

## Técnicas impactantes para captar la atención

# Que no se te

## y no aburrir durante una presentación

# duerman

*En una presentación es difícil conseguir que tu audiencia mantenga la atención durante mucho tiempo. Y se hace casi imposible si tu discurso les resulta poco interesante o monótono. Existen unas pautas que puedes aplicar para montar todo un espectáculo sobre el tema más soporífero. Ninguno de tus oyentes quedará indiferente.*

Imagina que en tu empresa te han elegido portavoz: vas a presentar los resultados anuales, o un nuevo producto, o el proyecto de vuestra revista interna... Preparas lo que vas a decir, un discurso, transparencias. Puede que decidas arriesgarte a contar alguna anécdota o un chiste. ¡Qué demonios! Lo contarás, claro que sí. Incluso has pensado hacer algo original e impactante. Llega el día de la presentación y, tras tu pequeño espectáculo, notas que las palabras fluyen a través de ti con facilidad. Hablas y la gente sonrío o asiente con la cabeza a lo que dices: te prestan atención. Lo estás haciendo muy bien. Cuando terminas la presentación, se interesan, te hacen preguntas y, finalmente, se produce un sonoro aplauso. ¡Haz hecho un buen trabajo!

### Vigilando el ánimo del público

Imagina ahora una situación completamente distinta. Has hecho, en realidad, lo mismo que antes, pero la actitud de tu público es totalmente diferente. Uno de los asistentes te mira fijamente. Parece, a priori, muy interesado, pero después de permanecer diez minutos con la misma expresión vacía, te das cuenta de que su mente está en otro lugar. El resto de los

asistentes bosteza (eso sí, tapándose la boca con la mano), garabatea un papel con el bolígrafo, habla con el compañero sentado a su lado, martillea con los dedos encima de la mesa, o con los pies en el suelo, suspiran o se echan hacia atrás en sus sillas y se cruzan de brazos.

### El pecado de cansar

No te engañes. Los has aburrido soberanamente. No sólo no recordarán lo que has dicho sino que, además, se habrán forjado una pésima imagen de ti, de tu empresa o del producto o la marca que les estabas presentando. Se ha producido el efecto contrario al deseado. Para que no te ocurra esto último, hemos pedido consejo a un grupo de expertos. Si lo sigues, y ejecutas convenientemente las directrices, es muy posible que no incurras en uno de los principales temores que tiene el orador durante una presentación: aburrir al público. Pues eso: ¡Que dé comienzo el espectáculo!

Ana I. García Cano



### Más a fondo

**Cómo hablar bien en público.** Manuel Couto. Editorial Gestión 2000.com, 2004.  
**Sabiduría china para hablar en público.** Daniel Estullín. Editorial CIE Dossat, 2005.

### LAS 13 PAUTAS PARA MANTENER LA ATENCIÓN

Aunque puede haber muchas más, dependiendo del público, lugar o circunstancias en las que debes realizar una presentación, estas son algunas técnicas eficaces para no aburrir al auditorio:

#### 1. Haz que el público participe en la presentación.

Es un arma bastante eficaz. Según Gustavo Piera, consejero delegado de la consultora Time Manager Internacional, en España, "las personas comprendemos mejor aquello en lo que participamos". Resulta difícil aburrirse si formamos parte de la acción. Por ello, es útil que planteemos una serie de preguntas al auditorio. Aunque tampoco conviene

abusar: se supone que el experto es el conferenciante, no los asistentes, y es él quien tiene que responder a las cuestiones que se formulen.

#### 2. Utilizar el nombre de los que escuchan.

Según algunos expertos, la atención aumentará si pronunciamos el nombre de personas presentes en el auditorio. Ocurre casi lo mismo, si se hace referencia a lugares o personas que nos son conocidos. Esto es posible si se trata de un auditorio pequeño (diez, 20 personas, a lo sumo), al que se puede conocer durante los momentos previos a la charla. Con una audiencia muy numerosa es más difícil o, a veces, imposible. Sin embargo, todo tiene solución: si no conocemos a nadie entre el público,

podemos recurrir a compañeros de trabajo o colaboradores. Estos pueden asistir de incógnito (o no) al evento y mezclarse con la audiencia, para que podamos echar mano de ellos, llegado el caso.

#### 3. Una imagen vale, a veces, más que 1.000 palabras.

Gráficos, vídeos y fotografías nos ayudan a ilustrar el tema del que estamos hablando. Si usamos elementos gráficos en un proyector, los asistentes retendrán la información en su mente con más facilidad que si sólo empleamos transparencias escritas. Éstas parecen todas iguales y el público, al final, se aburre con ellas. Si añadimos la imagen a la presentación, estimulamos dos sentidos: el oído y la vista. Pero, si

también somos capaces de añadir el tacto, el olfato, o el gusto (por ejemplo, con una prueba o degustación del producto) mejor que mejor.

#### 4. Símbolos y metáforas.

Los elementos visuales ayudan a comprender mucho mejor el contenido de la presentación si se emplean como metáfora para explicar algún aspecto de la misma. Por ejemplo, "si tú dices que determinado terreno tiene quince hectáreas", explica Daniel Romero, director general de la plataforma de conferenciadores Thinking Heads, "quizá no nos podamos hacer una idea de esa superficie. Si dices que el terreno ocupa lo mismo que quince campos de fútbol, lo entenderemos mejor, porque podemos visualizarlo". ➤



► **5. Cuidado con utilizar mal el Power Point.**

El riesgo de aburrir en las presentaciones con Power Point es muy grande si el orador se limita a leerla. Enseguida perderá la atención del público. Otro riesgo es que incluya exactamente la misma información que está dando el conferenciante de forma verbal, con lo que se cae en la redundancia. El Power Point es un elemento útil, siempre y cuando complemente la información hablada y no la repita: lo que aparece en la pantalla tiene que ayudar a comprender. Si es la misma información, vale más enviarla por correo electrónico y ahorrarse la presentación.

