

La importancia del comienzo

Alguien ha dicho que “*no hay una segunda oportunidad para causar una primera impresión*”. La audiencia concede un breve período de uno o dos minutos (que algunos llaman el período de “luna de miel”) para dejarse cautivar. Por eso el comienzo de una presentación es tan importante, es lo que hará decidir a la audiencia si te seguirá escuchando con atención o sacará el teléfono móvil para mandar unos “*whatsapps*”. **El comienzo debe tener un objetivo claro: captar la atención, enganchar a la audiencia.** La gran mayoría de las presentaciones formales o técnicas fallan en este aspecto, parece que ya tenemos ganada a la audiencia, y no suele ser así.

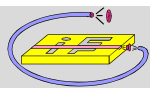


Imagen: <http://www.iniciador.com>

Una forma sencilla de empezar una presentación técnica o formal

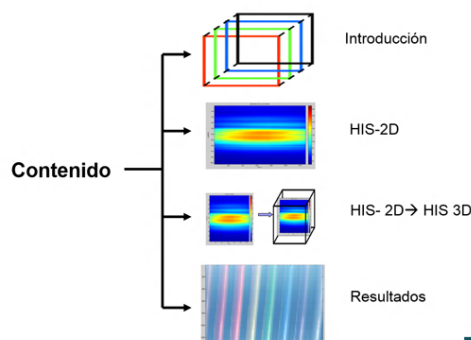
El Profesor de la Universidad de Pennsylvania (EE.UU.) Michael Alley ofrece numerosos consejos en su libro “[The craft of scientific presentations](#)”, pensando precisamente en exposiciones científicas, técnicas o formales. El enfoque típico es utilizar dos diapositivas, una con el título del trabajo y el autor, y otra con el guion de la charla. Sugiere **cuatro cambios sencillos** para mejorar el comienzo:

- 1) **Decir lo que se va a contar.** Esto tan sencillo a veces se nos olvida, o pensamos erróneamente que la audiencia recuerda el título o es capaz de deducir exactamente el contenido, el enfoque, la estructura... Este consejo se traduce simplemente en pararse un poco al decir el título y explicar de antemano el enfoque y objetivos de la charla. Además, todos necesitamos un poco de tiempo para acostumbrarnos al estilo de un orador, su forma de hablar, la voz, o el ritmo.
- 2) Sustituir las viñetas de la diapositiva del guion por un “**mapa**” **visual de la presentación**, es decir, imágenes que ilustren sus diferentes partes. Esto permitirá comprender mejor lo que se va a contar, incrementará el interés y será más fácil recordar por dónde vamos. Puede ser una buena idea que estas imágenes se seleccionen de las que luego van a aparecer realmente en la presentación en la parte correspondiente. Dos ejemplos:



CONTENIDO

- Introducción, motivación y objetivos
- Imágenes híper espectrales en 2D, HIS-2D
- Imágenes híper espectrales en 3D, HIS-3D
- Resultados
- Conclusiones y líneas de trabajo futuras



Índice de contenidos

- Introducción y objetivos
- El estándar IEEE 802.15.4 y la especificación ZigBee
- La tecnología SNAP de Synapse
- Aplicación 1: Control inalámbrico de sensores industriales
- Aplicación 2: Automatización del ahorro de energía eléctrica
- Aplicación 3: Sensor meteorológico
- Conclusiones y líneas futuras



Índice de contenidos

- Introducción y objetivos - 
- El estándar IEEE 802.15.4 y la especificación ZigBee - 
- La tecnología SNAP de Synapse - 
- Aplicación 1: Control inalámbrico de sensores industriales - 
- Aplicación 2: Automatización del ahorro de energía eléctrica - 
- Aplicación 3: Sensor meteorológico - 
- Conclusiones y líneas futuras - 

- 3) Destacar la **importancia del tema para la audiencia**. Siempre es posible, directa o indirectamente. A menudo lo que hablamos tiene repercusiones económicas, en la salud, en el medio ambiente o en la seguridad, algo que todo entendemos como importante. Puede ser interesante añadir alguna diapositiva ilustrando con una imagen estas repercusiones.
- 4) Asegurarse de que la audiencia tiene los **conocimientos de partida** suficientes para entender lo que vamos a contar, y si no es así, proporcionarlos brevemente. Si no hay tiempo, al menos decir explícitamente y de antemano lo que esperamos que sepan, para no crear falsas expectativas.

