

# Guía Godefroy del facilitador

Cómo ser independiente y ganarse la vida

por  
CHRISTIAN H. GODEFROY

## ÍNDICE DE TEMAS

ÍNDICE DE TEMAS .....	2
PRÓLOGO .....	6
INTRODUCCIÓN .....	7
Lo que usted debe saber sobre el oficio del facilitador.....	7
Capítulo 1 .....	11
¿CURSOS, CONFERENCIAS O SEMINARIOS?.....	11
Los cursos:.....	11
El seminario: .....	11
Las conferencias: .....	11
Capítulo 2 .....	13
¿CÓMO ATRAER PARTICIPANTES?.....	13
Sus participantes: .....	13
¿Dónde encontrarlos?.....	13
¿Qué participación solicitarles?.....	33
Capítulo 3 .....	34
OTROS MEDIOS PARA ATRAER PARTICIPANTES .....	34
Los anuncios: .....	34
Ejercicio:.....	35
El periódico local: .....	35
La prensa nacional: .....	35
Los dos tiempos: .....	36
Las cartas:.....	37
He aquí algunos ejemplos:.....	38
Ejercicio:.....	43
Otro medio: el teléfono .....	43
El internet .....	43
Hacerse contratar por una institución:.....	43
Nuevas Soluciones: .....	44
Ejercicio:.....	44
Las referencias: .....	44
El rumor es la mejor publicidad.....	45
Las entrevistas telefónicas:.....	46
Capítulo 4 .....	48
LOS COSTOS POR PARTICIPACIÓN.....	48
¿Cuáles son los costos clásicos por participación en seminarios?.....	48
Los formularios de inscripción: .....	48
Capítulo 5 .....	52
CÓMO HACER CLIENTELA.....	52

## Guía Godefroy del facilitador

---

Sus relaciones con la prensa: .....	53
Ejercicio:.....	54
Capítulo 6 .....	55
EL MATERIAL.....	55
La sonorización:.....	55
Las ayudas visuales: .....	55
El retroproyector: .....	56
Las videocámaras:.....	56
El tablero de cartón: .....	56
Capítulo 7 .....	57
ELEGIR SALA.....	57
¿Estar de pie o no? .....	57
Parqueadero: .....	57
Forma y talla de la sala:.....	58
Otros puntos importantes:.....	58
Capítulo 8 .....	60
JUSTO ANTES DE SU SEMINARIO .....	60
Cartas de confirmación:.....	60
Su primer seminario: .....	60
Organización, disposición, acogida: .....	60
Capítulo 9 .....	63
DIFICULTADES BÁSICAS A VENCER .....	63
Miedo al grupo o miedo escénico: .....	63
La duda: .....	64
La preocupación de sí:.....	66
1. La presencia .....	66
2. La escucha activa.....	66
3. El yo.....	67
4. Para terminar con la preocupación de sí, interétese en otros, todo el tiempo	
67	
5. Ejercicio: .....	68
Capítulo 10 .....	69
¿CÓMO HACER PARA QUE SU AUDITORIO PARTICIPE?.....	69
¿Por qué no participan?.....	69
Métodos para experimentar confianza al participar: .....	69
1. Motivar su auditorio .....	70
2. El entusiasmo .....	70
3. La sinceridad .....	71
4. Hacer micro ejercicios .....	71
Capítulo 11 .....	76
LA PREPARACIÓN DE SUS EXPOSICIONES .....	76

## Guía Godefroy del facilitador

---

Cómo llenar los vacíos de la memoria: .....	77
1. El papel: .....	77
2. La pregunta: .....	77
3. La revisión: .....	77
4. El silencio: .....	77
Capítulo 12 .....	78
¿CÓMO ANIMAR SU GRUPO? .....	78
“Yo lo sé todo” .....	78
“No paro de hablar” .....	79
“Soy un problema particular” .....	79
“Estoy aquí para observar” .....	79
“¿Por qué? Yo quiero comprenderlo todo” .....	80
“Hablo en mi rincón” .....	80
“Yo pagué entonces es escandaloso que...” .....	80
“La proyección” .....	81
Para evitar ser usted mismo autor de proyecciones, aprenda a reconocer las armas verbales de las que se sirve el “proyector”:.....	82
Uno, Nosotros: .....	82
Ser, tener:.....	83
La transferencia:.....	83
Capítulo 13 .....	85
LA PREPARACIÓN MENTAL.....	85
Capítulo 14 .....	86
EL DIA “J” .....	86
La víspera: .....	86
El inicio del seminario: .....	86
Ejercicio:.....	87
Capítulo 15 .....	88
LA RESPUESTA A LAS PREGUNTAS .....	88
Entender bien la pregunta:.....	88
Acepte su interlocutor: .....	89
He aquí algunos inicios de respuesta: .....	89
La respuesta: .....	89
Reacción .....	90
Ejercicio:.....	90
Capítulo 16 .....	91
LOS PROBLEMAS QUE USTED ENCONTRARÁ (CÓMO RESOLVERLOS) ...	91
Problemas materiales: .....	91
Problemas de animación:.....	91
La purga:.....	92
Una fase importante: las reacciones del público.....	93

## Guía Godefroy del facilitador

---

Ejemplo de formulario de opinión: .....	93
Los testimonios: .....	94
Libros, revistas, casetes, CD, vínculos:.....	94
¿Cómo progresar? .....	94
Capítulo 17 .....	96
<b>CÓMO ESTRUCTURAR SU SEMINARIO PARA QUE SEA UN ÉXITO.....</b>	<b>96</b>
Algunas preguntas para formularse: .....	96
¿Cuál será el tema?.....	96
¿Seminario o fin de semana? .....	97
¿Qué horario?.....	97
¿Cómo adaptar su seminario?.....	97
Inspírese en buenos libros. ¿Cuáles?.....	98
¿Cómo presentar cada ejercicio? .....	98

### *PRÓLOGO*

El Señor Christian Godefroy nos lleva paso a paso por su propia experiencia, enseñándonos cada uno de los momentos críticos y los recursos a tener en cuenta para un aprendizaje eficaz en el tema que requiramos como facilitadores.

Un facilitador, es todo aquel sujeto que en su vida se dedique muy especialmente, y por su propio deseo, a aportar en la mejora de calidad del trabajo y vida humanos.

Todos, por veteranos y experimentados que seamos en nuestro arte particular u oficio, siempre necesitaremos de otros que hayan hecho énfasis en algún tema al que nosotros, por falta de tiempo y de información, no hemos llegado y que requerimos con urgencia para movernos dentro de la vida diaria.

Uno de los enormes defectos que tiene la vida moderna es precisamente la desinformación. Hoy en día por ejemplo, la presentación de curricula vitae exige determinadas normas, desconocidas, por la mayoría. Un facilitador, puede enseñarnos, no sólo estas, sino y además prepararnos para las entrevistas y demás eventos necesarios en la búsqueda de empleo.

O más aún, en el descubrir, habilidades que no sabíamos poseer ni que nos gratificaran tanto, como por ejemplo, el arte del bien hablar, la escritura, la poesía, temas de actualidad en alguna área del saber humanos que nos sea placentera, y que coadyuva al bien-estar personal.

Christian, en su texto no deja rincón humano sin revisar, que un facilitador, no deba tener en cuenta en su oficio.

Agradecidos entonces, por este regalarnos su experiencia de más de 20 años, en este su oficio del que es además fundador, comencemos a recorrer línea por línea, de este texto.

Margarita Mosquera Zapata  
Traductora

# INTRODUCCIÓN

### Lo que usted debe saber sobre el oficio del facilitador

Es un oficio apasionante... pero ¡difícil! Apasionante porque no cesará de aprender, sobre usted, sobre la naturaleza humana. Porque conocerá nuevas personas, porque podrá experimentar, iluminación.

Difícil porque usted debe encontrar el sutil equilibrio entre el rol de un boletín de información y el de un padre: ser un guía, sin convertirse en un indispensable sostén.

1

Uno de mis amigos, jefe de empresa, me dijo un día: “ser un patrón, es como ser un verdadero padre, es preciso saber desaparecer un día” En el rol de formador, hay este aspecto: ayudar a sus participantes a encontrar su camino, a mostrarles nuevas posibilidades, pero permitirles devenir libres.

Vivimos en una sociedad en la que faltan padres. Los genitores, quienes serían los verdaderos padres, son impotentes y frecuentemente rehúsan asumir su rol. Entre los que dicen asumir la función de padre, hay quienes dimiten ante la responsabilidad de la autoridad paterna prefiriendo: el “dejar hacer”, o la cólera periódica.

Hay, entre nuestro contemporáneos, una gran espera de ser tomados a cargo por un “padre” de reemplazo. Este rol, les será demandado jugarlo. Es atractivo, valioso... y peligroso. Esto es lo que se llama la “transferencia” es un mecanismo útil en la transmisión de los conocimientos. Que sus participantes se pongan por algunas horas en la piel de un niño que escucha a un “padre” puede ayudarles tornándose disponibles, más maleables para ser formados, más abiertos. Pero usted no debe perder de vista que al final, ellos se encontrarán nuevamente, solos.

Usted no estará más ahí para ayudarlos, y si, durante su acción de formador, ellos no han tomado a cargo el desenvolverse solos, si ellos no han comprendido que usted no está ahí para tomarlos a cargo sino para guiarlos, ellos se arriesgarán a encontrarse en una situación “peor que la de antes” de dirigirse a usted, o de demandarse a usted jugar el rol de padre sin detenerse, durante y después del seminario.

Difícil también, este rol de facilitador, porque usted debe obligarse usted mismo frecuentemente a comprender lo mejor posible sus interlocutores. Imagínes usted ante el teléfono; si usted quiere llamar a alguien, usted debe marcar su número de ese alguien, y no el de usted. Muchos de los que se hacen llamar formadores marcan su propio número, se hablan a ellos mismos creyendo dirigirse a los otros. ¡Es mucho más fácil!

## Guía Godefroy del facilitador

---

Debe entonces aprender a escuchar las creencias, las opiniones del otro, máxime cuando son radicalmente opuestas a las suyas. Si usted está seguro de que su interlocutor está en error, puede tratar de llevarlo a tomar conciencia de ello, pero siempre requerirá usted más escucharlo para comprenderlo que saber ayudarlo.

Esto parece muy simple al decirlo, lo veremos, es extremadamente difícil de practicarlo, sobretudo al principio. Si, por ejemplo, si usted teme al escenario, tendrá tendencia a tomar toda pregunta o toda objeción como un ataque personal en lugar de comprender al otro y ayudarlo.

Es difícil incluso, este oficio de formador, sobre el plano energético. Si usted ayuda a otros a recargarse de energía, a encontrar la fuente de sus facultades secretas, será a precio de importantes descargas personales.

Sacando sus antenas para percibir lo que ocurre en este auditorio, expresando con impacto una idea nueva, estando activo, atento, vigilante, gastará energía. A menos que este dotado de una de esas personalidades que fabrican energía hasta para vender, usted debe estar atento a este aspecto de su oficio.

Es difícil tornarse el “hombre orquesta”, el “hombre de múltiples talentos y de ingenio sin fin” que necesita su oficio. Pero es también y en tanto que imposible de lograrlo, un aspecto enriquecedor.

Quizá, esté usted sorprendido por la palabra “oficio” aquí empleada. La empleo a sabiendas. Es más noble que otras y cuento que ella les ayudará a tornarse un verdadero profesional de la formación, y no uno de esos por todo afectados que se enrollan en la profesión.

Mire a su alrededor: muy frecuentemente convencidos de ser los especialistas, las gentes cesan de aprender, de perfeccionarse, de buscar hacer mejor.

Para más ilustrar mi propósito, les voy a contar una anécdota personal. Era en los principios de mi carrera profesional. Buscaba trabajo. Ustedes saben, los anuncios en el periódico, el “Fígaro” en las mañanas, “El Mundo”, los curricula vitae, los “se le estará escribiendo”, las esperas y las decepciones. Las frases “Facilitador de ventas. Muchos años de experiencia”, llamaban mi atención.

Facilitador, yo lo había sido, conferencista también. De formación: un poco menos, para cadenas de ventas; en absoluto, pero con un poco de aplomo... ¡mi buena presentación haría el resto!.

## Guía Godefroy del facilitador

---

Heme aquí entonces, ocupado, todo va bien hasta el momento en que mi futuro patrón me pregunta: “y usted conoce bien los mecanismos de la venta, ¿no es así?” Para ser facilitador de una cadena de ventas, eso parecía lógico. Accedí.

“Bueno, entonces me voy a permitir formularle algunas preguntas. Comencemos por las etapas de la venta. ¿Puede usted describírmelas?” Se me cayó el cielo sobre la cabeza, no tenía ni idea. Para ocultar mi angustia, aspiré una bocanada... y la inspiración llegó.

Me acordé de un libro sobre los procesos de la publicidad, yo aventuré “se les resume por AIDA: Atención, Interés, Deseo y Acción”. “Bien” Me alistaba a sostener el siguiente asalto, cuando un salvador timbre de teléfono me saca de ese mal paso.

Fui citado para continuar al otro día.

En el intervalo, me procuré todos los libros que trataban sobre las ventas. Busqué bibliotecas y librerías. Los leí con lectura rápida, toda la tarde, tomé notas, y a la mañana siguiente, sabía más que mi interlocutor. Fui contratado y bien pronto tuve la ocasión de practicar estos nuevos conocimientos.

Luego, encontré frecuentemente personas que habían abrazado de un todo y por todo una profesión.

Una secretaria, notable, que devino directora de la fabricación, en una agencia publicitaria, se hizo enseñar por los proveedores, los primeros quince días de su nuevo oficio.

Estas experiencias me han enseñado a:

- No encerrarme en una imagen limitada de mí.
- No sobre-estimar los conocimientos de los que se dicen profesionales

Incluso hoy, encuentro a diario personas que, leyendo uno o dos libros, podrían realizar su trabajo mucho mejor y en menos de la mitad del tiempo.

Ser un verdadero profesional, no es encerrarse en la rutina de su profesión, y es buscar siempre cómo hacerlo mejor.

No hay límites en esto, como facilitador. No es esta una ocupación pasatiempo o una actividad complementaria a tomar a la ligera.

## Guía Godefroy del facilitador

---

Buscar, informarse y aprender, es como sembrar: un grano de trigo da espigas de trigo, ellas mismas constituidas por granos. Sus esfuerzos serán recompensados al ciento.

## *Capítulo 1*

### *¿CURSOS, CONFERENCIAS O SEMINARIOS?*

Estas son realmente tres opciones diferentes. No hay una mejor que otra. Ellas encarnan filosofías, opciones que se complementan.

#### **Los cursos:**

Por cursos entiendo una enseñanza progresiva distribuida en el tiempo. Un curso requiere un aula, una dirección permanente.

Los cursos permites trabajos prácticos a domicilio. Para los participantes, la inversión es menor. Los cursos son un trabajo más serio, más profundo, porque está más íntimamente ligado a la vida corriente. Pero hay un pero -Es difícil crear un clima, en una sola sesión.

El seminario, creando una atmósfera favorable, da frecuentemente mejores resultados.

#### **El seminario:**

El seminario es en mi opinión, la fórmula idea.

Se corresponde con la vida moderna. El hombre de hoy desea obtener resultados rápidos.

- El grupo es un factor protector y motivador.
- La unidad de tiempo y de lugar crea una “atmósfera” implacable.
- El contacto humano, las nuevas relaciones que se anudan durante una reunión, son un punto extremadamente positivo.

#### **Las conferencias:**

Contrariamente a la idea que se tiene, como aceptada, es posible organizar conferencias tal que sean, de hecho, grandes seminarios, incluyendo ejercicios colectivos. Aunque evidentemente, el contacto humano es más difícil de crear, los costos son más favorables. Para resolver la dificultad respecto del contacto humano, se hace necesario realizar experiencias en subgrupos.

Si finalmente opté por seminarios y conferencias, luego de haber ensayado los tres métodos, fue por haber considerado las desagradables experiencias que se viven en

## Guía Godefroy del facilitador

---

los cursos: no todos los participantes pueden ir a todo el curso, algunos llegar tarde y la impresión del progreso es menos nítida.

Pero conocí formadores con grupos, con docenas de participantes, que tuvieron diversa experiencia. Es necesario que los que llegan tarde se impongan una buena disciplina y conserven su nivel de motivación e interés en alto. Se puede incluso concebir –¿por qué no?- cursos particulares. Pero es difícil, en este caso, vivir de ello.

Un seminario puede estar organizado regularmente para dos o tres meses, mientras que la conferencia puede ser un evento anual.

La estructura que me ha dado mejores resultados es la siguiente:

Seminarios cada dos meses. Conferencia de iniciación general; una vez por año.  
Conferencia especializada; una vez por año.

Usted puede entregar los “folletos” e invitar a quienes no decidieron asistir a su seminario, a sus conferencias.

Estas conferencias son la ocasión para que antiguos participantes lleven o inviten amigos, que, luego podrán seguir su seminario.

⌘ ⌘ ⌘

## *Capítulo 2*

### *¿CÓMO ATRAER PARTICIPANTES?*

#### *Sus participantes:*

Sus estudiantes, sus participantes, usted puede emplear indiferentemente los dos términos: Ellos se complementan.

Las personas que con usted van a formarse son estudiantes, pues ellos estudian. Son participantes, o yo los prefiero como a tales, pues ellos dialogan, participan en la acción de formación. Si fuesen solamente estudiantes, tendríamos una situación del género “ex – cátedra” en que el profesor habla y los alumnos escuchan, posición ésta, pasiva. El término “participante”, por el contrario, sin excluir esta noción estudiar, necesaria para el aprendizaje de un tema, enfatiza que se trata también de algo activo.

#### *¿Dónde encontrarlos?*

Cuando se comienza una actividad de seminario, hay dos políticas posibles. La primera; consiste en reunir personas que uno no conoce. Esto tiene la ventaja de evitar la crítica de los más cercanos, el desconcierto de ser juzgado en función de la imagen que ellos tienen de usted y no de su acción real.

En la segunda, más fácil, usted reúne personas sobre las cuales tiene algún ascendiente: aquellas quienes le estiman porque el trabajo que usted realiza, les es útil.

