

exclamatio

Oratoria Estratégica

Tips, Noticias & Ideas



Para comunicarse mejor en público

A nuestros lectores

"Un gran tirador no es más que un tirador mediocre que nunca dejó de practicar" Andrew Matthews

*Sin duda que todo lo aprendido y asimilado durante las horas de entrenamiento, puede ampliarse con otros elementos. Ejercicios complementarios, artículos de interés, notas, nuevos tips, sugerencias, entrevistas, links a videos, etc. Este es el objetivo del newsletter. Acercarles a Uds. herramientas que los ayuden a ser cada vez mejores oradores y presentadores. Simplemente brindarles algunas sugerencias más para aplicar - tal vez - a alguna presentación puntual, a un proceso de aprendizaje iniciado, o de otras circunstancias en donde deban hacer uso de la palabra. Es nuestra intención que este medio de difusión acorte distancias, ahorre tiempo y sobre todo difunda conocimientos e información. Estamos seguros que Andrew Matthews - escritor contemporáneo y autor de la frase del comienzo - no se molestará si en este caso reemplazamos su frase por esta otra: **"Un gran orador no es más que un orador mediocre que nunca dejó de practicar"***

Bienvenidos a Tips, Noticias & Ideas

Contenido

5 Tips para mejorar la dinámica y el desplazamiento.....	2
La riqueza de la coma.....	2
Algunos secretos de las presentaciones de Steve Jobs.....	3
Curiosidades de Steve Jobs.....	3
Citas célebres para guardar en la biblioteca.....	4
El Protagonista	5

5 Tips para mejorar la dinámica y el desplazamiento



LA RIQUEZA DE LA COMA

Una coma puede ser una pausa

No, espere.

No espere.

Puede hacer desaparecer su dinero

23,4

2,34

Puede crear héroes

Eso sólo, él lo resuelve.

Eso, sólo él lo resuelve.

Puede ser la solución.

Vamos a perder, poco se resolvió.

Vamos a perder poco, se resolvió.

Cambia una opinión

No queremos saber.

No, queremos saber.

La coma puede condenar o salvar.

No tenga clemencia.

No, tenga clemencia.

**TENGA CUIDADO:
UNA COMA HACE LA
DIFERENCIA ENTRE 2 PUNTOS
DE VISTA**

1. **Desplácese hacia un lugar clave y manténgase ahí hasta terminar de desarrollar un tema.** Si tiene tres temas claves, elija tres puntos en el espacio. El tamaño del escenario determinará cómo y hasta dónde moverse. A su audiencia le resultará más fácil retener cada punto de su presentación si usted lo ayuda visualmente.
2. **Si está hablando cronológicamente, muévase de izquierda a derecha.** Por ejemplo, si está hablando de la historia de la compañía; durante los primeros años, ubíquese a la izquierda de la audiencia; en los años centrales, ubíquese en el centro del escenario y, en el siglo XXI, ubíquese a la derecha. La gente en occidente lee de izquierda a derecha, por lo tanto pueden leer su línea de tiempo si se mueve de esta forma.
3. **Párese con los pies de acuerdo al ancho de sus hombros.** Gesticule, camine y pero no se balancee. Pararse firme significa verse firme y seguro. Usted y lo que usted represente cuenta. Los oradores que se balancean resultan difíciles de enfocar.
4. **Aproxímese a la pantalla, a una pizarra o a los que preguntan.** Si necesita una excusa para moverse, puede ir hasta la pantalla para marcar algo (aún con el láser), a un rotafolios para hacer un dibujo, y a todo lo que lo acerque a la gente a la que se dirige.
5. **Pros y contras.** Si usted está presentando dos puntos de vista de una pregunta, ubíquese en un lado del escenario o del espacio que esté utilizando para mostrar los pros y muévase hacia el otro lado, al presentar las contras; si su conclusión está del lado de las contras, quédese donde está para terminar. Si está del lado de los pros, vuelva a donde desarrolló este argumento para terminar. Esto mantiene "viva" la atención de de los asistentes y también recordarán con más facilidad sus ideas

Pánico Escénico



Algunos secretos de las presentaciones de Steve Jobs (1ª parte)

Es indiscutible que durante estos años transcurridos las presentaciones de Steve Jobs (sobre todo en los lanzamientos del iPod, la MacBookAir, el iPhone, y el iPad) no han pasado inadvertidas. Su dinámica, su minimalismo (que también adoptó en su estilo de vida), sus atrapantes imágenes combinadas con palabras certeras, directas, y breves, produjeron una inflexión en el arte de presentar. Aquí comenzaré a compartir algunos secretos, tips, y técnicas que Steve Jobs ha utilizado en sus presentaciones y que han roto con los estilos tradicionales de las exposiciones en público. Les sugiero que vean algunos videos de S. Jobs ya que estos les permitirán ver en acción algunos de los tips mencionados.

