

## El desarrollo: nuestra misión es mantener la atención

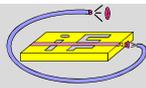
Mantener la atención de la audiencia por largos periodos de tiempo no es fácil (algunos dirían que imposible), pero tener delante a alguien “desconectado” (pensando en sus cosas, chateando con el móvil...) hace que todos nuestros esfuerzos sean inútiles, simplemente, es como si no estuviese allí. Por eso un objetivo claro a lo largo de todo el desarrollo de la presentación debe ser no perder a nadie. **Hay que “re-engancharlos” cada poco tiempo.** Como dice Michael Alley, se trata de que nadie se caiga por la borda durante la travesía.



¿Cómo se puede mantener la atención? Una primera idea consiste en dotar a la presentación de una estructura adecuada a la audiencia y al propósito. También nos puede ayudar el introducir variedad a lo largo de su desarrollo. Y siempre nos queda un recurso que le ha funcionado a la humanidad miles de años antes de inventarse el Powerpoint: las historias.

### Algunas ideas para introducir variedad en el desarrollo

Una presentación puede verse como una vía del tren, un camino del que no podemos salirnos. Pero si lo hacemos, conseguiremos recapturar la atención a lo largo de su desarrollo. Debemos “salirnos del raíl” de vez en cuando.



En el tema anterior ya se han propuesto varias ideas para empezar una presentación de una forma no convencional y así conseguir captar la atención. Estas mismas ideas pueden funcionar para re-capturar a nuestra audiencia a lo largo del desarrollo. Vamos a abundar un poco en alguna de estas ideas:

- **Plantear una pregunta.** Cuando detectemos que cunde el desinterés, no hay nada como plantear una pregunta. Las primeras pueden ser retóricas: hacemos una breve pausa para que cada uno elabore una respuesta en su cabeza, pero contestamos nosotros mismos. Luego podemos esperar respuesta. En cualquier caso, el simple silencio hará que muchos reconecten. Incluso pueden plantearse preguntas directas y dirigidas a una persona concreta de la audiencia: "... Juan, ¿estás de acuerdo con esto?", aunque esto debe hacerse con tacto ante la posibilidad de crear un momento embarazoso para esa persona.
- **Contar una pequeña historia o anécdota,** siempre relacionada con lo que estamos hablando. No tiene que ser necesariamente algo gracioso.
- **Recapitular y resumir lo contado hasta el momento.**
- **Obtener realimentación instantánea** de la audiencia, para orientar lo que queda de la presentación. No todos estarán dispuestos a intervenir, así que puede hacerse de forma anónima o colectiva: escribir cada uno en una hoja una posible pregunta ante lo que se acaba de contar, o aquello que no entienden, por ejemplo. Estos papeles se pueden recoger, echar un vistazo general, y comentarlo.
- **Abrir un debate** con la audiencia sobre algún aspecto controvertido de lo que se está contando. Quizá el mayor problema de esta idea es saber terminar el debate cuando sea necesario.
- **Pedirles que hagan algo.** El simple movimiento físico o una actividad intelectual diferente de "escuchar" despierta de nuevo el interés. Tim Brown en una conferencia en un gran auditorio, dedicada a la importancia del juego en los adultos y el mundo laboral, colocó un "[finger-blaster](#)" debajo de cada asiento e invitó a la audiencia a dispararle.



- **Mostrar un objeto.** La posibilidad de ver una versión “real” de lo que se está contando ayuda entender conceptos abstractos o difusos y despierta la curiosidad. Es un recurso muy sencillo y muy poco utilizado, a pesar de ser muy efectivo. La única pega es que si el objeto se hace pasar entre la audiencia mientras continua la presentación, será en realidad una distracción. Cuando Steve Jobs presentó en 2008 unos nuevos ordenadores portátiles fabricados en un solo bloque de aluminio, hizo pasar entre la audiencia varias carcasas, pero estuvo un buen rato en silencio para que todos tuviesen la oportunidad de verlas de cerca. Bill Gates, en una conferencia en 2009 sobre la lucha contra la malaria de la fundación que él preside, saca en un momento dado un tarro de cristal y dice *“Este frasco contiene mosquitos infectados con malaria. Voy a soltarlos por la sala, no hay razón por la que sólo la gente pobre pase por esta experiencia”*. A juzgar por las risas nerviosas, este momento será recordado por todos los asistentes.