Esta última solución presenta muchas ventajas: “quienes se juntan se parecen” se dice. Sus amigos, sus parientes... Como ellos se interesan en usted, ellos harán conocer su acción. Esto le permitirá a usted hacer conocer más fácilmente su nueva actividad y beneficiarse de los primeros participantes, quizá más indulgentes. Además le será más fácil establecer contacto con ellos.

Usted prefiere quizá jugar en los dos tableros y reunir tanto personas desconocidas, como conocidas.

Sea como sea, comience por cumplir atentamente la lista que se encuentra en las siguientes páginas.

## Guía Godefroy del facilitador

---

Conserve esta lista cerca de usted durante algunos días. Llévela cerca de su lecho, en su carro, etc... . Agregue nombres, no diga nunca “eso ya está, doy vuelta a la hoja, no veo a quien más llamar”.

Usted ha conocido CENTENAS e incluso MILLARES DE PERSONAS en su vida.

Encuéntrelas.

1. Conserve esta lista, llévela a la mano y cuando piense en algún nombre, agréguelo.
2. Cumpla sistemáticamente, esta lista: usted se acordará rápidamente de todos los amigos que pueden estar interesados.
3. Pase una semana en compañía de la lista. Suéñela (llévela a su lecho), piense en ella, trabajando, conduciendo, en todas las circunstancias de su vida. Repítase la siguiente frase: “Conozco más personas y puedo encontrar sus direcciones”.
4. Contáctelas e invítelas a una eventual reunión de información.
  - a. De su vida profesional: asociados, antiguos clientes, miembros de asociaciones y organizaciones profesionales.

Nombre:	
Dirección:	
Teléfono:	Celular:
e-mail:	

Nombre:	
Dirección:	
Teléfono:	Celular:
e-mail:	

Nombre:	
Dirección:	

## Guía Godefroy del facilitador

---

Teléfono:	Celular:
e-mail:	

Nombre:	
Dirección:	
Teléfono:	Celular:
e-mail:	

Nombre:	
Dirección:	
Teléfono:	Celular:
e-mail:	

Nombre:	
Dirección:	
Teléfono:	Celular:
e-mail:	

Nombre:	
Dirección:	
Teléfono:	Celular:
e-mail:	

## Guía Godefroy del facilitador

---

Nombre:
Dirección:
Teléfono:                      Celular:
e-mail:

Nombre:
Dirección:
Teléfono:                      Celular:
e-mail:

Nombre:
Dirección:
Teléfono:                      Celular:
e-mail:

- b. Para los cursos de sus estudiantes: amigos, profesores, camaradas de escuela, de colegio, de universidad, suyos y de sus parientes.

Nombre:
Dirección:
Teléfono:                      Celular:
e-mail:

Nombre:
Dirección:

## Guía Godefroy del facilitador

---

Teléfono:	Celular:
e-mail:	

Nombre:	
Dirección:	
Teléfono:	Celular:
e-mail:	

Nombre:	
Dirección:	
Teléfono:	Celular:
e-mail:	

Nombre:	
Dirección:	
Teléfono:	Celular:
e-mail:	

Nombre:	
Dirección:	
Teléfono:	Celular:
e-mail:	

Nombre:
Dirección:

## Guía Godefroy del facilitador

---

Teléfono:	Celular:
e-mail:	

Nombre:	
Dirección:	
Teléfono:	Celular:
e-mail:	

Nombre:	
Dirección:	
Teléfono:	Celular:
e-mail:	

Nombre:	
Dirección:	
Teléfono:	Celular:
e-mail:	

- c. Para los cursos de sus actividades profesionales o familiares:  
comerciantes, doctores, artesanos, mensajeros, administradores, etc...

Nombre:	
Dirección:	
Teléfono:	Celular:
e-mail:	

Nombre:
---------

## Guía Godefroy del facilitador

---

Dirección:	
Teléfono:	Celular:
e-mail:	

Nombre:	
Dirección:	
Teléfono:	Celular:
e-mail:	

Nombre:	
Dirección:	
Teléfono:	Celular:
e-mail:	

Nombre:	
Dirección:	
Teléfono:	Celular:
e-mail:	

Nombre:	
Dirección:	
Teléfono:	Celular:
e-mail:	

Nombre:	
Dirección:	

## Guía Godefroy del facilitador

---

Teléfono:                      Celular:
e-mail:

Nombre:
Dirección:
Teléfono:                      Celular:
e-mail:

Nombre:
Dirección:
Teléfono:                      Celular:
e-mail:

Nombre:
Dirección:
Teléfono:                      Celular:
e-mail:

- d. Contactos debidos a su rol de padre: miembros de la asociación de padres, profesores, padres de camaradas de sus hijos, etc.

Nombre:
Dirección:
Teléfono:                      Celular:
e-mail:

## Guía Godefroy del facilitador

---

Nombre:
Dirección:
Teléfono:            Celular:
e-mail:

Nombre:
Dirección:
Teléfono:            Celular:
e-mail:

Nombre:
Dirección:
Teléfono:            Celular:
e-mail:

Nombre:
Dirección:
Teléfono:            Celular:
e-mail:

Nombre:
Dirección:
Teléfono:            Celular:
e-mail:

Nombre:
---------

## Guía Godefroy del facilitador

---

Dirección:
Teléfono:                      Celular:
e-mail:

Nombre:
Dirección:
Teléfono:                      Celular:
e-mail:

Nombre:
Dirección:
Teléfono:                      Celular:
e-mail:

Nombre:
Dirección:
Teléfono:                      Celular:
e-mail:

- e. En su antigua residencia y en la actual: vecinos, etc.

Nombre:
Dirección:
Teléfono:                      Celular:
e-mail:

## Guía Godefroy del facilitador

---

Nombre:
Dirección:
Teléfono:            Celular:
e-mail:

Nombre:
Dirección:
Teléfono:            Celular:
e-mail:

Nombre:
Dirección:
Teléfono:            Celular:
e-mail:

Nombre:
Dirección:
Teléfono:            Celular:
e-mail:

Nombre:
Dirección:
Teléfono:            Celular:
e-mail:

Nombre:
---------

## Guía Godefroy del facilitador

---

Dirección:
Teléfono:                      Celular:
e-mail:

Nombre:
Dirección:
Teléfono:                      Celular:
e-mail:

Nombre:
Dirección:
Teléfono:                      Celular:
e-mail:

Nombre:
Dirección:
Teléfono:                      Celular:
e-mail:

- f. En tanto que conductor: celadores, aseguradores, personal de estación de servicio, etc..

Nombre:
Dirección:
Teléfono:                      Celular:
e-mail:

## Guía Godefroy del facilitador

---

Nombre:
Dirección:
Teléfono:                      Celular:
e-mail:

Nombre:
Dirección:
Teléfono:                      Celular:
e-mail:

Nombre:
Dirección:
Teléfono:                      Celular:
e-mail:

Nombre:
Dirección:
Teléfono:                      Celular:
e-mail:

Nombre:
Dirección:
Teléfono:                      Celular:
e-mail:

## Guía Godefroy del facilitador

---

Nombre:
Dirección:
Teléfono:                      Celular:
e-mail:

Nombre:
Dirección:
Teléfono:                      Celular:
e-mail:

Nombre:
Dirección:
Teléfono:                      Celular:
e-mail:

Nombre:
Dirección:
Teléfono:                      Celular:
e-mail:

g. Sus parientes, amigos, conocidos, relacionados...

Nombre:
Dirección:
Teléfono:                      Celular:
e-mail:

## Guía Godefroy del facilitador

---

Nombre:
Dirección:
Teléfono:            Celular:
e-mail:

Nombre:
Dirección:
Teléfono:            Celular:
e-mail:

Nombre:
Dirección:
Teléfono:            Celular:
e-mail:

Nombre:
Dirección:
Teléfono:            Celular:
e-mail:

Nombre:
Dirección:
Teléfono:            Celular:
e-mail:

## Guía Godefroy del facilitador

---

Nombre:
Dirección:
Teléfono:            Celular:
e-mail:

Nombre:
Dirección:
Teléfono:            Celular:
e-mail:

Nombre:
Dirección:
Teléfono:            Celular:
e-mail:

Nombre:
Dirección:
Teléfono:            Celular:
e-mail:

- h. Contactos debidos a sus actividades deportivas, recreativas, viajes, etc...

Nombre:
Dirección:
Teléfono:            Celular:

## Guía Godefroy del facilitador

---

e-mail:
---------

Nombre:
Dirección:
Teléfono:            Celular:
e-mail:

Nombre:
Dirección:
Teléfono:            Celular:
e-mail:

Nombre:
Dirección:
Teléfono:            Celular:
e-mail:

Nombre:
Dirección:
Teléfono:            Celular:
e-mail:

Nombre:
Dirección:
Teléfono:            Celular:

## Guía Godefroy del facilitador

---

e-mail:
---------

Nombre:
Dirección:
Teléfono:                      Celular:
e-mail:

Nombre:
Dirección:
Teléfono:                      Celular:
e-mail:

Nombre:
Dirección:
Teléfono:                      Celular:
e-mail:

Nombre:
Dirección:
Teléfono:                      Celular:
e-mail:

- i. Contactos debidos a otras actividades de su entorno: profesionales, deportivas, sociales, etc...

Nombre:
Dirección:

## Guía Godefroy del facilitador

---

Teléfono:	Celular:
e-mail:	

Nombre:	
Dirección:	
Teléfono:	Celular:
e-mail:	

Nombre:	
Dirección:	
Teléfono:	Celular:
e-mail:	

Nombre:	
Dirección:	
Teléfono:	Celular:
e-mail:	

Nombre:	
Dirección:	
Teléfono:	Celular:
e-mail:	

Nombre:
Dirección:

## Guía Godefroy del facilitador

---

Teléfono:	Celular:
e-mail:	

Nombre:	
Dirección:	
Teléfono:	Celular:
e-mail:	

Nombre:	
Dirección:	
Teléfono:	Celular:
e-mail:	

Nombre:	
Dirección:	
Teléfono:	Celular:
e-mail:	

Nombre:	
Dirección:	
Teléfono:	Celular:
e-mail:	

Cuando su lista esté bien adelantada, comience a telefonar. Contacte y en principio no hable del objeto de su llamada. Deje que su interlocutor le formule la pregunta “Y tú, ¿qué haces?”

Puede comenzar por una reunión de información, o de iniciación, una tarde, por ejemplo y reunir una veintena de personas. Será bueno hacer en ella, un ejercicio práctico de demostración.

### *¿Qué participación solicitarles?*

Si invita amigos o relacionados a un seminario, uno de los frenos que tiene que sobrepasar es la dificultad de solicitarles paguen su participación. Evidentemente, usted estará tentado a no cobrarles. Es el peor servicio que se les puede ofrecer. Difícil de admitir, quizá, pero profundamente verdadero. El dinero no es nada, pero es un símbolo. El monto de su pago, importa poco, es preciso que esté entre sus posibilidades, eso es todo, y que a usted le parezca justo.

Invirtiendo una suma de dinero, uno se interesa. A veces, frente a frente de aquello por lo que uno paga. Otras cara a cara de sí mismo. Pagando, uno toma una decisión. Si pago es porque esto me interesa lo suficiente como para dar la parte que de mi tiempo, mis bienes, etc. Representa este dinero. Si no pago, puedo quedarme siempre de observador.

Observador es lo opuesto de participante. El observador lamenta no participar y frecuentemente lo compensa con crítica y hostilidad. Mientras menos observadores tenga en sus seminarios, más aportará usted. La presencia de un observador inhibe. Piense en la palabra “voyeur”.

En cuanto al costo mínimo, le aconsejo tomar en cuenta todos los costos (publicidad, local, correo aéreo, conexión a internet, secretaria, desplazamientos, honorarios de este programa, etc.) y divídalos por el número de participantes. Esto le dará una modesta suma que podrá al más o menos redoblar. Pero en todo caso no debe rebajar por debajo de tal suma.

⌘ ⌘ ⌘

### *Capítulo 3*

## **OTROS MEDIOS PARA ATRAER PARTICIPANTES**

### **Los anuncios:**

Diséñelos en su PC o Mac e incluso imprímalos, usted puede anunciar por todas partes. Póngase de acuerdo con algún adolescente que conozca y haga que él los reparta en:

- Librerías,
- Escuelas y colegios,
- Universidades,
- Comités de empresa.

En general en todo lugar donde haya una cartelera. ¡Ponga atención! Es frecuente que la persona interesada despegue y se embolse su afiche. Algunas veces, la cartelera no tiene más plazo libre, y alguna otra persona pone su afiche sobre el que usted pegó. Usted debe entonces revisar muchas veces que sus afiches estén visibles, y volverlos a pegar de ser necesario.

### *Seminario de* **RELACIONES HUMANAS**

Organizado por el Centro de Formación “VERDI” los días 12 y 13 de octubre.

- Aprenda a hablar en público
- Exprese fácilmente lo que usted siente
- Amplíe el círculo de sus relaciones
- Comuníquese mejor

Información y documentación gratuitos en  
C.F.V., 356 calle Parron, 60230 ARTOIS

Tel: 04.62.88.33

E-mail: [seminairecfv@free.fr](mailto:seminairecfv@free.fr)

Quizá esté usted a punto de decir: ¡Cuánto trabajo! “Me había animado con los seminarios, pero hacer todos esos pasos para atraer participantes”

Pongamos las cosas en su punto. No sirve de nada ser facilitador si usted está solo, sin auditorio, o si usted se encuentra en un salón concebido para veinticinco personas, con sólo cinco o seis.

Si usted no es capaz de atraer usted mismo sus participantes, usted puede dirigirse a un organismo o a una persona. Estas soluciones también son posibles, luego lo veremos.

### **Ejercicio:**

Realice tres afiches distintos unos de otros. Péguelo en 3 carteleras distintas y cámbielos de lugar cada semana (de esta forma cada afiche habrá estado en tres carteleras distintas) Tenga en cuenta que afiche ha dado los mejores resultados, y trate de entender por qué.

### **El periódico local:**

Frecuentemente, el anuncio de conferencias es gratuito en la prensa local. Envíe su “carta de presentación” con mucho tiempo de anticipación.

El texto deberá ser corto, del tipo:

***¿Cómo animar un círculo de calidad?***  
**Conferencia-debate, organizado por Jules Tartempion.**  
**El 31 de marzo, 19h 00 en el Hotel Machin, 22 Calle de las victorias, Paris XXII**  
**Participación 20 E - 10 E estudiantes.**  
**Programa : [www.programmequalite.com](http://www.programmequalite.com)**

Incluso la participación le permitirá filtrar las entradas y eliminar a los curiosos que no están verdaderamente interesados. Además, podrá pagar la sala y quizá algunos refrescos para dar al final del debate.

### **La prensa nacional:**

Hay soportes buenos en la prensa nacional. Es frecuente que anuncien allí, gratuitamente, conferencias.

En periódicos grandes, hay espacio para pequeños anuncios. En el Fígaro, El Mundo, El Pariscope, El oficial de los espectáculos.

Prensa especializada (anuncios de conferencias).

¿Cómo editar sus anuncios?

Acabamos de ver algunos ejemplos de propuestas suficientemente simples y poco costosas. Pero usted deseará quizá pasar anuncios en un periódico de anuncios gratuitos. Dirá usted y con razón que lo más importante a poner ahí es mayor que el espacio del que dispone (aunque éste último sea considerable), no obstante, las reglas generales que sustentan estos anuncios son las siguientes.

1. Un título grande dirigido al lector directamente
2. Un subtítulo que viene a enfatizar tal título grande.
3. Un desarrollo que suscite interés en el lector presentando las ventajas a tomar en cuenta, pruebe los argumentos enunciados; sea por una referencia a elementos conocidos, sea por citas, o referencias bibliográficas, etc.
4. Una conclusión que resuma y motive a tomar una rápida decisión.
5. Una dirección, o mejor, un cupón de respuesta claro, que invite a intentarlo.

Antes de pasar a un anuncio grande, aconsejo comenzar por testar su título en un anuncio pequeño.

### **Los dos tiempos:**

Una proposición en dos tiempos será sin duda útil. Me explico: les propongo “Documentación gratuita por dos estampillas” o “Programa detallado por petición” O incluso “Hágame llegar “como desarrollar su memoria”. Puede emplear el texto de la conferencia pegado y fotocopiado, o escrito de nuevo junto a su propuesta de conferencia o de seminario, o utilizar el diseño de la portada gratuitamente adjunto dos estampillas para envío”.

Así podrá conformar lo que se llama una “lista de perspectiva” y podrá invitar a estas personas en sus siguientes seminarios.

Al leer pequeños anuncios, ponga atención a lo que hacen otros formadores para atraer sus participantes. Examine las palabras que ellos emplean. Revise los títulos y subtítulos de las revistas especializadas: ¡quizá hallen buenos títulos para su anuncio! Lea atentamente y estudie las cartas que recibe.

Si los otros emplean tal o cual aspecto de argumentación publicitaria, no es por azar. Cada palabra ha sido pensada, medida, testada. Usted debe tener en cuenta...

### **Las cartas:**

Una vez su lista “perspectiva” esté constituida (puede también adaptar un archivo, ver anexo al final de esta obra), deberá dirigirles cartas, invitándolos a participar en su seminario.

Escribiéndoles, piense en la persona que va a recibirlas. Le daré algunas lecciones que he aprendido en muchos años de experiencia.

- 1) Su destinatario está tensionado y preocupado. Debe ver rápido de qué se trata, y si esto le interesa un “señuelo” (pequeña frase manuscrita escrita del través arriba) o la primera frase del texto hará esta tarea.
- 2) La carta debe ser centrada en su corresponsal:  
“Recuerde que la persona con quien usted conversa, se interesa cien veces más en sus deseos, y en sus problemas, que en usted y sus preocupaciones. Su fila de dientes la atormenta más que el hambre que a causado la muerte de un millón de chinos. Un grano en su cuello la inquieta más que 40 temblores de tierra en África”  
Dale CARNEGIE.
- 3) Su carta tendrá el aspecto de una carta personal, será más impactante.

