

## Cómo preparar una charla (Basado en la metodología de las charlas TED por Chris Anderson)

Por Gustavo Andrés Herrera – Coordinador Procesos Administrativos

En el transcurso de nuestra carrera se presentarán varias situaciones en las que tendremos que llevar a cabo una presentación a un grupo de personas. Así nuestro rol principal en la organización, o en nuestras vidas, no sea el de capacitador, reclutador o vendedor, en ocasiones tendremos que estructurar presentaciones para concretar ideas y misiones que queremos que nuestros colaboradores o nuestros equipos tengan en cuenta en la ejecución de sus labores. Esto es un reto bastante grande ya que algo puede estar muy claro en nuestras cabezas, pero si no somos lo suficientemente claros en nuestra presentación los puntos claves que queremos que sean entendidos por nuestra audiencia pueden perderse o no ser evidentes durante nuestra charla.

En los últimos años, se han venido popularizando unas increíbles charlas organizadas por la organización sin ánimo de lucro TED (Tecnología, Educación, Diseño) acerca de temas que van desde la ingeniería aeroespacial hasta el bullying en los colegios y lugares de trabajo. Estas charlas usualmente duran un máximo de 18 minutos, por lo cual los oradores no sólo deben ser muy puntuales y claros en sus ideas, sino que deben haber planeado con extremo cuidado la duración del desarrollo de cada una de ellas.

Personalidades tan variadas como la activista de género (e injusta víctima del escarnio de los medios por su relación con Bill Clinton) Monica Lewinsky, el empresario Bill Gates, científicos y estadistas como Hans Rosling y Steven Pinker, ganadores del Nobel como Al Gore y Daniel Kahneman, se han acomodado a esta estructura para crear impactantes charlas que han logrado promover la comprensión de complejos temas de todo tipo por parte de millones de personas en todo el mundo.

Al frente de esta organización se encuentra el empresario Chris Anderson, y en el 2016 decidió compartir los secretos y metodologías que utilizan los oradores de TED en el libro “La guía oficial de TED para hablar en público”. Como nuestra misión es promover el aprendizaje y crecimiento continuo entre nuestros colaboradores y colegas, el día de hoy les compartiremos la metodología que recomienda Anderson para la primera fase de la Charla en Público: La Preparación.

Construcción de las ideas:

La misión número uno del conferencista es tomar algo que te importe muchísimo y reconstruirlo en la mente de las personas. Encuentra la importancia y por qué el tema es interesante, y toma ese punto de partida.

Empieza con una idea, ¿qué es lo que quieres que la gente se lleve? – Puede tratarse de un consejo práctico, una experiencia, una teoría que aprendiste, una metodología que te parece que más gente debería usar, una imagen de un futuro mejor o un recordatorio de algo importante que otros parecen olvidar. Tiene que ser una idea con la que te sientas cómodo, y sientas que tu relación con ella puede brindar un valor a los espectadores.

Usa el lenguaje a tu favor – Piensa en cómo presentar esa idea a nivel gramático, en últimas las palabras que uses son las que crearán una imagen en la cabeza de los que te escuchan. (Ejemplo: “Quiero que imagines un elefante con la trompa pintada de rojo chillón, agitándola de un lado al otro, sincronizado con los pasos de un loro de color naranja que baila sobre su cabeza y grazna una y otra vez: ¡Bailemos el Fandango!”).

Las palabras son lo que más importan – La creencia en que el lenguaje corporal es el 55% de la eficacia de la comunicación entre personas no es correcta (Es basada en una mala interpretación de un estudio por Albert Mehrabian).

Evita malas costumbres:

No se trata de vender (al menos no de forma obvia) – El problema de los multiniveles y los gurúes de ventas, si la gente va a una charla en la que vas a desarrollar tu “idea” se van a sentir ofendidos si todo lo que escuchan es un discurso de ventas. Te hace ver arrogante y poco interesado en satisfacer al público. Representamos una marca, en este caso GHA, o si son profesores sería su universidad o colegio, y efectivamente se interesarán por su marca corporativa (o personal) gracias a la charla, pero no puede ser un discurso de ventas directo.

