

ÁNGEL LAFUENTE PRESIDENTE DEL INSTITUTO DE TÉCNICAS VERBALES

## AFIRMA QUE ENSEÑA A LA GENTE A CONECTAR CON LOS DEMÁS LO CUAL CONSIDERA DECISIVO EN EL MUNDO DE LOS NEGOCIOS

# “Los negocios mejoran con una buena oratoria”

MARÍA ANTONIA ESTÉVEZ  
MADRID

“Si saber expresarse bien, conectar con los demás y transmitir ideas es una herramienta poderosa para mejorar las relaciones de cualquier persona, para los dirigentes empresariales es el abc de su negocio. Pero ¿saben hacerlo? Rotundamente, no. A menos que aprendan” advierte Ángel Lafuente, presidente del Instituto de Técnicas Verbales. Cree tan firmemente en ello que ha convertido la enseñanza de la oratoria moderna en su medio de vida.

La lista de sus clientes es infinita (Ikea, Renfe, Delloite, Alcampo, BBVA, Hesperia Hoteles, Unión Fenosa...) y no siempre pública porque también imparte lecciones privadas, incluso supersecretas, a clientes cuyo nombre (algún político de primera fila, algún obispo, algún alto mando de las fuerzas armadas) guarda celosamente. Pero lo suyo son los cursos masivos, como el que dio a 950 alumnos de la Policía Nacional de Ávila, o como el que dio a 600 catedráticos, profesores y alumnos de la Universidad de Las Palmas, o en Pamplona mismo, a 300 alumnos de la Universidad de Navarra de la que es profesor asociado. O el impartido a 250 vips españoles cuando AL Gore vino a recibir el Premio Príncipe de Asturias y quiso preparar a 250 vips españoles para luchar por el cambio climático.

O como el que recientemente ofreció en el Lázaro Galdiano a más de un centenar de alumnos de los cursos máster de la Escuela de Negocios de los navarros Javier Zardoya y Maite Sanjuán.

Así que usted habla a sus alumnos durante un día entero y... ¿Ya está?

Antes organizaba talleres de prácticas pero según he ido perfeccionando mi método, no lo necesito. Yo hablo y a la calle a trabajar, que es donde está el gran taller de la palabra. Aquí no hay magia, hay trabajo. Yo enseño un método y luego tú te lo curras tú lo consigues. En la calle, en la taberna de guasa con los amigos, en la vida familiar, en las relaciones amistosas y por supuesto en las laborales. Es ahí donde se pone en práctica lo aprendido porque el dominio de la palabra tiene que convertirse en un hábito si es que quieres que funcione. Si lo que pretendes es tirar de él para la predica, la venta o la comunicación, no funciona.

¿Pero puede funcionar? Claro que sí, porque dominar la palabra significa fortalecer la personalidad. Tal cual hablas,

CONSEJOS

**“Nunca la palabra antes que el pensamiento y no interrumpir la idea”**

LAS MALAS NOTICIAS

**“Las noticias duras son duras y no hay oratoria que las haga blandas”**

tal cual eres. Una personalidad segura, aunque sea un ignorante muerto de hambre tendrá una palabra segura, y una personalidad insegura, aunque sea un ministro o un rey, tendrá palabra insegura. En el fondo mi curso no trata de cómo hablar sino de cómo vivir porque mis alumnos, al cambiar de palabra, cambian de personalidad.

¿V qué camino sigue para hacerles cambiar la palabra?

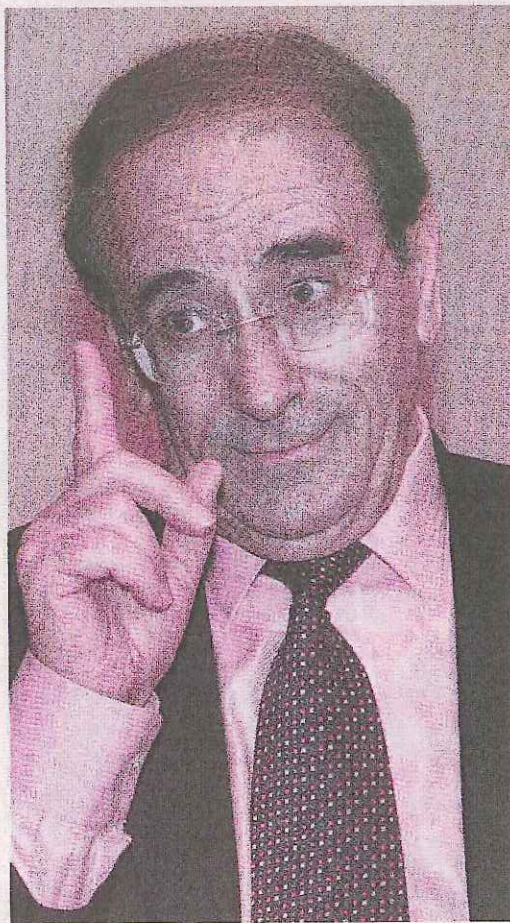
Mediante un discurso terapéutico dirigido a romper el inmovilismo gestual, a animarles a atreverse a vencer el sentido del ridículo liberándolos física y psicológicamente de miedos a todo escenario, porque quien domina la palabra aventaja siempre a los demás.

Las reglas de oro

¿Basta el bla bla bla?

