

## NO HAY REPUTACIÓN SIN FORMACIÓN

Por: Luis Parra M  
Coach en vocería

En verdad, uno queda desconcertado y sorprendido cuando escucha o ve a los voceros de muchas instituciones y corporaciones improvisando en la radio, la televisión o en las redes sociales. No existe explicación para que el representante de una organización salga a medios inseguro, disperso, soso, tímido y sin claridad en su narrativa. Uno, como portavoz, tiene sólo dos posibilidades: construye confianza con lo que dice acertadamente o destruye reputación con sus errores.

La vocería es una competencia que deben desarrollar todos los líderes de las compañías, aquellos que hablan por canales masivos, pero también quienes tienen la responsabilidad de relacionarse con grupos de interés externos como comunidades y autoridades u otros públicos clave que están en los equipos internos de trabajo. Todo implica una buena comunicación y ahí entra la mayor exigencia que se le hace a un directivo o líder: su excelencia dialéctica y telegénica. Una apunta a lo más difícil de lograr que es la asertividad comunicativa y la otra al paralenguaje, ósea, todo lo que demuestro con mi rostro, mis manos y mi actitud frente a la gente. Recordemos la vieja frase “todo comunica”.

La propia dinámica de las organizaciones está exigiendo hoy que sus colaboradores aprendan técnicas de argumentación, defensa reputacional ante conflictos, respuestas claras, precisión en el lenguaje y expresión corporal, todo esto hace parte de la empatía, que es justamente lograr “seducir” a sus audiencias con lo que dice y hace. Es complejo el reto, pero se puede lograr con disciplina, inversión en tiempo, autoaprendizaje y acompañamiento de expertos. No crean que los líderes mundiales y nacionales que salen todos los días en medios o dan charlas a grupos específicos, aprendieron por ósmosis estas habilidades, todos tuvieron muchas horas de formación, algunos más que otros. Así tengan en su ADN la facilidad de expresión, deben aprender a conocer al detalle sus capacidades para poder potenciarlas y alcanzar una comunicación más efectiva.

A los entrenadores siempre nos hacen la pregunta si el buen vocero nace o se hace; después de 20 años en el oficio de entrenar a personajes de la vida pública concluyo que el buen vocero debe hacerse a partir de sus propias aptitudes, unidas a una gran capacidad de autocrítica y a una formación continua consciente. Ni la marca de una compañía, ni sus productos o servicios, ni su reputación corporativa y menos la organizacional, deben ponerse en juego con improvisaciones que no dan tregua, si hay algo en comunicación que se cumple, es que no hay segundas oportunidades para causar una buena impresión.

Las lecciones aprendidas después de entrenar a más de dos mil portavoces en América Latina se resumen en que es primordial tener una visión integral para lograr una vocería idónea: construir un perfil reputacional como líder, adecuar la vocería a la estrategia del negocio, cuidar el ADN personal y trabajar por la excelencia en la gestión. Recuerden que todo comunica y en un mundo tan perceptivo como el de hoy, lo que más mide la gente es la coherencia en todo sentido, lo que hago, lo que digo y cómo lo hago.