Frecuentemente he llegado a escribir carta por carta, el nombre del destinatario (“Querido Señor Verbois”, o “Querida Annie Lestin”), con la misma máquina de escribir para señalar que esa carta se dirige a él. Los tratamientos de texto como Word, lo hacen fácilmente.-

- 4) La sinceridad es la clave del éxito. Ella se siente. Con sinceridad, incluso los defectos se pueden pasar. En las siguientes páginas encontrará algunos ejemplos de cartas que he escrito.  
Algunos incluso, comerciales, otros no muy sinceros y los personales, pero es preciso desconfiar de las dos primeras, ¡la última es desde siempre, la más respondida!
- 5) Ponga en alto relieve lo que usted puede aportar a su destinatario, o lo que no: lo que él podrá encontrar de él, en su seminario. (Usted lo ve, la formulación es muy importante)
- 6) Ensaye muchas cartas y mida los resultados. Sólo la experiencia le enseñará lo que es bueno. Recuerde: Escribir una carta es uno de los ejercicios más difíciles de comprensión de los otros. Usted debe ponerse realmente en su lugar.

### *He aquí algunos ejemplos:*

“Querido corresponsal y amigo,

En algunas semanas, le veré, para hacerle vivir los dos días más apasionantes de su vida.

¿De qué se trata? .. De usted, usted lo ha adivinado, de sus extraordinarias potencialidades que su subconsciente esconde, los poderes que duermen en usted, su facultad de comunicar, de influenciar en los otros.

Francamente, he vacilado en revelar todos los métodos que una decena de años de investigación en este dominio me han enseñado. Pero creo que el momento ha llegado. Usted hace parte de las personas que prefieren esta enseñanza. Su interés por el “desarrollo personal”, su búsqueda de información práctica y seria, lo demuestran.

Entonces, reuní yo todos mis conocimientos para realizar el seminario más entusiasta y más completo creado hasta el día. Las experiencias, los métodos prácticos, los ejercicios. Lo más concreto. Lea el programa. Tengo la certeza de que miles de personas querrían tener la suerte que le ofrezco:

Este seminario se desarrolla cerca de su casa,

El Tema es sobre las últimas investigaciones prácticas en relaciones humanas (muchas aún no conocidos en Francia)

Me ocuparé personalmente de usted.

Dispondrá de una serie de herramientas prácticas de éxito,  
De experiencia y de investigación.

Los costos de su participación, son mínimos.

Bien sé que es difícil obtener una plaza en el seminario por lo que le tuve en cuenta. Ahorre tiempo. Este fin de semana es único, los lugares son limitados y reservados a mis corresponsales. Reserve su lugar desde ahora.

## Guía Godefroy del facilitador

---

Hasta pronto, cordialmente

⌘ ⌘ ⌘

Querido corresponsal y amigo,

Verificando la lista de participantes, me doy cuenta que usted no está aún inscrito al seminario de relaciones humanas de Génova. Ahora bien este seminario será el último que yo mismo animo.

Está reservado a mis amigos, a algunas personalidades y a periodistas. No seremos sin duda más de veinte, lo que nos permitirá profundizar más en el tema.

Me daría mucho placer verle allí, y ocuparme de usted personalmente.

Un seminario como este permite frecuentemente lograr verdaderos pequeños “milagros”. Estoy seguro que le aportará a usted más de lo que espera. Él será la experiencia más apasionante de su vida, le dará la clave de su potencial. Le permitirá comunicarse mejor con los otros, y con usted mismo.

Marie-Claire Verton, escritora y especialista en la comunicación organiza esta reunión. Tome contacto con ella hoy mismo en esta dirección.

Marie-Claire VERTON  
13, calle E. Champrain  
Genova.

Hasta el fin de semana.

A la espera de tener noticias tuyas por Marie-Claire,

Cordialmente.”

⌘ ⌘ ⌘

---

## Guía Godefroy del facilitador

---

Participe en el nuevo seminario de “auto-curación”.

Querido corresponsal,

En el instante en que usted lee esta carta ocurren en usted muchas cosas de las que no tiene conciencia alguna.

Su cuerpo reacciona a las incesantes agresiones microbianas, él quema las toxinas de la última comida, elimina las células defectuosas que podrían provocar un tumor.

Su cerebro emite millones de mensajes, captados prontamente por los órganos de su cuerpo, tal que le permite, desplazarse, entender, vivir.

Sin detenerse, las 24 horas, una actividad extraordinaria le habita. Su organismo lucha constantemente por lograr equilibrio, lo que llamamos:

### SALUD.

Y luego, un día, o poco a poco, se interrumpe, la enfermedad llega. ¿Por qué? ¿Qué hacer?.

La medicina holística trata de dar respuestas completamente nuevas a estos problemas.

Ella le ofrece, por ejemplo, saber lo que antes, lo que sólo se manifiesta por una enfermedad, y que ni una radiografía lo muestra.

Ella le muestra la infinita extensión de poderes de su cerebro, poderes superiores a los medicamentos de la medicina “clásica”. Ella les abre el conocimiento de las energías que gobiernan el cuerpo.

En suma, para descubrir usted mismo el “porqué” y el “¿cómo?”, y aprender las técnicas, participe en el seminario:

### “AUTO-CURACIÓN”

Se realiza el 19 y 20 de mayo próximo.

¿Por usted y los suyos, quiere conocer la verdadera salud como un estado de fuerza y de plena posesión de su potencial psíquico y mental? ¿Quiere recuperar años, disfrutar decenas de años de vida?

¿Esto amerita dos días de su tiempo? . Lo creo sinceramente. El programa del congreso, estoy seguro, se lo probará.

Esperando tener el placer de verlo el 19 y 20 de mayo próximo, me suscribo de usted,  
Con afecto,

P.D.: Voluntariamente reduje el número de plazas disponibles con relación al año pasado. Las inscripciones se cerrarán temprano. Le aconsejo entonces enviar su preinscripción, hoy mismo”.



Participe en un seminario de Dinámica Mental.

“Algunos minutos de Alpha, y usted experimentará un estado de relajación desconocido hasta el momento.

Algunas horas de Dinámica Mental, y usted será amo de sus reflejos y sus energías.

Es entonces cuando usted entrará en la fase esencial: el entrenamiento psíquico.

Usted tiene, como todo ser humano, objetivos que le son queridos: le enseñaré la

técnica práctica para su logro. Se tornará amo de sus emociones –amo de sus

pensamientos. Poseerá un rayo interior, una serenidad envidiable.

Proyectará sobre la vida una nueva mirada: la mirada del éxito.

Usted se dice quizá: “Todo esto es bien bonito, pero seamos razonables. Es preciso no tomar sus deseos por realidades”.

Esto es verdad para la mayoría de las personas.

También yo así lo creía.

Pero, lo verifiqué, día a día, y en realidad es posible transformar en realidad la mayor parte de nuestros deseos.

Lo importante es saber cómo, conocer los MEDIOS de esta transmutación. Ellos existen, para cada uno de nosotros, también para USTED.

Estos medios, lo he investigado, los he descubierto y los he verificado, y decidí consagrar mi vida a darlos a conocer. La idea de que usted pudiera necesitarlos, de que la vida se escapa sin que uno haya logrado lo mejor siendo que la solución está ahí, en su puerta..., me atormenta. Sé que se requieren tan pocas cosas para que la vida sea bella, para respirarla a pulmón pleno con el gozo del éxito y del ¡amor en el corazón!”.

Sería lamentable que, como los viejos mineros que murieron en la miseria, a pocos metros de las más bellas piezas de oro de África del sur, usted se pierda la ocasión de encontrar la más fantástica idea, de logro, de la salud que usted ni se ha imaginado poder soñar: su subconsciente.

Su vida quizás sea buena, pero, utilizando plenamente su potencial, podrá tornarla aún mejor, para usted, para sus seres queridos. ¿No es este su deber en tanto que Hombre?

Pienso seguido en esto.

¿Cómo ayudarlo? ¿Cómo iniciarlo en la Dinámica Mental? ¿Cómo probarle que eso funciona?

He aquí la solución:

Participe en el excepcional y único seminario de Dinámica Mental.

## Guía Godefroy del facilitador

---

Usted allí, aprenderá lo esencial del seminario Alpha: El dominio del nivel Alpha, el método de visualización de los colores, la programación positiva, la Psico-cibernética (conocimiento y transformación de la imagen de sí, cómo lograr un objetivo personal, mejorar su memoria y su creatividad).

Le guiaré a través de estos 7 ciclos de ejercicios prácticos, que son, término a término, los del seminario Alpha.

Mientras que la participación normal en un seminario Alpha cuesta más de... E, lo invito esta jornada por solamente... E (como prepago).

Creo dar así lo mejor de mí para facilitarle la apertura de la puerta al éxito. Debe usted ahora responder: ¿Está satisfecho de su suerte actual, o piensa que puede mejorar?

Responda pronto, pues la sala que está prevista, no puede contener más de 70 personas.

Con afecto.

P.D.: Quizá piense que conoce las leyes del dominio mental y del éxito. Pero el conocimiento intelectual no es suficiente: le propongo que viva la experiencia del dominio mental, de aprender a practicar las leyes del logro.

⌘ ⌘ ⌘

### *Ejercicio:*

Redacte una carta para invitar a sus amigos y conocidos a una reunión de información sobre: “las relaciones humanas, claves del logro profesional”.

### *Otro medio: el teléfono*

Lo vi emplear con gran éxito para organizar un seminario de sofrología. Dos jóvenes damas se relevaban para telefonar a las personas que habían pedido información.

Mientras que una telefoneaba, la otra buscaba en el directorio los números telefónicos.

El “Mercadeo telefónico” es muy eficaz.

### *El internet*

Localice un motor de búsqueda tal como [www.google.es](http://www.google.es) y busque seminarios sobre el tema que le interese. Estudie la estrategia adoptada por los otros facilitadores para atraer participantes.

La red tiene una atmósfera particular. Lo que es comercial no halaga allí. Es preciso estar atentos.

Es bueno animar su propio grupo, participar en otro aportando información valiosa. Tendrá personas que lo contactarán para saber un poco más.

Puede también editar un boletín -un grupo de noticias-, publicar un libro electrónico, crear un sitio y hacerlo referenciar... Hay cantidad de modos de hacerse conocer en la red, y los costos no son tan elevados.

### *Hacerse contratar por una institución:*

También puede hacerse contratar por un organizador de seminarios, una empresa o una institución educativa. Basta con escribir o tomar contacto con ellos (ver anexo al final de esta obra, para las direcciones).

Revise la prensa especializada, así como “Le Point”, “El Mundo”, “Le Fígaro”. Es frecuente la solicitud de formación de facilitadores.

Pero lo mejor, claro esta, es encontrar su propia clientela. La remuneración será más importante.

### ***Nuevas Soluciones:***

He enumerado hasta el presente los medios más clásicos, para reclutar sus participantes, aquellos que han sido experimentados. Ahora es a usted a quien corresponde, poner en obra su creatividad personal. Puede ensayar los buzones de cartas, los anuarios, las exposiciones.

Hay, ciertamente, centenas de soluciones.

Es frecuente que su futuro cliente tome contacto con los médicos, las asociaciones, los periodistas, los Rotarios, o el Club de leones, los diversos grupos de investigación, organizaciones teatrales, escuelas superiores, club de vacaciones, etc.

### ***Ejercicio:***

Reúna otras ideas sobre fuentes de referencia, lugares de conferencia y medios para reclutar sus participantes.

### ***Las referencias:***

Reflexione en la siguiente cuestión:

A parte de usted, ¿quién será la persona más capacitada para hablar del seminario suyo y atraer participantes?

---

---

---

La respuesta es simple, sus primeros estudiantes.

En principio, porque ellos podrán juzgar por sí mismos los beneficios de su enseñanza y hablar entonces de ella con conocimiento de causa.

Enseguida, porque ellos querrán participar con su experiencia en su entorno, y querrán convencer de la realidad de lo que ellos han vivido.

### *El rumor es la mejor publicidad.*

¿Cómo hacer para obtener el nombre de las personas que podrían estar interesadas en la acción suya?.

Pregúntele a sus participantes al final del seminario o en la siguiente reunión.

En mis seminarios yo utilizo una simple hoja de papel así, impresa:

Apellidos Nombres	
Dirección	
Código postal	Ciudad
E-mail	

Apellidos Nombres	
Dirección	
Código postal	Ciudad
E-mail	

Apellidos Nombres	
Dirección	
Código postal	Ciudad
E-mail	

Apellidos Nombres	
Dirección	
Código postal	Ciudad
E-mail	

## Guía Godefroy del facilitador

---

Apellidos	
Nombres	
Dirección	
Código postal	Ciudad
E-mail	

No de más de cinco posibilidades. Si es mucho más la gente tendrá la impresión de no llegar a cumplir la tarea. Por el contrario, si alguien quiere anotar a más personas, puede utilizar el reverso de la hoja.

Haga precisar “de parte de M...”. Si su fuente de referencias quiere guardar el anonimato, anótelo cuidadosamente y respete su deseo.

Usted podrá quizá agregar, en lo alto de la hoja, una frase del tipo:  
“Si estima que el seminario en el que acaba de participar es interesante. Si usted piensa que tal iniciativa deber ser acogida, le estaré reconocido de querer llenar esta lista:

Quiere hacer llegar, de mi parte, una documentación gratuita de su seminario a...”

### **Las entrevistas telefónicas:**

Habrán personas que le contactarán por teléfono para enterarse un poco más de sus actividades y otras que querrán, directamente, inscribirse por teléfono. En suma, usted debe tener claro, qué hacer en este tipo de situaciones.

- a. La persona le telefonea, lo más seguro, para asegurarse. ¿Sobre qué? Déjela hablar, ella se lo dirá por sí misma.  
Cuando haya discernido bien los intereses de su interlocutor, refuerce su interés. Explíquelo lo que aprenderá del dominio que le interesa, muéstrela la importancia y originalidad de su enseñanza, etc.
- b. Obtenga siempre, su nombre y su dirección. Háblele de la documentación gratuita, de las próximas fechas del seminario que usted dictará, información que le enviará a vuelta de correo. Encuentre la forma de inscribirla en su archivo de posibles interesados. Puede que la persona esté interesada, pero no

tenga ahora el tiempo necesario, es preciso entonces mantenerla al corriente de las actividades.

- c. No “venta” mucho. Sin duda usted conoce la historia de la jovencita, muy católica ella, que quería casarse con un joven que era ateo. Sus padres formalmente se le opusieron, prohibiéndole tal casamiento, a menos que el hombre tuviera “religión”. Invitación de la madre y de la jovencita además de sabio trabajo de persuasión para que él se convirtiese.  
¡Algunas semanas después, ellas habían hecho tanto y tan bien... su trabajo, que él entró al seminario para hacerse sacerdote!  
Moraleja: el que mucho vende, obtiene frecuentemente lo contrario de lo que buscaba.  
No trate de “vender”, sino de explicar qué objetivos se logran, con lo que usted hace, con su proyecto de trabajo.
- d. Concluya. El buen punto conclusivo de la entrevista telefónica, el que yo prefiero es “El número de participantes es limitado y no quedan más plazas. En caso de que tenga una dimisión de último momento, ¿querría usted que yo le llamase?” No es bueno abusar de esta conclusión, pero ella permite dar valor a la participación.  
Uno, frecuentemente da más valor a lo que es más difícil de obtener.

Otra variante:

“No me quedan sino dos lugares vacantes, ¿quiere que le reserve uno?”

Mejor aún:

“Mañana se vence el plazo de inscripción con tarifa preferencial. Eso le hace ahorrarse dinero. ¿Qué prefiere, la tarifa preferencial, o inscribirse en la fecha de comienzos?”

No tiene que hablar mucho, usted; solamente tenga presente en su mente la **CONCLUSIÓN**. Usted debe ayudar un poco a la persona a la que su seminario le hará bien, pero que tiene dificultad en decidirse.

Mientras que, si lo que usted propone no corresponde a lo que la persona desea, remítala a un seminario que le convenga más. Sea correcto y honesto, se sentirá mejor con usted mismo.



## *Capítulo 4*

# **LOS COSTOS POR PARTICIPACIÓN**

### ¿Cuáles son los costos clásicos por participación en seminarios?

Los precios son muy variados. Son frecuente \$30000 pesos por día.  
Le sugiero no descender de \$6000 por día (en caso de cursos).

Encontrará incluso más baratos. Algunas personas están listas para dar seminarios gratuitos, sólo porque esta actividad infla su ego. Otros están apasionados por lo que enseñan y tienen otras fuentes de ingresos, además.

Usted, debe poder vivir de ello. Incluso si así no es el caso, solicite un costo normal, ofrezca una mejor presentación, utilice medios didácticos, ofrezca algún refrigerio, documentos, discos compactos, o libros.

Piense en que usted invierte, que hay mayor motivación e interés en su trabajo y que esta inversión la recuperará luego. ¡El seminario en el que vi personas más atentas – yo asistía como participante—costaba \$150000 la semana!.

Supere los eventuales obstáculos que usted pueda tener frente al precio, no por usted, sino por sus participantes.

Seguramente, si un estudiante o un desempleado quiere seguir su seminario sin poder hacerlo por razones financieras, acuerde con él una reducción, o mejor, intercambie su participación gratuita por ayudar en el refrigerio, recibir los participantes, etc.

Tengo por regla que nadie esta obligado a renunciar a su participación por razones financieras. Siempre hay soluciones.

### **Los formularios de inscripción:**

Si alguien decide participar en un seminario, debe tener en la mano, un formulario, un documento a llenar que le permite materializar su deseo. Si no, lo dejará para más tarde y olvidará, o renunciará.

Diseñe entonces los formularios de inscripción. He aquí algunos ejemplos:

## Guía Godefroy del facilitador

---

### TITULO Y FECHAS DEL SEMINARIO

- Deseo participar en la primera jornada (comidas incluidas)
- Deseo participar en la segunda jornada (comidas incluidas)
- Prefiero no faltar (importe fijo \$20000 por los dos días)

Señale aquí según su conveniencia:

- VISA, etc.  cheque  consignación  giro internacional

Apellidos:

Nombres:

Dirección

Teléfono:

Código postal:

### TITULO Y FECHAS DEL SEMINARIO

- Deseo reservar un puesto en el seminario:  
desde (fechas)  
en (ciudad)
- Adjunto \$..... como participación por dos días.
- Adjunto \$..... reserva del cupo, saldo en la fecha de inicio.
- No puedo asistir, adjunto \$..... por memorias y grabaciones
- Deseo solo la documentación completa.  
 cheque,  VISA,  consignación.