Otro famoso conferenciante, el profesor Hans Rosling, ilustró una [charla](#) sobre el crecimiento económico de la población mundial con cajas de plástico que representaban, cada una, a 1.000 millones de personas, sacando de ellas objetos que representaban lo que una familia en diversas partes de mundo podía adquirir con sus ahorros: un coche, un viaje en avión, o solo unos zapatos. Los objetos tangibles ayudan mucho a comprender los fríos datos.



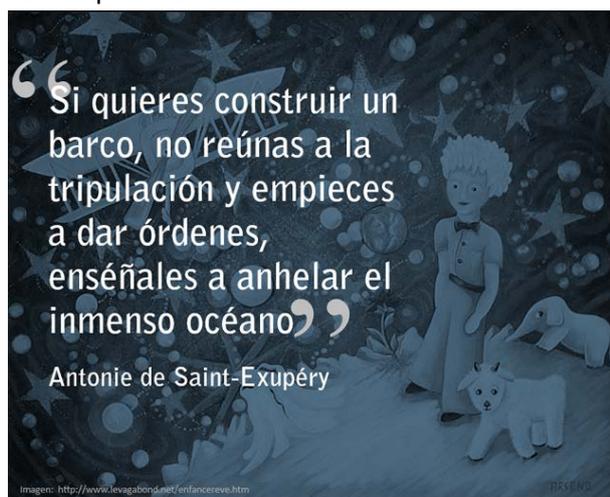
Otro ejemplo curioso es el de la neuróloga Jill Bolte, que sufrió ella misma un ictus cerebral que la desconectó totalmente el lado izquierdo del cerebro. Para ilustrar la división en dos hemisferios del cerebro en una de sus [charlas](#), enseñó a la audiencia un cerebro humano real.



- **Hacer una “demo”**, es decir, enseñar en directo el funcionamiento de algo. Esto se hace habitualmente en las presentaciones de equipos informáticos y *software*. Debe ser una demostración rápida, ágil y relevante para la presentación, y estar preparados para el desastre: los [pantallazos azules](#) sufridos por Bill Gates han dado la vuelta al mundo, e incluso Steve Jobs ha sufrido algún fallo durante alguna de sus [demos](#).
- **Mostrar un vídeo**. Tiene que ser por supuesto relacionado con la presentación y relevante, y no demasiado largo. Es como ir al cine, un momento de relajamiento y descanso para la audiencia. El mayor problema suele ser técnico, especialmente si usamos otro ordenador diferente al nuestro y no se ha probado antes: puede ocurrir que el vídeo no se pueda ver o escuchar (falta de *codecs*, no está en la carpeta correcta ...). Si el vídeo se reproduce desde una fuente *on-line* puede ocurrir que falle la conexión a Internet, o el sitio que lo aloja esté parado temporalmente por mantenimiento, así que es mejor descargarlo previamente.
- **Ofrecer ejemplos y analogías**. Hablando del cerebro, se sabe que no está preparado para procesar datos abstractos fácilmente, por lo que los ejemplos y la comparación con algo conocido (analogías) ayudarán a entender nuestro mensaje. Si nuestro propósito fuese destacar el pequeño tamaño del núcleo de un átomo, no es lo mismo decir “*el átomo de hidrógeno tiene un tamaño de 0,1 nanómetros, mientras que su núcleo sólo mide 1 femtometro*” que ilustrarlo con una analogía: “*si el átomo tuviese el tamaño de un autobús, su núcleo sería más pequeño que el punto de esta letra i*”



