



knowsquare .

GONZALO ÁLVAREZ MARAÑÓN

28 DE OCTUBRE DE 2016

**REVOLUCIONA TUS PRESENTACIONES COLOCANDO
A TU AUDIENCIA EN EL CENTRO DE LA
COMUNICACIÓN**

ARTÍCULO

knowsquare .

Privado y Confidencial

Prohibida su Distribución sin Autorización Expresa del Autor
y Know Square S.L.

Durante miles de años se situó a la Tierra en el centro del universo, con todos los planetas y astros, incluso el Sol, orbitando a su alrededor. En el siglo XVI Copérnico planteó un cambio radical en la teoría astronómica de la época: colocó al Sol en el centro del sistema y puso a la Tierra, los astros y los planetas a girar a su alrededor. Del geocentrismo se pasó al heliocentrismo, y esta revolución provocó una crisis de conciencia que posibilitó el nacimiento de la ciencia en Europa. En este artículo te propongo un cambio igual de radical que revolucionará tus presentaciones y te transformará en un comunicador eficaz y cautivador.

En una ocasión impartí una charla en un foro de innovación titulada «Si innovas en tu negocio, ¿por qué no innovar en tus presentaciones?». A su término, un periodista me preguntó:

- ¿Cuál es la mayor innovación en presentaciones?
- Deja de centrarte en ti mismo y céntrate en la audiencia, respondí.

La conclusión más poderosa a la que he llegado después de todos estos años formando a profesionales en el arte de la comunicación es que uno no es el centro de la presentación. Es la audiencia la que está en el centro. Por un lado, este cambio de enfoque resuelve en gran medida el temor y la inseguridad que asalta habitualmente a tantas personas que hablan en público; y por otro, facilita que nuestra comunicación sea realmente útil a la audiencia y ayude a resolver su problema, su conflicto o su necesidad particulares.

Coloca en el centro a tu audiencia y encuentra una nueva seguridad

La causa principal de nuestro miedo a hablar en público es que nos sentimos juzgados: tememos que nos encuentren fallos, que alguien nos deje en evidencia, parecer nerviosos, hacer el ridículo, quedarnos en blanco, no estar a la altura... Si te das cuenta, todas estas preocupaciones tienen un mismo y único centro: yo, yo, y yo.

A mi juicio, el problema estriba en que en semejantes circunstancias centras todo tu foco mental en ti mismo y en cómo lo harás. Te preocupas por lo que vas a decir y cómo lo vas a decir, por convencer, por imponer tu criterio. Tu propia inseguridad hace que busques a toda costa la aprobación de tu audiencia. Y cuanto más necesites su aceptación, más te esforzarás por impresionarla y menos por satisfacer sus necesidades. Por el contrario, cuanto más te preocupas por tu audiencia y menos por ti mismo, menor será tu miedo a hablar en público y mejor conectarás con ella.

Acepta ser el mentor en lugar del héroe

Quienes presentamos habitualmente nos arriesgamos a desarrollar un sentido desproporcionado de nuestra propia importancia. Tradicionalmente, los ponentes nos hemos creído los protagonistas de la función: ¿acaso no estamos en el ombligo del mundo (el centro del escenario) ante las miradas fijas de la audiencia?, ¿no esgrimimos el cetro (el micrófono) como símbolo del poder temporal que nos otorga el público?, ¿no impartimos sabiduría desde un plano superior (el estrado) a nuestra audiencia?

En estas circunstancias, es muy sencillo creerse el héroe de la película. Los ponentes que se dejan seducir por este sentimiento terminan creyendo que todo el acto se ha organizado para su lucimiento personal. Hablan de sí mismos, de sus logros profesionales, de las bondades de sus productos y servicios, de los muchos amigos que tienen en las altas esferas y de lo bien conectados que están. El foco de su presentación se centra en ellos mismos: su yo, su producto, su servicio, sus proezas. Y de esa manera acaban perdiendo la conexión con el público (si es que acaso alguna vez quisieron encontrarla).

Tú no eres el héroe que llega a salvar a la audiencia. Piénsalo, por favor. Y si quieres lograr algo heroico —una auténtica revolución copernicana— ¿por qué no dar la vuelta al planteamiento?, ¿por qué no otorgar a la audiencia el lugar central?, ¿por qué no ver al público como el auténtico héroe del acto comunicativo?

Por explicarlo en términos más sencillos: tú eres Yoda, no Luke Skywalker; Morfeo, no Neo; el señor Miyagi, no Daniel-San; en definitiva, tú eres el mentor que ha de guiar al héroe, aumentando su confianza, ofreciéndole perspectiva, aconsejándolo, acompañándolo en su entrenamiento, y asegurando que desarrolla las habilidades especiales que necesitará a lo largo del viaje que está a punto de comenzar.

Cuando aceptas asumir la función de mentor en lugar de héroe, se produce un cambio radical en el enfoque de la presentación, puesto que la actitud del mentor siempre será humilde antes que egoísta y preferirá permanecer en segundo plano para que el héroe alcance su premio. Tu objetivo no será, por tanto, exhibir tus conocimientos y aptitudes, sino lograr que la audiencia sea capaz de aprovecharlos en su beneficio. Te mantendrás alerta ante las necesidades de tu audiencia: ¿qué necesita?, ¿me está siguiendo?, ¿estoy resolviendo su problema?, ¿cómo puedo ayudarla mejor?, ¿le aportará valor mi presentación? Tu mensaje ya no brotará de la cabeza sino del corazón y conectará con las ideas y creencias que te apasionan.

Ahora bien, ¿has planificado tu presentación de manera que hayas averiguado qué necesita tu público y cómo puedes ayudarlo? ¿Tienes claro cuál es el beneficio que le puedes reportar? En el fascinante mundo de la publicidad vamos a encontrar valiosas

lecciones sobre cómo detectar necesidades y destacar beneficios para nuestra audiencia. Sigue leyendo, por favor. Te presentaré a Leo Burnett.

La buena publicidad conecta, atrapa la atención y se recuerda. ¿Y tus presentaciones?

Leo Burnett fue una leyenda de la publicidad. Considerado por la revista *Time* como uno de los personajes más influyentes del siglo XX. Su mayor logro fue simplificar los barrocos mensajes publicitarios de principios del siglo pasado y sustituirlos por otros sencillos que representasen con claridad los beneficios de los productos anunciados.

Una de sus citas más famosas sigue plenamente vigente y se aplica tanto a la publicidad como a las presentaciones: «Hazlo sencillo. Hazlo memorable. Hazlo agradable a la vista. Hazlo divertido de leer/escuchar».

La buena publicidad conecta, atrapa la atención y se recuerda. ¿Y tus presentaciones?

- Cuando las haces sencillas, facilitas la conexión intelectual.
- Cuando las haces memorables, se acuerdan de ti, de tu producto, de tu empresa.
- Cuando las haces agradables a la vista, mejoras la conexión emocional.
- Cuando las haces entretenidas, captas la atención y la mantienes.

Si lo que aconseja Leo Burnett funciona en la publicidad, también funcionará en tus presentaciones. Y como afirma [Gary Vaynerchuk](#) en su libro [Jab, Jab, Jab, Right Hook: How to Tell Your Story in a Noisy Social World](#), aún podría añadirse una quinta máxima de vital importancia:

Hazlo para la audiencia, no para ti

Sé generoso. Sé informativo. Sé entretenido. Sé inspirador. En tus presentaciones sé todo aquello que disfrutas y valoras en otras personas.

Pon a la audiencia en el centro de tus presentaciones y abrirás la puerta a una nueva conciencia sobre las posibilidades de la comunicación.