

PREPARADO POR:

GONZALO ÁLVAREZ MARAÑÓN

10 DE JUNIO DE 2011

BACKCHANNEL E
INTELIGENCIA COLECTIVA EN
PRESENTACIONES

RESUMEN Y VÍDEO DEL TALLER

knowsquare .

Privado y Confidencial

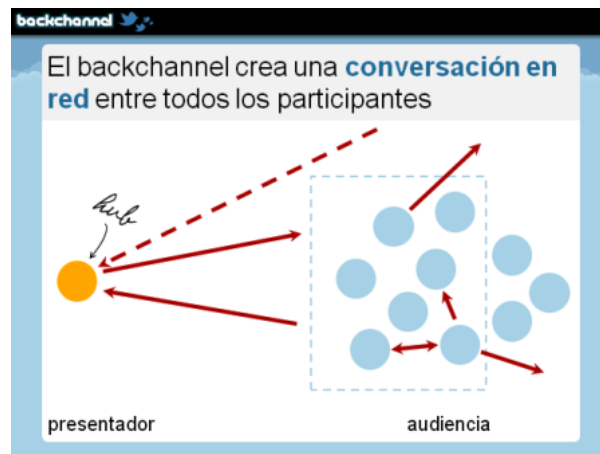
Prohibida su Distribución sin Autorización Expresa del Autor

El pasado 25 de mayo impartí un Taller sobre Backchannel en Madrid en el Centro de Innovación del BBVA organizado por Know Square. Mi objetivo con este Taller era poner de manifiesto la potencia del grupo a través del backchannel. No buscaba proporcionar una presentación acabada que encapsulase las grandes *verdades* del backchannel, sino crear una dinámica participativa en la que los asistentes locales y remotos pudieran co-crear la presentación. En lugar de ofrecer un pastel, pretendía proporcionar los ingredientes y hornear y comernos el pastel entre todos.

En las transparencias de la presentación, disponibles en <http://www.slideshare.net/gonalvmar/backchannel-de-presentaciones-a-conversaciones-en-red>, abundaron las pausas y los silencios: espacios en blanco para que la audiencia rellenase con su experiencia y sabiduría. Como resultado, el taller sobre backchannel fue una obra colectiva, no el resultado del esfuerzo de una sola persona, en el que todos quienes quisieron pudieron participar y aportar valor.

Después de todo, ¿para qué asistimos a presentaciones? Personalmente, yo lo hago para exponerme a nueva información, para inspirarme, para aplicar a mi vida lo que he aprendido y cambiarla a mejor. A fin de cuentas, el éxito de una presentación se mide por el cambio que produce en los asistentes.

Las audiencias han muerto. ¡Larga vida al tranceptor!



En la presentación tradicional, la información fluye unidireccionalmente. El backchannel abre un nuevo canal de comunicación entre todos los participantes en un evento: los organizadores, los ponentes y los miembros de la audiencia, quienes pueden estar físicamente en la sala o en cualquier otro lugar. El backchannel crea así la posibilidad de una conversación en red entre todos ellos. El viejo modelo de presentación está quedando obsoleto.

Como apuntaba Stephan Fuetterer en su blog: las audiencias han muerto, ha nacido el tranceptor (<http://www.mediosociales.es/medios-sociales/las-audiencias-han-muerto-larga-vida-al-tranceptor/>). Las audiencias están cambiando de formas profundas:

- Las audiencias ya no acuden a las presentaciones como única fuente de información: Ahora cuentan con la Wikipedia, con blogs, Youtube, Twitter, etc. Buscan algo más que pura información, a la que ya tienen acceso ilimitado por su cuenta.