Apellidos:

Nombres:

Dirección

Teléfono:

Código postal:

TITULO Y FECHAS DEL SEMINARIO  
BONO de RESERVACIÓN.

- Deseo participar en la primera jornada de 9:30 a 18:30 (participación \$.....)
  - Deseo participar en la segunda jornada, domingo de 9:30 a 18:30 (participación \$....)
  - Prefiero no faltar (importe fijo \$..... por los dos días) resérveme una habitación  sencilla,  dos estrellas,  tres estrellas,  cuatro estrellas.  
No incluir alojamiento
- Señale aquí según su conveniencia:  
 VISA, etc.  cheque  consignación  giro internacional

Apellidos:
Nombres:
Dirección
Teléfono:
Código postal:

Estaré acompañado por (doblar el importe):

Apellidos:
Nombres:
Dirección
Teléfono:
Código postal:

NB: el congreso se desarrollará en el centro de congresos "... ”  
Una convocatoria le será enviada hacia el 5 de mayo.

Los mejores resultados se obtienen con un simple bono sin costos de reservación adjuntos. Pero si no hay un mínimo aporte financiero, por mínimo que sea, tendrá una tasa extraordinaria de deserción.

## Guía Godefroy del facilitador

---

Yo solicito, habitualmente el 30% de reservación. Si la persona cancela antes de 5 días el reembolso se hace sacando los gastos de secretariado, si la persona no cancela pero no va, conservo el 25 o 30% como aporte a su participación en otro seminario. En ocasiones se ha tenido que rechazar a algún participante porque no hay cupo, y hay que pagar el puesto de aquel que no va, y no avisó.

Piense en fórmulas de pago parciales, y en complementos. Los pagos escalonados, tienen una desventaja: el 15% de las personas no los pagan nunca. Aumente entonces el precio del 15% y divídalo por el número de fracciones que usted considere razonable.

Los complementos son dados por aquellos que quieren participar y que no tienen dificultades financieras, esto no es indispensable pero es útil, y nos permite recibir a otros que no pueden pagar.

⌘ ⌘ ⌘

### *Capítulo 5*

## **CÓMO HACER CLIENTELA**

Una vez comenzada su actividad esta ya en el corazón de lo que es conservar y desarrollar clientela.

La primera precaución a tomar para tal efecto, es la de constituir la lista de los nombres y direcciones de sus participantes, para tenerlos al corriente de sus actividades. Podrá también organizar de tiempo en tiempo una reunión con los antiguos, crear un club o asociación que apoyará el progreso y continuación de los seminarios y a la que podrá aportar su experiencia y consejo.

Sea que usted lo desee o no, deberá tener una imagen de “marca”.

Una imagen de marca es una asociación de ideas y de imágenes positivas de su tema. Puede concentrar simbólicamente este conjunto bajo la forma de un logotipo o de una sigla.

El logotipo es una representación original de sus iniciales –o de aquellas de su institución educativa-. La sigla es un símbolo, una imagen que le representa.

Vea la imagen por ejemplo de



Esta focalización sobre un símbolo que representa su acción, ayudará a sus corresponsales a diferenciar entre la masa de información que les asalta cada día, su espacio, y a leerle con mayor atención, por ejemplo.

Sus relaciones antes y después del seminario con sus estudiantes, contribuirán con su imagen y su marca.

Evitaremos no obstante, dos extremos:

1. el del facilitador que pasa su tiempo sirviendo de sostén y confesor  
(Piense en un carro cuya caja de velocidad esté muerta. Usted puede poner todas sus fuerzas, no arrancará, a veces, rodará incluso, pero se detendrá a algunos metros después).

2. El del facilitador que se desinteresa de sus estudiantes después de que ellos han seguido su seminario —(algunas veces, basta con empujar un carro para que este avance y luego él trabajará por sí solo, sin ayuda exterior)—

Lo ideal sería que cuando alguien se dirija a usted, brindarle toda la ayuda posible proporcionándole los medios para lograr su objetivo. Si, luego él no los pone en acto, por inercia, falta de coraje, déjelo caer.

Es mejor que usted consagre su tiempo a aquellos que tienen verdadera necesidad y que serán capaces, después de una ayuda inicial, de bastarse por sí mismos.

Claro que hay casos particulares, en los que sentirá que es preciso ayudar con muchas retomas, pero que el potencial está ahí —(cuando el motor está bueno, solo falta insistir para que arranque)—

Pero si un participante que usted sienta que está motivado le demanda ayuda, esté presto a hacer, no importa que por él, sobretodo si él muestra por su acción que él quiere.

### **Sus relaciones con la prensa:**

Su “imagen de marca” depende también de sus relaciones con la prensa. Hay algunas ideas establecidas de las que debe comenzar por desembarazarse.

1. La prensa es objetiva: la prensa objetiva no existe. La prensa depende de la subjetividad del periodista, del redactor en jefe, del diseñador de página.
2. La prensa ve con ojo favorable lo que es nuevo: esto puede suceder, pero es raro. Los periodistas con frecuencia son súper-criticones y buscan lo que es negativo en todo —(lo negativo se vende mucho mejor.) Un periódico aumentará su tiraje presentando las malas noticias. La prensa como la mayor arte de los individuos temen lo novedoso.
3. Lo que es dicho sobre usted en la prensa, puede hacer su éxito o su fracaso definitivo: Es raro que la prensa baste para el éxito o no de una empresa educativa. E inversamente tampoco un artículo negativo o crítico respecto de usted, puede contribuir, en su fracaso: un ridículo porcentaje de sus posibles estudiantes, lo leerá, y muy pocos entre estos lo retendrán. Por el contrario, sus “buenos amigos” tendrán un displacer al anunciarle la buena noticia.

Usted dirá —¿Cuál es entonces la ventaja de la prensa, si su impacto es tan pequeño?. Mire cómo los distribuidores cinematográficos utilizan los artículos y las críticas sobre películas. Ellos fotografían pasajes, los amplían y los colocan a la entrada de las salas de cine. Ellos los toman como citaciones, como anuncios publicitarios.

Es el mejor uso. Si usted tiene buenos artículos, haga tiradas separadas, o imprima los mejores pasajes sobre el documento de presentación de su seminario. El poder de la cosa impresa es tal que aporta una prueba casi irrefutable a los ojos de la mayoría. ¡Si supieran que el periodista no hace más que copiar un texto que está listo y que le ofrece una seducción revestida de prensa!

Resumamos. Es interesante tener artículos sobre su actividad en la prensa. Le desaconsejo, no obstante, invitar gratis a un periodista a su seminario con el propósito de la publicidad a menos que realmente él esté interesado en el tema.

En tal caso, puede consentir una reducción del costo, pero no invitarlo gratis. ¿No cree que invitando un periodista, usted queda dependiendo de su opinión?

Los periodistas frecuentemente son invitados. Para ellos es normal y en absoluto se sentirán reconocidos.

Más bien al contrario.

Tener una persona crítica en un seminario, un observador que no participe, es un obstáculo serio para la ambientación.

No vacile en dirigir usted mismo la redacción de su artículo. Si usted no escribe bien, pídale a algún amigo que lo haga. Y sobretodo, PIENSE EN LA PERSONA QUE VA A LEER EL ARTÍCULO.

Escriba simplemente y ponga en alto las ventajas reales que pueden obtener los participantes.

Un ultimo punto importante: NO ACEPTE PERIODISTAS SIN LA EXPRESA CONDICION DE LEER SU ARTÍCULO ANTES DE SU PUBLICACIÓN.

Es frecuente que comprendan otra cosa, que escriban no importa que y con toda buena fe omitan los puntos más importantes.

### *Ejercicio:*

Redacte su testimonio de un seminario al que usted haya asistido (máximo 6 páginas manuscritas)

Hágalas leer de su entorno y ofrézcalo a una revista, un periódico local o a la revista de una asociación en la que usted participe. No olvide como en los artículos que tiene de ejemplo, poner los “sombreros” en la cabeza de los párrafos.

⌘ ⌘ ⌘

# Capítulo 6

## EL MATERIAL

### La sonorización:

Si un grupo sobrepasa las 50 personas, el micrófono es indispensable. Para la instalación y regulación del micrófono, a menos que usted mismo sea un especialista, tendrá que hacer el papel de técnico. La cuestión con los micrófonos es tan importante que un seminario puede fallar completamente a causa de la mala regulación del micrófono.

Piense también en la música ambiental durante las pausas.

Pocos participantes se dan cuenta del efecto de la música sobre ellos, pero todos son a tal efecto sensibles.

Utilice música clásica durante las pausas y recibimiento de los participantes.

— la música de ritmo es para despertar al asistente (y a usted) cuando usted siente que la atención baja. Fin de la mañana, inicio y final de la tarde, en general.

Y en suma un “logotipo” o un “indicador”: — El indicador anunciara la retoma de las sesiones después de las pausas; en forma de emisión radial y televisiva que están siempre precedidas de un poco de música. Esto permite entrar de nuevo en el ambiente, previene los retardos, y hace recordar lo que el seminario significa.

La elección del indicativo es importante. Tome alguna cosa que a usted le guste, y que corresponda a lo que usted hace. Si es posible algo original.

Un truco al pasar: puede simplemente conectar una grabadora al equipo sonoro de la sala, o incluso poner un alto-parlante enfrente del micrófono durante las pausas. Para las grandes salas, la “emisión” no sufre casi. Si usted alquila, ponga atención al precio de arrendamiento del material.

### Las ayudas visuales:

Luego de la escucha, pasemos a la visión.

Como mínimo una serie de marcadores de diferentes colores y uno o dos tableros de papel.

¿Por qué tableros de papel mejor que el clásico tablero negro? En principio porque el tablero negro sólo recuerda los malestares de la escuela y luego porque usted puede encontrar nuevamente lo que usted escribió antes, cortar y pegar lo que es más importante.

La mayoría de los hoteles y de las salas están equipadas con tableros de papel. Si le aconsejo procurarse marcadores, es porque lo que se ponen a su disposición son siempre muy pequeños, marchan mal o son de un color que no se ve desde lejos.

Si usted ama la fotografía, puede animar sus presentaciones con diapositivas o con presentaciones de Power Point en el proyector de video.

### ***El retroproyector:***

Con la ayuda de una fotocopiadora electrostática a color, usted puede realizar excelentes documentos sobre una película transparente. Usted los proyecta luego sobre un retro-proyector. Es un aparato que le permite, enfrente de su grupo, mostrar documentos.

Haga de ser posible, grandes documentos que luego reducirá al formato 21 x 29,7 cm. Estos serán tanto o más fieles una vez ampliados.

### ***Las videocámaras:***

En un seminario, las video-cámaras pueden ser extremadamente útiles. Excepto para las presentaciones que usted habrá grabado por anticipado, utilice siempre secuencias cortas, de lo contrario se arriesga a dejar su auditorio. Si usted utiliza la video-cámara para ejercicios de instrucción no olvide nunca que el descubrimiento de la imagen no es siempre fácil de vivir por parte de los participantes. Vaya con prudencia y la video-cámara será una formidable herramienta.

### ***El tablero de cartón:***

Una ayuda audiovisual poco conocida: el tablero de cartón. De igual formato que una hoja de papel para el tablero de papel, tiene la ventaja de lo instantáneo de una diapositiva y puede presentarse a plena luz.

Es ideal para los esquemas, dibujos, histogramas. Usted los prepara antes con cuidado (son un poco engorrosos pero casi indestructibles). Un medio más raro pero interesante: las telas de pintura. Tienen la ventaja del cartón (plena luz, preparación previa) y pueden ser plegadas fácilmente.

¡Incluso vi en un seminario en los Estados Unidos, una tela blanca encerada utilizada de esta forma!



### *Capítulo 7* **ELEGIR SALA**

Elegir una sala es una operación tan delicada como elegir su apartamento, claro que diferente.

#### **¿Estar de pié o no?**

Muchos seminarios en condiciones límite de la incomodidad. ¿Esto es indiferencia? ¿Falta de previsión? ¿Falta de medios? Quizá las tres a la vez.

- 1- Indiferencia: Sus participantes invierten emocional y mentalmente mucho en el seminario al que van a asistir, las condiciones materiales de confort, mejoran, influyen sus actitudes, y por lo tanto sus resultados.  
No es indispensable estar en un Hilton pero es necesario respetar a sus participantes y ofrecerles un lugar en el cual ellos se sientan bien. Vale más asombrarlos para bien que para mal.
- 2- La falta de previsión. Las buenas salas están reservadas con mucho tiempo de anticipación. Las empresas frecuentemente tienen muchos seminarios.  
No es raro que grandes salas sean reservadas con un año o año y medio de anticipación. Entonces, prevea, planifique. Elegir una sala, nada cuesta: Si usted cancela su seminario basta prevenir al hotel u organismo arrendatario. Elija, no obstante varias opciones ( y tendrá las mejores condiciones)
- 3- Falta de medios. Más vale solicitar una participación más elevada a sus estudiantes (repartido entre todos, el costo será favorable) que alquilar una sala mediocre. Regatear por la sala es una economía cabos de candela, aunque sea esta su fuente de ingresos más importante.

Por último: usted se sentirá mejor en un ambiente agradable y su presentación será mejor.

Vamos a estudiar todos los detalles que es preciso tener en cuenta para la elección de una sala. Hay lugares de encuentro que presentan todas las ventajas.

#### **Parqueadero:**

Metro, bus, tren, carro o taxi: sus participantes deben poder llegar fácilmente a su seminario, igualmente salir.

Obtenga un precio preferencial de parqueo (estarán 1 o 2 días, logre que paguen como si hubieran estado allí un cuarto de hora).

### **Forma y talla de la sala:**

La experiencia me ha enseñado que es bueno tener 2 metros cuadrados por participante. En rigor (pero usted hará sus cuentas) 1<sup>1/2</sup> m. Bastan.

Claro, en los casos de conferencias, es diferente. Usted puede enseñar posturas de relajación.

Por relación a las inscripciones, aumente siempre al menos 10% para obtener el número de participantes exacto (enfermedades, impedimentos de última hora, etc.). En lo que concierne a la forma, piense sobretodo en evitar salas muy largas. ¿Es una reminiscencia de las escuelas o colegios? Los últimos, lejos del facilitador, prefieren conversar... Mientras que en salas cuadradas, ovaladas o incluso rectangulares, usted no tendrá obstáculo alguno y conseguirá un contacto óptimo con su auditorio.

### **Otros puntos importantes:**

- Las ventanas. Si hay ventanas, ¿se abren a qué sitio? ¡En uno de mis últimos seminarios, en el momento de airear, me di cuenta que las ventanas daban... sobre la descarga!! Evite calles ruidosas, vías férreas, aeropuertos.  
Lo ideal es una serie de ventanas que no den sino sobre el verde de la naturaleza, el campo o un jardín interior.  
Si no hay overtura, es un inconveniente, pero tiene sus ventajas. Abruman pero pueden favorecer la adquisición de nuevos conocimientos y de nuevos comportamientos en el tiempo, lugar y espacio. Puede compensar la eventual claustro-fobia de sus participantes con un ambiente musical adecuado.
- La altura de los techos. Busque techos altos, su único inconveniente es su falta de intimidad, pero son una buena reserva de oxígeno y evitan la impresión de confinamiento.  
El aire acondicionado. Es difícil de regular. Evítelo entonces cada vez que pueda. Genera rinitis, laringitis, amigdalitis y hasta bronquitis en muchas personas e indisponen a las otras. Desgraciadamente todos los modernos edificios están equipados con aire acondicionado.  
Para eliminar inconvenientes: abra las ventanas durante las pausas y conecte un generador de iones negativos en la sala.
- El ruido: Infórmese seriamente: ¿habrá una manifestación en la sala de al lado durante su seminario? Comunicación, matrimonio, fiesta, seminario, etc. ... Verifique el sonido. Los arrendatarios de sala son, siempre, a propósito del sonido, de un optimismo sin fundamento en la experiencia.  
Infórmese también sobre la posibilidad de ocupar el teléfono (y la música de ambiente) en la sala.

## Guía Godefroy del facilitador

---

- Las comidas. Buffet “campesino” y tipo Club Mediterráneo (ensaladas, platos fríos listos para servir).
  - Evite los menús “especiales” previstos para hoteles. Son pesados frecuentemente.
  - Evite el vino al almuerzo.

En lo concerniente a las comidas la regla a tener en cuenta es la siguiente: es un servicio prestado en pro de su presentación. Debe contribuir a mejorar la atmósfera del grupo.

Si provoca el menor descontento, renuncie y deje a los participantes libres de ir a alimentarse donde deseen.
- El hotel. ¿Debe preocuparse por las reservaciones de hotel de sus participantes? A menos que usted organice un seminario especial en los Baleares, la respuesta es NO.

De la lista de los hoteles próximos, tanto como sus números de teléfono, dígalos de registrarse pronto. Obtenga condiciones especiales para ellos, pero déjelos diligenciar directamente su estadía. Si usted se ocupa de esto, dará la impresión de que los precios que se aumentan por habitación, van a su bolsillo, y, lejos de reconocer su trabajo, dirán que ha sido muy costoso.

Habrán muchas personas que irán a sus propias casas o a casas de amigos.

Alquilando una sala, para obtener una buena reducción, ponga los hoteles de la ciudad que compiten. Vi algunos hoteles dar gratis la sala para obtener la orden de las comidas y de las habitaciones.

Frecuentemente les he hablado del Hotel. Es la fórmula más fácil. Pero buscando bien, usted encontrará numerosas salas de espectáculo, asociaciones, patronatos que le ofrecerán los mejores precios. Le toca a usted, informarse y juzgar.

⌘ ⌘ ⌘

## *Capítulo 8*

### *JUSTO ANTES DE SU SEMINARIO*

#### *Cartas de confirmación:*

Éstas, generalmente, no ofrecen problema, el único riesgo es que al confirmar muy pronto los participantes votan su carta pensando que más tarde recibirían un boleto de entrada.

