

# Fascina a Tu Audiencia

¿Quieres ser más carismático? Sally Hogshead te dice cómo.

**POR DAVE ZIELINSKI** Traducido por: Javier Córdova González

Es una pregunta tan antigua como los grandes oradores Griegos: ¿Es el carisma innato o puede ser aprendido? A Sally Hogshead diría a los Toastmasters que no tienes que cambiar quien eres para ser más carismático o fascinante, sólo sé más de quien eres -y eso empieza mediante el desarrollo de una mejor comprensión de cómo te ve el mundo.



Hogshead es una oradora consumada y autora del libro *How the World Sees You: Discover Your Highest Value Through The Science of Fascination* (2014). La premisa del libro: Ya sabemos cómo vemos al mundo pero la mayoría de nosotros no entendemos completamente cómo somos percibidos por los demás. Al aprender más acerca de los aspectos de nuestra personalidad que nos hace diferentes y más atractivos para el público, podemos llegar a ser más auténticos y tener más confianza como oradores y líderes.

"Si los Toastmasters entienden cómo los ve el mundo en su mejor momento, pueden perfeccionar su contenido, su estilo de dar discursos e incluso cómo se venden alrededor de esas cualidades únicas", dice Hogshead.

La meta es crear lo que Hogshead llama una "ventaja de fascinación" al hablar. Los Toastmasters primero tienen que entender la forma distinta de cómo sus ventajas personales involucran a las audiencias -o a los miembros del club que dirigen.

La fascinación no es lo mismo que el interés, lo destaca Hogshead; más bien, es un estado neurológico de concentración y compromiso intensos, una fuerza que gobierna nuestros pensamientos y emociones.

"La fascinación significa que las audiencias sólo se fijan en ti y no están pensando en sus listas de tareas pendientes o lo que acaba de llegar a su correo electrónico," dice ella.

## ¿Eres un agente de cambio o un ancla?

La creación de fascinación comienza con conocer tu arquetipo distintivo de personalidad. Puede que seas el *Agente de Cambio*, emprendedor y creativo con metas fuertes; el *Querido*, el interesado en ayudar a los demás, apoya, conforta; el *Ancla*, pragmático, analítico e inteligente; u otro arquetipo. (Para saber más sobre las fortalezas de tu personalidad, lee artículo adjunto *Conócete a Ti Mismo* en la página 3).

Hogshead escribe en su libro que la capacidad de fascinar a menudo se confunde con el



*Sally Hogshead es oradora principal, experta en marcas y autora de best seller. Ella enseña a las personas cómo afinar sus ventajas personales para ser más persuasivas e influyentes. Arriba, ella habla en un evento de capacitación corporativa en el Disney Contemporary Resort en Orlando, Florida, en enero de 2015.*

carisma; ella ve al carisma como sólo un "sabor" de la fascinación. Mientras que algunos arquetipos, como el *Cabecilla*, tiene el magnetismo personal o "ese" factor asociado con el carisma, otros como los *Búhos Sabios* son más observadores o reflexivos. En una persona el carisma podría ser una confianza poderosa, en otra podría ser que sea una sensación de misterio. "Cada una de estas personalidades pueden ser igualmente fascinante", escribe Hogshead.

Cuando los arquetipos ancla se comunican en

su mejor momento, por ejemplo, se perciben como protectores, decididos y analíticos, dice Hogshead. Si los Anclas aprovechan esas fortalezas naturales al hablar o liderar, en lugar de tratar de ser algún arquetipo que no son, serán vistos como más seguros y enfocados.

Si los Anclas comunican esas mismas fortalezas al liderar una reunión crucial, dice ella, "Probablemente harán que la gente escuche, recuerde y tome acción". Por el contrario, si tu arquetipo es *Catalizador*, serás más influyente e im-



La valoración de la fascinación de Sally Hogshead identifica 49 arquetipos de personalidad. Cada uno es una combinación de dos de las ventajas de fascinación que cada persona posee.

## LAS 7 VENTAJAS DE LA FASCINACIÓN

Como parte de su amplia investigación sobre el concepto de la fascinación, Sally Hogshead creó las "7 Ventajas de la Fascinación", o distintas formas para que oradores y líderes agreguen valor y fascinen a otros por diferentes razones. Pese a que Hogshead dice que ninguna ventaja es mejor que las otras, una o dos serán más efectivas y auténticas para ti. Puedes ayudar a determinar cuáles son esas, tomando su valoración de fascinación en línea (página 19).