Primero el papel:

Siempre hay una historia para contar. Muchas grandes ideas y proyectos comenzaron primero con un guion o con unas breves palabras o trazos en una hoja. El Power Point, Keynote o el programa que se elija, sólo será el recurso de apoyo que se utilizará para tecnificar esas ideas. La historia es la que capturaré al público, no sólo los slides que se proyecten. A lo sumo una buena combinación de ambos.

Provocar los momentos "¡OOOH!"

Cuando Steve Jobs presentó la notebook MacBook Air (ver fotos) - en medio de un gran silencio - preguntó:- ¿Que tan fina es la MacBook Air?- Un sobre manila A4 lo esperaba sobre una mesa (como si la correspondencia le hubiere llegado) y abriéndolo lentamente sacó de su interior la nueva notebook. ¿hacía falta decir algo más? Obviamente el salón "explotó", no sólo por las cualidades de la nueva laptop sino por la creatividad (sencilla) empleada para develar el misterio. Inmediatamente una gigantesca placa en la pantalla proyectaba "La notebook más delgada del mundo" (ya tenía el nuevo titular para la prensa). Estos momentos tan especiales - como cuando se lanza un producto o se devela una incógnita - son como un *Post-it* con el texto «¡No se olvide de esto nunca más!». Y seguramente no lo olvidará.

Maya Angelou (poetisa, cantante, y actriz estadounidense) dijo una vez: - *¡La gente puede olvidar lo que Ud. dijo, lo que hizo, pero nunca olvidará lo que les hizo sentir.*

No siempre es fácil **impresionar al público**. Un buen recurso son las historias personales que dejen buen sabor tras la presentación. Todos tenemos una historia que contar. Cuanto más inesperada, mejor (pero esto exige preparación y ensayo).

Presentar cifras con la importancia que merecen

Hacer que los números sean específicos, relevantes y puestos en contexto. Deben resultar concretos (no vagos) e importantes para el público. Los números generalmente exponen o resuelven problemas, muestran logros, y proyectan objetivos. Si se los presenta con analogías, permiten comprender aún más su valor y dimensión. Una cifra muy importante merece un slide propio. Al fin y al cabo esa cifra es la que interesa que la gente recuerde. (ver fotos siguientes)



Algunas curiosidades de Steve Jobs

Steve Jobs fue dado por muerto una vez antes de su verdadera muerte

Bloomberg, por error, publicó una nota necrológica que estaban preparando sobre Steve Jobs, por si este moría. Recordemos que en 2004 se le diagnosticó un cáncer de páncreas, el cual lo superó tras el tratamiento en una clínica de California (episodio que él mismo relata en una famosa charla que dio para la graduación de los estudiantes de Stanford) Además, en el 2009 por un desequilibrio hormonal empezó a perder peso. Ese mismo año, se sometió a un trasplante de hígado pero su cuerpo no aguantó y falleció en 2011.

¿Preferís vender agua azucarada el resto de tu vida, o cambiar el mundo?

Con esta pregunta retórica Steve Jobs convenció al presidente de PepsiCo, John Sculley, para que fuera CEO de Apple (1983-93).

El uniforme de cada día de Steve Jobs

Fue llamativo que Steve Jobs siempre vistiera igual. Su vestuario: un calzado deportivo *New Balance 991*, medias negras, una remera negra de cuello alto y un jean *Levi's 501* de color azul. Dicen que tuvo más de 100 jeans *Levi's* iguales. Tal vez consideraba una pérdida de tiempo preguntarse cada día como vestirse, o quizá su estilo de vida minimalista y la filosofía Zen, sintonizaban con su vestimenta. Obviamente lejos estaban de él los trajes de *Ermenegildo Zegna* o *Giorgio Armani* en su vida cotidiana, salvo en ocasiones especiales.

Utilizar palabras que impacten

Evitar la jerga técnica. Ser claro. Incluso jugar con vocablos coloquiales. Si es necesario inventar palabras que suenen de forma llamativa y simpática hasta con un significado propio pero que la gente reconozca o entienda. No cometer el error de querer parecer extravagante o erudito por expresarse con tecnicismos rigurosos y abundancia de información. Utilizar palabras sencillas (comunes y con pocas sílabas) y concretas (que permitan descripciones tangibles, no abstractas), y **emotivas** (cuando presente, si algo le asombra, intriga, desespera, sorprende, maravilla... expréselo abiertamente con palabras que "suenen" porque se necesitará contagiar al público esas mismas sensaciones).