Para evitar este inconveniente, y las pérdidas de cartas por el sistema de correo, he llegado a enviar:

- 1- Inmediatamente después de la recepción de la inscripción, carta de confirmación.
- 2- Ocho días antes del seminario, carta, recordando el lugar, los horarios y la confirmación a presentar a la entrada.
- 3- Cuando esto es posible; un e-mail.

#### *Su primer seminario:*

Les he hablado del seminario idea. Para limitar los gastos, puede comenzar en su casa o en casa de un amigo, pensando en el máximo de detalles.

#### *Organización, disposición, acogida:*

Es la víspera del día “J”. Usted ha organizado con el organismo arrendatario de su sala, para disponer de lugar, desde la tarde anterior y poner todo en su lugar. ¿Qué debe vigilar?

Piense en un participante que llega, y enumere los diferentes problemas que él puede encontrar.

1. Parqueadero. Prevenga el parqueo desde la hora de llegada de sus participantes (las primeras personas llegarán 45 o 60 minutos antes de la hora).
2. Flechas. Desde la entrada al parqueadero, su participante debe poder, fácilmente llegar a la sala, siguiendo las flechas. Diseñe sus flechas en cartón de colores y no olvide recuperarlas para la próxima vez.

Recepción y acogida. Es un momento psicológico muy importante. La impresión que genere influenciará en su seminario. La organización y la gentileza. No se si ama o no el Club Mediterráneo. Quizá nunca ha estado allí y tiene una imagen desformada. Poco importa. Lo que interesa analizar aquí es lo que ocasiona bienestar.

Los facilitadores se intitulan allí “gentiles organizadores” y sus acogidas son particularmente cuidadosas.

3. Gentiles : la gentileza se ha tornado cosa rara. Es frecuente ser agredido por las personas que están para brindarle un servicio, como comerciantes, funcionarios, etc.  
Incluso en las relaciones profesionales, familiares, sociales, los contactos humanos se caracterizan con frecuencia por una gran falta de cortesía. Si usted quiere tener buenas relaciones con sus estudiantes, Sea gentil.  
“Gentil: que gusta por su delicadeza moral, su dulzura, su acogida... Ser gentil con alguien: tener por el miramientos, atenciones” (Petit Robert)  
La gentileza desarma la agresividad. Pero dirá usted: “La agresividad frecuentemente es la única vía de expresión de sí que queda en el individuo en el mundo moderno.” Es verdad. En el club, el deporte, la danza, ayudan a la expresión natural de la agresividad.  
Incluso siendo “gentil”, usted encontrará al cabo de algunas horas una “taza” elevada de agresividad entre sus participantes.
4. “Organizadores”: Los participantes aprecian la buena organización. A ella, ellos son sensibles, pues es una marca de atención que usted les dona. El modo de pensar que cada vez más se desarrolla en nuestras sociedades es el de “beneficiario”. La sociedad debe tomarnos a cargo, pensar por nosotros, etc. ¡Claro! Esta no es la filosofía que gobierna su acción, pero en un comienzo, deberá evitar enfrentar el conformismo a fin de llevar a una progresiva toma de conciencia.  
Usted debe organizar:  
“Organizar (XIV: tornarse apto para la vida). Preparar una acto tal que este se desarrolle en las mejores y más eficaces condiciones.(Petit Robert).  
Es justamente el fenómeno de grupo el que facilitará el aumento de sus participantes y para que haya un cuerpo, deben haber órganos, por lo tanto organizadores. Esto se traducirá desde el primer contacto, luego de haber verificado el número de participantes sobre la lista (guardada preferiblemente por orden alfabético), usted le dará bolígrafo, papel o carpeta y cartulinas.
5. Ambiente. Cree un ambiente alrededor del tema que va a desarrollar. La música, ya lo hemos dicho, ayuda mucho. Pero piense también en los afiches, flores, (¿perfumes?), accesorios que pueden contribuir a crear el ambiente esperado.  
Evite iluminación violenta.  
Puede escribir sobre el tablero de papel algo como:  
“Bienvenido al seminario”...  
Tengo la costumbre de agregar, donde sea que esté: “por medida de seguridad, está prohibido fumar en la sala”. Verá que la gran mayoría de los participantes está constituida por no fumadores que hubieran podido incomodarse.

6. Disposición: Olvidaba decirle porque los accesos laterales a una sala, son preferibles a los frontales. Para “sentir” bien su grupo, es necesario estar en contacto con él. Ese contacto es también visual. Si enfrente de usted, hay... vacío, usted difícilmente sentirá su sala.

Que usted tenga un auditorio o una decena de participantes apilados en un 25% de sillas, en una esquina, cerca de la entrada. Me explico.

Si pone más sillas que participantes esperados, tendrá al menos el 10% de sillas vacías, lo que impide la cohesión de grupo.

Hay que contar con los que llegan tarde, no obstante.

Al contrario, poniendo menos sillas, sus participantes forman enseguida, grupo, los lugares vacíos serán llenados.

Hablemos ahora de usted. ¿Tendrá usted un podium, una mesa, y una silla? No. Ni escritorio, ni mesa, ni silla. Usted no es un maestro de escuela, y sus participantes no son sus alumnos. Será mejor estar de pie para expresarse.

En lo que concierne al Podium, a partir de 200 personas, puede ser necesario, para que usted sea visto por todo el mundo.

⌘ ⌘ ⌘

### *Capítulo 9*

## ***DIFICULTADES BÁSICAS A VENCER***

“Perfeccionarse en la conducción de reuniones y en la participación es más que una exigencia del trabajo cotidiano. Es potencializar su personalidad, es decir aumentar el dinamismo y la eficacia de su propia persona, pero esto exige superar ciertas dificultades y ciertos hábitos” Roger Muchielli.

### ***Miedo al grupo o miedo escénico:***

Cualquier formador rehusará recordar las noches en blanco que le hicieron pasar sus primeros seminarios!. Incluso luego de años de experiencia, el temor al escenario puede estar presente.

Otra palabra para miedo al escenario puede ser temor. De hecho hay diferencia entre miedo y arrojo. Con base en el arrojo, el miedo se transforma en acción.

El mecanismo es a groso-modo el siguiente: alarma secreta de las hormonas que se distribuyen por la sangre, la adrenalina y las otras “hormonas del estrés”. Estas son sustancias que preparan el cuerpo para la acción, lo estimulan, etc., si uno no actúa en ese momento, tal preparación para la acción, se torna en angustia.

Esto esta muy bien, dirá usted, pero ¿qué puedo hacer yo si tengo miedo la víspera de un seminario, si mi garganta se cierra, si mis cuerdas vocales están aminoradas de miedo?.

Grite.

Sí, usted lo ha entendido bien: GRITE. En su carro, en la calle, solo en el campo o en un lugar que le permita hacerlo con fuerza, reúna todas sus fuerzas y ponga en ese grito todos sus miedos.

Por la acción (su seminario) o por el grito, el deporte, el amor, quizá incluso la pintura o el piano, son importantes. Pero el grito es muy eficaz y de resultado inmediato. ENSAYE.

Más vale prevenir que curar, se dice, también una buena visualización positiva le ayudará mucho para no tener este miedo.

Utilice el mejor medio para superar la noción de “miedo al escenario” y toque la esencia del ser: el amor. Ame usted a sus participantes. Piense en lo que ellos tienen de positivo, admire la búsqueda que los lleva a este seminario. Acéptelos, compéndalos y ámelos.

Uno no tiene miedo de aquellos a quienes ama. El miedo viene de lo desconocido. Amando, usted atraviesa las barreras del miedo.

### **La duda:**

Otra forma de miedo es la duda. La falta de confianza en sí. “¿Seré suficientemente bueno?”, “¿Voy a tener éxito?” Y el cortejo de imágenes negativas que de estas preguntas puede surgir: se ve atacado por sus participantes, que hablan mal de usted con los otros, etc. Algunos se ven, en medio de una presentación, de un momento a otro en blanco sin saber qué más decir. Algunos se quedan con los ojos abiertos ensimismados durante sus ejercicios... ¡Un psicólogo los ataca violentamente y usted no sabe qué responder! Un fiasco...

¿Qué hacer?... Usted debe felicitarle por cada etapa positiva, formar contraimágenes para eliminar las imágenes negativas. Leer antes, un capítulo particularmente motivador de un libro de desarrollo personal.

He aquí un ejemplo:

“Respire profundamente durante 30 segundos antes de hacer frente a su auditorio. La reserva de oxígeno subirá y le dará ánimo. El gran tenor Jean de Reszlé decía que aspirando profundamente desaparecían sus nervios.

Usted tiene derecho de mirar a su auditorio, comience a hablar como si cada uno de ellos le debieran dinero. Piense que este es el caso. Dígase que ellos están ahí solo por demandar una extensión de crédito. El efecto psicológico le será benéfico (...). Sobrepasar el miedo a hablar en público tiene una enorme repercusión sobre todo lo que hacemos. Aquellos que lo logran se dan cuenta que mejoran muchos puntos y constatan que su victoria les ha hecho salir de ellos mismos para lanzarse en un camino más rico y satisfactorio” D. Carnégie (Cómo hablar en público).

Esto me recuerda el vital rol que juega la respiración en el dominio de sí.

Si esta inquieto, su respiración va a entrecortarse hasta tornarse demasiado corta y superficial. A su cerebro le faltará oxígeno y sus ideas se tornarán confusas. Usted tendrá aún inquietudes, por lo tanto, menos oxígeno, etc. Felizmente, uno puede tomar, voluntariamente, el control de su respiración.

No puede decir con ello que usted deba convertirse en un fuelle, bombeando el torso a la manera de un profesor de gimnasia, no. Amplíe simplemente, su respiración automática que es abdominal. Respire con su vientre.

Leyendo estos consejos seguramente usted se dice “¿Cómo pensar todo esto a la vez? ¡Tantas cosas a tener en mente, cuando el tema ni siquiera ha sido abordado!” Es verdad.

No debe transformarse en un sabio granuja que aplica un cierto número de recetas aprendidas. Al contrario, todo esto debe estar integrado a su comportamiento, asimílelo.

Piense en la famosa frase “la cultura, es lo que queda cuando todo ha sido olvidado”.

## Guía Godefroy del facilitador

---

Es lo que le aconsejo hacer: lea este libro electrónico. Reléalo aún una vez más, y otra, para que quede bien gravado en usted. Enseguida, déjese llevar. Sea usted mismo.

El gran reproche que uno puede hacerle a la enseñanza, en los cursos de expresión oral de Dale Carnegie, por ejemplo, es justamente la falta de espontaneidad, el lado “culto” de la presentación de los alumnos.

Se siente el modo en el cual ha sido ocultado su comportamiento.

No es ese mi objetivo al escribir esta guía. Todo lo contrario, me gustaría que encontrara su verdadera dimensión personal, la suya, su estilo propio.

Para esto, no pase a la revisión de su comportamiento sino después de su seminario, anote lo que hizo sin pensar y lo que debió haber hecho o lo que podría hacerse y represénteselo mentalmente, para el futuro. Conviértase en su propio profesor. Entretanto, continuemos.

William James, el gran psicólogo americano hacía notar: “La acción parece seguir al pensamiento, pero de hecho, acción y pensamiento se producen simultáneamente. Regulando la acción que está bajo control de la voluntad, podremos gobernar indirectamente los sentimientos que se le escapan.

Así pues, si hemos perdido la alegría, el mejor modo de encontrarla es comportarnos como si la poseyésemos ya”

Reflexionemos en los signos exteriores del miedo, de la duda: hemos ya hablado de la respiración. ¿Cuáles son los otros puntos?.

---

---

---

---

¿Los ha encontrado? Si no, reflexione un poco más.

---

---

---

---

a) Hay en principio gestos y actitud corporal.

Si hay inhibición, esto se traduce por una gran tensión corporal o por movimientos estrechos y repetitivos. Entonces, liberando voluntariamente sus gestos, usted se sentirá mejor al cabo de poco tiempo.

b) El equilibrio mismo es lesionado. En cursos de expresión oral yo mismo he notado la falta de estabilidad en mis estudiantes, con un golpe caen por tierra.

¡Piense en la impresión que puede dar un orador que expresa tal fragilidad en su cuerpo!

Una imagen que puede fijarse para comenzar es la del árbol. Usted es un árbol, un roble por ejemplo, los pies bien plantados en el suelo, como si usted hubiese creado raíces. En contacto estrecho con la tierra. Indesarraigable.

- c) La voz. Una voz fuerte y clara es signo de confianza. Al contrario, una voz débil se produce por inseguridad. Un tímido es incapaz de hablar fuerte, y cuando cree gritar, él emite un ridículo número de decibeles. Entrene el hablar un poco más fuerte que de costumbre.
- d) Los ojos. En lugar de evitar la mirada de sus participantes, MIRELOS de frente y respire calmada y profundamente.

### **La preocupación de sí:**

Peor aún que el miedo es la duda --y en relación con esto último--, la preocupación de sí es uno de los obstáculos mayores en materia de formación.

La clave del éxito en formación, es la PARTICIPACIÓN. Sobre ésta hablaremos en el capítulo siguiente.

Pero para ser capaz de suscitar participación por parte de sus estudiantes, es preciso desarrollar empatía, facultad de contactar con el otro, de comprenderlo y de dejarlo expresar, lo que es raro.

Este estado de espíritu, que debe despreocuparse de toda atadura de sí, será la clave de su formación. ¿Cómo lograrlo?

#### **1. La presencia**

Un término medio entre Sherlock Holmes, El abad Pierre y Carl Rogers debe ser su objetivo.

De Carl Rogers, debe aprender la escucha activa, del Abad Pierre puede aprender el altruismo y la comprensión del otro, de Sherlock Holmes debe tener la concentración, la intuición, la voluntad de descubrir el resorte secreto que anima a estos célebres héroes. En suma, estar extraordinariamente PRESENTE.

#### **2. La escucha activa**

Un sabio enseñaba un día: nosotros tenemos dos orejas, dos ojos y una sola boca.

Debemos entonces servirnos de ellos en proporción semejante: Escuchar, mirar, dos veces más que hablar.

¿Cómo escuchar y mirar más que hablar, cuando uno es orador? Me pregunta usted. Justamente todo está ahí.

Si usted está preocupado por lo que dice, por la forma como usted lo dice, por lo que se piensa de usted, su mirada en lugar de contactar con sus participantes, y de brillar con el fuego de la comunicación, será tenue y transparente. No verá nada. No notará nada.

Si, por el contrario, está centrado su interés en sus interlocutores, en lo que ellos dicen con sus gestos, en su tos, etc.

Si, cuando se expresan, usted no se pierde ni un suspiro de lo que ellos dicen, si les anima a hablar, entonces verá que es fácil y posible escuchar y mirar dos veces más que hablar.

No es necesario caer en el extremo contrario, como el pianista que, teniendo la costumbre de interpretar solamente para uno de sus auditores, y de estar atento a sus reacciones, elige esa tarde un anciano de cabellos blancos.

Comienza a interpretar, atento a las reacciones del anciano. Bruscamente, en el momento más patético, el anciano voltea la cabeza. Y él no cesa de girar la cabeza a la derecha durante toda la primera parte del recital.

No entendiendo, el pianista lo alcanza en el entreacto y le pregunta qué es lo que no va.

“¿Es el rigor dactilar?” “Claro que no: ¡es simplemente que soy sordo de un oído!”

### 3. *El yo*

Como para todo equilibrio, hay dos actitudes opuestas a evitar: el gran pudor para hablar de sí y el “yo”.

Sus participantes se interesan en usted y en su experiencia personal, cierto, y no hay que dudar en hablar de ello.

Recuerde lo aburrido de esos libros en que el “yo” es desterrado, y el autor se esconde detrás de un púdico “nosotros”.

Pero piense también en la aburrición mortal que provocan aquellos que hablan de ellos, de lo que hacen y de lo que han hecho. Se les llama los “yo”. ¿Es usted un yo?.

Un modo infalible de saberlo: ¿cuándo se le da a usted un tiempo para hablar, lo respeta?.

Los “yo” se extienden en los horarios como si el tiempo no tuviese importancia.

### 4. *Para terminar con la preocupación de sí, interésese en otros, todo el tiempo*

Es un nuevo hábito mental a desarrollar. Usted encuentra que “tal” persona se viste de forma horrible. Trate de comprender por qué y / o -aceptarlo-. Tal persona dice tal cosa, practique el mismo ejercicio, trate de comprender por qué.

Usted al contactar con otros, establecerá “contactos humanos”, contactos que tanto faltan en nuestros días.

### 5. Ejercicio:

Relea: “¿Cómo hacer amigos?” de Dale Carnegie (libro de bolsillo).

- Lea al menos un cuarto de hora cada día y en voz alta y fuerte.
- En el bus, en el tren, practique sin contenerse, trate de no perder el equilibrio, active su centro de gravedad y expanda la superficie de su cuerpo.
- Hable cada vez más ayudándose de los gestos.

⌘ ⌘ ⌘

## Capítulo 10

# ¿CÓMO HACER PARA QUE SU AUDITORIO PARTICIPE?

¿Cómo transformar un asistente, en un activo participante?

### ¿Por qué no participan?

En principio hay el miedo al grupo (las burlas, contrareacciones)  
Su participante desconfía “de los otros” a quienes siente como un cuerpo extraño y hostil que le juzga. Se subestima y se atribuye un derecho o un no derecho a la palabra, directamente proporcional a la imagen social que tiene de sí mismo.

En segundo lugar, el conformismo juega el rol de silenciador. La individualidad de cada uno se funda en el grupo y las opiniones personales dejan lugar a los “movimientos de opinión”. La espontaneidad se pierde pues cada uno juega un rol de alumno, tiene miedo de ser rechazado por el grupo.

### Métodos para experimentar confianza al participar:

Entendamos en principio qué es “participar”: verbo que viene de “Del lat. *Participāre*”<sup>1</sup>: que toma parte. Tomar parte en algo. Colaborar, cooperar, asistir, estar en, figurar. (Petit Robert).

Aquí hablo de participación en el sentido amplio. No se trata de pasar el tiempo escuchando a los participantes y comprendiéndolos.