Las siete ventajas:

- 1.- Si tu principal ventaja es el **Poder**, te comunicas con autoridad y confianza.
- 2.- Si tu principal ventaja es la **Pasión**, construyes conexiones con tu calidez y entusiasmo.
- 3.- Si tu principal ventaja es la **Mística**, impresionas con sus habilidades analíticas y tu comunicación cortés.
- 4.- Si tu principal ventaja es el **Prestigio**, te ganas el respeto al establecer de estándares altos.
- 5.- Si tu principal ventaja es la **Alerta**, mantienes a la gente y los proyectos en marcha al manejar los detalles.
- 6.- Si tu principal ventaja es la **Innovación**, presionas a una empresa para innovar con ideas creativas.
- 7.- Si tu principal ventaja es la **Confianza**, te ganas la lealtad como una presencia consistente y familiar.

Reimpreso del libro *How the World Sees You: Discover Your Highest Value Through the Science of Fascination*.

presionante al pensar fuera de la caja y naturalmente traer una alta energía y pasión al escenario. Hogshead pertenece a ese arquetipo. "Antes de entrar al escenario, me digo a mí misma, si puedo involucrar y fascinar al usar mi arquetipo seré más auténtica y estaré en el flujo al hablar", dice.

Es importante para los Toastmasters centrarse en estas cualidades que son más naturales para ellos, dice Hogshead. "Nos ayuda a relajarnos, a ser más cautivadores y nos centramos en nuestros mensajes", dice ella. "Demasiados oradores tratan de suavizar sus rasgos dominantes en un esfuerzo para ser algo que no son, pero pierden las cualidades que los hacen más convincentes para sus audiencias".

### Un Cuento de Dos Universidades

En su libro, *How the World Sees You*, Hogshead cuenta una historia que ilustra cómo todos fascinamos o involucramos a otros en formas distintas. En el primer trabajo de Hogshead, como redactora creativa en una agencia de publicidad en el medio oeste de Estados Unidos, trabajó con 2 colegas sobresalientes: un ejecutivo de cuenta que era tranquilo y sin pretensiones, pero brillante. El otro era el carismático presidente de la agencia, que se presentó en su primer día de trabajo usando unos atrevidos lentes rojos y una actitud audaz. Era un "hacedor de lluvia", una fuerza creativa que podría atraer a nuevos clientes.

Había una cierta tensión natural entre los dos colegas. "El presidente y el ejecutivo de cuenta ofrecían diferentes ventajas competitivas", escribe Hogshead. "Estos dos hombres eran excepcionales en sus trabajos. Uno competía aprovechando su magnetismo personal, el otro resol-

viendo problemas tranquila y sistemáticamente”.

"Así, ¿cuál Arquetipo triunfó? La respuesta es ambos –de formas diferentes”.

“Individualmente maximizaban sus propias ventajas para fascinar a los clientes, y juntas sus diferencias complementaban la capacidad del equipo para ganar”, escribe Hogshead. *"No hay una sola manera correcta de fascinar a la gente"*. A veces el presidente leía dramáticamente un guion comercial de televisión para impresionar a un cliente con una gran idea. Sin embargo, cuando el pensamiento de alto nivel se requería, el ejecutivo de cuenta capturaba la atención de todos con su enfoque estratégico.

### Cómo Desarrollar el Carisma

Nick Morgan está entre aquéllos que creen que los oradores pueden aprender su propia marca de carisma -no se les otorga fuera del útero. Morgan, fundador y CEO de *presentation –skills coaching firm Public Words, Inc* en Boston, dice que el carisma no es sólo un concepto estereotipado que nos atrae a los oradores a través de su imponente presencia o voces resonantes.

"¿Qué es el carisma en el enfoque emocional?", Morgan dice. "De niños, sin esfuerzo, somos muy carismáticos y eso es algo que tenemos que aprender a recuperar como adultos". El niño que gana un premio en la escuela y llega a casa lleno de emoción a contar el cuento sin aliento a la mamá, está mostrando su carisma. "De niños dejamos que todo nuestro ser se consuma con esa emoción", dice Morgan. "Estamos programados mentalmente como seres humanos, como miembros de la audiencia, a ser atraídos a las emociones fuertes".

