

Subirse a un escenario y utilizar las técnicas teatrales es lo más innovador para aprender a hablar en público. Amparo Polo lo explica.

El buen directivo necesita un poco de teatro

HABLAR en público es, posiblemente, una de las peores experiencias que muchos recuerdan. El miedo a la mente en blanco es lo peor, pero no lo son menos los sudores de manos, los tics nerviosos, la boca seca y el balanceo del cuerpo mientras se habla. Pocos de los que recuerdan haber pasado esta angustia en algún momento podrían



Los ejecutivos creen que en un discurso lo único importante es el contenido.

imaginar que una de las fórmulas más innovadoras para mejorar esta habilidad es utilizar técnicas teatrales. Rubén Díaz, comercial de Decaux Mobiliario Urbano, una empresa de publicidad exterior, era consciente de que sus intervenciones en reuniones de trabajo eran algo sosas, llenas de datos y muy concretas, sin concesiones a bromas o anécdotas. Tenía un discurso *tierra*, como luego supo, y nunca en su vida se había subido a un escenario. Uno de los ejercicios que tuvo que hacer en el curso de expresión personal fue imitar a Hitler mientras daba uno de sus discursos. "Después de hacer eso me di cuenta de que no era tan difícil poner un poco más de pasión cuando tuviera que hablar en público", dice. Su discurso ahora intenta tener algo más de *fuego* (agresividad) y de *aire* (anécdotas que permiten mantener la atención del público).

En España, ExpresArte es una de las primeras empresas que ha conseguido demostrar que estas técnicas funcionan. "He visto a muchos hombres y mujeres de negocios perder

su credibilidad cuando empiezan a hablar en público", dice Pascale Bang-Rouhet que, junto a Isabelle Laurent, ha puesto en marcha esta compañía. "Los ejecutivos piensan que el contenido es lo único importante en un discurso y se olvidan de la interpretación que deben darle", añaden estas dos mujeres que ya

■ La sonrisa, la compostura y el estar relajado contribuyen a un buen discurso

han trabajado en España con empresas como Andersen Consulting, Deutsche Bank, Renault y Cartier.

La diferencia

Ante un mismo nivel de conocimientos, las cualidades personales de los directivos y su forma de acercarse al auditorio marcan las diferencias. Por eso, comunicar bien no es sólo dar una buena información. La compostura, la sonrisa en un momento o en otro, los ges-

tos de nerviosismo y la forma de respirar resultan decisivas. De todo esto saben mucho los actores profesionales... y, a partir de ahora, también los directivos. "Para un ejecutivo, estar en un escenario supone enfrentarse a una situación límite, donde tienes que superar tensiones, hacer el ridículo y aceptar la crítica del grupo que te está viendo actuar", dice Amalia Rodríguez, directora de Compensación y Beneficio de Philip Morris, que también ha pasado por el curso y ha mandado a otros trece directivos de la compañía. "Lo importante es que un ejecutivo sepa utilizar todos los recursos posibles, dependiendo de quién sea su auditorio", indican en ExpresArte. No es lo mismo hablar ante el consejo, que ante la red de ventas, ni tampoco se actúa igual ante los accionistas que ante los clientes. Lo que siempre debe tenerse en cuenta es que seriedad no es sinónimo de credibilidad y que en una intervención hay que mostrarse siempre cercano a quienes te escuchan.

Respirar antes de hablar

Jean Louis Paccalin, director general de Decaux Mobiliario Urbano, se considera un buen orador, pero encabezó el grupo de siete personas de su empresa que asistió al curso de técnicas teatrales. Además de intentar mejorar la forma de hablar de todos los asistentes, Paccalin reconoce que perseguía un objetivo muy concreto: ver cómo se desenvolvía la nueva directora de Marketing que había elegido para su empresa. "En un ambiente tan hostil como el del escenario supo estar a la altura y ganarse la confianza del resto del equipo", indica. En este tipo

de cursos, que empiezan a ser frecuentes en Francia y Reino Unido, la relajación es uno de los aspectos clave. Los asistentes reconocen que uno de los ejercicios que permiten mejorar la forma de enfrentarse a un auditorio es identificar los puntos físicos de tensión y aprender a relajarlos a través de la respiración. Isabelle Laurent explica que a la hora de hablar en público también es esencial contar con una imagen que permita al orador mostrarse seguro de sí mismo. "El público se fija constantemente y tú hablas, pero tu cuerpo transmite mensajes".