Pero hay de dirección a dirección. La dirección que usted dará, para que sea válida, debe generar la adhesión de cada uno. Por participación yo entiendo también comprensión, adhesión, aquiescencia interior de parte de los participantes, más que intervención efectiva por parte del grupo para expresar todo esto y hacer progresar el seminario.

---

<sup>1</sup> **participar.**

(Del lat. *participāre*).

1. intr. Dicho de una persona: Tomar parte en algo.
2. intr. Recibir una parte de algo.
3. intr. Compartir, tener las mismas opiniones, ideas, etc., que otra persona. *Participa de sus pareceres.*
4. intr. Tener parte en una sociedad o negocio o ser socio de ellos.
5. tr. Dar parte, noticiar, comunicar.

### 1. *Motivar su auditorio*

Para comprender bien el término motivación, piense en MOTIVO DE ACCION. La motivación, es dar o hacer tomar conciencia de un motivo para la acción más que emprenderla.

Para esto usted presentará el interés de los ejercicios que propondrá, los explicará en términos simples y con imágenes que susciten a su vez imágenes y destellos de comprensión en el espíritu de sus participantes.

La imagen es la clave de la motivación.

Los grandes altos mandos dominan el arte de hablar en imágenes. Realizan los discursos de hombres políticos que pasan a la posteridad. En todo, la imagen comporta adhesión.

Para mejor comprender, imagine usted un niño, en la calle. Rechaza avanzar. ¿Qué hacer?. ¿Forzarlo?. No avanzará. ¿Cargarlo? Es muy pesado. ¿Castigarlo? Quizá. Pero la imagen de una recompensa o de un castigo influenciará mucho más, ciertamente.

Hablar con imágenes, es poner una acción del interior del ser en lugar de tratar de influenciar el exterior.

A este propósito, hay palabras que son imágenes y otras que no lo son.

Tome un libro de universitarios uno de esos libros que aburren y lea algunas líneas. ¿Por qué no transmite, este libro, el mensaje? Porque esos términos están vacíos de imágenes. Son conceptos abstractos.

“El estilo abstracto, nos dice el filósofo Alain, es malo siempre. Sus frases deben estar llenas de piedras, de metales, de sillas, de mesas, de hombres y de mujeres”

“Una imagen vale 10000 palabras” dice un proverbio chino. Pensamiento profundo sobre el que debe usted meditar...

### 2. *El entusiasmo*

“Nada grande ha sido creado en esta tierra, sin entusiasmo” Emerson.

El entusiasmo es comunicativo. Puede ser interior. La imagen deformada de ciertas caricaturas no deben darle a usted una opinión negativa.

La mayor parte de las gentes creen no dejarse convencer sino por la razón. De hecho, su adhesión está influenciada por factores emocionales de los que no son conscientes. El entusiasmo es uno de ellos.

¿Cómo desarrollar en usted ese fuego interior? Recuerde la frase de William James: Es, tomando voluntariamente una actitud entusiasta, como se tornará, efectivamente, entusiasta.

Yo llamo a esto “oprimir el botón rojo”. Es ciertamente una de las lecciones más importantes en este tema: el logro de un seminario no DEPENDE sino DE USTED, de su actitud de oprimir a tiempo el botón rojo.

Es una idea difícil de admitir.

Se piensa enseguida en los participantes linfáticos, agresivos. Si algo no va, durante un seminario, siempre piense que HAY UNA SOLUCION. No se deje abatir.

Una parte de lo que usted dice está en las frases que construye, la otra, la más importante, está en su actitud. Incluso si lo que usted dice, es a veces, confuso sus participantes entenderán que “usted cree en lo que usted dice” ellos se dirán “no estoy seguro de haberle comprendido, pero tiene razón, su actitud lo prueba”.

El entusiasmo es como un leño al que usted aproxima una cerilla.

Antes incluso de entrar en contacto con el leño, las cerillas se abrazan entre sí. Con el leño, el entusiasmo enciende a sus participantes, ellos participan realmente, entonces.

### *3. La sinceridad*

Ningún entusiasmo es real sin sinceridad.

La sinceridad es la lengua del corazón. Ella toca. Si usted no cree en algo, no hable, infórmese suficientemente hasta creer profunda y sinceramente.

### *4. Hacer micro ejercicios*

Si usted ha participado en alguno de los seminarios, o conferencias que he dado, ciertamente habrá notado el uso de micro-ejercicios o de experimentos. He aquí algunos ejemplos:

- 1- “Cierre los ojos ahora, imagine un limón verde. Tome un cuchillo y corte ese limón, en dos. Vea las gotas de jugo que emergen, piense en lo ácido de ese limón. Ahora, tome una mitad del limón y muerda con los dientes ese limón verde y ácido..., ¿qué siente?”

(Muchos participantes habrán salivado. Muestre el efecto psicológico de las imágenes mentales.)

- 2- “Elija a alguien que usted no conozca. De dos en dos, haga que se presenten el uno al otro. Diga quién es usted –nombre, edad, profesión, etc., lo que le gusta en la vida, por qué usted está aquí-. Formule preguntas y, si lo desea, es la persona a quien usted se le ha presentado, quien lo presentará a usted frente a los demás, y viceversa. Tiene 15 minutos para esto”

(Permita presentaciones profundas: es más fácil hablar de sí a una persona que a 15 o 40. Este ejercicio crea intercomunicación en el grupo. Excelente para comenzar.)

Variante: Mismo ejercicio, sin tener en cuenta la opinión del grupo ante este mismo – se utiliza para grupos de 40 a 1000 personas.)

- 3- “Cierre los ojos, y haga mentalmente el camino desde su casa hasta la oficina o trabajo. Mire bien cada etapa, cada detalle y cuando halla terminado alce la mano. (Pregunte enseguida cuánto tiempo les llevó efectivamente, compárelo con los segundos que les llevó levantar la mano. Haga tomar conciencia de la velocidad del pensamiento.)
- 4- “Cierre los ojos e imagine, ante usted, una margarita. Ponga su índice en el centro de la flor, un poco de polen hay allí. Dije bien, ponga efectivamente, realmente, su brazo y su índice en el centro de la flor... Deje su índice en el lugar, abra los ojos y mire dónde se encuentra su índice. Es ahí que usted constituirá su pantalla mental”. (Haga tomar conciencia del hecho de que uno no visualiza en los párpados, sino a una cierta distancia de sí.)
- 5- “Memorice esta imagen, luego, cuando haya terminado, voltee hacia su vecino y cuénteles qué ha retenido”
- 6- “¿Quién ha tomado la palabra ante un grupo en los últimos 6 meses?” “¿Quién no lo ha hecho? En grupos de 3 intercambie las razones por las cuales ha hablado o ha dejado de hacerlo y cómo ocurrió. (Un informe puede hacerse luego como síntesis ante el grupo)
- 7- “Denme una lista de objeto. ¿Quién tiene alguna idea?
  - un lecho
  - de acuerdo, escribo lecho
  - un corta-uñas
  - de acuerdo
  - casa
  - es un objeto grande, escribámoslo al menos
  - etc., etc.

Cuando tenga 20 palabras, encadénelas.

“Quién quiere repetir esta lista en su orden, luego de habarla mirado dos minutos?

¿Quién se siente capaz?”

(Cuántas manos se alzan, quizá ninguna)

¿Quién se siente incapaz? (La mayoría de las manos se alzan.)

“Bueno comiencen por cerrar los ojos, y represéntese una cama de muñecas en hierro, pinturas en violeta y el cubre lecho rojo con flores naranja. ¿Lo ve? Bien. Ahora vea un ENORME corta uñas abierto, un poco romo, un caballo sobre el lecho. ¿Estamos? Continuemos. Este corta uñas trata de cortar la chimenea de una casa, cabeza abajo. La casa no quiere esto. Bate las puerta-ventanas para escapar a su enemigo” Etc. Etc.

### 1. Las reglas de este ejercicio son:

“Represéntese objetos desproporcionados, desmesuradamente grandes...”

- 1- Trate en lo posible de ver los objetos en movimiento.
- 2- Exagere el número de los objetos...

3- Invierta los roles (ex: fume un clavo en lugar de un cigarrillo)

- Desproporción
- acción
- exageración
- invierta” H. Lorayne.

“Juegue con todos los sentidos”

(Muestre la importancia de la imagen mental en el proceso de memorización.)

“Cierre los ojos y represéntese la puerta de su apartamento o casa. Recuerde la aldaba, su forma, la textura de la puerta. ¿Madera, metal?. ¿Hay una mirilla, un tablero? Abra la puerta ahora, entre. Mire el piso, baldosa, alfombra. Primera puerta a la derecha, etc., etc.”

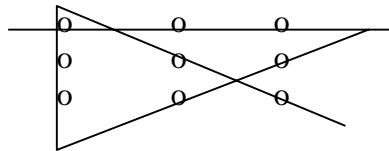
(Ejercicio de visualización muy fácil que hace tomar conciencia de la posibilidad de representarse mentalmente cualquier cosa.)

“He aquí 9 puntos:

o	o	o
o	o	o
o	o	o

Trace una línea que atraviese 4 segmentos seguidos, trate de pasar por todos los puntos.”

(Ejercicio de creatividad –solución)



Las líneas por fuera de los senderos de puntos, son etapas intermedias, necesarias para la solución del problema. La solución de todo problema implica el mismo proceso: es preciso saber salir de los límites del conformismo.

En trabajo en casa. Deje tarea para la casa, en los seminarios de 2 o más días.

Pídales, cada tarde, realizar algo en su casa.

## 2. Las preguntas:

Según su opinión ¿Cuál es el mejor modo de hacer reflexionar su auditorio?. ¿Qué es lo que hará surgir ideas nuevas en sus participantes? ¿Cuál es el modo, interesante, alegre, que estimule la creatividad?

La respuesta es, Formular preguntas.

Hay muchos tipos de preguntas:

### - La pregunta falsa

Quien pregunta responde. Es por lo que algunos oradores formulan preguntas y dan la respuesta.

“Cual es... actualmente nadie lo sabe, etc. ...” Si usted utiliza preguntas de esta forma, deje un cierto tiempo entre pregunta y respuesta; el tiempo hace reflexionar a su auditorio.

### - La pregunta cerrada

Es una pregunta en la cual hay una respuesta “¿Cuál es la capital de Finlandia?” Es una pregunta cerrada.

Hay preguntas cerradas que hacen participar, mejor que otras, al auditorio:

“En su opinión, ¿cuánto tiempo dura este ejercicio?” O, “¿En qué porcentaje promedio utilizamos nuestras capacidades cerebrales?” Suscitarán mas respuestas que las preguntas anteriores.

En los grandes grupos, para evitar el tiempo perdido durante las respuestas, -al procurar hacer participar a todo el mundo- utilice el viejo método de levantar el brazo. ¿Quién se acuerda de la primera regla? ¿Quién puede responder?. Si usted formula, simplemente, la pregunta, tendrá la sorpresa de constatar que casi todos alzan la mano. Para motivar la participación de sus estudiantes, ES INDISPENSABLE QUE USTED MISMO ALCE EL BRAZO mientras usted formula la pregunta.

### - Preguntas abiertas

“¿Cómo ha sentido este ejercicio?” “¿En qué circunstancias?” Son formas de pregunta abierta. Pueden suscitar numerosas y largas respuestas.

Cuando un punto queda vago y requiere esclarecimiento, puede comenzar usted por una pregunta abierta “Para esclarecer, puede usted, precisarme, ¿Por qué?”

Si la pregunta es un excelente modo de hacer participar su auditorio, ella debe ser manejada con precaución para no poner en riesgo el buen manejo de su tiempo.

### 3. Control del tiempo:

Uno de sus roles de organizador es el control del tiempo. Nada más desagradable que un seminario en que las pausas son muy largas, insuficientes, en que el formador no equilibra bien los periodos de ejercicios, exposiciones y discusiones.

Las reglas generales son:

Nunca deje pasar dos horas sin dar 10 minutos de pausa. El ideal es una pausa de 10 a 15 minutos, todas las horas y media.

Si se pasa algunos minutitos, no es grave, pero si las exposiciones son muy largas (más de media hora), sin micro ejercicios, el auditorio queda saturado.

Los periodos de discusión no deben exceder 20 a 35 minutos.

Para las comidas de al menos una hora u hora y media, a menos que estén ubicados en el mismo espacio, en tal caso hora y cuarto es suficiente.

Cuando se habla, es difícil notar el paso del tiempo. Lo ideal es pedir a un amigo hacer un signo cinco minutos antes de finalizar el tiempo y un segundo signo si se pasa del horario establecido.

Dar una mirada a su reloj no causa buen efecto: si esta solo, deje su reloj sobre una mesa donde pueda verlo.

Siempre de un plazo temporal preciso. Esto le ayuda a cumplir un horario y le da sentimiento de seguridad (ver ejemplo más adelante)

Durante su seminario, será el único en pensar en el tiempo, vigile, de ello depende el cumplimiento de los objetivos de su seminario.

#### 4. Asegúrese

Le aconsejo tomar un seguro durante sus seminarios.

Un seguro que le garantice contra todo gasto material provocado por sus participantes, y todo accidente imprevisto. Las leyes son tal que algunas veces puede llevar a poner en juego su situación financiera, incluso si a los ojos del buen sentido usted nada ha hecho.

Es mejor prevenir que curar, se dice. Es la razón por la que le aconsejo hacerse informar por su asegurador. Él le propondrá un contrato anual o caso por caso. ¡Por mi parte, es el U. A. P. Quien me asegura, a título de contrato previo por fiestas comunales, bailes y manifestaciones públicas!

Acuerde con su asegurador lo que él puede proponerle como contrato.

⌘ ⌘ ⌘

## *Capítulo 11*

### *LA PREPARACIÓN DE SUS EXPOSICIONES*

Para estar “parado” pre-pare-se. Para exponer bien comience por jalonarse” C.H.G.

#### 1- Fije sus objetivos

Comience por determinar y poner negro sobre blanco lo que quiere decir. Fije sus objetivos en forma precisa y nombre el tema, titule, ejercite y escríbalo.

#### 2- Acumule datos

Enseguida, acumule datos sobre este tema. Encuentre libros, revistas que traten el tema y revíselos para aclarar sus ideas, hacerse imágenes, que le ayudaran a estructurar su exposición.

Tenga con usted una ficha y anote todas las ideas que le vienen respecto de su tema.

#### 3- No piense más

Dé un periodo de tiempo “muerto” entre este periodo de acumulación de datos y la estructuración real de su exposición. Mínimo una noche, quizá un día o dos. Dígase mentalmente durante este tiempo “eso se prepara” “Esa va a hacerse”, etc.

#### 4- Haga un plan

Ahora, relájese y proyecte mentalmente el lugar con sus participantes: vea el facilitador desde lejos, piense en las cuestiones que le vienen a la mente, preocupaciones, motivaciones de los participantes, pregúnteles lo que más les interesa y como decirlo.

Tome una hoja blanca, escriba los títulos, desarrolle el tema, y las ideas que había anotado, bajo cada título. Subraye cada título o idea acabada que haya escrito.

#### 5- Léala en voz alta.

No escriba completamente el desarrollo, anote sobretodo las ideas principales y las LIGAZONES entre ellas. Resuma los ejemplos, las imágenes, los micro-ejercicios y preguntas con una palabra o dibujo. Revíselo con un auditorio benévolo.

Relea su preparación la víspera antes de dormirse.

#### 6- COPIELO

Cuando todo esté a punto, cópielo sobre un cartón fuerte.

Hay dos sistemas para guardar notas:

- el cartón 21 x 29,7 puesto sobre la mesa, en el cual ha escrito suficientemente grande para ver de lejos.

- Las pequeñas fichas en las que usted da una miradita cuando sienta la necesidad.

### ***Cómo llenar los vacíos de la memoria:***

Va usted en un magnífico desarrollo de su tema, cuando una jovencita le hace una sonrisa ( o deja la sala haciendo sonar la puerta) y ¡pluf! El vacío de memoria. Usted no sabe qué decir.

#### ***1. El papel:***

¡Si tiene papel o cartón, resuma su exposición, sin pánico!. Diríjase con calma hacia su tabla de salvación (fichas o demás) respirando bien.

Es importante siempre respirar profunda y calmadamente. En grupo, los participantes tienen una tendencia inconsciente a calcar su respiración de la de usted. Un poco de angustia, su respiración se entrecorta..., y el grupo hace lo mismo:

¡Un verdadero círculo vicioso!

#### ***2. La pregunta:***

Hay un vacío, usted no sabe qué responder o pierde la referencia que quería dar: formule la pregunta a su auditorio.

Dos casos de ejemplo: o alguien conoce la respuesta (usted esta salvado) o nadie la conoce, pero esto le da tiempo par reflexionar.

#### ***3. La revisión:***

Diga simplemente. “Hubo vacío”. Antes de proseguir, haremos una pequeña revisión de los puntos importantes. “¡Comencé por hablar de ... !” Y usted escribe a medida que habla. Eso le da tiempo de llenar su vacío, o de contornearlo.

#### ***4. El silencio:***

El mejor modo de llenar un hueco, es sin duda tomar una actitud de reflexión, muy seria, y quedarse en silencio el tiempo que sea necesario para retornar al hilo de pensamientos en que iba.

Todo está en la actitud. Usted no debe experimentar temor alguno, y sus participantes se asombraran por el tiempo de reflexión. Ellos amaran la concentración con la cual usted piensa en lo que va a decirles.

⌘ ⌘ ⌘

### *Capítulo 12*

## *¿CÓMO ANIMAR SU GRUPO?*

Animar viene de animus, alma. Usted es el alma de su grupo.

Hemos ya visto los medios para suscitar interés de su auditorio, y presionar el botón rojo. Quedan los problemas de animación.

¿Qué hacer cuando uno de sus participantes, hostil, forma una liga contra el facilitador?

¿Qué hacer si todo el grupo no quiere seguirle más y usted tiene esa desagradable impresión de “pérdida del control de la situación”?

Hay un primer fenómeno del que usted debe tomar conciencia: el grupo se comporta como una persona. Si, por ejemplo, un participante le ataca o le pone de cualquier forma, problemas, el grupo entero replicará.