Las analogías funcionan. Son atajos mentales: Steve Jobs repetía una y otra vez: «*El iPod tiene el tamaño de un mazo de cartas*» o «*El iPod Shuffle es más pequeño y ligero que un paquete de chicles*». Realmente funciona. Convierta estas analogías en titulares para sus slides.

Transmitir pasión

La pasión y la convicción manifestada en lo que se habla o presenta, despierta interés y contagia entusiasmo. Y Steve Jobs lo sabía. Y no sólo lo sabía sino que lo transmitía permanentemente. Para ello apoyaba sus presentaciones en esta suma de elementos: **imágenes + riqueza retórica + demostraciones prácticas** y así llegaba a los tres tipos de público: los visuales, los auditivos y los kinestésicos. Pocas palabras, imágenes, y un par de minutos por slide o placa eran suficientes para captar la información (salvo que estuviere explicando algo específico). No empeñarse en contarle todo, sino únicamente lo que más engancha (dejar que el público descubra el resto). El público quiere una historia, pero una historia viva. Quiere ver, tocar, experimentar, sentir. Quiere que lo sorprendan. SI NO HAY PASION, NO HAY ENERGÍA. Y SINO HAY ENERGÍA ...NO HAY NADA.



"El día que el infierno de congele"



Citas célebres para guardar en la biblioteca

"Ser el mejor, pero no creerse el mejor." *Juan Manuel Fangio*

"Sólo aquel que aprendió a no bajar los brazos, está listo para levantar la copa." *Anónimo*

"Si no hay inspiración, que haya transpiración." *Thomas Alba Edison.*

"La Fé mueve montañas, pero las dudas las construyen." *Anónimo.*

"La inflación es el único impuesto que puede imponerse sin legislación." *Milton Friedman*

"Un banquero es un hombre que le presta a Ud. su paraguas cuando brilla el sol y quiere que se lo devuelva en cuanto empieza a llover." *Mark Twain.*



EL PROTAGONISTA

LA REGLA DE 3 EN ORATORIA



Con el fin de brindar una mayor dinámica y efectividad al newsletter, - y a modo de cierre del Número - nos pareció una buena idea otorgarle un espacio propio o sección especial a un tip o una técnica específica. De esta forma podremos comentar y ampliar con más detalles la información que queremos brindarles sobre las distintas sugerencias.

Si Ud. escucha las palabras "regla de tres", ¿hacia dónde van sus pensamientos? Al colegio primario? ¿a algún cálculo que suele hacer? Seguro algo relacionado con la matemática.

Pero en este caso, "la regla de 3" que vamos a abordar, nada tiene que ver con la que ha aprendido en el colegio, y que seguro utiliza frecuentemente para calcular alguna proporcionalidad.

La "regla de 3" utilizada en Oratoria y Presentaciones es una técnica cuyo fin es retener con facilidad un mensaje, un título, una frase u otro tipo de información, y que está apoyada en 3 palabras (o menos), o 3 frases, o 3 nombres, o 3 ideas, o 3 bloques de palabras que necesiten ser recordados con facilidad. El 3 pasa a ser entonces un número "mágico". Ahora...¿por qué 3 y no 4,5,6, 7 o más? La mente humana normalmente puede retener perfectamente y sin problemas hasta 3 datos simultáneos. Pueden ser palabras, frases, imágenes o números. Cuando supera esa cantidad se comienza a tener cierta dificultad en leerlos y recordarlos. Es una de las técnicas más antiguas (de la época de Aristóteles) que aún se continua utilizando.

Muchos slogans publicitarios y políticos, títulos de films y libros, titulares en diarios y revistas, personajes de historietas y televisión, de la literatura e historia universal fueron concebidos bajo esta técnica para producir el impacto tan anhelado por sus creadores: llegar más rápido a los destinatarios a través de frases, nombres, números, y palabras cortas que fueren fácilmente recordados y que perduren lo más posible en el tiempo.

