



## Método TED para hablar en público

Los secretos de las conferencias que triunfan en todo el mundo

(How to Deliver a TED Talk)

Jeremy Donovan | Alienta © 2013

Jeremy Donovan conoce el método TED. Como experimentado maestro de ceremonias, aplica sus conocimientos sobre hablar en público al formato de las renombradas presentaciones TED. Adopta un tono coloquial y directo para recordar a los lectores que cualquiera – independientemente de cuán inexperto sea– puede dirigirse al público TED con éxito. El consejo de Donovan es coherente si tiene en cuenta este sencillo patrón para presentaciones estilo TED. Es curioso, pero él nunca confirma ni niega haberse presentado alguna vez en una reunión de TED. En cambio, escribe que ha analizado muchas presentaciones TED para desglosar su estructura, desarrollo, fortalezas y debilidades. *getAbstract* recomienda los frutos de su ávido análisis a quien aspire a –o tenga programado– exponer en una reunión de TED, y a todo el que quiera organizar y presentar material de manera efectiva.

### Ideas fundamentales

- Planifique el final de su presentación estilo TED (Tecnología, Entretenimiento y Diseño) antes de concebir el comienzo.
- Su presentación estilo TED debe plantar una sola semilla de inspiración.
- Presente ese solo mensaje unificador de tal manera que sea inolvidable.
- Su lema debería ser tan breve como sea posible.
- Comience su charla con una historia verdaderamente única y personal.
- Independientemente de cuán larga sea su charla, divídala en tres partes:
- Cuénteles al público qué le va a decir; dígalos; y luego, cuénteles qué le dijo.
- Su historia debe activar la cognición de los hemisferios del cerebro de sus oyentes.
- Combine estadísticas y datos duros con historias emotivas.
- Recuerde que el público quiere que usted triunfe.

## Resumen

### TED: Tecnología, Entretenimiento y Diseño

TED, una organización sin fines de lucro que divulga conceptos y prácticas innovadores en tecnología, entretenimiento y diseño, organiza conferencias exclusivas y publica presentaciones de esas conferencias en Internet para que puedan ser vistas sin costo. Cada presentación TED se lleva a cabo frente a un público en vivo y no debe durar más de 18 minutos. Los empresarios más exitosos, los científicos más brillantes y las estrellas de rock más famosas han realizado presentaciones TED, así como miles de personas trabajadoras menos conocidas. Usted puede contar su historia inspiradora en TED –o en cualquier lugar– si usa sus emociones y las comparte a través de un relato cautivante.

*“La segunda tipología de ponentes son como tú y como yo, personas normales con historias extraordinarias que contar”.*

¿Se ha esforzado por superar un obstáculo? ¿Ha perseverado pese al fracaso? ¿Le han arrebatado algo o a alguien que ama? ¿Puede convertir el relato de un drama cotidiano en una historia extraordinaria? Para llegar al corazón y la mente de los oyentes, aproveche los sentimientos, la inspiración y el impacto de su historia, y preséntelos a través de una estructura organizada y convincente.

### Los 10 mandamientos

TED da una lista de qué hacer y qué no: los 10 mandamientos del contenido y la presentación. Este conjunto de prácticas más adecuadas incluye: 1) evitar gags trillados; 2) compartir una gran visión o una idea nueva; 3) contar una historia; 4) no vender nada; 5) recibir con agrado las risas; 6) compartir su curiosidad y su pasión; 7) referirse a otros oradores para establecer una conexión o generar controversia; 8) ser vulnerable y no egoísta; 9) no leer la presentación y 10) finalizar a tiempo.

### Cómo ponerse en marcha

Lo más probable es que la persona que lo presente no sepa nada sobre usted. Los eventos TED incluyen a tantos oradores que casi nadie presta atención a las introducciones. Si el comienzo de su presentación peligrará si el público no sabe algo sobre usted, escriba una introducción de un minuto –no más– para que lea el maestro de ceremonias. La mejor forma de comenzar es con una historia personal que se relacione con su mensaje fundamental y utilice a otra persona como héroe. Un comienzo impactante funciona bien solo si lo sustenta con comentarios subsiguientes. Para provocar respuestas emocionales, realice una pregunta fuerte o inquietante en lugar de brindar estadísticas sorprendentes. Preguntar “por qué” suscita mayor atención que “cómo”. Nunca empiece con una cita o un chiste. Nunca empiece con nada que sea vagamente ofensivo,

sexista, racista o tomado de la tira cómica *Dilbert*. Nunca diga: “Antes de comenzar”, ya que usted ya ha comenzado.

*“Si has logrado llegar a la edad adulta, seguramente habrás vivido incontables historias de perseverancia frente al fracaso”.*

Después de empezar, cree un puente hacia la parte principal de su presentación. Por ejemplo, pida al público que se imagine en ciertas circunstancias. El investigador del MIT Deb Roy pidió a la gente que se imaginara qué pasaría si pudieran registrar todo lo que dicen y hacen en su vida. Describir los beneficios de su charla hará que las personas se entusiasmen con aprender de usted. Dígalas a sus oyentes lo que habrán aprendido para cuando usted termine. Podría decir: “Saldrán de aquí con los tres principios de la felicidad”. Brinde tres pasos, tres estrategias, tres técnicas, tres herramientas.

