

Los directivos "hacen mucho teatro"

ExpresArte aplica técnicas teatrales para mejorar la comunicación de los ejecutivos

MIGUEL ÁNGEL GARCÍA VEGA

Teatro, lo tuyo es puro teatro", dice una conocida canción. Seguramente a más de un ejecutivo le habrán venido a la memoria estos versos al encontrarse sobre las tablas del Teatro Leganés, de Madrid, forzado a aprender técnicas teatrales con las que mejorar así su capacidad de expresión en público. Como explica Isabelle Laurent, una de las responsables junto a Pascale Bang-Rouhet, de ExpresArte, la empresa que organiza estos singulares cursos "casi todos los ejecutivos que vienen llegan obligados por su empresa. Pero al finalizar los seminarios terminan disfrutando y con ganas de repetir". "Y es que la mayoría" —continúa— "no saben expresarse, les tiembla la voz, las manos... en algunos casos, incluso, nos han confesado que para evitar los nervios que pasan cuando hablan en público recurren a los tranquilizantes".

La verdad es que resulta difícil imaginarse a un director de marketing o a un director general de algunas importantes multinacionales afincadas en España aplicando técnicas teatrales (como las que se pueden aprender en el famoso Actor's Studio de Nueva York) a la presentación de los resultados económicos de su empresa o a la presentación de un nuevo producto.

Sin embargo, ésta es la singular actividad de ExpresArte. Una empresa creada hace año y medio por dos francesas amantes del teatro: Isabelle y Pascale. En el caso de esta última había sido actriz en Francia durante más de diez años —"pero allí si no tienes padrinos es difícil triunfar", se queja— y tiene la singularidad de estar doctorada en la Universidad de la Sorbonne, de París, en Técnicas modernas del juego del actor.

La experiencia profesional de esta emprendedora es, al menos, variada. Desde vender fotocopia-

doras de la casa Toshiba hasta desempeñar varios puestos de responsabilidad en empresas de comunicación y publicidad.

Ahora bien, ¿cómo están recibiendo las empresas esta propuesta tan novedosa? Por las tablas del Teatro Leganés han pasado ya unos 120 ejecutivos pertenecientes a 30 compañías. Andersen Consulting, Cartier, Hertz, Tiempo BDO, Avis, Philip Morris, Deutsche Bank, Renault... se han subido ya al escenario.

Los seminarios duran cuatro días y se imparten en grupos máximos de seis personas. ¿En cuanto al precio? Alrededor de 1.900.000 pesetas si se realiza en grupo. En caso de ser personalizado la cantidad es de 380.000 pesetas. Puede parecer alta, sin embargo, Isabelle Laurent defiende este importe: "Son cuatro días de formación pero realmente son siete, ya que hacemos varias entrevistas anteriores al ejecutivo y cuando termina el seminario le redactamos un *dossier* personal

en el que analizamos su capacidad comunicativa".

La imagen en el teatro es importante, por eso los participantes en el curso cuentan con un estilista que les asesora sobre "cómo sacarle mayor partido a su aspecto", explican al alimón Isabelle y Pascale.

Ya se sabe que en tiempos electorales pocas cosas hay tan imprescindibles como la imagen. Por eso está en marcha también un seminario denominado Coaching, que enseña individualmente técnicas de expresión en público (e imagen) a empresarios de primer nivel y políticos. Por ahora esta iniciativa no cuenta con alumnos "pero tenemos mucha fe puesta en ella", señalan las responsables de ExpresArte. Lo que si parece estar más atado es En Vivo, un curso de "preparación y entrenamiento" (sic) para ruedas de prensa e intervenciones televisivas, que será impartido por la popular presentadora de Canal + Ana García Sñeriz.