

## Lección 1.- ¿Por qué debes invertir tiempo en preparar una presentación?

Hay gente que confunde el no tener miedo escénico con el saber presentar.

Es cierto que no sentir pánico cuando nos toca plantarnos delante de la audiencia para hacer una presentación es muy ventajoso. Sin embargo, estar acostumbrado a hablar en público no significa estar acostumbrado a hacerlo correctamente.

Muchos de estos presentadores a los que no les asusta hablar en público acostumbran a estar tan seguros de sí mismos que olvidan por completo que toda buena presentación necesita estar bien preparada. Y no porque lo diga yo. Existen varias razones para ello.

### **A mayor preparación, menor riesgo. A menor riesgo, menos miedo.**

Si no tienes la fortuna de ser uno de esos ponentes sin miedo escénico, te gustará saber que una parte muy importante de ese miedo depende de la preparación de tu presentación.

Así es. Normalmente nos da miedo aquello que es incierto y que nos saca de nuestra zona de confort, ya que el riesgo asociado es muy elevado. Para muchas personas, plantarse delante de un público y hablar es algo tan poco frecuente que el riesgo que conlleva es muy elevado. Pero con una buena preparación previa, podemos minimizarlo. Y al minimizar el riesgo, minimizamos el miedo.

Eso significa que para poder reducir notablemente ese miedo no será necesario ponerte delante de la audiencia. Lo podrás hacer a solas, en tu habitación o en tu despacho, sin que nadie te vea, sin que nadie te oiga. En un lugar seguro y comfortable. ¿Qué más se puede pedir?

Está claro que una parte del temor sólo desaparecerá a base de presentar delante de gente una y otra vez. Pero si trabajas la preparación de tu presentación a conciencia construirás un discurso fácil de pronunciar, lógico y ordenado que te pondrá muy fácil tu labor como presentador.

Así que si eres de los que no ha presentado nunca en público y no sabes por donde empezar, este curso te dará las bases para trabajar bien tu presentación y reducir así el miedo escénico.

Y si eres de los que ya está habituado a poner en práctica la oratoria y eso de presentar no te da miedo, hay motivos igualmente para preparar bien tus presentaciones.

## Una presentación es un gran escaparate

En el mundo en que vivimos, lo normal es que cada uno se centre en su trabajo y se despreocupe de lo que hacen los demás. Por muy expuestos que estemos a terceras personas mientras trabajamos, nuestras acciones no dejan de tener un impacto moderado. Incluso hay gente que realiza trabajos invisibles. Tareas que no tienen visibilidad. Trabajadores a la sombra que hacen un trabajo tan necesario como invisible.

Tanto para unos como para otros, de vez en cuando aparecen oportunidades de hacer algo que les sitúa momentáneamente a la vista de los demás. Oportunidades que les permiten que durante el rato que dura una presentación todas las miradas estén puestas en ellos y toda la atención de la gente sea suya (al menos durante los primeros instantes). Así que hay que aprovecharlas, ya que no sabemos cuándo se volverán a presentar.

La lógica nos diría que, dado que eso de presentar es algo que quizás no volvamos a hacer nunca más, no hace falta romperse mucho el coco con la presentación. Sin embargo, yo te diría lo contrario. Esta es la oportunidad que necesitabas para lograr un poco de visibilidad dentro de tu empresa o del ámbito en el que te mueves. Si haces algo aburrido y estéril les darás la razón de por qué no debían prestarte más atención. Pero si logras hacer una presentación brillante te aseguro que el concepto que la gente pueda tener de ti va a cambiar.

## ¡Aprovecha bien la ocasión! No siempre hay segundas oportunidades

Hay ocasiones en la vida que sólo se te presentan muy de vez en cuando - como las que acabamos de describir. Y hay que aprovecharlas.

El mundo en que vivimos no se caracteriza por ofrecernos demasiadas segundas oportunidades.

¿Crees que un inversor te va a dar una segunda oportunidad para que le vendas tu proyecto si fallaste en la primera?

¿Crees que una empresa te convocará a una segunda entrevista de trabajo si en la primera no fuiste capaz de gustarles?

Cuando alguien te concede su tiempo lo hace con la esperanza de obtener algo a cambio.

Si no le aportas absolutamente nada, no habrá una segunda oportunidad y la imagen que va a tener de tí va a dejar mucho que desear. Te habrás ganado un detractor. Alguien que va a recomendar encarecidamente a sus contactos que no te vengán a ver en tus próximas presentaciones.

***Sólo tenemos una oportunidad para causar una buena primera impresión.***

En cambio, si logras que esa persona se lleve algo interesante de tu presentación, si eres capaz de aportarle valor, es probable que esté dispuesto a dedicarte más tiempo (en ese mismo momento o quizás en otra ocasión).

Y para hacer una presentación con valor añadido para la audiencia es necesario dedicarle muchas horas a prepararla a conciencia.

## **Invierte el tiempo, no lo malgastes**

No falta quien considera que dedicar muchas horas a una presentación es perder el tiempo. Que algo que se puede hacer en un periodo relativamente corto de tiempo no tiene por qué alargarse.

Generalmente quien piensa así acostumbra a llenar diapositivas de un power point con texto correspondiente a todo cuanto sabe de un tema y se dedica a leer las slides durante la presentación. Eso es algo relativamente rápido de hacer (sobretudo si se aprovecha una presentación anterior).

Muchas empresas tienen una única presentación corporativa - un powerpoint con un discurso aprendido - que muestran indistintamente a cualquiera que se les plante delante, sean clientes, proveedores, inspectores, auditores o el propio personal.

El único resultado posible de ambas situaciones es que el aparente ahorro de tiempo del ponente al preparar la presentación se convierte en una pérdida de tiempo para el público asistente. Las presentaciones poco o nada preparadas no aportan ningún tipo de valor al público, de modo que para ellos el rato que dura la ponencia es tiempo perdido y la presentación es completamente estéril. Así que en el fondo, el poco tiempo que hayas pasado preparándola, va a ser igualmente tiempo perdido.

Voy a demostrártelo con números.

Supongamos que tienes una audiencia de 50 personas para una presentación de una hora. Hacer una mala presentación implica que 50 personas van a perder una hora. Con lo que el cómputo global es de 50 horas perdidas más el tiempo que le hayas dedicado a prepararla.

50 horas perdidas significa un coste altísimo. Son 50 horas de salario durante las cuales aquellas personas no van a hacer absolutamente nada útil. Además son 50 personas que al haber perdido una hora de su tiempo decidirán no confiar en tí. No comprarán tu producto o servicio, no comprarán tus ideas, no escucharán tu llamada a la acción (si la hubiese), y muy probablemente no volverán nunca más a una de tus presentaciones.

¿Merece la pena hacer perder 50 horas a tu audiencia con todo el coste añadido que supone para tí para ahorrarte 10 horas de preparación?

¿Y si en lugar de pensar en el tiempo que dedicas a preparar una presentación como un tiempo perdido lo miras como una inversión?

El tiempo es un bien escaso imposible de recuperar. El tiempo que hemos malgastado lo perdemos para siempre. Por eso la gente lo valora tanto. No puedes perderlo ni hacérselo perder a los demás. Debes invertir tu tiempo en conseguir que el tiempo que tu audiencia te dedica sea de lo más útil para ellos.

En resumen. Prepararse bien una presentación es fundamental para conseguir aprovechar las oportunidades únicas e irrepetibles de conseguir visibilidad en todo cuanto haces y evitar malgastar tu tiempo y el de toda la audiencia.

***Fallar en prepararse es prepararse para fallar - Benjamin Franklin***

Espero haberte convencido de la importancia de dedicarle tanto tiempo como haga falta a preparar bien tu próxima presentación. Muy probablemente, si empiezas ahora el tiempo que vas a necesitar será considerable. Sin embargo, como en todo, la práctica te ayudará a optimizar esta preparación y cada vez serás capaz de preparar presentaciones de calidad en un tiempo menor.

¿Preparado para empezar?

---

Para empezar, te doy un día para que pienses qué presentación vas a preparar. Mañana empezaremos a prepararla desde cero. Así que hoy sólo tienes que pensar la temática. Todo lo demás lo iremos trabajando poco a poco, empezando por definir los objetivos en la segunda lección.

## Lección 2.- ¿Para qué quieres hacer una presentación?

*No hay peor ladrón que aquel que roba el tiempo ajeno, pues es el único bien que no podemos recuperar.*

Como dijimos en la primera lección, cuando hacemos una presentación ponemos en juego el tiempo de nuestra audiencia y el nuestro. El tiempo es un bien escaso y muy valorado que no se recupera cuando se pierde. Podemos perder dinero y recuperarlo después. Podemos perder un amigo y volverlo a recuperar. Pero todo el tiempo que dejamos pasar sin aprovecharlo para nada es un tiempo que no hay manera de recobrarlo.

Así que no malgastes tu tiempo ni les hagas perder el suyo. Y para ello es fundamental que tu presentación consiga su propósito.

**Toda presentación debe buscar un cambio en la audiencia.**

*Si la audiencia va a salir exactamente igual que como ha entrado entonces tu presentación ha sido una pérdida de tiempo.*

Efectivamente. Cuando alguien va a una presentación espera salir de ella diferente de como entró, aunque a veces no sepan el tipo de cambio que están buscando.

Una buena presentación es aquella que consigue esa metamorfosis en el público: que cambia lo que piensan sobre un tema, que cambian como se sienten, que cambian lo que hacen...

Así que lo primero que debes tener claro es qué tipo de cambio quieres conseguir en el público con tu presentación. O dicho de otro modo...

**¿Cuál es el objetivo de tu presentación?**

Fíjate que en todo momento hablamos de un cambio en la audiencia.

Si tu presentación sólo busca un cambio para ti estás condenándola al fracaso.

No cometas el error de convocar una presentación sólo para tener la oportunidad de lucirte ante de los demás. Si necesitas elogios gratuitos, acude a tu madre, a tu abuela o a cualquier amigo. Pero de tu audiencia no esperes nada positivo si tu no estás dispuesto a darles algo positivo primero.

***Sólo saldrás ganando si tu audiencia sale ganando contigo.***

Así que lo primero que debes hacer antes de empezar es averiguar cuál es el objetivo de tu presentación.

Tener el objetivo bien definido te ayudará a tomar las decisiones correctas durante todo el proceso de preparación de la presentación. Por eso es fundamental empezar por aquí.

En ocasiones lo único que está decidido es que tú seas el ponente. Pero tienes carta blanca para definir el tipo de cambio que deseas conseguir.

Pero en muchos casos te van a “contratar” para que des una charla con un objetivo muy definido. Queremos que incites a nuestros empleados a que hagan tal cosa. Quiero que el personal deje de ver tal tema como algo malo. Etc...

Pregúntaselo al organizador. No aceptes el encargo sin saber qué es lo que esperan de ti.

Porque de la respuesta que obtengas va a surgir otra pregunta fundamental:

## **¿Soy la persona adecuada?**

Esta pregunta sólo te la puedes responder tú mismo en función de algunas variables.

¿Cuál es el tema? ¿Tienes conocimiento suficiente para hablar sobre ello? Si no lo tienes, ¿tienes tiempo de formarte lo necesario?

Cuando alguien no domina el tema sus presentaciones se convierten en un cortar y pegar información en las slides. Algo que, hoy en día, está al alcance de cualquiera que disponga de conexión a internet y de tiempo para buscar en Google.

Lo que se espera de un ponente es que interprete esa información, que le de sentido. Y eso solo es posible cuando se domina el tema.

¿Qué credibilidad tienes? ¿Te están pidiendo un cambio en la audiencia que todavía no has sido capaz de realizar tú? ¿Crees en el cambio que te están pidiendo?