Si alguien formula una pregunta y usted ignora o responde mal a su cuestión, la agresividad subirá en el grupo. Conclusión: respetar a cada uno de los participantes, tratar de comprender y aportar la mejor ayuda posible.

Algunos casos, casi “patológicos”, le retardarán su trabajo, y es preciso saber cómo comportarse con ellos. Examinaremos paso a paso “yo sé todo” “yo no paro de hablar” “soy un problema particular” “estoy aquí para observar” “porque quiero comprenderlo todo” “hablo en mi rincón” “yo pagué, es escandaloso entonces que...”.

### *“Yo lo sé todo”*

Él sabe todo mejor que usted y trata de mostrárselo. Sea que acostumbre dirigir grupos, y que trate por este medio de recuperar el liderazgo al que está acostumbrado, sea que esa sea su forma de mostrarle que existe y de obtener la atención de otros. Considérelo como un “pequeño coco”. Si quiere que no explote, láncele calor de tiempo en tiempo.

Tampoco lo deje tomar la dirección del grupo, utilice positivamente sus conocimientos integrándolos en el esquema de usted. Déjelo hablar algunos instantes, apruébelo y sobre-estímelo “X tiene razón. Es verdad que..”

Hágalo participar: distribuir las hojas, responder a una pregunta, ocuparse de tal o cual cosa...

Puesto que él sabe todo, que lo demuestre ayudándole. Si exagera, muéstrele su sentimiento.

### ***“No paro de hablar”***

Es la diarrea mental. Lo más difícil: saber lo que él o ella quiere. Responda: “¿comprendo bien su punto de vista, pero en qué puedo ayudarle? ¿Cuál es su pregunta? No dude en responder a la pregunta aunque ésta no sea clara. De hecho ese participante encuentra una forma de equilibrio, hablando. Habitualmente, de forma que: 1) no quede traumatizado 2) que el grupo comience a estar cansado; le dejo hablar inicialmente durante 4 o 5 minutos. En el momento en que retome respiración, resumo lo que acaba de decir y respondo. Me excuso de no poderle consagrar más tiempo (¡el horario!) Y le propongo eventualmente continuar esta conversación durante el descanso. Si el hablador se sale del marco del tema, propongo que el participante, y todos los que estén interesados en el tema, se encuentren durante el descanso. Es preciso ayudar al hablador a discernir sus motivaciones reales. Es frecuente que ese verbalizar sea un medio para expresar una tensión interior que no es clara para el interesado.

### ***“Soy un problema particular”***

Esta persona está convencida de ser un caso único y raro. Es su forma de probar, tanto a sí misma como a los otros, que existe. Dos cosas para mostrarle: 1) todo el mundo es un caso particular. 2) hay o hubo personas como ella. Es bueno implicar al auditorio en este tipo de demostración “¿Quién se siente ser un fenómeno parecido?” “¿Quién se ha encontrado en este caso?” Puede también proponerle explicar su caso durante una pausa: “¿Quién ha encontrado esta misma dificultad?” “¿Nadie?” “Entonces le propongo que hablemos durante el descanso, pues es un caso, verdaderamente particular”. Cuando esta persona les haya dicho de ella (lo que quería) se sentirá mejor y estará dispuesta a escucharlo y a participar.

### ***“Estoy aquí para observar”***

Este es un momento de presentaciones en que usted debe ayudar a cada uno a encontrar lo que lo lleva a su curso. Una pregunta del género: “¿Cuál es la razón principal para que venga aquí? ¿Qué espera usted del curso?” Perfilará el asunto. Ayudará así a cada uno a darse cuenta que hay una razón para venir y un objetivo a perseguir.

Si enseguida un participante muestra una actitud “de observador”, es una lástima para él. Arriesga vivir su seminario desde el exterior, sobre un plano puramente intelectual, y no dar nada.

Desarrolle siempre el siguiente tema: En creatividad, por ejemplo, uno se da cuenta de que el análisis y el debate se reservan siempre para el final. De lo contrario estos bloquean el proceso mental de creación. Es lo mismo para la formación, es preciso en principio vivir las experiencias, tratando así de no juzgar a priori y dejar el mayor número de reticencias posible, y luego al final hacer el análisis y la evaluación. Surge, el problema del observador. Es como si mirando a alguien dormir uno tratara de aprender sobre los sueños. Es preciso soñar uno mismo para aprender.

### ***“¿Por qué? Yo quiero comprenderlo todo”***

Volvemos, en parte, al problema precedente.

Sobretudo no entre en este género de trampas que consiste en responder a todas las preguntas, cosa que frenar la experiencia, prefiriendo el “bla bla”.

Algunos participantes son maestros en el arte de hacer trampas al formador y llevarlo a justificarse.

En algunos casos, la cuestión es judicial, y usted responde a ella rápidamente. Lo más frecuente 1) anotar la pregunta en el tablero diciendo que volverá a ella, luego de los ejercicios. 2) Interrogar a la persona misma que formula la pregunta, pues es sin duda para expresar su opinión sobre la respuesta que ella formula la pregunta.

### ***“Hablo en mi rincón”***

Cállese, mirando en dirección de quien habla en su rincón y espere a que esta persona se detenga. Eso puede durar a lo sumo 2 o 3 minutos que le parecerán horas, pero tenga calma. Cuando ella se detenga, usted podrá decir “Gracias”.

Si muchas personas hablan al mismo tiempo y cubren en parte su voz, baje el no y pronuncie palabras incomprensibles puntuadas de “Es una de las frases más importantes” “Pero lo que es interesante, es sobretudo...” “Entonces es preciso retener estos puntos principales: .....”, etc.

### ***“Yo pagué entonces es escandaloso que...”***

Algunas personas se sirven del hecho de que ellas han pagado para transformar a los otros en sirvientes o en esclavos.

Reembólseles. Pídales anotar su nombre en una hoja de papel de forma que sean reembolsados, y pídale dejar el curso.

Hay chance de que su actitud cambie bruscamente, lo que querían era atraer la consideración de los otros a causa de su dinero. Propóngales reembolsarles e invertirá el proceso.

Si algunos no están satisfechos — están en todo su derecho, es mejor para ellos y para usted que sean efectivamente reembolsados.

### **“La proyección”**

Uno de los fenómenos más importantes y más interesantes que les será dado descubrir y conocer en sus grupos es la PROYECCIÓN.

Sea que usted le preste sus sentimientos al otro, o pensamientos que le son propios. Sea que un participante se los preste a usted, o al auditorio entero sus sentimientos, pensamientos que son en efecto sus propios sentimientos y pensamientos.

Es particularmente cierto cuando alguien arremete contra usted.

Si lo agreden a usted, NO ES SU FALTA, NO ES A CAUSA DE USTED: ES PORQUE SU INTERLOCUTOR TIENE UN PROBLEMA A ESTE RESPECTO.

Es difícil progresar y hacer bien su oficio de formador hasta que no se sienta y comprenda la importancia de este fenómeno: usted se arriesga a dar respuestas a preguntas que nadie a formulado, ver en otros problemas que no son de él, y sobretodo a sentir dificultades donde no las hay, o es su interlocutor quien tiene un problema.

#### **Pongamos por ejemplo:**

“Escuchándolo luego de 3 horas, verdaderamente, señor, no se ve bien a qué quiere usted llegar, el sistema de Jean Dupont es infantil.”

¿Qué responde usted?

---

---

---

---

Respuesta:

Usted puede preguntar quién en la audiencia comparte la opinión de este participante. Es la mejor forma de llevar lo subjetivo a lo objetivo. Encadene “qué es lo que usted da a pensar con esto de infantil” Cuando tenga las razones encadenadas “Es su opinión, yo la respeto y si estuviera en su lugar pensaría igual. En el estudio de... se ha demostrado que..., es de una notable eficacia, cómo usted se da cuenta, en el curso de este seminario...”

“Finalmente, usted no enseña nada más que lo que se puede encontrar en los libros. Es un nivel lamentable”.

¿Qué responde usted?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Respuesta:

Respire profundamente e intuya su problema. Si él piensa de esta forma ciertamente tiene buenas razones para pensarlo. No es su opinión, ni la de otros muchos que ya han participado en su curso. Toda la información impresa de la tierra no remplazará nunca la dinámica de un grupo y la experiencia personal.

Usted debe tratar de nunca tomar una crítica como personal, sobretodo si está afectada de emoción. La gran diferencia a notar es entre SUBJETIVO y OBJETIVO. Si una anotación hecha por un participante recibe la aprobación del grupo en su totalidad, si cada uno siente la misma cosa, usted puede pensar que la anotación es OBJETIVA.

Pero al contrario, si un solo participante lo anota, sobretodo si le habla de manera desagradable, es muy probable que sea SUBJETIVO.

En tal caso, retenga bien la regla:

**NO LO TOME PERSONALMENTE.**

Tenemos cada uno suficiente sufrimiento por la influencia de nuestros padres en nuestra infancia; al tomar, sus críticas injustificadas o incomprensibles, a título personal —creando así, inhibiciones y complejos— impidiendo la continuidad natural de nuestra vida de adultos, determinada por nuestras culpas.

Cuando uno escucha una crítica y la toma a título personal está permitiendo voluntariamente que ésta lo hiera.

Anote las objeciones que usted encuentra y escriba respuestas detalladas. Tenga un “cuaderno de objeciones” — y respuestas.

Estas referencias sobre el fenómeno de la proyección son ciertamente la lección más importante que he aprendido en mi oficio de formador.

Atención: el mecanismo va en dos sentidos. Si sus participantes “proyectan” sobre usted fantasías, emociones, ideas que les son personales, **USTED HACE LO MISMO.**

***Para evitar ser usted mismo autor de proyecciones, aprenda a reconocer las armas verbales de las que se sirve el “proyector”:***

***Uno, Nosotros:***

En lugar de decir “yo”, el proyector dirá “Uno” o “nosotros”. En lugar de decir “no llego a relajarme con su voz”, él dice “Uno no se relaja bien con su voz”.

De pronto, implica al conjunto de los participantes con esta anotación y estos últimos arriesgan seguirle y sostenerlo si ellos no se dan cuenta de esta astucia verbal.

Con el nosotros, eso da “No llegamos a...”, etc.

Incluso en la vida corriente, aprenda a encontrar los “Uno” o “nosotros”. En el 90% de los casos, son astucias verbales que permiten enmascarar una opinión personal y darle la apariencia de una concertación.

### *Ser, tener:*

Usted sin duda aprendió en la escuela que es preciso evitar el empleo de los verbos “SER” o “TENER”. La lengua francesa tiene suficientes matices para permitirlo.

Vaya a la caza contra Ser y Tener. Si retomamos la crítica precedente “Es de un nivel lamentable”, sería más exacto remplazarla por “Encuentro esto de un nivel lamentable” Allí aún el verbo ser es un modo de enmascarar la opinión personal.

La vida es un fenómeno activo. Todo alrededor de nosotros cambia sin cesar. Incluso nosotros nos transformamos sin cesar. Sus células se reproducen y su cuerpo es casi un 100% diferente del cuerpo que usted tenía hace 7 años. Por lo tanto, el verbo SER o TENER presenta para usted mismo una grave limitación “Soy incapaz de...” “Tengo mal la...” son malas salidas que usted mismo se arroja. ¡Se enlaza de este modo a un futuro que no es el suyo!

En efecto, es posible que haya sido “incapaz de...” para el pasado. Es incluso posible que en el presente usted “sea incapaz de...” pero generalmente cuando se emplea el verbo SER, hay una definición, una irreversibilidad que es negativa. Usted puede cambiar, si usted quiere, o encontrar una solución que lo torne “capaz de...”

Uno de mis amigos se decía “ser incapaz de comprender y aprender lenguas extranjeras”. Le hice comprender cuán malo era que él de todas formas “fuera”, desde siempre y para siempre, incapaz de hacer progresos en tal dominio. Esta simple anotación le llevó a reflexionar y a entender de dónde venía el bloqueo (la ocupación alemana) y él se perfeccionó enseguida sin dificultad.

Todo esto nos aleja un poco de la animación de grupo, pero usted debe estar muy atento al menos, tanto por usted como por sus estudiantes. Estas limitaciones verbales definirán el éxito o no de sus resultados parapsicológicos.

Usted notará cómo en los días de duda respecto de usted, se le escapan esas expresiones, esas “mala suerte” e influyen negativamente el grupo.

### *La transferencia:*

En la introducción de esta Guía, los alerté respecto a la actitud del “guru” que avasalla y somete a sus pupilos en lugar de dejarlos libres. De hecho, es difícil evitar el fenómeno de “transferencia” que se opera en un grupo de formación. Algunas

técnicas de dinámicas de grupo o de semántica en general lo logran pero no esta en el marco de su objetivo.

Partimos del principio de que la transferencia es necesaria, al menos en un primer tiempo. En sugestiopedia, es incluso científicamente cultivada. El Dr. Lozanov piensa que poner a los participantes en un estado de “infantilización” acelera el proceso de aprendizaje.

Un niño, entre 4 y 7 años aprende mucho más rápido que un adulto (la “mala suerte” que mencionaremos enseguida, llamadas por Lozanov “barreras antisugestivas” se dan mucho allí)

¿Todo esto esta muy bien, pero en que se traduce en su animación de grupo?

En sugestiopedia, por ejemplo, el profesor entra de últimos, no estrecha la mano a sus estudiantes, se queda distante y es valorizado al máximo.

Para nosotros, esto mismo podría darse con una actitud más familiar, la competencia agregada a la disposición de la sala, son elementos suficientes.

Ahora, usted arriesga tener participantes que se dirigen a usted como a Dios Padre, y le demandan resolver sus problemas. Las frases del género “¿Y tu que piensas?”

“¿Qué quieres hacer?” “Sólo tu puedes responder a esta pregunta” resumen bastante bien la actitud que podría tenerse para no alentar la transferencia.

Organice ejercicios en que los participantes tomen a cargo pequeños grupos.

No cultive la transferencia, pero acéptela como una de las fases del aprendizaje.



## *Capítulo 13*

### *LA PREPARACIÓN MENTAL*

Es una fase importante de su curso o de su seminario. Es indispensable para que todo se desarrolle bien.

- A- En la víspera comience por desalojar su miedo. Si está angustiado, lance un buen grito en su carro o en su casa. Emplee no importa que método conveniente de descarga emocional (a condición de que su entorno no sea víctima).
- B- Concéntrese y visualice todas las etapas de su seminario. Mire la hora..., esta sin inconvenientes, en su lugar..., todo está listo..., termina de organizar..., sus primeros participantes llegan..., acogida amistosa y atenta..., todos han llegado..., atmósfera musical..., usted se siente bien, ama a sus participantes y les ayuda lo mejor que puede.

Visualice cada etapa en detalle. Vea las cabezas de los participantes, escucha sus preguntas, mira los colores de la alfombra, las decoraciones, visualice también su actitud, tanto física como mental.

Si visualiza alguna dificultad, recomience hasta que todo se desarrolle a perfección.

- C- Acuéstese temprano, luego de una comida ligera, sin excitantes, y un buen baño. Antes de dormirse, dígame algunas: “buena suerte” para mañana.
- D- Haga lo mismo cada tarde del seminario, para el otro día. Es muy atrayente salir en la tarde, para intercambiar ideas o festejar el buen desarrollo del seminario. No lo haga. La calidad de su presentación se verá afectada a la mañana siguiente.  
¡Nada es más terrible para un formador que un invisible deseo de dormirse..., se gane su asistencia!!



### *Capítulo 14* *EL DIA “J”*

#### *La víspera:*

Duerma bien antes y durante el seminario. Nada de fiestas la tarde anterior con los participantes o de revisión de sus exposiciones hasta tarde de la noche.

Tome un pequeño y nutritivo desayuno. No hace falta que la digestión lo duerma.

Prevea el empleo del tiempo. Esté en su lugar una hora o 2 antes del horario:

1- los participantes de provincia estarán ahí incluso una o dos horas antes.

2- Hay siempre problemas de última hora.

3- Tendrá tiempo de dar una última mano a su presentación.

Llegue a la sala, ponga su música para que usted entre en ambiente. Organice lo suyo, dele un toque final a la organización de la sala.

Quizá repito, pero haga todo, ese día, por estar bien en su piel. Onasis tenía necesidad de al menos 10000 pesos consigo para sentirse bien, ponga un gran billete de banco en su bolsillo si eso le ayuda.

Vístase durante los primeros seminarios, al menos el primer día de manera formal (corbata, saco). Tendrá menos dificultades para franquear el capítulo del primer contacto con sus participantes.

Si por el contrario su ropa informal le da bienestar, póngase ropa cómoda.

Cuide su apariencia. Sus estudiantes no lo conocen, ellos comenzarán por hacerse una opinión sobre la única cosa que usted les ofrecerá en principio: su aspecto exterior (el hábito no hace al monje, ¡pero sí contribuye!).

#### *El inicio del seminario:*

Todo el mundo está listo (el 10%). Usted a saludado a cada uno y les ha sugerido hacerse adelante, en los primeros puestos (allí donde nadie quiere hacerse). La hora del comienzo del curso es pasados 5-10 minutos.

Ya está, el curso –el seminario- va a comenzar. Ponga el leitmotiv y cuando este termine, dé la bienvenida a los participantes y dígales:

1. Quién es usted, lo que ha hecho y por qué está allí.
2. Cómo se llama el curso, de qué se va a tratar y cómo se realizara.
3. Anuncie los horarios, los detalles prácticos, dónde están los sanitarios, etc.,
4. Haga que se presente cada uno de los participantes: nombres, apellidos, actividades, gustos, por qué está ahí.

Si no usted tendrá derecho de un “Dupont, Architecte”. Cada vez que un participante explique lo que lo lleva allí, refuerce eso que él dice agregando datos

complementarios sobre el curso o asegurando simplemente lo que él encontrará allí de lo que acaba de decir.

5. Dígales lo que es necesario para mejorar su participación en el curso. Puede en este caso, dar un ejemplo personal: dígales cómo vivió su primer seminario.