Una vieja frase en latín "*omne trium perfectum*" ("*Todo lo que viene de a tres, es perfecto*") confirma y reafirma - desde la frase en sí - esta teoría y esta técnica. Una presentación o discurso está dividido en apertura o introducción, *cuerpo*, y *cierre o conclusión*. Una obra de teatro podía contener hasta 5 actos, aunque en la actualidad pueden tener hasta 3. Para que no le queden dudas, vamos a citar varios ejemplos de Argentina y el mundo:

(Algunos poseen más de tres palabras, pero estas palabras corresponden a artículos, preposiciones, adjetivos posesivos, conectores, etc. quedando tres o menos palabras importantes y fuertes del mensaje)



"Padre, Hijo y Espíritu Santo"



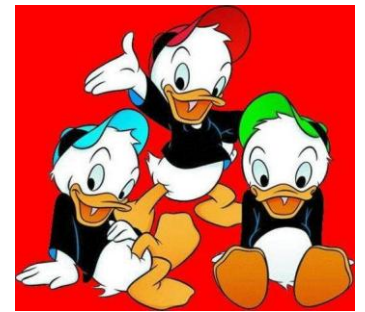
"Vine, ví, vencí"
JULIO CESAR"



"Shemp, Larry, Moe"



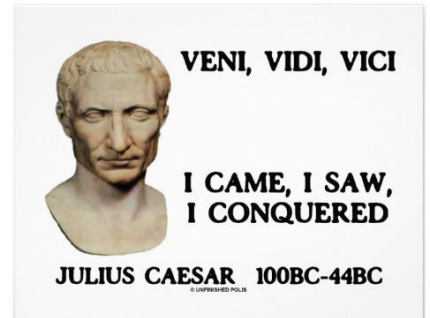
"Las Tres Carabelas"



Del Potro, Murray, Federer (1º, 2º, 3º)



Te da más



JULIUS CAESAR 100BC-44BC



Hecho para vos



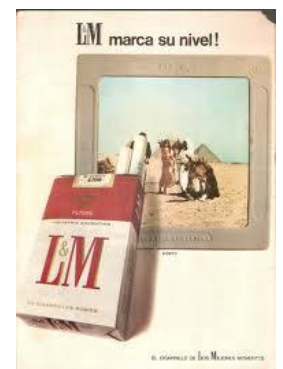
La pura verdad



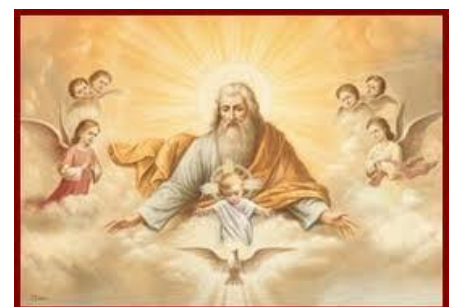
i'm lovin' it®



Cada día más.



Positivo, Negativo, Neutro



"Dios te bendiga"

Algunas frases famosas (con regla de 3 incluida)

- **Amigos, Romanos, Ciudadanos.** (WILLIAM SHAKESPEARE en JULIO CESAR)
- **Sangre, sudor y lágrimas.** (WINSTON CHURCHILL)
- "Nuestra prioridad es **"Educación, educación, educación"** TONY BLAIR
- **"Fé, Esperanza y Caridad"** LAS 3 VIRTUDES TEOLOGALES.
- "Un gobierno, **del pueblo, por el pueblo y para el pueblo**" (ABRAHAM LINCOLN) y citado más tarde por J.F KENNEDY.
- **"Vida, Libertad y la búsqueda de la Felicidad"** Constitución de los Estados Unidos.
- "Hay 3 clases de mentiras: **las mentiras, las mentiras que dañan, y las estadísticas**" BENJAMIN DISRAELI
- "Sola, perdida, y abandonada" MANON LESCAUT en la Opera homónima.

Hay miles de ejemplos más en slogans, frases, proverbios, discursos famosos, dichos populares, etc. Búsquelos. Descúbralos. Se va a sorprender.

En los próximos números de "TIPS, NOTICIAS & IDEAS" brindaremos más detalles sobre esta técnica y explicaremos cómo puede aplicarse efectiva y estratégicamente en las presentaciones que tenga que realizar o "speeches" que deba preparar.

Hasta la próxima

The logo for 'exclamatio' is a dark blue, irregular, teardrop-like shape. Inside this shape, the word 'exclamatio' is written in a white, lowercase, sans-serif font.

"Aprenda a escuchar y usted cambiará,
aprenda a hablar y cambiará al mundo"

Krishnamurti

Tips, Noticias & Ideas

es una publicación de EXCLAMATIO Oratoria Persuasiva

Editores

Jorge Pees Labory

Marcela Carrillo

www.exclamatio.com
www.facebook.com/exclamatio

15 6307 0970

info@exclamatio.com

exclamatio.com