No pidas a los demás nada que tú no hayas hecho todavía. Se honesto contigo mismo y lo serás con tu audiencia. Esa es la clave de la credibilidad. Por eso es importante que aquello que debes pedirle al público que haga, que sienta o que piense, lo hagas, lo sientas y lo pienses tú también.

Las respuestas a todas estas preguntas te permitirán contestar a la pregunta inicial: ¿soy la persona adecuada?

No deberías aceptar a menos que la respuesta sea sí.

Y si debes hacerlo por decreto, debes ser muy consciente de ello y preparar aún más la presentación.

En resumen. Toda presentación debe tener como objetivo conseguir un cambio en la audiencia. Y antes de empezar a trabajar en una presentación (incluso antes de aceptarla) debes tener claro cuál es el cambio que persigue y si tú eres la persona indicada. Si es así, tener en mente cual es tu objetivo te ayudará en todo momento a tomar las decisiones que mejor te sirvan a esa causa..

***Ningún viento es favorable si no sabes a qué puerto quieres llegar - Séneca***

---

¿Cuál es el objetivo de la presentación que vamos a preparar juntos?

Piensa en ello. Plantéate qué cambio debes conseguir en la audiencia. ¿Lo sabes?

Esta es la misión que te encargo para mañana.

Si la presentación que vamos a preparar te la ha encargado alguien, asegúrate de que te diga qué es lo que quiere conseguir.

Si la presentación la has elegido tú, piensa qué quieres conseguir con ella. Para ello tendrás que pensar primero a quien la vas a dirigir.

***Sólo si sabes lo que quieres conseguir encontrarás el camino para lograrlo.***

Mañana continuaremos trabajando un aspecto importantísimo de tu presentación: la audiencia.

## Lección 3.- Todo gira en torno a la atención

Ahora que ya sabes cuál es tu objetivo debes tener en cuenta una cosa muy importante antes de empezar a preparar tu presentación. Realizar una presentación tiene que ver con comunicar. Muchas personas olvidan que en el proceso comunicativo hay más elementos aparte del emisor y de lo que se emite. Y para poder realizar una buena presentación debemos tenerlos en cuenta.

¿Tienes claro cómo funciona el circuito de la comunicación?

### El circuito de la Comunicación.

Imagina que la comunicación es un circuito eléctrico.

Por un lado tenemos al emisor, la pila, quien genera la corriente eléctrica. Él es quien empieza el proceso de comunicación.

Luego tenemos la propia corriente eléctrica, el mensaje.

Y en el otro lado también tenemos al receptor, la bombilla, que va a iluminarse si le llega la corriente.

Una buena presentación debería tener como objetivo conseguir iluminar a la audiencia con el mensaje adecuado.

Pero como todo circuito eléctrico, la comunicación tiene un interruptor sin el cual es imposible que la corriente circule y llegue a su destino.

La atención es el interruptor de la comunicación y depende exclusivamente de tu audiencia. Sólo ella puede accionarlo en función de si aquello que estás emitiendo le interesa o no.

Por mucho que te esfuerces en hablar, si el oyente “apaga” su atención no habrá comunicación alguna.

Además, tu público tiene la potestad de apagar el interruptor en cualquier momento de tu ponencia, sin aviso previo.

La conclusión es clara:

***Nuestra principal preocupación debe ser conseguir que nuestra audiencia mantenga su atención activa durante nuestra presentación.***



## **¿Cómo funciona nuestra atención?**

Piensa por un momento en la cantidad de información que recibimos constantemente a través de nuestros sentidos. ¡¡Sólo en publicidad se estima que recibimos muy aproximadamente unos 3000 impactos publicitarios al día!! La cantidad es tan grande que se hace imposible procesarla toda.

¿Cómo podemos sobrevivir ante tal avalancha informativa?

Pues lo hacemos gracias a la atención.

La atención actúa como un filtro natural de información. Cuando recibimos un impacto informativo nuestra mente analiza en uno o dos segundos el nuevo input (atención involuntaria) y decide si merece la pena dedicarle tiempo (atención voluntaria).

Imagina que estás en una habitación concentrado en una tarea cuando de repente oyes el ruido de la puerta. ¿Qué haces?

Instintivamente vas a mirar hacia el ruido. Valorarás la situación y decidirás si merece la pena atender a lo que haya podido causar el ruido o si sigues trabajando en lo que estabas haciendo.

Lo mismo nos ocurre cuando alguien se nos pone a hablar delante de nosotros. Durante los primeros instantes vamos a analizar si lo que dice nos interesa o no y, en función de la respuesta, activaremos o no nuestra atención voluntaria.

Puedes leer más sobre la atención en este artículo.

<http://www.presentable.es/presentologia/3-conceptos-cientificos-sobre-la-atencion/>

## **¿Cómo decidimos si algo nos interesa?**

Para que algo merezca nuestra atención debemos intuir un beneficio.

Cuando intuimos que prestando atención a algo podremos obtener un beneficio activamos nuestros cinco sentidos.

Cuando hablo de beneficio no me refiero únicamente a algo económico. Un beneficio puede ser divertirse, aprender algo que nos va a ser útil, resolver una duda que no nos dejaba dormir o eludir un peligro o una amenaza.

Pero cuando no somos capaces de ver ningún beneficio, vamos a desconectar rápidamente para proseguir con lo que estábamos haciendo.

Así que cuando vayas a preparar una presentación necesitarás saber cuál es el beneficio que quieres que tu audiencia perciba para captar su atención.

*Si tu audiencia no percibe un beneficio en lo que les vas a contar no van a querer escucharte.*

## **Debes conocer a tu audiencia**

Eso nos lleva al siguiente punto.

***Es imposible saber qué puede beneficiar a tu audiencia si no la conoces.***

¿Qué significa conocer a tu audiencia?

No se trata de saberte todos los nombres, por supuesto. Conocer a la audiencia consiste en ser capaz de responder algunas preguntas claves sobre ella que te darán información muy valiosa para enfocar tu ponencia hacia ese beneficio que necesitas para lograr su atención.

Antes de empezar, pregúntate ¿a quién vas a tener delante?

¿Quiénes son? ¿Cuántos son? ¿De dónde son? ¿Por qué vendrán a escucharme? ¿Qué pueden querer obtener con mi charla? ¿Cómo les debe gustar que les expliquen las cosas? ¿Me conocen? ¿Qué imagen pueden tener de mí?

¿Crees que la predisposición del público a escucharte será la misma si vienen a verte porque quieren o porque les han obligado? ¿Puedes contar el mismo chiste sin tener en cuenta la cultura de la que procede tu público? ¿Puedes hacer el mismo tipo de dinámicas sin tener en cuenta si habrá 50 o 2000 personas escuchándote?

La respuesta a todas estas preguntas es No. En función de las características de tu público tendrás que decidir qué tipo de presentación es la que más te conviene.

¿Puedo utilizar un registro informal o debo de ser muy *polite*? ¿Los hago participar activamente o son tantos que como mucho haré preguntas a mano alzada? ¿Dominan el tema lo suficiente como para poder subir el listón o debo centrarme en lo básico porque es la primera vez que oyen hablar sobre el tema? ¿Si cuento este chiste, se van a ofender? ¿Qué tipo de ejemplos van a entender mejor?

Encuentra las respuestas a estas y más preguntas. Es la clave para conseguir que quieran escucharte.

Puedes consultar este artículo para saber más sobre los Tipos de audiencia que puedes encontrar en tus presentaciones.

<http://www.presentable.es/filosofia-de-las-presentaciones/tipos-de-audiencia-que-puedes-encontrar-en-tus-presentaciones/>

En resumen. Hacer una buena presentación consiste en comunicar correctamente. Y para que la comunicación fluya, el oyente debe prestarnos atención. Así que nuestros esfuerzos durante nuestra ponencia y también durante la preparación de la misma deben estar puestos en conseguir captar y mantener el interés del público. ¿Cómo? Ofreciéndoles un beneficio a cambio de escucharnos. Y la única manera posible de lograrlo es conociendo a quien vamos a tener delante para saber qué es lo que necesitan.

***No empieces a preparar una presentación hasta que conozcas a la audiencia que vas a tener delante y sepas cuáles pueden ser los beneficios que harán que captés su atención.***

---

¿Quién es y cómo es el público de la presentación que estamos preparando?

Averigua todo lo que puedas sobre ellos. Te adjunto un checklist de preguntas que debes intentar responder (cuantas más mejor). Si es necesario, contacta con el organizador para que te cuente quiénes son y te responda las preguntas.

Recuerda que el objetivo de obtener toda esta información es, por un lado, detectar qué necesidades tiene la audiencia con respecto al tema del que vas a hablar. Y por otro lado, conocer bien a la audiencia nos permitirá elegir la estrategia más indicada para conseguir el cambio que buscamos.

Mañana compartiré contigo el que probablemente es el mayor secreto de una buena presentación. Pero para ello necesitarás conocer bien a tu audiencia. Así que te dejo que trabajes en el check list durante todo el día de hoy.

## CHECKLIST PARA CONOCER A LA AUDIENCIA

Preguntas	¿Qué queremos saber?	¿Por qué lo queremos saber?	Respuesta
¿Cuántos son?	¿Se trata de un público reducido o de una gran audiencia?	El tamaño de la audiencia influye en nuestra capacidad de interacción con el público, en la necesidad de proyectar más o menos nuestra voz, en la posibilidad de mantener el contacto visual, etc.	
¿Qué dominio tiene del tema del que vas a hablar?	¿Es la primera vez que van a oír hablar sobre el tema? ¿Son expertos? ¿Desde qué punto de vista lo conocen?	El grado de conocimiento incide directamente en el tipo de información que podemos dar, en el tipo de vocabulario que podemos emplear, etc.	
¿Es un grupo abierto o cerrado?	¿Hay algún nexo de unión entre todos los miembros de la audiencia - pertenecer a un mismo grupo, tener un mismo oficio? ¿O se trata de un grupo completamente variado en el que cualquiera puede entrar?	Los grupos cerrados facilitan encontrar ejemplos que apliquen a todos ellos por igual, de modo que puede personalizarse mucho más las presentaciones.	
¿Tienen algún rasgo sociodemográfico en común?	¿Pertenece a una misma nacionalidad? ¿A un mismo género? ¿Tienen el mismo rango de edad? ¿Viven en la	Esta información sirve tanto para encontrar ejemplos personalizados en base a estas variables como para	

	misma zona?	tener en cuenta aspectos culturales a la hora de usar el sentido del humor, etc.	
¿Estarán presentes durante la presentación o se trata de una presentación online?		Dependiendo de si te van a ver mientras hablas o no deberás potenciar mucho más el lenguaje corporal o el tono de voz. Además la posibilidad de interacción con ellos va a ser distinta.	
¿Cuál es su motivación con respecto a tu presentación?	¿Vienen a verte por voluntad propia o vienen obligados?	La respuesta a esta pregunta influye directamente en la necesidad de encontrar un buen beneficio que capte su atención.	
¿Cuál es su predisposición?	¿Se trata de gente que es partidaria tuya? ¿Son seguidores incondicionales? ¿O más bien es gente contraria, con recelo? ¿Es una audiencia neutra?	Igual que en el caso anterior, esta respuesta te dará una pista del grado de resistencia que vas a encontrarte y por lo tanto el tipo de respuesta que podrías obtener de ellos si les preguntas o si les haces participar, etc.	

## Lección 4.- La diferencia entre hablar y comunicar: el mensaje

Ahora ya tenemos los dos ingredientes principales para poder empezar a trabajar la presentación: un objetivo claramente definido y una audiencia conocida.

