

AJUSTANDO FINAMENTE ALGUNOS VIEJOS REFRANES

Revisando consejos clásicos para el éxito al hablar en público

Por: Tomás Leech

Los has estado escuchando por años; los consejos honrados por el tiempo para oradores:

1. *La práctica hace la perfección.*
2. *Una imagen vale más que mil palabras.*
3. *La apariencia a menudo proclama al hombre.*

Sí, estos viejos refranes parecen tener guías que sería inteligente que los presentadores les pusieran atención. Sin embargo, tus resultados pudieran ser mejores si los examinas más de cerca y los modificas un poco para hacer este consejo clásico más práctico. A continuación 12 (doce) de estos consejos que, con una afinación, valdrá la pena que los apliques en tus próximos discursos.

CONSTRUYE UNA MEJOR TRAMPA Y EL MUNDO LLEGARÁ POR ELLAS A TU PUERTA. De Ralph W. Emerson, este consejo a menudo se cita para aquellos que tienen una muy buena nueva idea. Sí, es muy importante construir mejores aparatos. Pero muchos emprendedores en ciernes han hecho eso; han trabajado duro en sus discursos para sus potenciales partidarios y no han encontrado que el mundo llegue a tocarle a sus puertas. Pudiera ser más efectivo si cambiamos a: "CONSTRUYE UNA MEJOR TRAMPA Y EL MUNDO NO HARÁ NADA HASTA QUE LO CONVENZAS QUE ESTO ES CIERTO Y NECESARIO." Aquí es donde la comunicación y las presentaciones entran, puesto que son herramientas valiosas para compartir una historia ganadora al 'mundo,' en este caso a aquellos con dinero.

ENCUENTRA UNA NECESIDAD Y SATISFÁCELA. Éste ha sido un favorito desde hace mucho tiempo en el mundo de las ventas (y todos los oradores públicos *están vendiendo*, lo vean o no lo vean de esta manera). Así que todo lo que necesitas hacer para convencer a tu *audiencia/ clientes* es encontrar 'una' necesidad. ¿Qué si es una pequeña necesidad? Sí, la satisfaces, pero eso no puede ser o suficiente-

mente importante. Un mejor principio para tener éxito pudiera ser, 'ENCUENTRE LA NECESIDAD ADECUADA Y SATISFÁGALA.' Pero, ¿esto será suficiente? Muchos presentadores persiguiendo contratos competitivos, por supuesto, han propuesto una solución para satisfacer las necesidades claves de sus clientes, pero aún así no se ganan ese negocio. Para completar este axioma para tener éxito, agregue una frase más: 'MEJOR QUE LA COMPETENCIA.'

ES MEJOR DARLE UNA REPASADA QUE ESTÉ MUY ESTRUCTURADO. Esta es una frecuente razón fundamental de oradores que no se preparan lo suficiente debido a que están seguros que sus historias y estilos son tan buenos, que no tienen que prepararse o que están muy ocupados o son flojos. He escuchado este 'consejo' de gerentes que van a una junta de revisión, diciendo, "NO ES MÁS QUE OTRA JUNTA MÁS, NO HAY NECESIDAD DE PREPARARSE" y luego ser tomados por sorpresa por sus jefes o clientes con ciertos puntos. He visto a otros aplicar este refrán y terminar dando un discurso incoherente, la cuestión clave descuidada y una conclusión vagamente planteada. Plática agradable, pobre resultado.

NO PUEDE SALIR MAL CON EL PLAN 'DÍCELOS' 3 VECES. Muchos están familiarizados con el concepto institucional "DILES LO QUE LES VAS A DECIR, LUEGO, DÍSELOS Y CIERRA DICIÉNDOLES LO QUE LES DIJISTE." De hecho, este no es un mal sistema de hacerlo. Si se aplica mejor, intensificará el control sobre algunos esbozos de discursos. Sin embargo, si se aplica a todos los discursos, pudiera ser contraproducente para algunos.

Un discurso clásico exitoso que no siguió este principio

fue proporcionado por Shakespeare en su discurso por Marco Antonio, empezando probablemente con la línea de apertura mejor conocida en la historia: "Amigos Romanos, conciudadanos, escúchenme..." la audiencia de Marco acababa de ser enardecida por el último orador, el famoso Bruto, conspirador, que creía que el asesinato de Cesar era algo bueno. Ahora venía Antonio, queriendo convencerlos de lo contrario, que los asesinos deliberadamente fueron hombres perversos que debieron ser colgados de un poste. Así que él deliberadamente "no les dijo lo que les iba a decir." En vez de eso, maniobró cuidadosamente ganándolos a su causa haciéndolos que persiguieran a los conspiradores con sangre en sus ojos.