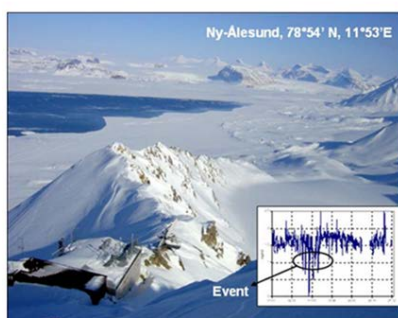
Michael Alley expone un magnífico ejemplo de cómo se puede mejorar el comienzo de una presentación involucrando a la audiencia. Las siguientes dos diapositivas corresponden a una presentación en un congreso científico, con el título "Eventos de depleción del mercurio atmosférico en las regiones polares durante la primavera ártica", un estudio tan especializado que seguramente sea de interés para los pocos investigadores que trabajan exactamente en la misma temática.

Atmospheric Mercury Depletion Events in Polar Regions during Arctic Spring

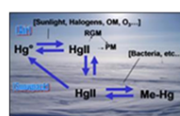
Katrine Aspmo
Torunn Berg
Norwegian Institute for
Air Research

Grethe Wibetoe
University of Oslo,
Dept. of Chemistry

June 16, 2004



This talk traces what happens to mercury after it depletes from the atmosphere in arctic regions



Theory for mercury cycling



Measurements from the
Zeppelin Air Monitoring Station



Environmental implications

Fuente: Michael Alley, The Craft of Scientific Presentations, Springer, 2003.

Un comienzo típico de una charla de este tipo tendría la siguiente narrativa: “*Gracias Sr. Presidente (de la sesión del congreso), mi nombre es Katrine Aspmo, del Instituto Noruego para la Investigación de la Atmósfera, y voy a presentar el trabajo titulado «Eventos de depleción del...». Esta presentación está dividida en tres partes, primero explicaré el ciclo del mercurio atmosférico, luego las medidas realizadas...»*”.

Sin embargo, la presentación comienza así: “... *Todos sabemos que el mercurio es tremendamente tóxico, pero no es tan conocido que hay habitualmente mercurio disuelto en la atmósfera en todo el planeta, incluso aquí y ahora, en esta sala. No nos envenenamos porque la concentración realmente es muy baja. Pues bien, en las regiones polares, este mercurio atmosférico desaparece todas las primaveras, y nadie sabe por qué, ni donde va. Esta trabajo trata de arrojar algo de luz sobre este fenómeno*”. **Esta narración es mucho más efectiva para enganchar a la audiencia**, porque ha acercado un problema abstracto a su realidad concreta (mencionando “en esta sala”), y además ha destacado la importancia del trabajo por sus implicaciones para el medio ambiente y la seguridad. La diapositiva con el índice contiene imágenes representativas de las tres partes en las que se divide la presentación, siendo más fácil comprender el contenido y la estructura de la misma (teoría – medidas – implicaciones medioambientales).

Empezar con una explosión y al grano

Esto es lo que dice el “teórico de la comunicación” Nick Morgan, en su blog [PublicWords](#). La explosión es en sentido metafórico, claro, pero tiene que ser algo impactante, que sorprenda y nos anime a seguir escuchando. No hay más que fijarse en las películas de Hollywood, ¿cómo empiezan? En 1942, una de las mejores películas de todos los tiempos como Casablanca comenzaba con [dos minutos de títulos de créditos](#) sobre un mapa de África, junto con una pequeña lección de geografía para el público norteamericano. Ahora, la última película de James Bond comienza con una [trepidante persecución](#), y a los dos minutos ya contamos con varios accidentes, explosiones y muertos. Tras cuatro minutos de acción, empiezan los títulos de crédito.



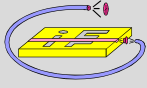
¿Cuál es la moraleja? En la actualidad es más difícil captar y mantener la atención, necesitamos estímulos más potentes para lograrlo. Por eso se hace necesario empezar de forma impactante. Y por supuesto, ir al grano, al núcleo de nuestro mensaje, lo antes posible, porque las largas y tediosas introducciones (con los típicos agradecimientos, introducción de quienes somos, una explicación del tema, breve estado del arte de la materia...) nos harán dejar a la audiencia en tierra.