El siguiente paso es definir qué les vamos a contar. Porque debes tenerlo claro: tienes que contarles algo.

Te parecerá obvio, pero mucha gente habla durante rato para no decir absolutamente nada.

Eso, en el mejor de los casos puede ser distraído. Si el ponente tiene gracia se va a convertir en un show. Pero lo habitual acostumbra a ser que se trate de un charlatán cuya “presentación” es un tostón.

En cualquier caso, siempre será estéril, ya que nosotros no conseguiremos nuestro objetivo, y a la audiencia no le aportaremos ningún valor añadido. Y como ya dijimos, si el público no se lleva nada de tu presentación es una pérdida de tiempo.

Luego, si queremos que se lleve algo concreto, ¿por qué no se lo preparamos y se lo envolvemos con un lazo?

### ¿Cuántas agujas hay en un pajar?

Muchas presentaciones consisten en un montón de información sobre un tema dentro del cual se esconde algo que verdaderamente interesa mucho a la audiencia, como una aguja en un pajar.

En la mayoría de casos, el ponente no tiene ni idea de donde está la aguja porque no se ha detenido a pensar qué es lo que puede interesar al público. Se nota que no hicieron este curso y pasaron por alto conocer a sus oyentes ;-)

En este tipo de presentaciones, la audiencia es quien debe buscar la supuesta aguja. Pero, si no nos hemos tomado la molestia de hacer nuestro trabajo como ponentes y hemos revisado el pajar previamente, ¿quién nos asegura que sólo hay una aguja?

Al dejar en manos del público el encontrar aquello que les interesa más, corremos el riesgo de que cada uno de los oyentes considere que lo más importante es algo distinto a lo que han considerado los demás. Es como si cada oyente encontrase una aguja distinta.

Como tenemos un objetivo claro que ya definimos en la segunda sesión, nos interesa que todos encuentren la misma aguja. Así que tendremos que prepararlo todo para evitar que puedan existir otras agujas.

Pero aún habiendo sólo una aguja, si ésta está escondida en el pajar es muy probable que muy pocos la encuentren por sí solos. Luego...si nosotros queremos que la encuentren... ¿por qué no se la damos en lugar de hacérsela buscar?

Si hay algo en tu presentación que es de suma importancia que el público entienda y recuerde, no dejes que sean ellos quien lo encuentren. Dáselo tú. Ahorrarás tiempo y te asegurarás que todos encuentren lo mismo.

***Si quieres que tu audiencia encuentre la aguja no le muestres el pajar.***

La diferencia entre hablar y comunicar en público es precisamente ésta: conseguir que tu audiencia se lleve a casa la aguja: el mensaje.

## **¿De que iba la presentación?**

Cuando le cuentas a tus amistades que has ido a una presentación como oyente, siempre hay alguno que te pregunta: ¿De qué iba la presentación?

¿Has hecho tú esta misma pregunta a otra persona? ¿Qué te pasa por la cabeza cuando esa persona empieza a reproducir la ponencia entera?

No se a vosotros, pero a mi me encanta que me respondan la pregunta con una única frase. A partir de aquí puedo hacer una primera valoración de si me interesa o no. Si no es el caso, se acabó el tema. Y si me interesa, seguiré preguntando al respecto, puede que me apunte a ir a la próxima, que me compre un libro...

Ahora piensa en tu audiencia. Debes facilitarles la tarea de responder a esa pregunta con una sola frase. Debes darles esa frase que necesitan. Y esa frase es el mensaje.

Si tu audiencia tiene que definir tu presentación con una frase, ¿cuál quieres que sea?

## **¿A dónde quieres ir a parar?**

Definir el mensaje de tu presentación es fundamental.

Si planteamos la presentación como un viaje, el mensaje es nuestro destino. Toda el resto es el recorrido que nos llevará hacia él. Por lo tanto, es el destino el que definirá el recorrido que nos conviene más.

No vas a preparar el mismo recorrido para irte al desierto del Sahara que para viajar al Polo Norte, ¿verdad? Ni la ruta es la misma, ni el equipaje que necesitas es el mismo, ni la duración es la misma...

Del mismo modo, el mensaje elegido lo condiciona todo: la estructura, el diseño e incluso la forma en que presentamos. En función de qué queremos decir vamos a poder decidir cómo decirlo.

Por ejemplo: si quieres transmitir un mensaje de optimismo, debes elegir unas imágenes que transmitan ese positivismo. Una foto triste no encajaría con el mensaje que quieres dar.

Así que tiene todo el sentido del mundo que empieces a preparar la presentación centrándote en el mensaje.

## ¿Cómo comprimir toda la presentación en una frase?

El secreto es conseguir que en esa frase esté los elementos esenciales de una presentación.

Para empezar, el mensaje debe contener la **llamada a la acción**. Si tu presentación debe producir un cambio en la audiencia, deberás decirle cuál es el cambio que esperas conseguir. Deberás indicarle qué es lo que debe hacer para que se produzca ese cambio.

No es lo mismo decir *“el deporte es bueno para la salud”* que decir *“haz deporte dos veces por semana para tener una salud de hierro”*.

La segunda frase ofrece unas instrucciones concretas sobre lo que el público debería hacer. En cambio la primera habla en términos generales, pero no te impulsa a la acción.

Esto implica que para que la llamada tenga una mejor respuesta debemos dirigírsela directamente al público. Por lo tanto, debe ser personalizada. Habla **siempre en segunda persona** para que la audiencia entienda para quién es ese mensaje, para quién es esa presentación.

Es evidente que la llamada a la acción sólo va a ser efectiva si la persona que debe actuar sale ganando en algo. Luego, no olvides de incluir también el **beneficio** que va a conseguir el oyente si sigue tus instrucciones.

Decir *“Come manzanas”* cumple perfectamente lo de la llamada a la acción, pero no es muy convincente. Es una imposición. En cambio, si en lugar de eso dices *“Come manzanas y cuidarás tu corazón”* estás dando argumentos de peso para seguir las “instrucciones”.

Por último, no debemos olvidarnos de incluir unos de los ingredientes imprescindibles en toda buena presentación: la **emoción**. De lo que se trata es de humanizar lo máximo posible el beneficio que ofrecemos.

Un mismo beneficio puede formularse en términos muy técnicos (*“Deja de fumar y conseguirás reducir la probabilidad de pasar por el hospital en un 25%”*) o se puede decir de una forma que toque mucho más la parte emotiva de quien te escucha (*“Deja de fumar para que tus nietos no tengan que verte tumbado en la cama de un hospital”*).

En ambos casos el beneficio está claro. Pero mientras que difícilmente la gente se verá conmovida por el 25% del primer ejemplo, todo el mundo podrá sentir la angustia de la situación descrita por el segundo mensaje.

***Todos tomamos las decisiones en base a nuestras emociones, no en base a argumentos racionales. Es después de haber tomado una decisión que buscamos argumentos lógicos para justificarla.***



## Aquella inquietante sensación de no avanzar...

¿Has hecho alguna vez reformas en casa?

Las obras en casa pasan por tres etapas. Una primera en la que de repente, en muy poco tiempo, lo destrozan todo. Tiran paredes, hacen agujeros y regatas, etc... Eso es cuestión de pocos días.

Luego viene una época en la que los operarios vienen cada día pero uno tiene la sensación de que todo está igual. De que no se adelanta. Y esa sensación dura y dura en el tiempo. A veces son semanas, incluso meses.

Y cuando uno ya tiene la sensación de que nunca van a terminar las obras, de repente, las cosas comienzan a avanzar a toda velocidad y, en un tiempo relativamente corto, el piso queda terminado.

¿Qué ocurre durante esa segunda etapa?

La explicación es muy sencilla. Se están preparando los cimientos y la estructura que va a soportar la obra.

Lo mismo ocurre con tu presentación.

Después de avanzar a gran velocidad con los objetivos y la audiencia, cuando empezamos a preparar el mensaje pasa el tiempo y nos parece que no avanzamos. Nos sentimos encallados. Y esa sensación, a medida que se acerca la fecha de la presentación es muy inquietante.

Tanto es así que mucha gente se precipita a obtener un mensaje, el que sea, para no tener esa sensación. Sin embargo, cuando los cimientos no son buenos, es muy difícil realizar un buen trabajo. Y darse cuenta de que el mensaje es incorrecto cuando ya has diseñado la presentación significa tener que empezar otra vez de nuevo.

Así que mi recomendación es que no pases al siguiente paso hasta que no tengas muy bien definido tu mensaje. Aunque eso te lleve la mayor parte de tiempo en la preparación.

***El éxito de tu presentación depende de elegir un buen mensaje.***

En resumen. Hablar en público no sirve de nada si no conseguimos que la audiencia se lleve algo de valor a casa. Y la mejor manera de controlar lo que se llevan es dándoselo. Esa es la razón por la que toda presentación debe llevar un mensaje. Este mensaje es muy importante porque de él va a depender el resto de la presentación. Así que no nos sirve cualquier frase. El mensaje debe contener los elementos esenciales de una buena presentación.

---

¿Listo para empezar a construir tu mensaje?

Como hemos dicho que el mensaje puede llevarnos mucho tiempo, te voy a dar 5 días de plazo para que trabajes en el tuyo. Piensa en esa única frase que resumirá lo más importante de tu discurso, aquello que quieres que tu audiencia se lleve a su casa, la frase que use tu público para responder cuando alguien le pregunte ¿de qué iba la presentación?

¿Cómo sabrás si el mensaje está bien construido? Recuerda los elementos que debe contener el mensaje: una llamada a la acción, un beneficio claro, mucha emoción y todo en segunda persona.

¡Manos a la obra!

## Lección 5.- No pretendas que te escuchen sin antes darles motivos para ello

Dijimos en la lección 3 que para captar el interés de la audiencia hace falta ofrecerles un beneficio. Como para captar su atención es crucial durante los primeros instantes de una presentación, este beneficio será precisamente por donde necesitarás empezar. Deberás explicar brevemente qué obtendrá el oyente si sigue prestando atención a tu presentación.

La introducción, pues, es como una invitación a realizar juntos el viaje del que hablábamos en la lección anterior. Para conseguir que alguien que no te conoce se apunte a viajar contigo tienes que explicarle a grandes rasgos a dónde le llevarás: hacia el mensaje. Por eso es determinante trabajar la construcción de ese mensaje antes que nada, tal y como hicimos en la lección anterior.

Mucha gente confunde hacer un buen comienzo con hacer algo muy espectacular. No te negaré que hacer algo asombroso o provocativo para empezar puede ayudar a captar su atención, pero nuestro objetivo no sólo es captarla sino también mantenerla. Y para ello tenemos que demostrarles que quedarse atentos hasta el final va a tener su merecida recompensa.

No existe una fórmula única para preparar el principio, así que cada uno puede hacerlo con su propio estilo. Pero para ayudarte un poco te explicaré cuál es la estructura de inicio que a mí me funciona.

### Ayúdales en el aterrizaje

Es muy probable que haya una parte importante de la audiencia que no sepa exactamente por qué está ahí. Acaban de aterrizar en una presentación pero no saben exactamente donde se encuentran. Por lo tanto, lo lógico es que lo primero que quieran hacer es situarse. Hasta que no lo logren no estarán en disposición de querer nada más. Tu función, al inicio, es la de facilitarles ese aterrizaje para que enseguida sepan a dónde han ido a parar.

Dedica el principio de la presentación a situar a tu audiencia. Diles cuál es el contexto de la presentación.

Por ejemplo, en una presentación sobre creatividad que hice hace poco empecé así:

*“Hoy en día estar bien preparado ya no es suficiente. Hay un montón de universitarios buscando trabajo entre los 6 millones de parados. Necesitamos algo más para sobrevivir. Necesitamos diferenciarnos.”*

Con una breve explicación de este estilo vas a permitir a todos tus oyentes entender el marco contextual en el que situas tu discurso.