Hay un marco de suficiencia siempre: hablar de lo que conozco y hasta dónde conozco y hacerlo con seguridad porque lo que tú puedes decir y cómo tú lo puedes decir, nadie lo puede decir. Mis reglas de oro ayudan a conseguirlo: nunca la palabra antes que el pensamiento, no interrumpir la frase o la idea, mirar al interpelante, gesto libre, administrar bien los silencios, hablar a un ritmo adecuado. En mi método hablo de pronunciación, de vocalización, del valor de las palabras en la frase, del conocerse aceptarse y amarse, del aspecto físico, de la mecánica del discurso... Yo sé muy bien cómo funciona todo esto porque yo era la persona más tímida del mundo y yo mismo, poco a poco, aprendiendo, mirando a los demás, me fui curando y elaborando este método de comunicación verbal.

Usted da cursos a políticos, empresarios, docentes... ¿Cambia su discurso según el auditorio?



Ángel Lafuente, experto en expresión verbal/MODEM PRESS

Todos persiguen lo mismo: comunican ideas.

¿Lo suyo hace la competencia al marketing?

Esta materia que yo enseño es previa a todas las demás. Primero hay que saber cómo hablar y luego viene el marketing, responsabilidad social corporativa, lo que sea... Para ese se requiere contar con una personalidad segura, con un uso de la palabra seguro. Si lo consiguen, yo les digo a los directivos: mire, cuando tome la palabra, déjese llegar por un único interés: que sus ideas pasen a sus oyentes y no se preocupe de nada más.

¿Es que se preocupan de otras cosas?

Le cuento un ejemplo cristalino. Un alto ejecutivo de una gran empresa me pide un curso privado. Cuando esto ocurre, yo suelo pedir que me muestren algún vi-

deo de alguna actuación suya así que en este caso me enseñó muy ufano una conferencia que impartió en la Bolsa de Madrid sobre el origen de la crisis económica actual y las malas artes de cierta banca americana.

¿Y?

Le pedí que hiciera el siguiente esfuerzo: que tratara de recordar cuáles eran las finalidades que perseguía en el momento de iniciar su conferencia. Me dijo que quería quedar bien porque del éxito de su conferencia iba a depender que otras empresas contratar los servicios de la suya. “¿Qué más?” repliqué. “Quería dejar en buen lugar al presidente de mi compañía que ha apostado fuerte por mí” “¿Y qué más?”, insistí. “Pretendía que no se me notara un cierto temblor de piernas que sufría”. “¿Qué más, qué más?”, reclamé. “¡Y quería ter-

minar cuanto antes”, explotó. Me puse de pie ante él y con esta voz que dios me ha dado grite: “¡Está usted completamente equivocado, mi amigo, no ha dado ni una! Lo único que usted debería haber intentado en aquel acto era que sus ideas pasaran a cada uno de sus oyentes. Lo demás se le hubiera dado por añadidura como dice el Evangelio: hubiera quedado fantásticamente bien, a su presidente se le hubiera caído la baba, no le habrían temblado las piernas y no hubiera querido terminar antes o después, sino cuando hubiera terminado de transferir sus ideas!”

Elemental.

Pues esta idea tal elemental no se puede imaginar cómo escasea... ¿Por qué no basta hablar bien? No basta. Por eso digo que yo me dedico a algo más que enseñar a hablar: me dedico a transferir ideas. Mira. Yo procuro hablar bien, y si no hablo mejor es que no doy para más pero la finalidad no es hablar bonito sino conectar. Lo que mejor he comunicado yo en mi vida fue en medio de grandes silencios y sofocado por el llanto. Soy el mayor de doce hermanos y tuve que decir unas palabras ante ellos y ante otra mucha gente el día del funeral de mi madre. Pues bien ¿qué comunicó mejor cuánto quería yo a mi madre: mis pobres palabras o mis lágrimas y mis largos silencios?

Hablar con el espejo

No siempre es fácil verbalizar lo que ocurre dentro de cada cual.

El hombre es un pozo de misterios y muchas veces hasta nos es difícil entendernos a nosotros mismos. El dominio de la palabra sirve también para clarificar el propio pensamiento. Yo me entiendo a mí mismo mucho mejor tras practicar mi método: las zozobras, las dudas, el misterio del hombre, sus contradicciones, las verdades del barquero me las puede decir ahora, no antes. ¿Me entiendo del todo? No, pero me entiendo mucho mejor. Suelo dar un consejo maravilloso que a mí me ayuda mucho: verbalizar los asuntos. Porque si tu colocas las palabras en la frase colocas los conceptos en la mente. A mis alumnos les digo que hablen con el espejo y que le cuenten lo que quieren decir, lo que quiere comunicar, y a ese jefe de recursos humanos que tiene que despedir a alguien, a ese médico que tiene que explicar a su enfermo que su enfermedad es incurable, a esa persona que tiene que romper su relación de pareja... que se lo diga una y otra a vez al espejo y verá cómo encienden las palabras.

Por qué no es fácil dar malas noticias...

¿Cómo va a ser fácil comunicar a un colaborador que le tienes que despedir, a un viejo amor que le vas a dejar, a un enfermo que lo suyo es incurable? No es fácil pero es justo ahí donde hay dominar bien lo que se dice y lo que se calla, buscar la mejor manera de decirlo, que el destinatario sienta que estas sufriendo al dar esa noticia pero que perciba también que no tienes más remedio que darla. Pero no nos engañemos: las noticias duras son duras, no hay oratoria que las haga blandas.