**6. Utilizar el Flash.**

Este programa informático ofrece más ventajas que el Power Point a la hora de animar una presentación: puede introducirse música, animaciones, etcétera. Pero, según Daniel Romero, “existe el riesgo de que quede descontextualizado. En ocasiones, no tiene razón de ser y trasmite la idea de que lo que pretende hacer el conferenciante es demostrar que posee un equipo informático bueno, capaz de hacer montajes espectaculares”.

**7. Vídeo y música.**

Podemos intercalar en las presentaciones trozos de vídeos. Por ejemplo,

pequeños cortes de dos minutos (o menos) de escenas de películas relacionadas con el discurso. Nunca puede exceder ese tiempo, porque el público comenzará a preguntarse a qué viene y se olvidará de lo que se estaba contando. Pero un par de minutos ayudan, ilustran y recuperan la atención de los asistentes. La música puede incitar a la gente a la introspección y la reflexión sobre el tema de la exposición. Puede usarse durante toda la presentación, pero ahí existe un riesgo mayor de distraer, por lo que es mejor utilizarla sólo en momentos concretos.

**8. El mejor escenario.**

Estamos acostumbrados a presentaciones en las sedes de las empresas, en auditorios, en salas de importantes hoteles... un escenario típico y esperado por los asistentes. Más de lo mismo, podría pensarse. No obstante, si se cambia y se convoca al público en un nuevo local de moda, en el zoológico, en un parque temático o, en definitiva, en un emplazamiento atípico, se habrá conseguido despertar su curiosidad y, por ende, captar su atención de entrada.

**9. Vestuario.**

Si, por ejemplo, vamos a dar una conferencia sobre los negocios en la Roma clásica y aparecemos ataviados con togas, llamaremos la atención de los presentes. El vestuario

puede ser una llamada de atención. No obstante, un vestuario demasiado llamativo puede ser un arma de doble filo, ya que puede desviar la atención de lo que estamos diciendo. “En un foro en el que la gente sabe que voy a montar un espectáculo, sí ayuda el tema del vestuario. En otra situación, usarlo como herramienta para mantener la atención es peligroso, porque al final, puede convertirse en lo único que el público recuerde”, dice Daniel Estulin, asesor de imagen y comunicación. No suele tener sentido vestir de una forma distinta a la que nos es habitual, a no ser que nos sintamos cómodos y seamos naturales con dicho atuendo.

**10. Elementos relacionados.**

Pueden usarse elementos físicos que guarden relación con el contenido de la charla. Quizás vamos a dar una conferencia acerca del negocio de la cría del caballo andaluz e introducimos en medio del auditorio un ejemplar de este animal, con el que hemos conseguido captar la atención de los asistentes hacia lo que vamos a contarles.

**11. 'Scketches' y 'gags'.**

Realizar una representación acerca del tema al que vamos a referirnos. La gente recuerda mejor aquello que ve y en lo que se reconoce. Por ejemplo, dice Gustavo Piera, “si se trata

*La claridad es fundamental. Es mejor decir “el terreno equivale a quince campos de fútbol” que “son quince hectáreas”.*

de analizar la conducta de los directivos con respecto a los empleados, en lugar de narrarles cuáles son los hábitos de comportamiento, se les representa teatralmente”.

**12. Impacto súbito.**

Explosiones, jugar con las luces... Por ejemplo, si se pagan todas las luces y de fondo se escucha una voz preguntando “¿Hay alguien?”. A continuación se encienden esas luces y aparece el conferenciante cómodamente sentado que habrá captado la atención de la audiencia sobre él. De la misma forma, una explosión, un ‘petardazo’ en mitad del discurso, siempre que esté relacionado con el mismo, devuelve al conferenciante la atención de su público que, tras un determinado periodo de tiempo, y por interesante que sea el tema, decae.

**13. El humor, sí, pero con muchísimo cuidado.**

Un elemento muy útil para animar una presentación y evitar que ésta se encamine irremediamente hacia el tedio, es introducir en ella el sentido del humor. Hay quien sostiene

que cualquiera puede hacerlo, pero en algunos casos, si no estamos muy seguros de nosotros mismos, puede resultar arriesgado. Podemos recurrir a un chiste, o una anécdota que nos haya hecho reír a nosotros o, cuando menos, nos haya arrancado una sonrisa. Otro recurso eficaz pueden ser las anécdotas reales. Según Daniel Estulin, “todos somos un poco cotillas”, así que, si usamos vivencias personales, que quizá en su día no nos parecieron graciosas, pero sí ahora al verlas con perspectiva, la audiencia responderá mejor que si es un chiste o un ejemplo inventado. Muchas veces, los niños se convierten en una fuente inesperada de simpatía por sus ocurrencias, palabras o explicaciones ante determinados acontecimientos que son demasiado jóvenes para entender. Alguna de sus ocurrencias puede ser intercalada en el discurso principal, siempre y cuando esté relacionada con el mismo. Los dibujos animados. Por supuesto, cualquier elemento humorístico que introduzcamos en nuestra intervención, estará relacionado con el tema que estemos tratando.

*Cambiar el escenario habitual por uno atípico o inesperado despertará la curiosidad de tu audiencia*



Ilustraciones: Raúl R. Allen.