

Los HECHOS conmueven nuestras mentes, pero
Las HISTORIAS enternecen nuestros corazones.

Beyond the Bullet Point

Por: Carolyn Callan, ATM-B

Cualquiera de nosotros que haya trabajado en el mundo de los negocios sabe que muchas presentaciones nos ponen a dormir más rápido que un trago de medicamento para dormir.

¡Ahí está el proyector de acetatos otra vez! ¡OH, ahí está ese folleto! ¡Mira a José Orante mostrar unas diapositivas de PowerPoint, cada una muestran 4 ó 5 puntos – y luego terminamos. Éstas son informativas, pero en verdad, dame esas diapositivas. Las puedo leer de regreso a casa en muchos menos tiempo. Cuando voy a esas presentaciones, me gustaría que alguien saliera detrás del podium y conmocionara el salón!

Cuando los miembros de mi club completan sus 10 primeros discursos y reciben su certificado de Toastmaster competente (CTM, por sus siglas en inglés), les hablo de los manuales avanzados: *Hablando para Informar, Discursos Gerenciales, Relaciones Públicas*, etc. Cuando les menciono el de 'Contando Historias', muchos se les pone la mirada en blanco. ¿El manual de Contando Historias? ¿Acaso tenemos bibliotecarios en el grupo?

No, mi amigo, *Contar Historias*, no es nada más para niños. Algunos TM que compiten en los campeonatos de oratoria de TM cuentan cuentos, pero, ¿qué tan frecuente la gente de negocios realmente está aprovechando esta útil herramienta? *No lo suficiente.*

A todo el mundo le encanta una buena historia. Abogados, políticos, maestros, vendedores, oradores profesionales todos usan historias. Las historias nos dan entendimiento de la naturaleza humana y de la vida. Nos hacen llorar nos hacen reír. *Los hechos conmueven nuestras mentes, pero las historias enternecen a nuestros corazones.*

Así que vaya más allá de este punto y agarre esta herramienta vital de nuestra caja de herramientas de hablar en publico: *El Contar Historias.*

* CUENTE HISTORIAS PARA INSPIRAR, PERSUADIR, MOTIVAR O ENTRETENER.

El fuego enemigo explotó sobre nuestras cabezas a medida que un joven marinero le daba vueltas al bote para ayudar a sus amigos soldados en Vietnam. Él extendió su brazo herido a un hombre que trataba de mantenerse a flote en el delta del Mekong y lo sacó a un lugar seguro en la embarcación. La historia de Jim Rassman, el hombre cuya vida fue salvada, fue transmitida a millones de hogares estadounidenses y cambió el curso de la vida política. El joven marino recibió la medalla de bronce por su heroísmo, fue uno de los contendientes para la presidencia de los Estados Unidos, John Kerry, cuya debilitada carrera política fue revivida al contar esta historia. Si el *Contar Historias* puede cambiar una campaña presidencial, definitivamente puede transformar tus presentaciones.

¿Trabajas con ingenieros de software? Cuéntales una historia de un joven ingeniero que empezó una compañía en la cochera de su casa y como Microsoft ha cambiado al mundo. ¿Estás en ventas? Habla de la mayoría de los vendedores exitosos en tu compañía y porqué han triunfado. Usa historias para realzar los puntos que quieras hacer, un mensaje que quieras mandar.

* CUENTA UNA HISTORIA DE TU PROPIA EXPERIENCIA.

P. P. Pinkerton, un contador profesional de historias y ex – ejecutivo corporativo entretuvo a la gente de nuestro club con una historia titulada, 'Un amigo de Polaroid'. Él cautivó a la audiencia con su cuento de un hombre excéntrico que tomaba un tren comunal de Connecticut a Nueva York tomando fotografía de las

manos de la gente. Es un buen ejemplo de un cuento de un ejecutivo corporativo que viaja todos los días para ir a trabajar pudo contar. Tú también puedes encontrar historias coloridas y gente en tu vecindad.

- **UN GESTO SIGNIFICA MÁS QUE DARLE VUELTA A UNA TRANSPARENCIA EN EL PROYECTOR DE ACETATOS.**

Los escritores dependen de las palabras para comunicar, pero los contadores de historias también deben saber cómo usar efectivamente los gestos, expresiones faciales y tonos de voz. Usa estas herramientas para dar una presentación más enérgica y vigorosa.