No divagues – El tema de hablar en público es que en cualquier momento puedes perder la atención de la gente. Y cuando tenemos un tiempo determinado para desarrollar un tema, es aún más importante esta labor.

No manipules a tu público – Tu objetivo principal no debe ser deslumbrar, conmovir ni divertir. Debe ser presentar tu idea de tal forma que se quede con tus espectadores. Eso debe ser principal.

Pero si tu conferencia es sólo anécdotas jocosas o chistosas o tristes sin ningún propósito sino generar respuestas del público para sentir que estás generando algo en ellos, no la hagas. Es irrespetuoso.

Mapa del camino:

Tienes la idea de la charla, ahora crea el hilo argumentativo – Puede que tengas la idea en tu cabeza, pero si no creas la línea argumentativa de como hablarás del tema no vas a lograr capturar a la gente. Con saber que vas a hablar de los indicadores en las empresas no es suficiente, tienes que enfocarlo. Utiliza frases narrativas que resuman de una forma interesante tu charla y definan el hilo narrativo que vas a seguir (ej: “Los indicadores de gestión: las vacunas que determinan la muerte o salvación de una compañía”, “Como la teoría del juego me hizo mejor ejecutivo y mejor papá”, “No era religioso hasta que conocí la cantidad de funciones que tiene el Excel”, “La literatura de Garcia Márquez le dio un Nobel a Colombia, y salvó mi pierna”.

Cuando tengas definida la línea argumentativa, intenta condensarla en el tiempo establecido, y define tiempos aproximados para cada cosa. No se trata de aprisionarte, sino que te servirá de guía para condensar tus conocimientos. Esta línea te ayudará a aterrizar más fácil la estructura de la charla.

Al establecer el hilo conductor, estás enfocando tu charla, entonces apégate a ese hilo. Claramente hay muchas cosas que queremos decir acerca del tema que escogimos, pero si no tienen una relación directa con lo que se va a hablar, no lo hagas. Ten clara la pregunta que buscas responder con tu conferencia, y si algo no tiene relación directa con esa pregunta, no lo incluyas en la presentación.

(Ejercicio que te proponemos: define la línea narrativa de una charla que quieras dar con un título atractivo).

Visualiza la estructura de la presentación:

Una forma de presentar la charla puede ser la clásica triada dialéctica (tesis, antítesis y síntesis). Sin embargo podemos usar otras técnicas que puedan ser más entretenidas y dinámicas: Una ejemplo podría ser empezando con Contexto y justificación del tema (Introducción al tema y porqué es importante) – Conceptos principales del tema (Definir los conceptos principales del tema que quiero desarrollar) – Práctica (Aplicaciones o ejemplos de la vida real de la temática y los conceptos definidos) – Conclusión (Condensación de lo expuesto e invitación a futuros temas de

interés relacionados con lo expuesto). Otra forma de hacerlo podría ser ver nuestra conferencia como un árbol, siendo la línea argumental central como el tronco que se eleva verticalmente, y las ramas como los diferentes conceptos que surgen del tema principal. La primera rama sería una anécdota para iniciar, las dos siguientes serían la historia y contexto de la temática, la siguiente se daría para una conclusión, y la última, sería las implicaciones futuras de los temas tratados.

Ten en cuenta esta lista de verificación TED para conferencias y charlas cuando estés estructurando tu charla o taller:

¿Se trata de un tema que me apasiona? ¿Inspira curiosidad? ¿Afectará en algo al público adquirir este conocimiento? ¿Se trata de información nueva o de algo que ya se sabe? ¿Realmente puedo exponer el tema en el espacio asignado? ¿Sé lo suficiente del tema? ¿Tengo la credibilidad o confianza en mi conocimiento para abordar este tema? ¿Cuáles son las 15 palabras con las que resumiría la charla? ¿Esas quince palabras convencerían a alguien de participar en la charla?

(Ejercicio que te proponemos: Coge la charla que escogiste en el punto anterior y resume la temática en 15 palabras).

Creando relación con el público:

El conocimiento y las ideas no se pueden imponer a la fuerza en las personas, antes que empezar a contar nuestras teorías, debemos crear una conexión humana con el público.

Una forma sencilla para lograr esto es el contacto visual: Los seres humanos estamos evolutivamente programados para interpretar a los demás mirándolos a los ojos y responder acorde con eso. Usemos eso para en lo posible establecer una relación positiva con nuestro público. Ellos reaccionan a lo que ven.