El objetivo es no dejar a nadie en tierra



Se han sugerido muchas formas de empezar de forma impactante una presentación, pero siempre hay que considerar a la audiencia y sus necesidades por encima de todo. Algunas ideas:

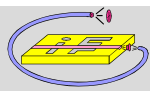
- Algo inesperado, como un **dato** que sea contrario a lo que la gente piensa, al sentido común, pero siempre un dato relacionado con lo que se va a contar: *“Un estudio ha revelado que la gente tiene miedo a las arañas, a volar en avión, o a la muerte, pero su principal miedo es a hablar en público”*.
- Una **estadística** curiosa: *“La próxima vez que tengas que dar una presentación, recuerda que el 90% de lo que cuentes lo habrán olvidado en 60 minutos”*.
- Una **cita** interesante o de alguien relevante: *“Tus primeras diez palabras son más importantes que las diez mil siguientes (Elmer Wheeler)”*.
- Una **pregunta** con respuesta sorprendente (puede ser retórica, o esperar realmente a que alguien de la audiencia la responda): *“¿ha ocurrido alguna vez que un Powerpoint mal planteado haya provocado muertes?”*



- Una pregunta que haga pensar a la audiencia, que sea un **reto**, y que quedará contestada tras la presentación: *“¿qué será mejor para una presentación, utilizar diapositivas de fondo oscuro con letras claras o lo contrario?”*
- Un **estudio** reciente interesante y relacionado con el tema: *“El estudio Annoying Powerpoint de 2010 indica que el 20% de los trabajadores asisten por lo menos a una presentación con Powerpoint al día, y piensan que casi la mitad (el 43%) de ellas son muy malas”*.
- Una **noticia** reciente también relacionada con el tema: *“Recientemente se ha creado en Suiza el Partido Anti-Powerpoint (APPP), cuyo objetivo eliminar del mundo empresarial y de la educación el uso de Powerpoint, que según ellos, causa una pérdida económica anual de 2.000 millones de euros, solo en Suiza”*.
- Sacando un **objeto** o haciendo algo inesperado: *“Acabo de quitarme la chaqueta y se la he lanzado a Ustedes sin ningún motivo. Pero dentro de un tiempo se acordarán de esto, y no de lo que voy a contar a continuación. Esto demuestra que la sorpresa es un factor importante para recordar lo que queremos transmitir en una presentación”*.
- Una **historia** relevante para la presentación: *“En enero de 1986, el transbordador espacial Challenger se desintegró en pleno despegue acabando con la vida de sus siete astronautas. La investigación posterior indicó que se debió a las bajas temperaturas del despegue. Los científicos e ingenieros encargados de analizar si estas bajas temperaturas eran un problema o no, plasmaron sus consideraciones en un Powerpoint, lleno de datos, que enviaron a la NASA. Sin embargo, no tenía conclusiones claras, y muchos piensan que un simple gráfico hubiera clarificado el riesgo real y habría evitado la catástrofe. ¿Cómo podemos nosotros incorporar gráficos efectivos a nuestras presentaciones? Es de lo que vamos a hablar los próximos 15 minutos”*.
- Reconociendo en alto y al principio las **necesidades** de la audiencia y cómo la presentación está enfocada a ayudarles. Una simple conversación informal previa con algún asistente puede revelar lo que no entienden, lo que les preocupa o su posicionamiento respecto al tema, y de esta forma sorprenderles con una presentación realmente adaptada a sus necesidades.
- Una larga **pausa** puede ser también efectiva para captar la atención, ya que no estamos acostumbrados al silencio.
- Con **humor**, pero siempre algo gracioso relacionado con lo que se va a contar, no un chiste. Puede ser una anécdota, una historia simpática, algo irónico, ...



Fuente: Scott Adams, The Joy of Work.



Cinco pasos para empezar una presentación en 60 segundos

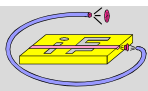
Timothy K. Koegel nos propone en su libro *“The Exceptional Presenter”* una estructura en 5 pasos para empezar cualquier presentación, que nos llevará menos de 1 minuto de tiempo y nos ayudará a captar la atención de la audiencia. Consiste en pensar cinco frases con la siguiente fórmula:

- 1) Dejar claro el **propósito** de la presentación, completando esta frase: *“Si solo vais a recordar una cosa de todo lo que cuente hoy, me gustaría que fuera esto: ...”*. Si somos capaces de completar esta frase, habremos identificado claramente el propósito y mensaje fundamental de la presentación, y la audiencia sabrá lo que puede esperar.
- 2) Definir la **agenda**, lo que se va a contar, sin detalles, completando la frase: *“Mi objetivo hoy es ...”*, por ejemplo: *“Mi objetivo hoy es explicar las tres propiedades principales de los aceros ferríticos y sus aplicaciones”*, *“Mi objetivo hoy es examinar cinco estudios clínicos sobre el Alzheimer...”*, *“Mi objetivo hoy es destacar las ventajas de este nuevo producto...”* o *“Mi objetivo hoy es definir la estrategia para continuar con este proyecto”*.
- 3) Reconocer la **situación actual**, la posición de la audiencia al respecto, y cualquier problema/obstáculo derivado de esta situación. Por ejemplo: *“Entiendo que no os han contado nada sobre estos aceros, que sin embargo son usados ampliamente por la industria”*, *“Hay un gran esfuerzo investigador sobre Alzheimer sin resultados concluyentes”*, *“Actualmente no conocéis las ventajas de usar el nuevo iPhone 9”* o *“Llevamos estancados varios meses y peligra la continuidad con este cliente”*.
- 4) Mostrar los **beneficios**, consecuencias y resultados: *“Cuando empecéis a trabajar en una fábrica, os vendrá bien este conocimiento”*, *“Estos estudios arrojan nueva información sobre esta misteriosa enfermedad”*, *“Vuestra vida será más fácil con este nuevo Smartphone”* o *“Podemos terminar el proyecto en plazo si tomamos decisiones drásticas ahora”*.
- 5) Proponer el **siguiente paso** o la llamada a la acción: *“El siguiente paso es atender esta breve explicación sobre las propiedades de los aceros y consultarme cualquier duda que os surja”*, *“El siguiente paso es analizar estos estudios y extraer las conclusiones más importantes”*, *“El siguiente paso es considerar su compra en un futuro cercano”*, *“El siguiente paso es tomar las decisiones necesarias para continuar con el proyecto”*.

Con este planteamiento tenemos una plantilla para comenzar la presentación que se puede adaptar fácilmente al propósito concreto.

Cómo NO empezar una presentación

Nunca, **nunca jamás empezar con una disculpa**. *“No he tenido tiempo de preparar las diapositivas y me temo que voy a aburriros un poco...”*, *“Creo que sabéis más que yo de este tema y quizá no os cuente nada nuevo”*, *“No soy la persona más adecuada, ... pero en fin ..., hablaré de ...”*, *“Estoy muy nervioso, así que ...”*, *“Creo que los del fondo no serán capaces de leer nada de la pantalla, pero en cualquier caso...”*, etc. Es como admitir que te importan tan poco que no te has molestado en prepararlo, una falta de respeto, y de alguna manera, les daremos permiso para ignorarnos. O quizá hemos hecho todo lo posible pero nos parece justo avisarles de antemano de que se van aburrir. En este caso, no es necesario reducir sus expectativas, ya están al mínimo ante cualquier presentación. Si la nuestra está mínimamente preparada, se puede fácilmente superar sus expectativas. La única audiencia *realmente* exigente es la que ha pagado por ver a alguien del club de la comedia y no se conformará con menos de 10 carcajadas por minuto. Por otro lado, hay que pensar que la audiencia realmente está interesada en que el ponente lo haga bien. Si no es así, ambos sufrirán, hay



un interés mutuo en que todo salga bien. Debemos aceptar esta realidad y aprovecharla para empezar con más autoconfianza.

Dijo el publicista Elmer Wheeler que *“tus primeras diez palabras son más importantes que las diez mil siguientes”*, por eso el comienzo de una presentación debe estar muy pensado, e incluso ensayado. [Gonzalo Álvarez](#) se ha dado cuenta de que una gran número de presentaciones usan en la primera frase las tres palabras tabú: *bueno, pues* y *un poco*, que indican, simplemente, que no hemos preparado el comienzo: “Bueno ..., pues..., os voy a hablar un poco sobre...”. Evítalas.

Para saber más

El magnífico libro [“El arte de presentar”](#) de Gonzalo Álvarez proporciona en el capítulo 10 “Arranca con fuerza tus presentaciones” numerosos ejemplos e ideas para empezar eficazmente una presentación.

En la entrada del blog [“Presentástico”](#) de Carles Caño titulada [“Cómo lograr que recuerden tus ideas: usa citas y proverbios en tus presentaciones”](#) se discute el uso de citas y proverbios para mejorar una presentación, y fuentes donde encontrarlos. En la entrada [“Atributos deseables en el título de una presentación”](#) sugiere cómo debemos redactar el título para que sea más efectivo.

[Cómo empezar de forma electrizante](#), un artículo del Blog [“Six minutes”](#) de Andrew Dlugan (en inglés).

25 comienzos potentes para mantener la atención desde el minuto cero, <http://www.elartedepresentar.com/2013/06/25-comienzos-potentes-para-captar-la-atencion-desde-el-minuto-cero-de-tu-presentacion/> en el blog [“El arte de presentar”](#) de Gonzalo Álvarez.