Así que si tu audiencia es contraria a tu punto de vista, no seas muy evidente de tus opiniones al inicio a menos que quieras que te empiecen a aventar tomates rápidamente.

A TODOS LES GUSTA UNA HISTORIA. Pocas cosas agregan más interés y relevancia a un discurso que una buena historia. Los grandes oradores a lo largo de la historia han aplicado este principio para tener un éxito inmediato y un valor duradero. También si la atención de la audiencia debido a la sobrecarga de información o la irrelevancia, a menudo puedes captar de nuevo la atención con una buena historia. Grandes comunicadores contemporáneos, tales como Paulo Harvey con su "el resto de la historia," Garrison Keillor con sus cuentos del lago de Wobegon, y John Cleese con sus animados videos de entrenamiento que recurren a escenarios del tipo del Monte pitón, en gran parte son exitosos debido a sus habilidades para contar historias.

Así que, si incluya historias en tu estuche de orador. Sin embargo, aplica estas tres advertencias para evitar que tu historia fracase: a) asegúrate que se vincule claramente con el tópico que se está discutiendo; b) ten cuidado con lenguaje étnico o sexista; c) dilo bien. Mark Twain nos demostró cómo no contar una historia con un cuento aparentemente interminable que se desvía de su curso una docena de veces hasta que él se quedó dormido.

UNA IMAGEN VALE MÁS QUE MIL PALABRAS.

¿Qué tan a menudo has escuchado esto?

Proveedores de

de presentaciones o diseñadores gráficos de hardware o software especialmente son propensos a introducir esto en sus anuncios, tratando de vender el valor bien probado que una buena ilustración puede comunicar mejor sólo las palabras. Muchos presentadores ejemplifican totalmente este principio con el uso extensivo del PowerPoint u otros programas gráficos.

Un colega y yo estábamos en una gran audiencia escuchando a un alto ejecutivo que hablaba vigorosamente del progreso de su compañía y de sus planes usando una presentación de alta calidad de PowerPoint. En una de sus diapositivas retóricamente pregunto, "Bien, ¿qué está mal con esta imagen?", refiriéndose a una tendencia industrial. Mi amigo y yo inmediatamente comentamos en voz baja el uno al otro, ¡Lo que está mal es que no podemos leerla!

O, ¿qué si una imagen es mil palabras (tantas como parezcan ser)? O ¿si una presentación preparada en computadora usa muchas imágenes, pero terminan con tantos tratamientos curiosos que confunden o se ganan la antipatía, más que informar o convencer a su audiencia? Un artículo bien-citado del Wall Street Journal reportó cómo altos ejecutivos militares se están disgustando por tantos ardis en las presentaciones que les proyectan.

LA PRÁCTICA HACE LA PREFECCIÓN. Al hablar, los ensayos son, por supuesto, importantes para el éxito. Pero, *¿cuánto mejorarás si aplicas técnicas pobres y no te das cuenta de ello?* Si yo puedo practicar mi swing de golf todos los días, veré algo de mejora. Pero, *¿Cuánto mejoraría si una persona con conocimientos me señalase que mis manos no están agarrando bien el mango del palo de golf apropiadamente?* "Oh, nunca pensé en ello." Esto es porque un ensayo general o tres con un entrenador o un TM experimentado puede mejorar al presentador, producto y el resultado. *Cambia* esta por: "LA PRÁCTICA, CON RETROALIMENTACIÓN ÚTIL, HACE LA PERFECCIÓN (O CIERTAMENTE MEJOR)."

VÍSTASE PARA EL ÉXITO: Una vez más, una buena regla a seguir. Nosotros hacemos juicios rápidos y duraderos acerca de la apariencia del orador, siendo la

ropa uno de los principales factores, demostrando ~~esto~~ ~~que~~ ~~quiere~~ ~~decir~~? Al hablar, definitivamente de los primeros consejos de Shakespeare el *entusiasmo* es una importante cualidad. Pero si apariencia a menudo proclama al hombre." ~~Así~~ ~~es~~ ~~la~~ ~~esencia~~ ~~de~~ ~~ello~~, probablemente no te visto a oradores

bien vestidos con ropa confeccionada por sastres y oradores con fracasar estrepitosamente y oradores con vestimenta no adecuada profesionalmente triunfar admirablemente. El principio es válido, asumiendo que el resto del paquete es sólido. LA APARIENCIA VALE POCO CUANDO EL DISCURSO ES PÉSIMO.