¿Cuál es el siguiente paso?

## ¿Cómo son las cosas?

Como ya vimos al hablar de los objetivos, toda presentación persigue un cambio.

Un cambio implica forzosamente pasar de un estado inicial a un estado final diferente. Como ese cambio debe suponer un beneficio para la audiencia, el estado final forzosamente será mejor que el inicial. De modo que, una vez situada la audiencia, vas a recordarles cuál es esa situación de partida que queremos mejorar.

Presenta la situación actual de la que parte tu presentación. Debes hacer inciso en los motivos por los que esta situación merece ser cambiada, en aquello que convierte la situación inicial en un problema.

Siguiendo el ejemplo: *“A pesar de necesitar diferenciarnos, muchos de nosotros creemos que no somos creativos. Que eso de la creatividad es un don que unos pocos elegidos poseen. Y eso nos resigna a ser como todos los demás, a no poder destacar.”*

¿Y ahora que ya les has pintado un panorama deprimente qué toca?

## ¿Cómo pueden ser las cosas?

Acabas de explicarles cómo son las cosas y como éstas nos suponen un problema. Ya has despertado en tu público la inquietud por saber si esta situación tiene remedio. Así que es el momento de ofrecerles una idea de lo que pueden llegar a conseguir.

Ahora debes explicarles cómo es la situación final que tu has pensado. Ilusiónales con una visión prometedora. Dales algo que deseen y que puedan conseguir. No se trata de prometer la luna. El cambio debe ser posible.

Volvamos a nuestro ejemplo: *“La buena noticia es que todos nacemos con la capacidad de crear e inventar, así que absolutamente todos podemos ser creativos y diferenciarnos del resto. La creatividad no es innata. Se puede aprender.”*

Es muy interesante que logres el mayor contraste posible entre la situación actual y la final. Que acentúes lo malo de la primera y lo bueno de la última. Esa diferencia es la que conseguirá potenciar el deseo de la audiencia por saber cómo puede conseguir ese cambio.

## ¿Cómo lograr ese cambio de status?

Llegados a este punto, tienes a tu audiencia predispuesta a escuchar la llamada a la acción. A que le digas qué es lo que debe hacer para lograr el cambio.

Ese es el momento de anticipar el mensaje, el destino de nuestro viaje, y esbozar cuál será el recorrido.

Para terminar el ejemplo: *“Sólo tenéis que seguir 3 pasos sencillos que os voy a detallar a continuación: escuchad a vuestro yo creativo, dadle tiempo para que haga su trabajo y hacedlo trabajar de la mano de vuestro yo racional.”*

Acabas de justificar el resto de tu presentación. Les acabas de dar el motivo que necesitaban para quedarse escuchando.

Recapitemos el ejemplo entero:

*“Hoy en día estar bien preparado ya no es suficiente. Hay un montón de universitarios buscando trabajo entre los 6 millones de parados. Necesitamos algo más para sobrevivir. Necesitamos diferenciarnos. A pesar de ello, muchos de nosotros creemos que no somos creativos. Que eso de la creatividad es un don que unos pocos elegidos poseen. Y eso nos resigna a ser como todos los demás, a no poder destacar. La buena noticia es que todos nacemos con la capacidad de crear e inventar, así que absolutamente todos podemos ser creativos y diferenciarnos del resto. La creatividad no es innata. Se puede aprender. Sólo tenéis que seguir 3 pasos sencillos que os voy a detallar a continuación: escuchad a vuestro yo creativo, dadle tiempo para que haga su trabajo y hacedlo trabajar de la mano de vuestro yo racional.”*

Este es el esqueleto de la introducción de la mayoría de mis presentaciones y te invito a que sea también el de las tuyas, si quieres. Ahora ya solo nos falta adornar este esqueleto con algunos recursos de utilidad.

## **Algunos recursos para captar la atención del público al inicio**

El recurso que más me gusta es el **Storytelling**. Siempre que tengo ocasión empiezo la presentación con una historia personal que ilustra el contexto en el que voy a enmarcar mi presentación.

En el ejemplo anterior, utilicé una anécdota de mi abuelo para poner un ejemplo de lo importante que era hace años tener carrera. Y luego lo puse en contraste con lo que sucede hoy en día, que es todo lo contrario.

Este recurso lo uso a veces en combinación con otro, el **Desconcierto**. Generalmente juego con las expectativas que genera el título de mi presentación en la audiencia para empezar mi historia con una frase que los descolee.

Así, por ejemplo, en una presentación titulada *“Las diferencias entre hablar y comunicar en público”* empecé diciendo *“Pronto hara 10 años que mi padre dejó de fumar”*. Luego la historia se enfocaba hacia el tema, pero el inicio desorientaba a cualquiera porque no parecía que tuviera nada que ver. Y ese desconcierto despertó su interés.

Por si te sirve el ejemplo, puedes ver cómo lo hice en el vídeo de la presentación aquí:

<http://www.presentable.es/mis-presentaciones/mi-presentacion-las-diferencias-entre-hablar-y-comunicar-en-publico/>

Otro recurso que he utilizado en alguna presentación es la proyección de un **Vídeo** corto. Por ejemplo, cuando utilizamos la historia de una película para hacer un símil con la situación que se describe en la presentación, se puede poner un trailer corto de la misma para ayudar a poner en situación.

También funciona muy bien la **Provocación**. Imagina que en el caso del ejemplo que hemos trabajado antes empezáramos diciendo “Odio la creatividad”. ¿Cuál crees que sería la reacción del público? No daría crédito y prestaría atención para averiguar por qué hemos dicho semejante cosa si se supone que vamos a hablarles precisamente de ser creativos.

Luego debemos ser hábiles dándole un giro a la frase para encarar el tema que nos ocupa. Tampoco se trata de decir frases provocadoras porque sí. Todo debe tener un sentido y una razón de ser.

Finalmente te hablaré de las **Preguntas**. Las preguntas no sólo sirven para captar la atención al principio. Se pueden usar a lo largo de toda la ponencia. De hecho yo lo recomiendo encarecidamente. Lanzar una pregunta nada más empezar pone a toda la audiencia en guardia y crea expectativa. En la presentación sobre creatividad empecé con la pregunta “¿Hay algún creativo en la sala?”

Muchos de estos recursos pueden utilizarse simultáneamente: un video desconcertante, una pregunta provocativa, etc...

## ¿Cómo no se debe empezar una presentación?

Dentro de lo posible, debes evitar tres cosas que cortan el rollo al más enrollado.

No te presentes. Intenta siempre que puedas que sea otra persona la que lo haga por tí. Eso te permitirá ir al grano. Si debes hacerlo no tienes por qué presentarte al principio. Puedes decir unas frases y luego, **muy brevemente**, explicar quién eres. No te confundas; la gente no ha venido a saber tu vida. No hace falta que se la cuentes.

No te justifiques. Hay presentadores que empiezan su presentación excusándose por haber tenido poco tiempo para prepararla, o diciendo que intentarán ser breves, etc... Que te justifiques no hará que la gente tolere mejor que hagas una mala presentación. Todo lo contrario. No hará más que poner de manifiesto que tú ya eras consciente de que iba a salir mal.

No des las gracias. Es muy tentador y puede parecer políticamente correcto agradecer a la organización que te haya invitado. Pero eso, a la audiencia poco le interesa. Si quieres agradecer algo, hazlo hacia el final, en un momento en el que la atención del público no sea tan determinante.

En resumen. El objetivo de los primeros instantes de una presentación es conseguir captar la atención de la audiencia y darles motivos para que la mantengan hasta el final. Para ello, tras poner al público en contexto, deberá enfatizar la diferencia entre la situación actual que quieres cambiar y la situación que deseas obtener al final. La tensión generada por ese contraste va a predisponer al público a querer escuchar la solución propuesta: la llamada a la acción, tu mensaje. Para lograr captar la atención puedes ayudarte de los recursos que hemos comentado.

---

¿Empezamos tu presentación?

Recupera para empezar los objetivos que trabajaste en la segunda lección y el mensaje que has elegido. A partir de ellos deberías ser capaz de encontrar el contexto, la situación de partida que deseas cambiar y la situación final a la que quieres que llegue tu audiencia. Tómate un tiempo para reflexionar sobre ello.

Cuando tengas una estructura definida para el inicio, busca de qué manera y con qué recursos vas a decorar ese esqueleto que has preparado. ¿Te viene alguna historia a la cabeza? ¿Quizás una película? ¿Se te ocurre alguna afirmación que puedas utilizar para descolocar al público?

No hay una forma única de empezar una presentación. Así que decora la estructura que has creado como a tí te parezca que encaja mejor con la audiencia (para ello la conociste bien en la tercera lección) y con tu propio estilo.

Tómate 3 días para trabajar en tu inicio. El próximo día te explicaré el truco infalible que yo uso al preparar presentaciones.

## Lección 6.- No pares hasta que tu presentación fluya

Ya le has explicado a tu audiencia cuál es el cambio que pretendes conseguir y les has anunciado cómo lograrlo. Ahora es el momento de explicarles con detalle cómo hacerlo.

En la segunda parte de tu presentación tocará exponer los argumentos en favor de tu propuesta. Esto pueden ser las razones por las que tu llamada a la acción debe ser atendida, o pueden ser los pasos que deben seguir para atender tu llamada a la acción.

Cuando lo que intentas es que la gente cambie lo que opina o siente respecto de algo te interesa argumentar bien el por qué deben cambiar. En cambio, cuando lo que pretendes es que cambien lo que hacen, puede ser más útil explicar cómo pueden realizar el cambio.

Sea cual sea tu caso te interesa saber cómo organizar todos tus argumentos.

En primer lugar... ¿estás segur@ de que todos tus argumentos son necesarios?

### No diluyas tu mensaje

Es muy frecuente que a la hora de exponer algo en lo que has dedicado mucho tiempo (tu trabajo) uno quiera explicarlo absolutamente todo. Si, como dijimos en la primera lección, una presentación es una oportunidad única de tener visibilidad, ¿qué mejor que explicar todo lo que hacemos para que se vea, no?

No pierdas de vista que tienes un objetivo concreto que lograr con tu ponencia y un mensaje que transmitir. Para que ese mensaje llegue imperturbable es importante que no lo diluyamos con datos innecesarios. Cuanto menos envoltorio tenga nuestro mensaje, más fácil será hacerlo llegar a la audiencia.

Y es precisamente el mensaje lo que nos permite discernir qué es lo que debemos incluir y qué no. Cualquier dato que no justifique nuestro mensaje será completamente prescindible.

Hacer ese ejercicio de simplificación es difícil y asusta, pero te puedo asegurar que de ello depende en gran parte el éxito de tu presentación.

### El 3 es un número mágico

Una vez hayas hecho limpieza y te hayas quedado con los argumentos que te sirven, ¿qué haces con ellos?

Da igual que tengas muchas razones que respalden tus ideas. Da igual que tus argumentos sean irrefutables. Da igual que tu estilo de presentar sea magnético y consiga captar toda su atención.



Hagas lo que hagas, y lo hagas como lo hagas, el público no logrará recordar más de 3 cosas a la vez (4 si me apuras, y no todos). Esa es la capacidad de nuestra memoria de trabajo.

Puedes leer más sobre el número tres y la memoria de trabajo en este artículo:

<http://www.presentable.es/presentologia/por-que-3-es-un-numero-magico-en-el-mundo-de-las-presentaciones/>

Es lógico entonces no utilizar más de tres argumentos en tu presentación para que puedan recordarlos perfectamente.