- Las expectativas de las audiencias en las charlas han aumentado drásticamente: Demandan información que no puede encontrarse en otra parte, desean experiencias humanas y auténticas, no impersonales ni corporativas. Buscan nuevas ideas, nuevas interpretaciones, inspiración. Quieren algo que no sepan ya o que no hayan visto todavía.
- Las audiencias quieren mayor participación: El modelo unidireccional de presentación en el que un ponente habla desde un estrado como un rey a sus súbditos pasmados ha quedado caduco. La audiencia no es un receptor pasivo de la sabiduría del ponente. Quiere formar parte de la experiencia, co-crearla, involucrarse activamente.
- Las audiencias se marchan si no encuentran lo que desean: Si no interesa lo que dice el ponente, la audiencia se va de la sala o se enfrasca en sus dispositivos móviles. No tolera malgastar su tiempo. Las nuevas audiencias se hacen respetar.



El backchannel pone en manos de estas audiencias la tecnología para reclamar el control y hacer escuchar su voz.

Los cambios en las audiencias generan transformación en las presentaciones

El rol de presentador ha dejado de ser el de única fuente autorizada de emisión de información. El presentador pasa a convertirse en un facilitador, un guía para ayudar a la audiencia a encontrar su propio camino. Durante años hemos mirado al presentador como un semidiós omnisciente de cuya sabiduría bebíamos embelesados. ¿Tiene una sola persona todas las respuestas? Según un asistente al Taller:

@jmbolivar: Creo que el rol del presentador está sobrevalorado... #knowsquare @ArtePresentar

Ya es hora de admitir en voz alta con humildad que un presentador puede poseer un profundo conocimiento sobre un tema, pero no puede pretender saber más que nadie en la sala sobre todos y cada uno de los aspectos tratados. Señores, bajemos de nuestro pedestal y pongámonos al nivel de la audiencia.

El backchannel brinda un canal de comunicación para explotar este valioso conocimiento disperso entre los miembros de la audiencia, siempre y cuando el presentador lo fomente y espolee.

Una forma de conocer la opinión de la audiencia sobre un tema es gracias a las votaciones y encuestas, que pueden realizarse en directo a través de herramientas como Pollowers. Animé a los participantes a opinar sobre si proyectar el backchannel a la vista de la audiencia durante las presentaciones y en poco más de un minuto se habían recibido 72 votaciones, cuyo resultado se recoge en <http://www.pollowers.com/poll/73408020322861056>.

La sabiduría del grupo complementa a la sabiduría del individuo

Durante el taller pudimos disfrutar de varios ejemplos en los que mis datos se vieron complementados por la audiencia, como recoge el siguiente tweet:

@eborrajeros: #knowsquare prueba de inteligencia colectiva. La conversación añade hasta 4 buenos ejemplos a los datos x el ponente @ArtePresentar

Ante ésta y otras muestras de aportaciones de la audiencia para expandir y enriquecer la información proporcionada por el ponente, algunas voces comenzaron a hablar de inteligencia colectiva:

@jmbolivar: El talento colectivo de la audiencia es superior al del ponente. El backchannel permite aprovecharlo #knowsquare



James Surowiecki advierte en su libro de lectura obligada "The wisdom of crowds" (en español "Cien mejor que uno: La sabiduría de la multitud o por qué la mayoría siempre es más inteligente que la minoría") acerca de la necesidad de la concurrencia de una serie de condiciones para que de verdad pueda ponerse de manifiesto esta superior inteligencia de un grupo:

- Diversidad de opinión: Un grupo tomará mejores decisiones cuanto más variada sea su composición. La multidisciplinariedad conduce a mejores soluciones.

- Independencia: Las opiniones de los individuos del grupo no deberían estar mediadas por las opiniones de los que los rodean ni influidas por los propios miembros del grupo con el fin de asegurar que los errores no estén correlados y aumentar el flujo de información nueva.
- Descentralización: Los individuos del grupo deberían poder especializarse para aumentar la diversidad de opiniones y variedad de información y recurrir al conocimiento local.
- Agregación: El riesgo de la descentralización es que la información generada localmente puede no llegar al resto del grupo. Es crucial desarrollar mecanismos de agregación de la información para convertir los juicios privados en decisiones colectivas.