- **Buscar metáforas para ilustrar las ideas que quieres transmitir.** Como dice [Gonzalo Álvarez](#), una metáfora es una "analogía compacta", una palabra con el significado de otra, que nos ayuda a convertir algo distante y desconocido en algo familiar y cercano para la audiencia. Un concepto abstracto en términos de lo cotidiano. Usándolas en las presentaciones, será más fácil que la audiencia nos siga. Un ejemplo: Michael Alley plantea sus cursos sobre presentaciones con esta metáfora: "Una presentación es como un viaje...". Buscar una metáfora no es fácil, pero nuevamente Gonzalo Álvarez nos da una idea: [recurrir a una afición](#) que nos guste nos puede inspirar analogías con el tema que estamos tratando.
- **Recurre a proverbios y refranes.** Son el paradigma de la simplicidad, las ideas complejas se transforman en un lenguaje simple que todos entendemos.
- **Utiliza citas.** Añaden credibilidad a nuestra presentación, al recurrir a las palabras de alguien célebre. Son muy efectivas para resumir un bloque que acaba de concluir o para empezar el siguiente bloque en el desarrollo de la presentación. Es importante no abusar de ellas y que sean cortas, además por supuesto de estar relacionadas con lo que se está contando.



- **Dramatizar la información.** La mera exposición de los datos carece de la carga emocional que ayuda a recordarlos y entenderlos mejor. Una imagen en la pantalla puede ayudarnos en este sentido, pero también es posible ir un poco más allá y recurrir a objetos o incluso otras personas para dramatizar nuestro argumento. En una [conferencia](#), el famoso cocinero británico Jamie Oliver exponía las consecuencias negativas de añadir azúcar a la leche que toman los niños en el colegio en Estados Unidos. En lugar de contar simplemente los gramos o kilos de azúcar que se acaban ingiriendo al cabo del tiempo, un ayudante aparece con una carretilla enorme

llena de azúcar. “Esta la cantidad de azúcar que ingiere un niño de primaria en cinco años”, tirando su contenido al suelo, y obteniendo una ovación del público.



En otra [charla](#) del biólogo John Bohannon, dedicada a explicar fenómenos físicos complejos como el enfriamiento de átomos mediante luz láser, se ayuda de unos bailarines para ilustrarlo.



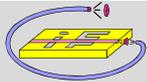
## Para saber más

El capítulo 9 del libro “[El arte de presentar](#)” de Gonzalo Álvarez ofrece muchas ideas para organizar el desarrollo de la presentación e introducir variedad.

Usa citas y proverbios para mejorar las presentaciones, y dónde encontrarlos, entrada “[Cómo lograr que recuerden tus ideas](#)” del Blog “[Presentástico](#)” de Carles Caño. Otras entradas aportan ideas para hacer que el mensaje sea recordado más fácilmente: “[Cómo lograr que recuerden tus ideas \(I\): suscita emociones](#)”, “[Cómo lograr que recuerden tus ideas \(II\): Desentierra las historias de tu presentación](#)”, o “[Cómo lograr que recuerden tus ideas \(IV\): Sé concreto](#)”.

Una de las razones por las que el discurso no es entendido o recordado es la “maldición del conocimiento”, en esta [entrada](#) del blog “[El arte de presentar](#)” de Gonzalo Álvarez nos cuenta cómo exorcizar esta maldición.

La técnica del “Chunking” para estructurar una presentación, [artículo](#) del Blog “El arte de presentar” de Gonzalo Álvarez.



Desarrolla tu mirada metafórica en la entrada "[Cómo encontrar metáforas en nuestras presentaciones](#)" del Blog "[Presentástico](#)" de Carles Caño.

Crear humor en nuestras presentaciones aplicando la "regla del 3", [artículo](#) del blog "Six minutes" de Andrew Dlugan (en inglés).

En esta [presentación](#) James Geary nos habla del poder de las metáforas en nuestras vidas y del "rey de las metáforas", Elvis Presley (en inglés).

Los guionistas de Hollywood saben mantener el interés de la audiencia, explotando muy bien el [efecto Zeigarnik](#) con su famoso "Continuará...", los llamados "*Cliffhangers*" (literalmente, quedarse al borde del precipicio). En este artículo se propone el uso de "*Cliffhangers* internos" para mantener el interés de la audiencia en una presentación: <http://www.copyblogger.com/internal-cliffhangers/>