¿A qué se parece ese carisma en los líderes? Morgan escribió una crónica en un blog sobre el jefe del Ejército Australiano el teniente general David Morrison. Morrison se vio obligado a hacer frente a un escándalo en las fuerzas armadas de su país con respecto a la conducta inapropiada

## CONÓCETE A TI MISMO

Para ayudar a las personas a entender y capitalizar mejor sus puntos fuertes, la oradora y autora Sally Hogshead creó la Valoración de la Ventaja de la Fascinación, una serie de preguntas diseñadas para ayudar a los participantes a desarrollar una mayor comprensión de cómo el mundo los ve. Más de 600,000 personas han tomado la valoración. Esta herramienta se basa en dos décadas de investigación cuantitativa y cualitativa sobre cómo otros se fascinan por ciertas personas.

Hogshead y su equipo midieron cientos de miles de los participantes, y trabajaron con equipos dentro de empresas como General Electric, AT&T y Cisco, para aislar los diferentes tipos de comunicación que desencadenan respuestas de fascinación en los cerebros de los oyentes. Esa investigación fue a la creación de la valoración.

Los Toastmasters interesados pueden tomar la valoración sin costo visitando el sitio web <https://portal.howtofascinate.com/you> e ingresando el código de valoración: Toastmasters. Conocerás el "más alto y mejor valor" de tu propio arquetipo y las dos ventajas de fascinación que posees que pueden ayudarte a comunicar de una manera más convincente.

Los resultados pueden ayudarte a mejorar como orador y líder, pero también tendrán otros beneficios".

Cuando tomas la valoración y ves tu reporte personalizado, pon atención a las palabras que te destacan", dice Hogshead. "Lo puedes utilizar para mejorar tu enfoque al hablar, pero también para ser más efectivo en tu negocio o en tu vida personal y para que te vendas con más éxito.

hacia las mujeres soldados. Su respuesta a esta situación a un anuncio de servicio público (ASP) llamó la atención de Morgan.

"El general Morrison está enojado -y eso se nota en la mandíbula apretada, las cejas bajas y los ojos entrecerrados, el contacto con los ojos feroces y la quietud de su cabeza, "Morgan escribe. "Como resultado no puedes quitarle la vista

de encima. No tienes que enojarte para ser carismático, pero tienes que centrarte en las emociones fuertes. No finjas; siéntelo".

El ASP también es un modelo de claridad y de plática directa, según Morgan, que es otro sello distintivo del carisma. "No hay palabras engañosas o un doble discurso burocrática. Él permite que el público y las fuerzas armadas sepan lo que debieran esperar y hacer".

Muy a menudo lo que ocurre con los oradores es que, en lugar de aplicar ese enfoque emocional, se distraen por todas las cosas que podrían salir mal con un discurso, dice Morgan. "Y cuando entran al escenario, su lenguaje corporal los traiciona, filtrando ese sentido disperso de la presencia y un sentimiento de bajo nivel de peligro", dice. "Eso no es particularmente carismático."

El carisma también está conectado a la presencia física. "Al principio caminar por todo el escenario parece de mucha energía y genial", dice

Morgan, "pero el público se cansa muy rápido de tratar de seguir al orador".

Ya sea que se trate de crear un sentido de fascinación o carisma, desarrollar una comprensión más profunda de nuestras fortalezas personales y tener el coraje de mostrar emociones enfocadas puede recorrer un largo camino para hacernos a todos comunicadores y líderes más impactantes. **T**

**DAVE ZIELINSKI** es el editor del boletín *Presentation-Xpert*, que ofrece consejos para diseñar y realizar presentaciones de alto impacto ([www.presentationxpert.com](http://www.presentationxpert.com)). También es editor del libro *Master Presenter: Lessons from the World's Top Experts on Becoming a More Influential Speaker*.

JUDY Carter es autora de *The Comedy Bible* y *The Message of You*. *Gratis descargas útiles disponibles en [judycarter.com](http://judycarter.com).*

Traducido del artículo, "Fascinate You Audience", Pág. 16 - 19, de la revista TOASTMASTER, JULY 2015.

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