Ídolos con pies de barro

Algunas organizaciones y ponentes son reacios a la creación de estos canales de comunicación paralelamente a su ponencia. Temen que la inteligencia colectiva de la audiencia armada con Google sea muy superior a la suya propia y pueda poner sobre la mesa datos más actualizados o señalar errores en los suyos.

@BeatrizSiguenza: El Backchannel puede hacer peligrar la reputación del ponente. #Knowsquare

Bajo mi punto de vista es bueno que el backchannel sirva para sacar los colores a ponentes que no dominan su material o que llevan años mostrando los mismos datos y ejemplos cansinos. Lo formulaba con acierto un asistente remoto:

@agustilopez: El backchannel no pone en aprietos al ponente, le pone su mala preparación #knowsquare

El backchannel ayuda por tanto a depurar el panorama de las presentaciones de malos ponentes. Las audiencias están cansadas de tragar en silencio mientras escuchan a los mismos presentadores de siempre contar las mismas cosas de siempre. Cuando la audiencia es colectivamente más inteligente que el presentador, una de dos: o el presentador actúa invocando esa inteligencia o se enfrenta a un serio problema. Siempre he creído que el protagonista de una presentación es la audiencia, no el ponente. El backchannel recentra el foco de atención en la audiencia y no en el ponente.

El backchannel no es algo que la organización decida si habrá o no habrá. Sólo puede decidir si lo proyectará en una gran pantalla a la vista de todos o no.

La creación del backchannel no puede controlarse por la organización del evento ni por los ponentes. El backchannel es espontáneo, auto-organizado y descentralizado. Cualquier intento de dirigirlo o silenciarlo es contraproducente.

Ya va siendo hora de aceptarlo. Desde que llegó Twitter, el backchannel da voz propia a las audiencias. Las audiencias están cambiando.

Te guste o no, mientras tú hablas tu audiencia puede estar usando las redes sociales desde su móvil o portátil. Te guste o no, el backchannel siempre termina creándose. Te guste o no, nadie puede controlarlo.

Lo que sí puedes hacer es influirlo, alimentarlo, encauzarlo. Siempre desde la humildad y desde el objetivo de valorar a la audiencia y desear aportarle valor.

¿Cumple el backchannel los cuatro criterios de Surowiecki?

Resulta obvio que estos cuatro criterios clave no siempre se concitan en los grupos y mucho menos en dospuntocerolandia, donde tendemos a formar estrechas comunidades que se miran el ombligo. Después de todo, sigues a los que son afines a ti y te siguen aquellos a quienes les gusta lo que dices. ¿Puede el backchannel ser germen de inteligencia colectiva?

A menudo durante las ponencias sólo se escuchan comentarios positivos que se realimentan. ¿Qué ocurre? ¿Se guarda la gente los comentarios negativos por miedo a quedar mal cuando hay una avalancha de buenas críticas? Un asistente ponía el dedo en la llaga:

@lernys: Menos complacencia y más crítica #knowsquare

Considero que el criterio de Surowiecki más difícil de alcanzar es el de independencia. Pesan mucho las cascadas de información fruto de retuitear las mismas frases; el efecto rebaño que induce a actuar como la masa; y la prueba social, ya que si mucha gente hace algo, debe existir una buena razón, ¿no? Cuanto más grande es un grupo, más influenciable termina volviéndose. Reflexionaba con acierto una asistente:

@softbardskills: Cuando tuiteas las palabras del ponente según expone, se convierten en verdades absolutas que saltan el filtro de la reflexión #knowsquare

Cuando numerosas voces del grupo alaban al ponente, parecen apagarse las críticas. Por el contrario, cuando mayoritariamente se expresan emociones y sentimientos negativos, crece el número de voces descontentas. Lanzo la pregunta: ¿puede un backchannel ser realmente independiente?