Tengo por costumbre aconsejar: una habitación confortable, alimentos ligeros, un A.M.P —actitud mental positiva—

Para “quebrar” una expectativa muy idealista de lo que va a ocurrir en el curso, explico que lo que cada uno va a aprender aquí, en suma, no es tan nuevo, que no se pueda encontrar en los libros, pero que aquí VAMOS EFECTIVAMENTE A HACERLO. No es necesario ser impacientes. (Aquí puede contar una historia o dar una imagen para ilustrar el progreso de sus estudiantes)

En fin, y es lo más importante, insisto en la apertura de espíritu que es preciso mantener en el curso. Es necesario participar y no se puede participar a medias. (Los Americanos tienen una imagen muy clara de “participar”, es como estar en cinta, no se puede hacer a medias”).

### *Ejercicio:*

Estudie sus conversaciones con su entorno analizando los fenómenos de proyección y la utilización del verbo SER.



## *Capítulo 15*

### *LA RESPUESTA A LAS PREGUNTAS*

Es una fase delicada de la animación y de la formación: ¿cómo responder preguntas? El primer punto, lo hemos visto, es no tener miedo de las preguntas. Estas sólo son demandas de los participantes y no trucos o maniobras para criticarlo, como inicialmente creen los formadores que comienzan.

Los consejos que puedo darles en este dominio son simples, le parecerán quizá simples, pero contienen lo esencial del arte de responder preguntas.

#### *Entender bien la pregunta:*

Uno de los obstáculos para la comunicación es la anticipación. Cuando alguien formula una pregunta, su interlocutor busca adivinar por adelantado la pregunta, y preparar la respuesta. Claro, mientras él se libra a este ejercicio, no escucha, espera con impaciencia poder responder, y responde de lado. Al contrario, abra bien las orejas y ESCUCHE. También mire y sienta.

Usted debe comprender el mecanismo de una pregunta. Alguien siente una tensión interior. Algo le falta. Formula una pregunta. Frecuentemente la formulación de esta pregunta será confusa, PUES SU INTERLOCUTOR NO ESTARA SEGURO DE LO QUE QUIERE PEDIR. Si él mismo no lo tiene claro, ¿cómo podrá usted resolver su pregunta? En ese caso, y si usted tiene alguna duda, pregunte “No entendí bien. ¿Puede precisar su pregunta?” En ese momento, hará él mismo un esfuerzo por clarificar su formulación..., y a usted le será más fácil, responder.

Frecuentemente, el formador duda en hacer repetir la pregunta por temor de hacer el ridículo, o de enervar a aquel que la formula: De hecho, su interlocutor apreciará siempre su esfuerzo de comprensión.

Diciéndole que usted no ha comprendido bien, demandándole precisar su pensamiento, usted le muestra consideración, le da valor. Él siente que existe, y que lo que él dice tiene a los ojos de usted, importancia.

Notará que la segunda formulación va a lo esencial. Algunas veces, al formular la pregunta, la persona misma le da la respuesta!. Y usted tendrá tiempo para reflexionar a su vez en lo que va a responder.

Muchos intercambios preguntas-respuestas parecen un juego de ping-pong. El que va a recibir la bola está tenso, nervioso, a la defensiva y listo a reenviarla. Al contrario, de esto, su actitud será la del confesor, del amigo que busca ayudar.

### **Acepte su interlocutor:**

Como el viejo reglamento Egipcio que recomendaba a los funcionarios escuchar con gran atención los planteamientos de los sujetos, “Pues era más importante para éstos últimos ser escuchados que obtener lo que pedían”, usted debe, por su actitud, mostrar cuánto comprende su punto de vista.

Además, claro, si usted tuviese su pasado, su educación, su cultura y su experiencia, pensaría como ellos, formularía la misma pregunta. Incluso si ésta le parece a usted, estúpida, incluso si la ha escuchado mil veces, escúchela otra vez, con atención. Conocí un formador que menea (positivamente) la cabeza cuando escucha la pregunta!

Cuando usted abre la boca para responder, comience por expresar esto con un “sí”, un “comprendo” o mejor “le comprendo bien” o mejor aún: encuentre lo que esta cuestión tiene de positivo y aprécielo.

### **He aquí algunos inicios de respuesta:**

“Su pregunta es particularmente interesante...”

“Es una buena pregunta...”

“Si, la pregunta de los..., es muy importante”

“Usted tiene razón al hablar de...”

“comprendo lo que siente...”

“Claro..., sí... de acuerdo..., etc.”

No dude en reformular la pregunta y demandar aceptación de su interlocutor.

“En otros términos, le gustará saber cómo hacer para..., ¿no es así?”

Usted a notado que a propósito de la “respuesta” a las preguntas, pasamos mucho tiempo en los preliminares, y no en la respuesta misma. Es porque esta fase es más importante. Más importante que la respuesta misma. **USTED DEBE ESTAR SEGURO, PRECISAMENTE DE HABER ENTENDIDO PERFECTAMENTE LO QUE SU PARTICIPANTE DESEABA DECIR.**

### **La respuesta:**

Cuando usted comprendió bien la pregunta, muchos casos pueden presentarse:

A- Usted conoce, con certeza, la respuesta.

B- Usted no esta seguro

C- Usted no sabe

Comencemos por la opción C, es la más fácil. Si no sabe la respuesta, DIGALO.

Después de todo, no está obligado a saber, y sus participantes, apreciaran su honestidad. Es mejor ser sincero que “ahogar el pescado”.

Entonces diga algo como “no comprendo bien su pregunta y esta es la respuesta: ¡No sé! (puedo remitirlos a una persona que nos enseñe)

O incluso: “Su pregunta es importante, pero honestamente no me la había formulado. Si usted desea, me informaré y le responderé mañana”

O incluso, si usted normalmente debiera conocer la respuesta: (utilizar la respuesta naturalmente durante el seminario): “Es en efecto una pregunta importante, si quiere, la anotaré (la escribe en el tablero) y pronto volveremos sobre ella”

Veamos en B.

Si usted no esta seguro, dígalos: “Me parece que...”

Claro, no es preciso que sus respuestas den la impresión de incompetencia.

Haga un fichero de preguntas, y anote cada nueva pregunta que le sea formulada.

Busque la respuesta con cabeza fría. Si no la encuentra, escíbame.

Vamos a la opción A. Responda empleando de ser posible, imágenes, como ejemplo.

Torne interesante esta respuesta para todos, generalizándola.

Su respuesta debe ser corta e ir a lo esencial. El bla bla adormece al asistente y enerva a aquel que ha formulado la pregunta.

### **Reacción**

Asegúrese que su interlocutor comprendió bien y que no tiene reservas sobre algún detalle en su espíritu: “¿Esto responde a su pregunta?” “¿Esto le queda claro?”, etc.

### **Ejercicio:**

Telefonee a uno de sus amigos para invitarlo –a una reunión de información— para participar en su seminario. Anote sus objeciones, y respóndale aplicando los consejos de este capítulo.



## *Capítulo 16*

# ***LOS PROBLEMAS QUE USTED ENCONTRARÁ (CÓMO RESOLVERLOS)***

Una de las cosas buenas en el oficio de Formador, son los problemas que uno encuentra: nuestra creatividad es particularmente estimulada frente a los problemas, y es entonces que uno más aprende.

Regocíjese entonces de tener problemas y acójalos con los brazos abiertos (sin buscarlos).

### ***Problemas materiales:***

Hay siempre, y en el momento menos pensado, problemas materiales. Es imposible seguir el curso, los proveedores no dicen nada, y (lo peor!) usted ha perdido sus textos... ¿Qué hacer?.

¡Hay siempre entre los asistentes, la persona “lista para prestarle servicio”!. Pídale discretamente arreglar los problemas.

En lo que concierne a los textos de sus presentaciones, si son imposibles de encontrar pues usted está muy lejos, **RESCRÍBALOS**. Serán mejores que los anteriores. Esto me ha sucedido muchas veces.

De una forma general, enfrente de un problema, en lugar de dejarse hipnotizar por lo que falta o lo que no va, dígame que la solución existe. Ella está ahí, solo tiene que encontrarla. Es como en una partida de cache-tampon.

Esta facultad de resolución de problemas se entrena verdaderamente, como un músculo. Mientras más la ejercite será más fácil.

### ***Problemas de animación:***

Incluso haciendo todo lo que hay que hacer para que la cosa marche, usted sentirá momentos en que pierde el ritmo, en que las tensiones suben, en que la agresividad se expresa en detrimento de los progresos del grupo. El capítulo que sigue versará sobre ejercicios físicos, le ayudará a dominar las “respiraciones” equilibrantes.

Cuando nada marche, le aconsejo utilizar la purga.

### La purga:

1) Purga simple. Pida a los participantes tomar una hoja en blanco, hacer un trazo en medio y escribir MAS y MENOS. El MÁS a la derecha, el menos, a la izquierda. Enseguida, consagre 15-20 minutos para hacer la evaluación de lo que ha ocurrido hasta el momento en el seminario.

Explique que en toda travesía en barco, hay ciertos momentos “poner puntos” con relación al destino. Esas evaluaciones le ayudarán a rectificar la trayectoria de modo de poder llegar a buen puerto.

Elija ese momento para hacer usted mismo su evaluación. Por ejemplo:

MENOS	MAS
- miedo al escenario antes de comenzar	- simpatía en ambiente y participación
- dificultar para respetar el horario	- Buenos resultados en las primeras experiencias
- escépticos que aletargan la animación	- logré retener los nombres de todos los participantes
- aire acondicionado,	Buen humor y ánimo, menos miedo al escenario.
	Fuerte motivación para el logro, en todos los participantes.

Ha notado que los problemas que hay son más de orden general y exterior que personal.

Dígales que escriban su nombre, si lo desean y que revuelvan todas las hojas. Luego del siguiente descanso haga una evaluación de la evaluación, felicitándose por lo que va bien, respondiendo a las objeciones y tomando precauciones para cambiar lo que no va.

Este ejercicio se llama “purga” porque permite, incluso a los más tímidos, experimentar lo no dicho (sobre todo lo no dicho y negativo) y no rumiar en silencio.

2) Purga Oral. Bajo forma de discusión abierta. Puede usted comenzar diciendo claramente lo que usted siente respecto del progreso del curso y preguntando por lo que no va. Ponga atención en que todo el mundo se exprese (en mesa redonda por ejemplo).

Es un ejercicio difícil para el que se requiere dominio de sí, pero es muy enriquecedor.

- 3) En subgrupos. Mismo principio, pero 3 por 3, un secretario toma nota, todos los secretarios se reúnen y eligen un secretario general que resuma para el grupo entero y el facilitador, las conclusiones.

En todos los grupos, SE DEBE EXPRESAR LO POSITIVO tanto como lo negativo. De lo contrario no sería una purga, sino un enterramiento o un endulzamiento de primera clara y usted arriesga no reponerse.

### **Una fase importante: las reacciones del público**

Al final de cada curso o seminario haga llenar por cada participante, un formulario de opinión. De este encontrará un ejemplo en la página siguiente. A partir de tal formulario de opinión, saque conclusiones para el seminario siguiente y tome las anotaciones más positivas como ayudas publicitarias o (como confortación personal). Haga llenar el formulario en el mismo lugar del seminario, “calientitos”. Puede enviar un segundo formulario por correo más tarde, pero “pájaro en mano vale más que dos volando” Los estudiantes prometen siempre enviarlo, pero no encuentran el tiempo.

#### **Ejemplo de formulario de opinión:**

Nombre	
Dirección	
Teléfono	e-mail
Profesión	
1. ¿Cuál es su evaluación global del seminario? <input type="checkbox"/> muy buena, <input type="checkbox"/> buena, <input type="checkbox"/> regular, <input type="checkbox"/> muy regular, <input type="checkbox"/> insuficiente, <input type="checkbox"/> mediocre	
2. ¿Cuál fue su motivación principal para participar en el seminario? _____ _____ _____	
3. ¿Pudo estar satisfecho gracias al seminario? _____ _____	
4. ¿Cuál fue su aporte personal en este seminario? _____ _____	
5. ¿Qué puntos sintió como negativos, en este seminario, y qué debería ser mejorado? _____ _____	

## Guía Godefroy del facilitador

---

_____
6. ¿Qué notó en el comportamiento del facilitador, que usted crea que él debería mejorar?.
_____
_____
7. Otros comentarios: <input type="checkbox"/> Deseo que este testimonio quede rigurosamente anónimo. <input type="checkbox"/> Acepto que todo o parte del testimonio pueda ser utilizado por futuros participantes que lo soliciten para tomar su decisión.

Otras preguntas posibles: ¿Hubo suficiente contacto entre los participantes? ¿Piensa que hubo tensiones y bloqueos en el grupo? ¿Cómo reaccionó el facilitador en caso de conflicto? ¿En algún caso dio la impresión de buscar defender su estatus de líder?, etc.

### **Los testimonios:**

Usted ha obtenido testimonios por los formularios de opinión, los ha coleccionado para ayudar con sus boletines a tomar una decisión.

No olvide, en sus reuniones de información, pedir a los antiguos, venir a testimoniar de lo que le ha aportado su seminario.

El testimonio es una de las fuerzas de persuasión más importantes que existen – incluso si le parece infantil o superado--, porque reposa sobre el contacto humano.

### **Libros, revistas, casetes, CD, vínculos:**

Sus participantes desean ciertamente completar su información

Ponga a su disposición: libros, revistas, casetes, CD, y vínculos de internet que complementen su formación. Por ejemplo: casetes o libros que les permitirán volver a hacer, solos, los ejercicios y continuar su progreso en su casa.

### **¿Cómo progresar?**

- Participando en otros seminarios y observando como trabajan los formadores.
- Leyendo y tomando notas.
- Reflexionando sobre su trabajo.
- Desarrollándose usted mismo. Este trabajo pone en obra toda su personalidad, y mientras mejor se sienta usted dentro de su piel, mejor será su trabajo.

## Guía Godefroy del facilitador

---

- Realizando esta guía.
- Compartiendo su experiencia, con otros formadores.
- De igual forma como usted ha señalado los puntos del camino, es bueno tener un diario de a bordo de sus travesías a fin de mejorarlas.
- Tome un cuaderno y continúe esta guía para usted.

⌘ ⌘ ⌘

## *Capítulo 17*

# **CÓMO ESTRUCTURAR SU SEMINARIO PARA QUE SEA UN ÉXITO**

Como Stéphanie Barrat y yo mismo lo hemos explicado en la E.L.S (El método de las comunicaciones eficaces), la introducción y la conclusión de cada una de las sesiones son muy importantes. Construya entonces su seminario conservando los puntos fuertes para el principio y fin de cada jornada, y encuentre una experiencia particularmente atrayente –o gratificante— para concluir todo el seminario.

Hay una dosificación a encontrar entre la teoría y la práctica. Todo depende de su auditorio, de su nivel intelectual y de su comportamiento, así como del tema elegido. Dicho de una forma general, las experiencias son siempre muy valiosas, a condición de que usted las explote adecuadamente.

Interrogue a sus participantes: ¿Qué quitarían? ¿Qué les ha sorprendido? ¿Qué han descubierto? Implíquelos y sorpréndalos a cada instante.

### **Algunas preguntas para formularse:**

#### **¿Cuál será el tema?**

He aquí una lista de ideas de seminarios. Hay muchos otros. Encuentre el suyo.

- Organización del trabajo, gestión de tiempo.
- Gestión financiera
- La negociación
- La argumentación
- La animación de un grupo (conducción de reuniones)=
- La memoria
- La expresión escrita
- La expresión oral
- La lectura rápida
- Cómo orientar una entrevista
- La conversación
- Formación del vendedor
- Organizar sus pensamientos (el razonamiento)
- Cómo encontrar empleo
- Redacción de CV
- Saber persuadir
- El teléfono

- Salud
- Dietética
- Adelgazar
- Música
- Lenguas extranjeras
- Expresión Corporal (lenguaje del cuerpo)
- La presentación personal
- Cómo salir de deudas
- Volverse rico
- El éxito
- Conocerse mejor
- Pensamiento positivo
- Confianza en sí
- Hacerle frente al estrés
- Desarrolle su creatividad
- Crear su sitio en internet
- Escribir su primer libro
- Cocinar
- Curación
- Etc.
- Etc.

### *¿Seminario o fin de semana?*

Si se trata de seminarios destinados a las empresas, es preferible en semana. Sobretudo, martes, miércoles, jueves, dejando el lunes y el viernes libre para realizar asuntos corrientes.

Para los particulares, los fines de semana, se les torna más fácil. Usted puede, para seminarios de 3 o más días, utilizar puentes y vacaciones.

### *¿Qué horario?*

Si su seminario es residencial, el horario puede quedar muy cargado: no hay transporte, se desayuna en el lugar...

Si usted entra en su casa al atardecer, puede terminar a las 18:00 h –a menos que no vaya hasta las 23:00, pero cuidado con los transportes públicos.

### *¿Cómo adaptar su seminario?*

Según su clientela, encuentre ejemplos que les lleguen a sus adentros, casos que les interesen. Piense en construir su seminario de forma progresiva.

### *Inspírese en buenos libros. ¿Cuáles?*

Encontrará en la librería, libros que lo guiarán. Algunos comprenden incluso programas-tipo que puede adaptar.

### *¿Cómo presentar cada ejercicio?*

La experiencia me ha mostrado que nada es mejor que prepararse para:

Comprender lo que se le dice,

Hacerse entender ante su auditorio.

Además, usted tendrá mayor memorización de sus presentaciones preparándolas usted mismo.

- No pase más de 20 minutos presentando un ejercicio.
- Piense en términos simples.
- No olvide utilizar imágenes, anécdotas, ayudas visuales, historias y micro-ejercicios para animar su presentación.



### **En Conclusión:**

El oficio de facilitador, que usted realiza de tiempo completo o parcial, independiente o asalariado, es una maravillosa escuela humanista.

Le reserva grandes alegrías, así como momentos difíciles, y la certeza de progresar, también usted, en la vía de la potenciación personal.

Es lo que les deseo.

Christian H. Godefroy

## Guía Godefroy del facilitador

---

Este libro hace parte de la colección de libros gratuitos de desarrollo personal que puede usted descargar en <http://www.clubpositivo.com>

Todos los derechos de reproducción son reservados en todos países para el autor.

© 2001 Alain Houel