamos la playa nos viene a la mente el movimiento de las olas, los partidos de fútbol en la arena o las risas de los niños chapoteando en la orilla. Sin embargo, no somos conscientes de que nuestras playas están sufriendo lo que se conoce como “estrés costero”.

[El deterioro de las playas afectará a algo más que sus vacaciones](#), *Omar Defeo & Irene Torres*,

L21



Latinoamérica21. BUSCAR ES BR EN

POLÍTICA ECONOMÍA SOCIEDAD PODCAST PUBLICACIONES L21 QUIÉNES SOMOS EQUIPO L21 COLUMNISTAS

3 OCTUBRE, 2021

El deterioro de las playas afectará a algo más que sus vacaciones

» OMAR DEFEO

Artículos más leídos

El “descubrimiento” de Machu Picchu y el duelo de relatos
by » PHILIPPE RAPOSO

La realidad del salario en Venezuela
by » PH9 MEDIO DIGITAL

Del 18 de Octubre al 18 de Brumario en Chile
by » PABLO POLICZER

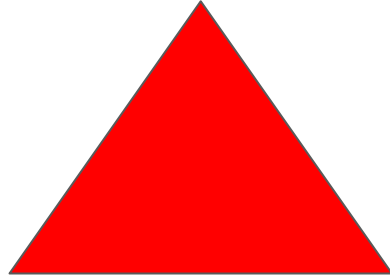
Bukele, reelección y caudillismo
by » IGNACIO ARANA

Bolivia y sus eternos conflictos sociales
by » JOSÉ ORLANDO PERALTA

Nuestra Newsletter

En los 4 ejemplos anteriores hay un **elemento en común**: las preguntas o, dicho de otra forma, el **problema**, lo que atrapa la atención, está **al principio**.

PROBLEMA



EXPLICACIONES

Dificultad para los académicos a la hora de escribir:

buscar dar un cuadro amplio y detallado, y luego analizar los casos concretos.

La **mejor táctica** para hablar a grandes audiencias:

hablar del caso o los casos concretos y luego explicar el contexto, las evidencias, los resultados, etc.

(exactamente lo contrario).

PARTICULAR > GENERAL

EJERCICIO 1

Teniendo en cuenta lo que hemos comentado hasta ahora, escriban el **primer párrafo** de un texto de su ámbito científico.

Truco: intenten no usar tópicos como, por ejemplo, “Vivimos en un país...”, “A lo largo de las últimas décadas...”, “Como todo el mundo sabe...”, “Sorprendentemente” o otros adverbios que acaban en -mente, etc.

3. ORDENAR LAS IDEAS

Una vez que tengamos el comienzo, ¿cómo estructuramos el texto?

Claramente, no existe la receta para el éxito asegurado. Pero hay estrategias que funcionan.

- **GANCHO**
- **DEFINICIÓN DEL PROBLEMA**
- **DATOS QUE LO SOSTIENEN**
- **DESARROLLO**
- **PROPUESTA**
- **RIESGOS**
- **COMPARACIONES**
- **CONCLUSIÓN**

Otra estrategia útil es dividir el contenido de sus textos en puntos claves. En otras palabras, crear **listas**.

- Es un truco cognitivo para controlar la mente: el cerebro procesa más fácilmente en trozos.
- Las listas ahorran tiempo a quien escribe y a quien lee.
- Escribir un texto en forma de lista nos obliga a ser más concretos.

Un ejemplo clásico:

Los diez mandamientos de Moisés.

Para no salirnos de su ámbito de investigación, miren estos ejemplos:

- [Qué es el cambio climático: 10 términos fundamentales para entender el fenómeno](#) (BBC Mundo)
- [Lo que necesitas para entender el bosón de Higgs en cinco preguntas](#) (Muy Interesante)
- [Diez claves sobre el Curiosity antes de su aterrizaje en Marte](#) (ABC)

EJERCICIO 2

Escojan un tema que conocen bien e intenten explicarlo en 5 puntos clave.

4. 10 TRUCOS PARA ESCRIBIR UN TEXTO ATRACTIVO

1. NO deshumanizar el texto. Intentar que las historias contengan un/una **protagonista humano**.
2. NO escribir frases largas. Cada párrafo tiene que contener **una sola idea** (o, al máximo 2). Pero tampoco escriban como si se tratara de un telegrama.

Ejemplo:

“Esta frase tiene cinco palabras. Aquí hay otras cinco palabras. Está bien escribir frases así. pero muchas juntas suenan monótonas. Escucha lo que está ocurriendo. La lectura se vuelve aburrida. El sonido empieza a zumbar. Es como un disco rayado. El oído pide más variedad. Ahora, escucha. Varío de longitud de la frase y creo música. Etc.”. *Gary Provost*

3. NO exceder en las abstracciones. Intentar ser lo **más concretos posibles** utilizando metáforas, símiles, ejemplos, comparaciones.

Ejemplos:

- En su libro “*Breve historia del tiempo*”, Stephen Hawking usa 62 veces la expresión ‘ejemplo’, 450 veces la palabra ‘como’ y 105 preguntas directas.
- Decir “16,838 millones de personas” no ayuda a la comprensión. Decir “2 veces la población de Nueva York”, sí.

4. **NO usar muchas palabras largas.** Cuanta más letras contiene una palabra, más difícil es la lectura y la comprensión.

5. NO usar verbos y sustantivos negativos o de prohibición. Siempre que se pueda, escribir en forma **positiva**.

6. **NO a las parejas** de sustantivos y adjetivos: elegir solo uno de los dos.

7. **NO exceder con los porcentajes.**

- Decir el “66%” equivale a decir “2 de cada 3”.

8. **NO tener miedo a las repeticiones del sujeto.** Al contrario, muchas veces esto ayuda a no perder el hilo.

9. NO usar terminología específica cuando hay sinónimos de **uso común.**

- Cloruro de sodio, cloruro sódico, NaCl > sal común

10. Recuerda: para escribir bien no hay que escribir complicado. Cuando tengas tu texto, hazte esta pregunta: **¿Mi padre/madre/hijo/amigo lo entendería?**

5. CÓMO ACABAR

Acabar un texto es igual de complicado que empezarlo. Hay que escribir **un párrafo o una frase que sostenga todo el conjunto como una enorme columna**. Un texto con un buen cierre aumenta la calidad, sobre todo si esas líneas finales repiten la idea central. Los lectores esperan esa conclusión. Y si no llega, se enfadan.

Si están en dificultad, aquí hay algunas fórmulas básicas para acabar:

- La frase célebre. Pero, atención, que no sea un tópico, un refrán, un lugar común.
- La cita de alguien entrevistado para ese artículo o investigación.
- La alerta, en la que avisamos de un peligro inminente. Ej: “Si no lo hacemos así, entonces pasará esto...”.
- La idea concentrada. Una definición que condense el sentido del texto.
- Retomar el inicio

EJERCICIO 3

Acaben su texto con una o máximo 2 frases.

Referencias

- *Will Storr, The Science of Storytelling: Why Stories Make Us Human and How to Tell Them* Bett, William Collins, 2019
- *Eduardo Vara, Érase una vez en tu cerebro. Cómo y por qué disfrutas tanto con algunas historias*, Ariel, 2022
- *Roberto Herrscher, Periodismo narrativo. Cómo contar la realidad con las armas de la literatura*, Universitat de Barcelona, 2012
- *María Angulo Egea, Inmersiones. Crónica de viajes y periodismo encubierto*, Universitat de Barcelona, 2017