Reconoce tu vulnerabilidad. Entra desarmado con el público, comienza con algo vergonzoso o contando alguna historia relacionada con lo que se va a hablar que te humanice con el público. Esto ayudará también a separarte de tu ego.

No uses ejemplos políticos, es algo muy riesgoso. El hacer mención a un político que desagrade a alguien del público, así sea sin connotación negativa ni positiva, puede hacer que esa o esas personas se desconecten inmediatamente. Lo mismo con la religión.

Maneja la narración para tu beneficio:

Desde el descubrimiento del fuego por los seres humanos, la narración se ha vuelto un elemento esencial de la experiencia humana en los últimos 300 mil años.

Un aspecto esencial de las buenas historias es que empatizamos con los personajes, nos preocupa el desenlace, mantiene nuestra atención. (ej: El libro La Meta de Eliyahu Goldratt).

No se trata de hacer fábulas o parábolas si estás enseñando algo muy técnico, se trata de que introduzcas las historias de forma estratégica en la conferencia. Puede ser una forma adecuada para romper el hielo antes de introducir temas complejos o que pueden aburrir al público.

La historia debe contar con los siguientes elementos: básala en un personaje por el que tu público pueda sentir empatía, crea tensión (curiosidad, intriga social o peligro), ofrece solo los detalles necesarios y concluye con una resolución satisfactoria, ya sea gracias, conmovedora o reveladora.

La historia debe ser verdadera, no tiene que ser nuestra, pero debe ser verdadera. No puedes arriesgarte a que las personas sientan que hay falsedad en tu historia, eso los va a hacer sentir menos interesados y puede que no los recuperes.

(Ejercicio que proponemos: Elabora una historia para introducir la charla que has venido desarrollando en los puntos anteriores)

Evita las explicaciones aburridas:

Contextualiza lo que quieres explicar. No introduzcas de una el tema. Juega con él. Empieza contextualizándolo en el ahora y en una situación en la que esté siendo usado actualmente. Presenta los conceptos uno a uno. Crea metáforas para los conceptos y usa ejemplos que los aterricen a la vida real.

Ejemplo: Digamos que estás dando una charla en Java Script (difícil hacerlo interesante a un público general), podrías explicar que la gente, por lo común, tiene un modelo mental de lo que es un programa informático según el cual este consiste en instrucciones que se ejecutan una tras

otra. Pero en el Java Script las instrucciones pueden ser asincrónicas, no tienen un orden como el de acción 4 antes de la acción 5. Imagina que te estás vistiendo por la mañana y que fuera posible que te pusieras los zapatos antes que los pantalones (¡O los pantalones antes que los calzoncillos!). Es así como funciona la java script.

Evita la maldición del conocimiento: Psicológicamente hablando, solo se puede generar comprensión entre el conferencista y las personas que lo escuchan si ellas perciben una conexión entre las frases que se están diciendo (además de recordación). El problema es que cuando sabemos mucho de un tema, lo que tiene sentido para nosotros, puede no tenerlo para las otras personas. Apóyate en personas que no conocen el tema y ellos te dirán que lagunas puede haber en tu explicación.

Gánate a todos, incluyendo los incrédulos:

Persuasión es el proceso de demoler los preconceptos que pueden tener las personas que te escuchan y reemplazarlos sustituirlos con una nueva idea (El Excel es aburrido, yo soy abogado y no necesito saber cifras; tampoco me interesa saber de índices de analfabetismo en la India, no tengo porqué saber de noticias de actualidad fuera de mi materia).

Para luchar contra esa predisposición, podemos usar un ejemplo que introduzca la idea y demuestre porque podría no ser correcta. Si el viaje resulta agradable, las personas pueden ignorar que lo que se está diciendo va en contra de la intuición.

Usa la razón a tu favor. Somos criaturas racionales, usemos esa razón para demostrar nuestro supuesto (quorat erat demonstrandum). ¡Felicitaciones! Ya están listos para preparar su primera charla. La próxima semana te contaremos cómo abordar la siguiente y retadora fase del proceso: Estructuración concreta de la presentación.