Espera. Ya puedo oír desde aquí tus exclamaciones: ¡¿!¿!¿Cómo voy a limitarme a 3 argumentos si mi producto, mi servicio, mi idea, mi empresa... tiene muchos más argumentos de venta?!?!?!?

Deja que te explique cómo puedes hacerlo.

## **Agrupar y vencerás: la excepción que confirma la regla**

La clave para lograrlo es agrupar. Intenta agrupar tus argumentos en tres grandes grupos de manera que todos tengan cabida en uno de ellos. En otras palabras, crea 3 macro argumentos que incluyan el resto. De este modo, podrás estructurar el cuerpo central de tu presentación en 3 partes.

Veamos un ejemplo.

Supongamos que debemos presentar un coche que tiene los siguientes argumentos de venta:

1. Reduce el consumo de combustible, lo que supone un ahorro económico
2. Tiene un sistema de navegación puntero que facilita el acceso a los datos mientras se está conduciendo
3. Los neumáticos duran el doble que en el resto de coches de la misma gama
4. GPS integrado en el cristal delantero para reducir las distracciones
5. Es muy espacioso por dentro
6. Todas las reparaciones de los primeros 5 años incluidas en el precio.
7. Equipado con televisores individuales y auriculares en los asientos traseros
8. Tiene un 30% más de espacio en el maletero que los coches de su gama.
9. Incluye videotutoriales sobre su funcionamiento y mantenimiento

Podríamos organizar estos 9 argumentos en 3 grandes motivos de venta:

1. Te ayuda a conducir
2. Te ayuda a ahorrar
3. Es ideal para la familia

¿Cómo incluir entonces los argumentos en estos 3 grupos?

## **Estructura piramidal**

Te propongo que utilices una estructura piramidal basada, de nuevo, en el 3.

Divide ahora esos tres grandes argumentos en grupos de 3 sub-argumentos, cada uno de los cuales puede dividirse de nuevo en 3. Este sistema permite ir entrando en detalle a medida que descendemos por la pirámide.

Veamos como quedaría nuestro ejemplo:

1. Te ayuda a conducir
  - a. sistema de navegación puntero
  - b. GPS integrado en cristal delantero
  - c. videotutoriales
2. Te ayuda a ahorrar
  - a. reduce el consumo de combustible
  - b. los neumáticos duran el doble
  - c. reparaciones de 5 años incluidas en el precio
3. Es ideal para la familia
  - a. muy espacioso
  - b. televisores individuales y auriculares
  - c. 30% más de maletero

Podríamos coger cualquiera de los nueve puntos y dividirlo en 3 partes tal que así:

- 3.b) televisores individuales y auriculares
  - I. pantalla táctil
  - II. más de 50 canales
  - III. sonido en estéreo

La estructura piramidal no sólo te ayuda a que la audiencia memorice mejor la información sino que te va de maravilla para ajustarte al tiempo. Cuanto más tiempo tengas, más podrás subdividir tus tres argumentos principales.

Aunque... ¿es necesario ocupar todo el tiempo disponible?

## **Una presentación no es un monólogo**

He visto muchas presentaciones en las que el ponente habla todo el rato de principio a fin ocupando la totalidad del tiempo disponible. He visto también muchas que ocupan incluso más tiempo del que disponen. Y sin embargo, en la gran mayoría de los casos ese exceso informativo no aporta absolutamente nada.

No pasa nada si sobra tiempo. ¿Crees que a la gente le importará que les dejes marchar a casa antes de lo previsto? Generalmente no. Y si realmente les importa ya te lo demostrarán a través de muchas preguntas.

***Cuando ya no tengas nada más interesante que decir, deja que sea el público quien hable.***

Abre un turno de preguntas. Es la mejor manera de hablar sobre lo que realmente les interesa. Cuenta lo justo y deja que sean ellos que te indiquen qué más quieren que les cuentes.

Piensa, además, que la capacidad de atención es limitada. Hay estudios que demuestran que una persona no puede atender durante más de 20 minutos seguidos. Así que, en función del tiempo disponible, 20 minutos pueden ser suficientes para hacer tu discurso y dar paso a las preguntas.

Si necesitas hablar por más tiempo, recuerda que deberás hacerlo en intervalos de 20 minutos máximo, tras los cuales necesitarás un cambio de ritmo para recuperar su atención (una actividad participativa, una historia...).

## **Mi truco infalible**

EL último día te prometí que hoy te explicaría el truco infalible que yo uso para preparar presentaciones. Lo prometido es deuda.

Hay algo que yo aplico siempre en mis presentaciones que es especialmente relevante en este punto en el que nos encontramos.

Necesitas que tu presentación sea fluida.

¿Has probado alguna vez de hacer un pastel? Yo solía hacer un bizcocho que, a base de repetirlo, al final me quedaba divino. Sin embargo, recuerdo la primera vez que lo hice. Quedó

todo lleno de grumos. Aprendí entonces que hay que remover lentamente la masa, con paciencia, durante rato, mientras se le va añadiendo la harina.

Con las presentaciones pasa exactamente lo mismo. Si quieres una presentación sin grumos, debes trabajar en ella durante mucho rato, con paciencia y dedicación. Las transiciones entre argumentos deben ser muy fáciles, muy lógicas. Si te encallas es que no lo son suficiente.

No te conformes con una presentación bien estructurada. Debes asegurarte que todos los ingredientes queden bien ligados. Y para ello necesitas tiempo.

Eso es lo que yo hago. Invierto mucho tiempo en asegurarme que mi presentación fluya. Y no doy una presentación por buena hasta que no siento que pasar de una slide a la otra, de un punto argumental al siguiente, ocurre naturalmente.

Si la estructura se entiende y es fluida es mucho más fácil de presentar y dependes menos de la memoria. Poder hacer la presentación con naturalidad te permite también mostrar un lenguaje corporal mucho más coherente con tu mensaje y con tu exposición. Y, además, a la audiencia le cuesta mucho menos seguirte.

***Establecer una estructura argumental lógica y fluida te va a permitir mayores resultados con menor esfuerzo.***

En resumen. Acuérdate que no es necesario decir todo lo que sabes. Tu mensaje te ayudará a saber qué debes incluir en tu presentación y qué no. Una vez hecho este ejercicio, agrupa todos los elementos en tres grandes argumentos y divide cada uno de estos en subgrupos de tres tantas veces como necesites para completar el tiempo que tienes asignado. La estructura piramidal funciona de maravilla. Aunque recuerda que nadie te obliga a ser tú quien hable durante todo el rato. Deja tiempo para las preguntas. Te asegurarás que se hable de lo que realmente interesa a tu audiencia. Y sobre todo, trabaja en tu presentación tanto tiempo como sea necesario y no pares hasta que tu presentación fluya.

---

¡Vamos a organizar los argumentos de tu presentación!

En primer lugar debes hacer un ejercicio de simplificación. Para ello, haz un brainstorming de argumentos, información, datos, etc... y luego pregúntate cuáles de ellos son realmente importantes para tu mensaje. Fíjate que he dicho para tu mensaje. No caigas en la tentación de elegir aquellos que son importantes para ti.

Cuando ya hayas hecho este ejercicio, agrupa todo lo que tengas en tres grandes grupos. Esos serán tus tres argumentos principales. Aquellos que deberías mencionar en una presentación

de un minuto (tipo elevator pitch). Este tipo de presentaciones express no dejan tiempo para poder entrar en mayor detalle.

A partir de aquí, divide estos argumentos en subgrupos de 3 en función del tiempo disponible. Dibuja la pirámide para que te ayude visualmente.

Y, sobre todo, asegúrate que la estructura es fluida y que el paso de un argumento a otro se puede hacer con naturalidad.

Te doy 3 días para que trabajes en ello. Prepara a conciencia la estructura de tu presentación. En la próxima lección hablaremos sobre cómo acabar tu presentación.

## Lección 7.- Lo más probable es que sólo recuerden el final

Ya prácticamente has terminado la estructura de tu presentación.

Después de plantear el problema que presenta la situación actual y ofrecer una solución para mejorar esa situación en base a tres argumentos principales que has desarrollado en el cuerpo central de la presentación, llega la hora del cierre.

Antes de contarte cómo hacerlo déjame que te explique cómo no debes terminar nunca tu presentación.

### **2 errores que debes evitar al terminar tu presentación**

El primer error es terminar la presentación escribiendo “Muchas gracias” en la última transparencia.

Ese es un error común en la gran mayoría de las presentaciones. No digo que no puedas terminar tu presentación diciendo “muchas gracias”. Sólo digo que no desaproveches la oportunidad de dejar tu mensaje en pantalla en la última diapositiva, ya que el soporte visual puede ayudarte a fijarlo en la memoria de la audiencia. “Muchas gracias” no es ni mucho menos tan importante como para merecer una slide. Termina tu presentación con una slide de tu mensaje.

El otro error típico es terminar la presentación con el turno de preguntas.

Muchos presentadores hacen una buena conclusión de toda su ponencia pero acto seguido dejan que el público, con sus preguntas, sea el protagonista de los últimos minutos. Si haces eso te garantizas que no vas a terminar hablando exactamente de lo más importante para ti sino de lo que haya querido la última persona en preguntar (por no hablar de la posibilidad que te toque el típico oyente saboteador que intenta pillarte por sorpresa). El turno de preguntas es recomendable hacerlo, pero no tiene por qué ser lo último que hagas.

### **Lo más probable es que tu audiencia sólo recuerde el final**

Los últimos instantes de la presentación serán aquellos que más recuerde la audiencia cuando todo termine. Así que debes aprovecharlos para repasar aquello que es más importante, para resumir la secuencia argumentativa que has estado exponiendo.

Después de la presentación y del turno de preguntas, guárdate siempre unos minutos, al final de todo (no muchos, 5 o incluso menos son suficientes), para cerrar la presentación de forma efectiva: con tu mensaje.

Intenta que entre tu mensaje y los aplausos finales no haya prácticamente nada más.

Si quieres hacer un reconocimiento público, hacer unos agradecimientos, dar algunas instrucciones, dar información práctica para los asistentes... lo que sea, hazlo antes de tu gran final.

## **¿En qué consiste el gran final?**

Como ya hemos dicho, el gran final nos sirve para resumir todo lo dicho anteriormente. Es el momento en el que debemos entregar el mensaje.

Una buena presentación debe ser como un caballo de Troya.

El caballo de Troya tenía como finalidad última el liberar su carga para conquistar la ciudad amurallada. Fue diseñado de modo que fuesen los propios troyanos quienes lo entraran en su ciudad sin ningún tipo de resistencia. Pero de nada hubiera servido esto si una vez dentro no hubiese liberado la carga.

Las presentaciones también deben diseñarse para que el público las viva con pasión y entusiasmo y las acepten sin ningún tipo de oposición. Pero al igual que ocurre con el caballo, de nada sirve todo esto si una vez que han adoptado tu presentación ésta no libera ningún mensaje.

***El último suspiro de tu presentación debe servir para liberar la carga que te permitirá cumplir tu misión*** (el objetivo que te marcaste en la segunda lección).

Es el momento de prepararse para liberar tu mensaje, y para ello lo mejor es recapitular.

La estructura piramidal que trabajamos en la lección anterior y el inicio que comentamos en la lección 5 nos van de maravilla para preparar el resumen.

Recordamos al público cuál es la situación inicial y refrescamos por qué queremos cambiar esa situación, les recordamos cuál es la situación final deseada a la que deseamos llevarlos y les recordamos que hay una solución para ello basada en los 3 argumentos principales de nuestra estructura piramidal.

Con ello recuperamos a los que se hayan podido quedar por el camino y los metemos de nuevo en situación para prepararlos para recibir nuestro mensaje.

