

¿Cuál Es Tu Mensaje?

Llega a un público más amplio explotando temas comunes en tus historias.

Por: **Judy Carter**/Traducido por: Javier Córdova González



Judy Carter

¿Tienes una reserva secreta de historias para contar a tus amigos o compartirlas en las cenas? Estoy hablando de esas historias que conoces al revés y al derecho -las realmente buenas las que las personas *ruegan* que se las cuentes una y otra vez. Y después que finges no querer, sueltas un cuento y dejas a la gente riendo, llorando o sentada en asombro.

Todos los buenos narradores tienen estas anécdotas, pero lo que muchos no se dan cuenta es el valor oculto que una serie de historias con un tema en común puede tener. Mis estudiantes de hablar en público a menudo se sorprenden al saber que las locas historias de sus jefes o cuentos de alocadas vacaciones familiares o la historia de cómo sobrevivieron a una enfermedad (o en su infancia) a menudo transmiten un mensaje mucho más profundo que un simple entretenimiento para unos pocos amigos. Y cuando aprovechan ese mensaje, y lo encuadran apropiadamente, puede ser uno que las empresas pagarían por oír.

En la clase de hablar que ahora estoy enseñando, tengo una estudiante que trabaja en el sistema de transporte público. Ella tiene historias divertidísimas sobre pesadillas de los pasajeros de autobús. Ahora ella está organizando una serie de ellas para crear un discurso fabuloso sobre el uso del humor para tratar con personas difíciles. Su contenido humorístico es valioso no sólo para los conductores de autobuses, sino para *cualquier persona* que tenga que lidiar con el público. Así que su audiencia potencial podría ser... hmm, déjenme ver... ¿todo el mundo?

Enmarca Tu Experiencia

Otra estudiante es una actriz con historias maravillosas sobre cómo audicionar para comerciales. Aparecer en más de 200 comerciales la ha convertido en una experta en entrevistas de trabajo -y ganar y hacer que las audiencias hagan ¡guau! Una vez enmarcamos lo que ella sabía de forma correcta, se dio cuenta de lo valioso de su experiencia -no sólo para los actores, sino para cualquier persona que quiera conseguir un trabajo, convencer a un jurado, o simplemente impresionar a alguien.

Todos hemos aprendido algo en los años en este planeta. Aun las pe-

queñas luchas diarias para superar los obstáculos y lograr el éxito a menudo tienen tesoros ocultos en ellas que las corporaciones y organizaciones pagarían por oír. Yo llamo a esto "Tu Mensaje", y cuando compartimos ese mensaje (ya sea que nos pagan o no), podemos hacer la diferencia en la vida de alguien más.

¿Estás listo para encontrar tu mensaje? Puedes iniciar con este ejercicio de mi libro: *The Message of You: Turn Your Life Story Into a Money-Making Speaking Career*. Pregunta a tus amigos más cercanos, a los miembros de tu familia y a tus compañeros de trabajo dos preguntas: "¿Qué has aprendido de mí?" Y "¿Qué historias te he contado una y otra vez?"

MÁS SUGERENCIAS DE HISTORIAS

Pruebe estos cinco consejos para cautivar a su público.

- 1 **Cuenta tus historias en tiempo presente** para que sean más dinámicas. "Ahí voy..." es más inmediato que "Ahí fui..."
- 2 **Añade risas actuando todos los personajes** en tu historia, incluye personas y animales. Más que narrar tu historia, "Y luego mi madre me dijo que me quitara mi cabello de mis ojos"- actúa la parte de tu madre parado como ella y fingiendo que te está hablando: "Judy, quítate el pelo de tus ojos". Incluso puedes dar voz a los objetos inanimados. Por ejemplo, haz reír dándole voz a una silla: "¡Oh, no! ¡Aquí viene otro trasero!"
- 3 **Dramatiza tu historia acentuando los momentos emocionales.** En estos puntos, haz que el tiempo vaya más despacio al decir algunos pensamientos del personaje en frases cortas: "¡DIOS MÍO! ¿Qué? ¿En serio? ¡DIOS MIO! ¡DIOS MIO! OMG! "
- 4 **Maneja tu movimiento.** No camines de un lado a otro al contar una historia, ya que puede tener un efecto hipnótico en el público y haga que asientan, y también que te haga ver que estás nervioso. El movimiento es grandioso cuando es deliberado, por ejemplo, cuando actúas el papel de un personaje, camina a diferentes partes del escenario al terminar de contar una historia o camina cuando hables con una parte diferente de la audiencia.
- 5 **Termina tu historia con las lecciones aprendidas** y dale a tu audiencia algo para llevar. Esto puede ser consejos sobre cómo tus oyentes pueden integrar tu mensaje a sus vidas.

JUDY Carter es autora de *The Comedy Bible* y *The Message of You*. *Gratis* descargas útiles disponibles en judycarter.com.

Traducido del artículo, "What's Your Message", Pág. 12, de la revista TOASTMASTER, JULY 2015.

Traducido por: Javier Córdova Glez., DTM. Miembro del Club Maz Líder, Mazatlán, Sin. jacogo@hotmail.com

Carter presentará una sesión titulada "*The Message of Finding Extraordinary Stories in an Ordinary Day*" el 13 de agosto en la Convención Internacional de 2015. Para más información, consulte la siguiente página y visita www.toastmasters.org/Youg/Convention.