Cuando Pinkerton contó la historia del amigo de la Polaroid en nuestro club TM, él se sentó en una silla e hizo como si trajera un periódico. Sus ojos se abrieron al describir cómo el hombre miraba en su dirección. Luego él se cambió de sitio alejándose del hombre, y la audiencia se carcajeaba a medida que nos imaginábamos la escena en nuestras mentes. La historia no hubiera sido tan efectiva si él sólo se hubiera parado enfrente de la sala.

¡No sólo le digas a la audiencia de los clientes difíciles con los cuales has trabajada; párate ahí y demuéstrelas! Sigue adelante y usa las voces y las peculiaridades de los clientes, amigos y familiares de quienes estás contando la historia.

- **ESCUCHA A LOS CONTADORES DE HISTORIAS PROFESIONALES.**

Hay festivales de contar historias para adultos que se hacen en Estados Unidos y posiblemente en otros países del mundo, donde tú puedes aprender más acerca de esto y disfrutar del arte profesional de contar historias. Habla con alguien que sea contador de historias y pídele sus opiniones. *¿Qué es lo que hace a una historia buena? ¿Quién es bueno y por qué? ¿Qué libros debes leer y que cintas debes escuchar? ¿A qué contadores de historias debes observar y emular?*

- **USA DESCRIPCIONES Y DIÁLOGO.**

Si tu audiencia puede ver, oír, oler las imágenes en la escena, ellos pueden visualizar mejor e imaginarse la historia. En Un Amigo de Polaroid, se describe por

Pinkerton, cómo estaban acomodados los asientos en el tren, los otros pasajeros, la forma que los viajeros sostenían los periódicos, la cámara que el hombre iba cargando y cómo tomaba las fotografías. Él usa los detalles adecuados para ayudar a visualizar la historia.

Más adelante en la historia, El Amigo de la Polaroid le dice a los otros viajeros, "La mano humana es la parte más hermosa del cuerpo, ¿no lo cree?" Un pequeño diálogo nos dice que es lo que buscaba y la audiencia aullaba en carcajadas.

- **NO MEMORICE UNA HISTORIA, VISUALÍZELA.**

Cuando empiezas a trabajar con una historia, léela completamente de manera cuidadosa. ¿Qué es lo importante? ¿Qué quieres enfatizar?

Si memorizas un cuento y luego se te olvida una palabra, tu mente puede que se quede en blanco. En vez de eso, visualizas las escenas como un guión gráfico y descríbelo a la audiencia. Recuerda oraciones y puntos clave que te sacarán adelante.

- **PREPÁRATE PARA LA PRESENTACIÓN.**

La mayoría de los contadores de cuentos practican su cuento docenas de veces – hasta que es natural. Como contador de historias, puedes utilizar el dar pasos de un lado a otro y el ritmo para comunicar el mensaje a tu audiencia. Practica en voz alta con una grabadora. ¿Cómo te oyes? ¿Tus pasos son muy lentos o muy rápidos? ¿Has cambiado el tono de voz? Ahora practica con otros TM's solidarios – probablemente ellos te señalen algunos puntos que no detectaste.

- **NO SE TRATA DE TI, SE TRATA DE LA AUDIENCIA.**

No te preocupes de lo que la audiencia pudiera estar pensando. Tienes una gran historia que contar, un importante mensaje que transmitir. Si te concentras en tus oyentes, eres menos propenso a sufrir pánico. Y cuando estés relajado y seguro, la audiencia se sentirá más cómoda y estará más receptiva.

Antes de la presentación, pasa unos momentos solo. Escucha una música relajante en el fondo y visualízate dando una presentación y sintiéndote bien después de darla.

- **CREA Y USA NUEVAS HISTORIAS.**

Uno de mis compañeros TM recientemente me dijo que

“Uno de nuestros vendedores en nuestro departamento ha estado diciendo la misma historia enlatada por años, y nos vuelve locos”.

La vida es muy corta y demasiado interesante para seguir utilizando el mismo viejo material. Ese vendedor debe tener docenas de historias para contar acerca de sus años de experiencia – *lo mismo que tú.* Así que mantén tus ojos abiertos para historias frescas y sabe que la mayoría de los contadores de cuento tienen al menos 20 ó 25 historias en su repertorio, listas para usarse, dependiendo de la audiencia.

Así que, de vez en cuando, bájate del podium y despierta un poco a la audiencia. *¡Cuenta una historia!*

Traducido del artículo: **Beyond the Bullet Point.** De la revista ‘**The TOASTMASTER**’, July 2005, por Javier Córdova González. Gob Area 12. Silvia Zamora M. Presidenta del Comité de Traducciones, Periodo 2005-06.

C. Callan, ATM-B, es miembro del Club 2785 en Norwalk, Connecticut.