## **Acaba como empezaste**

Cada vez más, en mis presentaciones, intento terminar del mismo modo como empecé.

Recuperar algo que introdujiste al principio es un recurso muy potente, en especial si al principio produjo desconcierto en el público. Después de toda tu ponencia, al recuperar esa historia inicial, esa pregunta o esa frase provocadora, generas un momento eureka muy

poderoso, ya que el vacío cognitivo que generó el desconcierto de la audiencia al empezar lo has rellenado con tus argumentos. Así que el desconcierto inicial lo conviertes en revelación para tu audiencia.

Un ejemplo. En la presentación sobre creatividad que te comenté en la quinta entrega, empecé con la pregunta “¿Hay algún creativo en la sala?”. Aproximadamente un 35-40% levantó la mano. Después de la presentación, que duró unos 25 minutos, y después del turno de preguntas, justo al terminar el cierre, repetí de nuevo la misma pregunta. En esa ocasión todos levantaron la mano, ocasión que aproveché para recordarles que mi misión había sido despertar su yo creativo y que me alegraba ver que lo había conseguido.

Ese mismo día, otras dos personas me sorprendieron utilizando también el mismo recurso al principio y al final.

El primero empezó la presentación con una historia que dejó incompleta. Luego pasó al cuerpo de su presentación y para terminar, recuperó la historia para contarnos el final.

El segundo utilizó una descripción literaria para introducir al principio una situación del estilo “era un día soleado, los pájaros cantaban y las flores olían a primavera. Ese día yo me dirigía hacia ...”. Después de su presentación, para terminar, repitió la misma descripción pero en lugar de explicar la situación la utilizó para exponer la conclusión. “era un día soleado, los pájaros cantaban y las flores olían a primavera. Ese día entendí/aprendí que ...”

***Terminar la presentación del mismo modo como la empezaste tiene un efecto mágico que fascina a la audiencia.***

En resumen. El final de tu presentación debe ser el principio del cambio de tu audiencia. Y para que eso ocurra es imprescindible que justo al terminar liberes tu mensaje. Y para acompañarlo es bueno hacer una recapitulación de lo más importante y acompañarlo de un recurso potente como es terminar la presentación del mismo modo en que la empezaste para cerrar el círculo.

---

Como ya puedes imaginar ahora llega el momento de pensar tu gran final.

Recuerda que para ello debes resumir bien la situación de partida y la de destino, así como la solución propuesta en base a tus tres argumentos principales. Y luego soltar tu mensaje.

Intenta aprovechar los recursos del inicio para tu cierre. Si es necesario, vuelve a modificar tu inicio. Al terminar esta tarea, ya habrás acabado la estructuración de tu presentación. Dentro de 2 días empezaremos a pensar en el diseño.



## Lección 8.- No te hagas la competencia a ti mismo: el diseño debe ser tu aliado

¿Te has fijado que ya llevamos 7 lecciones y todavía no hemos abierto el ordenador?

No es ninguna casualidad. La mayor parte del trabajo que debes hacer para preparar tus presentaciones no requiere el uso del ordenador. Incluso que te diría que es desaconsejable usarlo.

Hoy empezarás a trabajar con él, pero todavía no. Primero hay algo que debes tener muy presente.

***Diseñar una presentación implica mucho más que preparar unas diapositivas.***

### **Las diapositivas no lo son todo**

Diseñar una presentación es darle forma a la estructura que has estado trabajando hasta ahora.

Y darle forma significa elegir qué recursos vas a utilizar para desarrollar cada idea, preparar un soporte visual si procede y preparar el guión del discurso.

Fíjate que he dicho preparar un soporte visual SI PROCEDE. Y es que no siempre es necesario o conveniente hacer una presentación con slides. Así que las diapositivas no dejan de ser un recurso más de los muchos que puedes utilizar para transmitir tu mensaje.

Es muy común que la gente abra un Power point para empezar a preparar una presentación. Eso ya la predispone a presentar con diapositivas. Así que para que tu no cometas el mismo error déjame que te explique algunos de los recursos que te pueden ayudar a hacer un buen diseño.

### **Otros recursos que puedes utilizar en tus presentaciones**

Cuando hablamos del inicio en la quinta lección ya te comenté algunos recursos que podías utilizar para empezar tu presentación, pero déjame que los repase de nuevo.

En primer lugar tenemos el **Storytelling**. A los humanos nos encantan las historias, ya que es nuestra forma habitual de contarnos las cosas. El Storytelling es un elemento muy poderoso para captar la atención de la audiencia. Por eso es muy interesante poder ilustrar algunos conceptos con alguna historia (si es personal, mejor todavía). Sólo debes tener en cuenta dos cosas: que la historia esté relacionada con lo que queremos transmitir y que no sea demasiado larga.

También es muy recomendable usar **Metáforas y símiles**. Estos te permiten hacer más comprensibles los conceptos más complejos. Mediante la asociación de ideas puedes conseguir explicar de una forma sencilla lo que no lo es, ya que las metáforas se basan en cosas que les son familiares a tus oyentes.

Otro recurso que no falla son las **Preguntas**. Al lanzar una pregunta al público le estamos implicando en nuestra charla y conseguimos captar su atención de inmediato. Si además la pregunta va dirigida a alguien en concreto, se genera un estado de tensión que les mantiene atentos por si son los próximos que deben responder.

Y otra manera de involucrar activamente a la audiencia en tu presentación es hacerles participar. Puedes preparar **Dinámicas participativas** que sirvan como demostración práctica de un concepto o idea. Un juego, hacerles dibujar o escribir, sacar a un voluntario al escenario para que haga algo... usa tu imaginación y haz a tu público cómplice directo de tu presentación. No hay nada mejor que aprender algo a través de la propia experiencia.

Las **Demostraciones en directo** también tienen un efecto atractivo en nuestros oyentes. Las personas tenemos varios canales de aprendizaje, pero siempre hay uno que predomina sobre los demás. En cada persona el que prevalece puede ser distinto. Así tenemos gente con preferencia por el canal auditivo, gente que prefiere lo visual y otros a quienes les va lo kinestésico (las emociones). Si complementamos nuestro discurso (canal auditivo) con una demostración in situ (canal visual) facilitaremos que el mensaje llegue en condiciones óptimas a un mayor número de personas.

Los recursos **Multimedia** (audio y vídeo) son también recursos muy válidos para captar la atención. Pero igual que ocurre con las historias, tienen que venir a cuento y además deben ser cortos (2 o 3 minutos).

Las historias, las demostraciones, la música, los vídeos y la participación contribuyen además a dos grandes objetivos de toda presentación: hacer sentir emociones a la audiencia y recargar las baterías de su atención.

Y es que su capacidad de atención no es ilimitada.

Este es un detalle importante a considerar al diseñar nuestra presentación. Como ya comentamos en la lección seis, está demostrado científicamente que una persona no es capaz de atender a un mismo estímulo durante más de 20 minutos, salvo que transcurrido ese tiempo hagamos una pequeña pausa (un cambio de ritmo) para recuperar.

La buena noticia es que casi todos los recursos que acabamos de ver sirven para este propósito. Explicar una historia, lanzar una pregunta o pedirles que hagan algo supone ese cambio de ritmo que le permite a la audiencia poder atender de nuevo durante otros 20 minutos.

Así que intercala en tu discurso algunos de estos recursos de forma estratégica para que tu público pueda recuperar la atención antes de que ésta se agote.

## **¿Y las diapositivas?**

Evidentemente las diapositivas son el recurso por excelencia, aunque tiene que quedar muy claro que, en tanto que no es el único recurso disponible, no es para nada imprescindible.

***Como lo oyes: se puede presentar sin unas transparencias detrás.***

Aún y así es muy probable que prefieras utilizar un soporte visual, de modo que vamos a hablar un poco sobre cómo diseñarlo.

Antes de empezar a trabajar con el ordenador permíteme que te cuente un detalle muy importante sobre las diapositivas.

## **La vista predomina sobre el oído.**

Está empíricamente probado que nuestros sentidos compiten entre sí y unos prevalecen sobre los otros. Y el más predominante de todos acostumbra a ser nuestra vista.

Esto que aparentemente parece normal tiene una incidencia muy grande en las presentaciones. Que la vista de tu audiencia prevalezca sobre su audición significa que cuando en una presentación les muestres una diapositiva al tiempo que les hablas, aquello que haya en la slide va a captar su atención por encima de tu discurso.

En consecuencia, no van a escuchar lo que dices hasta que hayan terminado de procesar y entender la información de tus diapositivas.

Por lo tanto, lo que te interesa es que tu audiencia pase el mínimo tiempo posible concentrada en tus diapositivas para que puedan dedicar su atención a tus palabras.

## **La regla de los 3 segundos**

Las vallas publicitarias que hay en las carreteras tienen que estar diseñadas para que nuestra vista no necesite más de 3 segundos para procesar la información y devolver la atención a la carretera, que es donde debe estar para evitar accidentes.

Lo mismo ocurre con nuestras diapositivas. Si la audiencia tiene que invertir mucho tiempo en entender la diapositiva es muy probable que cuando vuelva a escuchar nuestro discurso ya se haya perdido.

Y cuando un oyente se pierde, acostumbra a perderse para toda la presentación. Así que el riesgo es muy grande y el precio que pagas por ello muy elevado.

Para evitarlo, te propongo que siempre tengas en mente los siguientes principios elementales:

## 1.- Una idea, una slide

Para facilitar una mejor y más rápida comprensión de las slides es fundamental que cada una de ellas nos lleve hacia una única idea. La idea principal debe captarse en cuestión de segundos, de modo que cuanto menos la diluyamos con otras ideas, más rápidos llegaremos a ella.

No te preocupes por el número de diapositivas que utilices. Hay reglas escritas que aconsejan usar no más de 10 slides (como la regla del 10/20/30). Sin embargo, es preferible usar muchas diapositivas fáciles de asimilar que pocas pero imposibles de digerir.

## 2.- Las diapositivas son un soporte visual para tu audiencia, no para tí

La tentación es muy grande y la carne es débil. La posibilidad que ofrecen los programas de presentaciones de incluir el texto íntegro de nuestro discurso (o fragmentos suyos) es muy tentadora. Por eso más de un ponente sale al escenario, proyecta su discurso y se pone a leerlo.

No hay duda de que, en este caso, las diapositivas actúan como soporte visual. Más concretamente actúa como soporte visual para el ponente. Sin embargo, la finalidad de las diapositivas no es ayudarte a ti a presentar más cómodamente sino ayudar a tu audiencia a entender mejor tu presentación.

***Para diseñar unas buenas diapositivas deja de pensar qué es lo que te conviene y piensa que es lo que le vendrá mejor a la audiencia.***

## 3.- Más imágenes y menos texto

Una imagen vale más que mil palabras. Y además es mucho más fácil de procesar que un texto. Mientras que la imagen nos ofrece una información directa, el texto debe ser descodificado y procesado para poder entenderlo. Así que, si se trata de reducir el tiempo que tus oyentes le dedican a los elementos visuales, una imagen será siempre mucho más eficaz.

Eso no significa eliminar por completo los textos, pero sí limitarlos a las frases claves de cada slide. El resto del discurso lo dirás de palabra. No hace falta escribirlo en tu slide.

¿Te da miedo quedarte en blanco? En ese caso, utiliza la vista del moderador. Los principales programas tienen esta funcionalidad para que mientras que en pantalla sólo se muestra la slide, en el monitor de tu PC se muestre también las notas del ponente.

## 4.- Menos es más

Si en una diapositiva queda un espacio en blanco...¡¡¡NO PASA NADA!!!

En serio. No es necesario rellenar todos los rincones de tu slide. El espacio en blanco es un recurso muy potente en diseño.

