

Fecha	Fuente	Pag.	Art.	Título	Tamaño	Estimación
30/04/2012	REVISTA PUBLIMARK (SANTIAGO-CHILE)	62	2	LIBROS	18,8x25,1	No Definido

Libros

Por Fernando Vigorena, www.fernandovigorena.cl

¡ODIO EL NETWORKING! (PERO LO NECESITO) Una guía práctica para abrumados, introvertidos y desconectados

Devora Zack
Empresa Activa
224 páginas
Precio: \$ 11.980 (www.feriachilenadellibro.cl)

Este libro intenta sacudir estereotipos acerca de la gente a la que no le ha importado hasta ahora profundizar con el *networking* o el desarrollo de redes de contacto, fuera de los sistemas de redes sociales.

La autora describe a los diferentes tipos de personas frente al *networking*. Habla de los introvertidos, los extrovertidos o "villaa-dentros". Respecto de estos últimos, señala que suelen desaparecer sin dejar dirección y reaparecen al tiempo después. Toman muchos apuntes, antes de llegar a una decisión. Durante los desayunos de los viajes de negocios, se sientan en la mesa más alejada, la del rincón. No participan de actividades recreativas y tienen dificultades para compartir información.

"Sea útil", dice la autora. Después de un encuentro, recomienda pensar en la posibilidad de enviar a su nuevo contacto un artículo o un *link* que tenga que ver con la conversación que se mantuvo al conocerse. Tener un detalle de preocupación por el

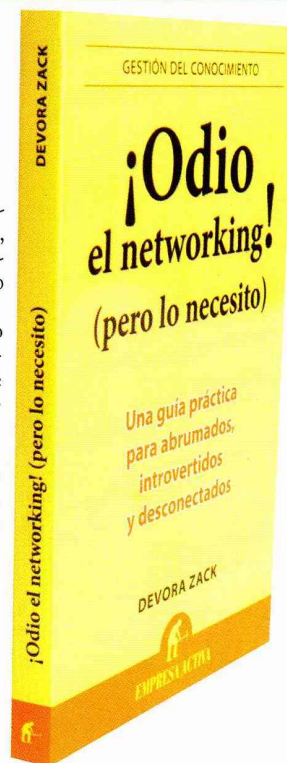
otro es mejor que limitarse a enviar información sobre usted mismo o su negocio, una práctica que se puede interpretar como demasiado agresiva, a menos que se lo hayan solicitado expresamente.

Agrega más adelante que es necesario sopesar los beneficios de los adjuntos enviados por *e-mail*, los que probablemente se queden atascados en los filtros *antispam*.

La autora recomienda ser visible en todo momento, compartir libremente los éxitos, incluir a los demás, estar siempre pendiente de sus contactos y regularmente comentar sus progresos con otros.

Haga una propaganda de su persona, más contactos = más posibilidades de éxito. Nunca coma solo, cree puntos de contacto constantes, salga a visitar su red cada vez que pueda, son algunos de los prácticos consejos que se incluyen en el texto.

Un libro recomendado con reservas.



STORYTELLING PARA EL EXITO Conecta, persuade y triunfa gracias al poder oculto de las historias

Peter Guber (Director de Sony Pictures Entertainment)
Empresa Activa
347 páginas
Precio: \$13.340 (www.antartica.cl)

Durante demasiado tiempo el *storytelling* ha sido misterioso y poco comprendido. Ahora el autor nos revela sus secretos. Ya sea dirijas un emprendimiento, un cargo ejecutivo o tu propia carrera, este libro es la guía que necesitas para aprovechar el poder de la narrativa para influenciar en el resultado de una acción.

El autor posee una gran experiencia como productor, guionista y creador de películas tan conocidas como "Gorilas en la niebla", "Rain man", "El expreso de medianoche", etcétera.

Une sus experiencias con relatos desarrollados a propósito de cada caso, pero la mayoría relacionados con la creación de nuevos filmes o experiencias de la vida y de las empresas. Dentro de los más emotivos, están los casos de Nelson Mandela, al salir de la prisión; Michael Jackson; Dean Martin y Frank Sinatra, y Bill Clinton.

El autor resalta la belleza de las metáforas y hace una larga y motivante relación de éstas con películas, donde la re-

lación de escenas suscitadas crea en el ser humano una reacción visceral: lágrimas, gritos ahogados, risas, escalofríos.

El objetivo del *storytelling* es que el oyente se adueñe de la historia. Agrega: queremos que nuestra historia se convierta en la suya. Entonces, serán ellos quienes creen una historia nueva a partir de esa historia, que adaptarán, cambiarán, ajustarán.

En su contenido, el autor hace una dura crítica al Power Point como modo de transmitir mensajes a la audiencia. Cuando viene un relato, en vez de un aluvión de datos, la gente se relaja, se concentra en el narrador. No se mueven de sus asientos y no se conectan a sus computadoras. El aluvión de datos no es historia.

Un relato un cuento, una historia, una biografía, debe tener un propósito claro, ser una llamada a la acción, no a la contemplación. "Asegúrese de emitirlo", señala Peter Guber. Agrega que una historia sin estructura no cumple su objetivo. Recomienda dirigir la historia desde el corazón, no desde la cabeza, utilizar el factor sorpresa y emocionar a la audiencia.

Sin lugar a dudas, un apasionante libro, muy válido para ejecutivos, psicólogos, profesores y todos aquellos que deban motivar a grupos de personas en

torno a objetivos grandiosos.
Muy, pero muy recomendado.