La conversación en red

Según Surowiecki, bajo las circunstancias adecuadas, los grupos pueden tomar mejores decisiones que la persona más inteligente en ellos. Cuando los individuos de la multitud son apropiadamente

diversos, independientes y descentralizados, sus decisiones agregadas resultan sorprendentemente acertadas.

El backchannel ayuda a agregar la información y opiniones descentralizadas de personas diversas y en buena parte independientes entre sí. Ayuda a descubrir nuevo conocimiento y crear relaciones que habrían pasado desapercibidas en los auditorios de antaño. No es un catalizador perfecto de la inteligencia colectiva, pero no conozco otra herramienta que se le aproxime.

En el Taller vivimos un ejemplo de participación y co-creación del conocimiento gracias a una gran conversación en red en la que hicieron escuchar su voz asistente en local que seguían *in situ* el taller, así como asistentes en remoto que lo seguían a través de videostreaming y del backchannel. Parte de esta conversación ha quedado registrada en un tweetdoc (<http://www.tweetdoc.org/View/15957/knowsquare>).

El Taller puso de manifiesto que es posible integrar el backchannel en una presentación para profundizar en un tema desde el conocimiento y la perspectiva de numerosas personas.

El backchannel permite transformar cada presentación en una oportunidad de creación de comunidades

El backchannel ayuda al organizador de eventos a darle mayor difusión; a captar nuevos asistentes; a escuchar y dar respuesta a opiniones, comentarios, quejas y sugerencias para la buena marcha del evento; a llegar a audiencias físicamente inaccesibles; a conocer mejor a los asistentes; a humanizar a las audiencias; a informar a través de nuevos canales sobre lo que está ocurriendo en el evento; a recopilar más información sobre el sentir de la audiencia para analizar y aprender con el fin de mejorar en futuras ediciones.

El backchannel expone al ponente a audiencias que de otra manera nunca conocerían su mensaje. Los asistentes en la sala tuitearán los mejores contenidos, haciéndolos llegar a sus propias audiencias, lo que amplifica el mensaje del ponente. Además le permite involucrar a la audiencia de nuevas formas antes, durante y después de las presentaciones: invitándola a plantear sus inquietudes y sus temas de interés, animándola a participar a través de juegos, encuestas y votaciones, formulación de preguntas, búsquedas de información complementaria, etc. Y por supuesto, el análisis de toda la información vertida en el backchannel le permitirá depurar sus mensajes, conocer qué es lo que más atrae, lo que más polémica suscita, etc. y seguir la conversación más allá del día de la presentación.

El backchannel da voz a la audiencia. Permite que los asistentes conversen entre sí y con la organización y los ponentes. Les brinda la oportunidad de complementar o corregir la información de los ponentes, a expresar en voz alta su opinión sobre los temas de las conferencias o sobre la marcha del evento. El backchannel enriquece la experiencia de la audiencia.

Todo cambio es difícil de asimilar, ya que implica riesgo o sacrificio

Aunque considero que no estamos maduros como presentadores ni como audiencias para incorporar el backchannel plenamente, colectivamente estamos reformulando la mejor manera de incorporarlo a los eventos. El backchannel ya está aquí, no es una opción. Se encontrará con la resistencia natural que todo cambio provoca. Luchar contra él o prohibirlo no sólo es inútil, sino contraproducente.

Hay que reflexionar sobre cómo integrarlo en los modelos propios de eventos y presentaciones para sacarle el máximo partido. No es una moda, es una revolución.

Desde que existe Twitter y se utiliza espontáneamente para crear backchannels, las presentaciones ya no serán nunca las mismas.

VIDEO DEL TALLER

<http://agoranews.es/2011/05/25/directo-backchannel-de-presentaciones-a-conversaciones/>

© Gonzalo Álvarez Marañón
© Know Square S.L.