Debes intentar que en tu diapositiva haya solamente aquello que es imprescindible para tu discurso. Los elementos decorativos (logos, números de página, etc...) sobran. No aportan nada a tu mensaje y le quitan espacio a aquello que realmente importa. Y además, cuanto más pongas, más tiempo le costará a la audiencia procesar la información.

## **5.- Una slide puede ser dinámica**

Una forma de asegurarte de que la gente no se entretiene con tus diapositivas es ir ofreciendo los contenidos a medida que estos son necesarios. Idealmente en slides independientes, pero, en el caso en que varios de estos contenidos te interese que formen parte de la misma diapositiva, puedes usar las animaciones para que aparezcan justo en el momento indicado.

### **Empieza a diseñar**

Imagino que a estas alturas ya tendrás ganas de empezar a trabajar con el ordenador, ¿verdad?

Sin embargo, te voy a pedir que todavía no lo hagas, ya que para el diseño de las diapositivas yo te recomiendo el método más rudimentario que existe: papel y lápiz. Antes de empezar a trabajar con el ordenador dibuja a mano todas las diapositivas que vayas a utilizar.

Eso implica que debes esbozar en un papel los elementos visuales que quieres utilizar y decidir cómo quieres disponerlos en las diapositivas y si quieres darles movimiento (animación/transición) o no.

Tanto la disposición de los elementos como su posible movilidad son claves para ayudar a los ojos de tu público a navegar por la slide en el orden que tu quieres. Jugando con el contraste, utilizando un efecto de animación, disponiendo un texto en el sitio adecuado respecto de una imagen, etc.. puedes guiar a la audiencia para que sus ojos se fijen, en cada momento, en aquello que a ti te interesa.

Cuando lo tengas hecho, escribe el guión de tu charla. No hace falta escribir palabra por palabra. Con apuntar las ideas principales que quieres desarrollar para cada una de las ideas puede ser suficiente. Este guión te tiene que servir para que no olvides ningún punto durante tu discurso.

Ahora sí. ¡¡Por fin!! Ya puedes encender tu ordenador y... ¡Espera un momento!...

## ¿Qué programa debes utilizar?

Tarde o temprano, esta pregunta siempre acaba saliendo. ¿Es mejor Power Point o Prezi? ¿Qué otras alternativas existen?

Déjame que te diga lo que pienso al respecto.

Si esta pregunta te surge por un desenfrenado deseo de utilizar cualquier cosa que no sea Power Point porque ya está muy visto te equivocas de planteamiento.

Existe una corriente de gente radicalmente contraria al Power Point, a quien acusan de ser el responsable de numerosas presentaciones aburridas que se hacen cada día en todo el mundo. Es lo que se conoce como “Muerte por PowerPoint” (Death by PowerPoint).

Culpar al programa de las malas presentaciones es tan absurdo como culpar al teléfono de haber recibido una mala llamada o al coche de haber tenido un accidente por exceso de velocidad.

La responsabilidad de hacer una buena presentación es siempre del presentador, es tuya. El Power Point constituye sólo un recurso. Un recurso muy válido, por cierto.

La elección del programa debe hacerse en función de qué funcionalidades te ofrece cada alternativa y cuáles son las que necesitas tú para la presentación que has diseñado. Por eso es importante diseñar la presentación antes de abrir el ordenador.

Si la presentación no está bien preparada y estructurada, si todo cuanto hemos visto durante estas 8 lecciones todavía no lo has sabido implementar, te puedo asegurar que no importará demasiado el tipo de programa que utilices.

Así que, si estás acostumbrado a un programa concreto, de momento sigue usándolo hasta que ya domines la preparación, la estructuración y el diseño de tus presentaciones. Entonces será el momento de probar cosas nuevas.

En resumen. Diseñar una presentación no es solo preparar unas diapositivas. Existen muchos otros recursos que puedes y debes usar para amplificar tu mensaje y conseguir captar y mantener la atención de tu audiencia.

Diseñar una presentación tampoco implica trabajar con el ordenador. Esa puede ser la última parte. Sin embargo hay un trabajo previo que te aconsejo que lo hagas con papel y lápiz.

Y recuerda que, si optas por utilizar un soporte visual, éste debe ser de ayuda al público, no a ti. Y que cuando lo proyectes durante tu discurso se va a convertir en tu propia competencia, ya que la visión de tu audiencia prevalecerá sobre su audición. Así que deberás recordar y

aplicar los principios que hemos visto para que el tiempo que pasen pendientes de las diapositivas sea el menor posible.

---

Le toca el turno a tu presentación.

Coge papel y lápiz y recupera la introducción que preparaste en la quinta lección, la estructura piramidal de argumentos de la lección seis y el final que diseñaste en la lección anterior.

Para cada uno de ellos piensa qué recursos vas a utilizar.

Para aquellas ideas en las que determines que usarás diapositivas, dibújate un recuadro y esboza qué quieres que aparezca en cada una de ellas siguiendo los principios que acabamos de ver. Y prepara también el guión.

Cuando ya tengas el esbozo hecho, enciende tu ordenador, abre el programa de presentaciones que mejor domines o el que más te apetezca, y empieza a crear tus slides.

Te doy 3 días para que trabajes en el diseño de tu presentación antes de ocuparnos del último gran tema: la presentación en sí, el momento de ponerse a hablar en público.

## Lección 9.- Luces, cámara...¡¡ACCIÓN!!

Ya está todo preparado para que empiece tu presentación.

El público ya ocupa su asiento, en breve te van a presentar y luego... ¡empieza el espectáculo!

Es muy probable que sientas un hormigueo en el estómago. No te preocupes. Lo más normal del mundo es estar un poco nervioso antes de empezar. Nuestro cuerpo, desde los orígenes de la humanidad, cuando percibe una amenaza se activa físicamente para estar preparado para luchar o huir. Hoy en día, por suerte, el tipo de amenazas han cambiado, pero ante ellas, nuestro cuerpo sigue activándose en forma de nervios.

Para muchos, tener que hablar en público es una amenaza. En mayor o menor grado, todos somos conscientes del peligro que supone plantarse delante del público y hacerlo mal, ya que aquello que vamos a hacer nos importa. Así que los nervios surgen, inevitablemente.

No tener nervios significaría no ver ninguna amenaza o peligro en el acto de hablar en público, lo que denotaría un cierto desinterés por nuestra parte.

### **El miedo sólo afecta a una pequeña parte del trabajo**

Incluso si el tuyo es uno de esos casos en los que los nervios exceden el límite de lo normal para convertirse en fobia (glosofobia, en concreto) debes tener claro que ese miedo sólo afecta a una pequeña parte de todo el trabajo que debes hacer en tu presentación.

Fíjate que, siguiendo las instrucciones de este curso, llevas ya varias horas invertidas en la preparación y todavía no te has tenido que plantar delante de nadie para hablar. Por lo tanto, puedes hacer la gran mayoría del trabajo sin ningún tipo de problema.

Y aquí llega la buena noticia:

***La dificultad de presentar es inversamente proporcional al trabajo realizado durante la preparación.***

Cuanto más y mejor prepares tu presentación, menos te va a costar luego la puesta en escena, de modo que reducirás la sensación de peligro y los nervios asociados.

Planificar, estructurar y diseñar correctamente una presentación es la mejor manera de superar ese miedo escénico en la mayoría de casos. Porque la gran mayoría de las cosas que nos preocupan de una presentación se resuelven simplemente preparándola bien.

En los casos realmente traumáticos puede ser necesaria la intervención de un coach o un psicólogo. Pero en el resto de casos basta con una buena preparación y un buen consejo.



## **Háblales desde tu corazón, no desde tu cabeza**

Para reducir el miedo, intenta no hablar con tu cabeza sino con tu corazón.

Hablar con la cabeza significa que mientras hablas tienes la cabeza más preocupada de lo que tienes que decir que de lo que estás diciendo y cómo lo estás diciendo. Significa que tienes un discurso memorizado y estás pendiente de que no se te olvide nada ni de quedarte en blanco. Tanto que, a los ojos del público, te conviertes en alguien inexpresivo y muy difícil de creer.

En cambio, hablar con el corazón significa que crees y sientes cada una de tus palabras, ya que éstas no estaban programadas sino que salen de forma natural de tu boca. Esto es posible si tienes muy clara la estructura de lo que quieres explicar y vas improvisando tus palabras sobre la estructura que previamente habrás preparado. Cuanto más fluida sea tu estructura menos te costará moverte por ella sin necesidad de fijar las palabras. Y eso implica naturalidad y credibilidad.

Es normal que te dé miedo salir al escenario a improvisar sobre tu guión. Pero te puedo asegurar que hay más probabilidades de que te quedes en blanco intentando reproducir un discurso aprendido palabra por palabra que improvisando tu discurso sobre la base de un guión muy bien trabajado.

## **Puedes utilizar la vista del moderador**

Los principales programas de presentaciones del mercado incluyen una herramienta muy útil que nos ayuda a seguir el guión de nuestra presentación sin perdernos: la Vista del Moderador. Ésta nos permite ver en la pantalla de nuestro ordenador la página de notas de cada slide mientras en la pantalla principal los oyentes sólo pueden ver las diapositivas.

¡Cuidado! No te estoy invitando a que escribas todo el texto que debes leer en la página de notas para poder leerlo durante tu presentación. Eso sería desastroso, ya que se notaría que estás leyendo. Se trata sólo de poner un pequeño índice con las ideas principales a comentar o los inicios de las frases. El resto, como hemos dicho, será mucho mejor si lo improvisas. Ni leer ni recitar de memoria.

Puedes leer más sobre la Vista del Moderador en este artículo:

<http://www.presentable.es/software/la-vista-del-moderador-en-powerpoint-keynote-y-prezi/>

## **Cómo improvisar sin morir en el intento**

Está claro que salir al escenario sin haber hecho nunca la presentación y ponerse a improvisar puede ser un drama y un fracaso.

Lo que te aconsejo es que ensayes muchas veces tu presentación. Cada vez que la hagas y una frase se te atasque y te cueste mucho de decir, cámbiala. No te sale natural y, por lo tanto, no te saldrá tampoco el día de la presentación. Prueba de decirlo de otro modo que te resulte más fácil. Al cabo de unas cuantas repeticiones, verás que hay ciertas frases que se quedan de modo natural en tu memoria.

Funciona igual que cuando te aprendes una canción. Generalmente nunca te las estudias. Sencillamente te las aprendes a base de cantarlas. Muchas veces es un proceso inconsciente.

***No pierdas el tiempo escribiendo tu discurso palabra por palabra. Es mejor tener un guión y practicar muchas veces para que el discurso salga de forma natural y se fije en tu cabeza a base de repeticiones.***

Otro aspecto que puedes trabajar a base de repetir tu presentación una y otra vez es el lenguaje corporal.

## Lenguaje corporal ¿consciente o inconsciente?

He leído montones de artículos que hablan sobre nuestro lenguaje corporal y casi todos ellos lo enfocan desde un punto de vista analítico, intentando responder a la pregunta: “¿qué emoción se extrae de este gesto?” Esto nos empuja a querer analizarnos a nosotros mismos mientras hablamos para ser conscientes de los gestos que estamos haciendo. Para mi este es un enfoque erróneo.

El lenguaje corporal surge de forma inconsciente cuando hablamos para reflejar lo que nos pasa por dentro. De alguna forma, no lo podemos controlar. Y si lo intentamos, terminamos por parecer completamente antinaturales. Así que no pierdas ni un minuto en intentar controlar los gestos que te salen de forma espontánea cuando hablas.