ABRIR CON UN CHISTE. Los oradores exitosos han descubierto una variedad de formas para abrir una presentación, siendo la más popular contar chistes o anécdotas divertidas. La idea es despertar a la audiencia y ponerlos en un estado receptivo. Las mayores banderas de aviso al abrir con un chiste son a) ¿Lo puedes contar bien? ¿Es único para el tópico? ¿Será ofensivo para la audiencia, posiblemente? Asegúrate no contar un chiste que hayas descubierto en Internet; las probabilidades son que tus oyentes ya lo hayan visto (o escuchado).

Un ejecutivo corporativo probó la idea de abrir con un chiste con una importante audiencia de negocios con 200 gentes interesadas. A la mitad del chiste, él empezó a hablar más despacio, luego hizo una pausa, y de repente gotas de sudor aparecieron en su frente. Su próxima línea fue '¿Pueden poner la primera diapositiva?' Todos sabemos lo que acaba de pasar, algo que probablemente nos ha pasado a la mayoría de nosotros – se le olvidó la gracia del chiste. Pocos de nosotros recordamos después de lo que su presentación se trató, pero de seguro recordamos su tropiezo al abrir con un chiste. Y sospecho que él nunca probó ese método otra vez.

EL ENTUSIASMO SOLO LOS CONVENCE. De regreso a Emerson: 'JAMÁS NADA GRANDIOSO FUE ALCANZADO SIN ENTUSIASMO.' Un contra axioma a menudo está más cercano de la validez: "*Muchas palabras y poca acción raramente funciona.*" (esto es excepto para políticos, esquemas para hacerse ricos, curas milagrosas y las súplicas de mándanos tu dinero y salva tu alma). Probemos una más, de Shakespeare: '*Es u cuento contado por un idiota, lleno de sonido y furia, y no dice nada.*'

audencia.

LOS DATOS HABLAN POR SÍ MISMOS. Los TM, probablemente, no estén de acuerdo con este axioma, pero a menudo se le oye a aquellos que creen que el contenido lo es todo y la forma de expresarlo es secundaria. Es representativo el orador técnico o financiero con muchas diapositivas con información detallada, explicadas de manera monótona mientras se dirige a la pantalla más que a la audiencia. La amplia experiencia y la investigación muestran la importancia de dar bien el discurso, especialmente el lenguaje corporal. Si tienes dudas, recuerda la mayor atención, definitivamente no positiva, dada a la presentación de debates más recientes en los debates presidenciales en USA a) en el 2000, los ojos caídos y suspiros de Al Gore; b) en el 2004, las expresiones faciales malhumoradas de George Bus. Ambos candidatos corrigieron estos estilos no-verbales negativos en sus segundos debates.

NO PUEDES ENSEÑARLE UN TRUCO NUEVO A UN PERRO VIEJO. En las sesiones de entrenamiento y capacitación, algunas veces los participantes recitarán esta gema como su razón fundamental para apoyar su resistencia para hacer las mejoras necesarias a sus capacidades para hablar. Ellos casi orgullosamente seguirán la justificación de Kent de *resistirse al cambio* en la obre de Shakespeare el Rey Lear: 'Señor, yo también yo estoy muy viejo para aprender.' Si esta actitud permanece, ellos se están perdiendo el avanzar. Hace unas pocas décadas atrás, en mi Club TM, recuerdo a un nuevo miembro, en sus 50's poco a poco se iba sintiendo más cómodo con su forma de ir hablando, diciendo 'Esto es muy útil. ¿Por qué no empecé a hacerlo hace 25 años?' Bueno, al menos él lo estaba haciendo ahora, evidentemente no muy viejo para aprender.

En resumen, sí, pon atención en estos eslóganes pegajosos que han resistido la prueba del tiempo para mejorar el éxito al hablar. Y refínalos como una garantía para hacerlos aún más valiosos. Considera una de los consejos básicos de Steven Covey, "Afila

esas viejas sierras." (Ya puedes refunfuñar.) [Saw:
refrán; sierra]

Tomás Leech es autor de varios libros. Es
orador y entrenador de presentaciones. Su Web
site es www.winning-presentations.com