En su lugar, intenta que tus gestos no sean siempre inconscientes y espontáneos. En ocasiones, cuando quieras poner énfasis en una palabra, en una idea o en una emoción te va a venir muy bien acompañar tus palabras de los gestos adecuados. En vez de intentar leer el lenguaje corporal, escríbelo. Intenta responder a la pregunta: “¿con qué gesto puedo expresar esta emoción?”

La clave está en que todo cuanto comunique lo haga en el mismo sentido. Tus palabras, tus diapositivas y, por supuesto, tus gestos.

***Haz que tus gestos digan lo que quieres decir preparándolos conscientemente antes de salir a escena en lugar de esperar que lo hagan de forma espontánea.***

Esto no significa que no hagas caso a tu lenguaje corporal inconsciente. Lo único es que no debes prestarle atención durante la presentación sino antes y después. ¿Cómo?

## **Grábate en vídeo**

La mejor manera de tomar consciencia de lo que hacemos de forma involuntaria es viendo nuestra presentación sin la presión de estar hablando. Pudiendo dedicar toda nuestra atención a analizar la forma en que lo hicimos.

Para ello es altamente recomendable que te grabes en vídeo. Puedes grabar la presentación o los ensayos previos.

Analizar la grabación de tu presentación te va a permitir descubrir vicios a los que tú no paras atención cuando presentas, pero que seguro que no pasan desapercibidos a tu audiencia.

Ese es el momento de intentar corregirlos. Cuando no tienes a tu público delante. Ensayando una y otra vez. Grabándose y volviéndose a grabar.

Grabarte te permite también detectar cómo ejecutas otro aspecto importante: el contacto visual.

## **Cuida el contacto visual**

Es muy importante que el público tenga la sensación de que les estás hablando a ellos.

Una forma de hacerlo es teniéndole muy en cuenta a la hora de preparar la presentación, tal y como vimos en la tercera lección. Pero otra forma de hacerlo es que todos los oyentes noten que les miras.

Son muchos los ponentes que cuando se ponen a hablar delante del público centran su mirada en un pequeño sector de gente y ya no la apartan de ahí en toda la charla. Es posible que lo hayas experimentado alguna vez como público. La sensación de abandono es muy desagradable. Y el grado de implicación que consigue el ponente cuando no mira a sus oyentes deja mucho que desear.

Es muy importante que mires a tus oyentes. Nos proporciona feedback en tiempo real, consigue implicar a la audiencia y nos permite captar cómo se siente el público.

Si te interesa profundizar en las razones que lo convierten en algo tan esencial puedes leer este artículo:

<http://www.presentable.es/presentologia/las-6-funciones-del-contacto-visual-evidencias-empiricas-de-la-importancia-de-mirar-al-publico/>

***Sé generoso y reparte miradas para todos tus oyentes.***

Aunque, sin duda alguna, si hay algo que ayuda a mantener un buen contacto visual con la audiencia mientras presentas es tener delante a caras conocidas.

Este es uno de los motivos por los que, cuando no juegas en terreno conocido, merece la pena llegar con antelación.

Acude antes de la hora al lugar de la presentación para poder conocer a los oyentes que llegan pronto. Aprovecha para hablar con ellos. Pregúntales quiénes son. Hacerlo no sólo te va a proporcionar una información que puedes utilizar en cualquier momento de la presentación sino que va a hacer que entre el público, a priori desconocido, empieces a encontrar caras conocidas que te faciliten el contacto visual.

Me queda un último consejo.

## **Sal al escenario y disfruta**

***Si quieres que tu audiencia se lo pase bien en tu presentación debes ser tú el primero o la primera en predicar con el ejemplo.***

Las emociones y los sentimientos son contagiosos. Esto se debe a la existencia de las llamadas neuronas espejo, que reproducen en nosotros los sentimientos que vemos en los demás.

Es muy difícil mostrarse triste delante de alguien que nos demuestra una gran alegría. Es muy difícil mostrarse impasible ante alguien que está sufriendo. Nuestra tendencia natural es mimetizarnos con ellos para sentir lo que ellos sienten.

Así que, si tienes claro qué es lo que quieres que tu audiencia sienta mientras tú hablas, debes ser tú quien tome la iniciativa y empiece a sentirlo.

Y te aseguro que si te lo pasas bien y disfrutas, harás disfrutar a aquellos que te escuchen.

***Las buenas presentaciones no se sufren. Las buenas presentaciones se disfrutan.***

En resumen. La mejor manera de reducir los nervios antes de una presentación es preparándola a consciencia. Y preparar bien una presentación no significa estudiar de memoria palabra por palabra, sino trabajar la estructura muy bien para que podamos improvisar el discurso hablando al público desde el corazón.

La clave es practicar muchas veces la presentación para que las palabras se vayan quedando en nuestra memoria de forma natural y para que podamos integrar en el discurso aquellos gestos que consideremos oportunos para resaltar el mensaje. Y si además podemos grabarnos en vídeo, podremos analizar los puntos de mejora y trabajarlos.

Y sobretodo, sobretodo, lo importante es salir al escenario a pasarlo bien.

---

Ya tienes lista tu presentación. Y te acabo de dar algunas directrices para poder ponerla en práctica. Sin embargo, hoy no te pongo deberes. Tómate el resto de día libre en cuanto a presentaciones se refiere. Mañana terminamos.

## Lección 10.- Presentaciones creativas

Has llegado ya a la última lección de este curso.

Hasta aquí has estado viendo cómo hacer una buena presentación. Pero tu caso no es el único. Piensa que todas las personas que también hayan hecho este curso tienen las mismas directrices para hacerlo igual que tú. Así que siguiendo esto al pie de la letra, las buenas presentaciones que hagas a partir de ahora no se van a diferenciar demasiado de las de la mayoría de los otros buenos presentadores.

Hoy en día, en este mundo tan competitivo en el que nos toca vivir, si queremos destacar hay que hacer las cosas diferente: hay que usar la creatividad.

### **A la gente nos gustan las sorpresas**

Está científicamente probado que la sorpresa nos proporciona mayor placer que la predictibilidad.

Las mejores películas son aquellas que, además de estar bien hechas, con una buena interpretación de los actores, una buena fotografía, etc... tienen un desenlace totalmente inesperado. Lo mismo ocurre con las presentaciones.

Una buena presentación no pasa desapercibida para la audiencia. Pero una buena presentación creativa no se les va a borrar nunca de la memoria.

La comunión entre una buena comunicación y la creatividad constituye el punto G de las presentaciones: el punto de máximo placer para la audiencia.

***Si quieres maximizar el placer de tus oyentes, haz una buena presentación que les sorprenda.***

### **¿Cómo podemos ser más creativos?**

La creatividad y la libertad acostumbran a ir de la mano.

Por eso seguir al pie de la letra todos los consejos del curso no te va a dejar ser muy original. Si quieres ser creativo en tus presentaciones, quédate con la esencia de este curso y cuestiona todo lo demás.

***El objetivo final de toda presentación es conseguir que la audiencia reciba el mensaje y lo entienda de la forma que nosotros queremos que lo haga.***

Durante todo este curso he ido explicando los porqués de todo lo que te he recomendado. Habrás visto que todos los consejos y trucos están enfocados en poder entregar el mensaje de la mejor forma posible. Por esto es importantísimo tener en cuenta a la audiencia, trabajar

bien el mensaje, construir una estructura fluida que facilite su comprensión, emocionar para ayudar a fijar el mensaje en la memoria de los oyentes...

Cualquier cosa original que hagas que contribuya a este objetivo, será bienvenida porque no sólo contribuirá a una buena comunicación sino que además causará sorpresa.

## **La creatividad no es independiente de la comunicación**

No se trata de hacer creatividad barata.

La creatividad no debe tener un objetivo independiente del resto de la presentación. Ser original no es la finalidad sino un recurso. Así que no tenemos carta blanca para hacer lo que queramos mientras sea original. La creatividad debe trabajar para el mismo objetivo que ya tenemos marcado: transmitir el mensaje.

La creatividad bien empleada nos puede ayudar a que el mensaje llegue y se memorice mucho mejor, ya que la emoción asociada a la sorpresa agradable que experimenta el oyente potencia la memoria emocional.

Por eso es clave que la creatividad contribuya también a nuestra tarea.

***La creatividad sólo es válida cuando aporta valor. De lo contrario eres un friki.***

## **Ser creativo no significa tener una idea sino muchas**

La cosa no funciona así. No se trata de tener un momento de inspiración en el que surge una idea brillante.

Lo normal es que para conseguir una muy buena idea necesitemos haber generado un montón de ideas (buenas y malas). El momento eureka acostumbra a ocurrir cuando ya llevas mucho tiempo dando vueltas a un asunto.

La mejor manera de inspirarse para tus presentaciones es ver otras presentaciones de otros presentadores. ¿Dónde? Si no tienes la oportunidad de asistir a ninguna en directo puedes navegar por la página web de las [TED Talks](https://www.ted.com), en los que hay miles de “joyas” en las que inspirarse.

También puedes obtener ideas creativas utilizando algunas técnicas de creatividad: cuestionar asunciones, mezclar cosas, usar las nuevas tecnologías, replantear los problemas, etc... Todas estas técnicas te servirán para generar muchas ideas.

Puedes aprender más sobre estas técnicas en la serie de 6 artículos que dediqué a ello en el blog.

<http://www.presentable.es/tag/tecnicas-creativas/>

En resumen. Saber hacer una buena presentación hoy en día ya no es suficiente. Además de hacerla bien, necesitamos hacerla de forma creativa para diferenciarnos de los demás. A la audiencia le gustan las sorpresas, de modo que si además de comunicar bien tu mensaje les sorprendes con algo original vas a conseguir que lo disfruten al máximo.

Recuerda que todas las cosas creativas que hagas deben tener como finalidad ayudar a comunicar tu mensaje de la forma más efectiva posible.

Y para ello no te quedes nunca con la primera idea. Se trata de generar tantas ideas como puedas para que de esa lluvia de ideas salga una idea brillante. Si quieres puedes ayudarte de las técnicas creativas que existen para potenciar tu creatividad.

---

Lo primero que te voy a proponer una vez acabado el curso es que revises tu presentación y pongas en marcha tu creatividad. Haz los retoques que consideres oportunos para que deje de ser una buena presentación más y se convierta en algo único.

Cuando ya esté, te invito a grabarla en video y a mandármela para que te pueda dar feedback. Si lo prefieres, puedes mandarme sólo tu presentación o el guión de la misma para que te dé mi opinión. Me comprometo a responder a tu correo.

Sólo tienes que tener en cuenta un par de detalles: escríbeme desde el mail con el que te registraste al curso y mándamela al correo [curso@presentable.es](mailto:curso@presentable.es).

Una vez terminado el curso quiero pedirte un par de favores.

### **Ayúdame a mejorar**

Para poder mejorar este curso e incluso crear cursos nuevos que se adapten a tí me sería muy útil conocer tu opinión. Por eso he creado un formulario que te invito a rellenar para que me ayudes a detectar puntos de mejora o necesidades que no hayan quedado cubiertas. Te agradeceré mucho si dedicas unos minutos a contarme qué te gustó, qué no, qué no entendiste, que echaste en falta, etc...

Para responder el formulario haz [click aquí](#).



## **Difúndelo**

Tu puedes hacer que otros como tú puedan beneficiarse de este curso gratuito. Para ello sólo tienes que ir a la página principal del curso y compartirlo: hacer Me gusta, twitearlo, enviarlo por mail a tus amigos... lo que quieras. Y cuéntaselo también a tus amistades, especialmente a aquellas que crees que lo pueden necesitar.

Para mayor comodidad te adjunto el link a la página principal del curso:

<http://www.presentable.es/curso-de-presentaciones-online-gratuito/>