## El contenido que inspira

El objetivo de su presentación estilo TED es inspirar. Siempre piense cómo finalizar su presentación aun antes de tener un borrador. Piense: ¿Cuál es la historia más increíble que puedo contar? ¿Cuál el momento de mayor felicidad o tristeza? ¿La lección más significativa? Una vez seleccionado el tema, construya la historia. Incluya a quien le enseñó la lección, porque las historias que más inspiran posicionan a otra persona como héroe. Las siete presentaciones TED más populares, según el número de vistas, tratan sobre seis áreas: enfermedades mentales, creatividad, liderazgo, felicidad, motivación y autoestima. Otras muy buscadas tratan de salud pública, educación pública y diversidad.

*“Siempre hay una introducción, un cuerpo del mensaje y una conclusión. El arte radica en cómo el conferenciante llena su lienzo”.*

Prepare su presentación de tal modo que satisfaga o exprese las cuatro necesidades cruciales de toda persona: el amor y la pertenencia, el deseo y el interés, el aprendizaje y el crecimiento, y la esperanza y el cambio. Para presentar estos conceptos apropiadamente, elija una sola y potente idea unificadora. Nunca describa múltiples experiencias que se sumaron para generar un cambio de vida. Seleccione un hecho o una idea como el criterio que mantendrá a lo largo de su presentación. Para que sea memorable, elija un lema o eslogan breve que resuma su objetivo. Una conclusión perfecta incluye un llamado a la acción que rime o que tenga ritmo, como “La clave es el porqué” del orador TED Simon Sinek (también es el título de su libro). El lema le da el contexto perfecto a usted y su charla. Generalmente, un maestro de ceremonias brinda ese contexto, pero eso no ocurrirá en TED.

## Cómo preparar su presentación

Cuéntele al público qué le va a decir, dígalo y cuénteles qué le dijo. La introducción es la sección sobre qué va a decir, la sección para decirlo es el desarrollo de la charla. Arme su presentación sobre la base de esas tres secciones. Elija una de estos tres marcos narrativos y atégase a él:

- **Situación-complicación-resolución** – Describa su situación. Enganche al público con la razón por la cual su situación –y en consecuencia, el universo más amplio en el que transcurre– es peligrosa o complicada. Finalice ofreciendo una solución que resuelve la cuestión y que hace uso de las oportunidades que mencionó en el inicio.
- **Cronológico** – Comience con el inicio de un periodo histórico, su niñez o el momento en el que se lanzó a la travesía del conocimiento. Trabaje sobre el marco temporal hasta llegar a la conclusión. Tal vez esta estructura sea la más sencilla y cómoda para los oradores primerizos.
- **Ideas-conceptos** – El mejor ejemplo de esta estructura es la Lista de los 10 Mejores de David Letterman. Por ejemplo, Richard St. John compartió ocho secretos del éxito. Una vez que el público sabe que su presentación sigue esta estructura, asumirán que está desarrollando su lista para alcanzar el punto culminante con el último ítem.

## Su relato

Estructure su charla de tal modo que cada sección involucre al hemisferio derecho o izquierdo del cerebro de cada oyente. Los relatos y la acción apelan al hemisferio derecho emocional del cerebro, mientras que los datos, las estrategias, los consejos y las técnicas estimulan al hemisferio izquierdo. Su meta es convencer a los oyentes de que modifiquen su perspectiva sobre una situación o que actúen. Por ende, usted debe guiarlos en un viaje emocional. Mencione datos para convencerlos de su credibilidad y para convencer al escéptico hemisferio izquierdo del cerebro. Combine los datos con historias de verdadera emoción para involucrar al hemisferio derecho. Explique las estadísticas de tal forma que desarrolle la conexión emocional del público con los datos concretos y fríos. Por ejemplo, en lugar de decir “Setenta millones de estadounidenses padecen cardiopatías”, diga “Miren a su alrededor. En esta sala, uno de cuatro de ustedes padece una cardiopatía que lo llevará a la muerte”. Desarrolle partes de su historia en forma de pregunta. Involucre al público pidiéndole que se sitúe en la realidad que usted describe. Pregunte si se han enfrentado a un dilema similar y cómo lo sortearon.

*“La introducción que más éxito contrastado tiene es la anécdota personal”.*

Las historias más efectivas son las tuyas, las de su vida, su trabajo, sus relaciones, éxitos y fracasos. Pero nunca se convierta en el héroe. Para su público, usted es un par, su guía. Cuente una historia personal que presente a otra persona como héroe: su cónyuge, un maestro, su jefe, un extraño en el autobús... cualquiera menos usted. No explique todo. Deje que su público lo siga a medida que los oyentes descubren los estratos de su historia. Nunca se preocupe por ser

objetivo. Revélese y revele sus sentimientos. Realce cada emoción con un dato y cada dato con una emoción.

*“Los mejores conferenciantes de TED utilizan esta forma al menos el doble de veces de las que hablan en primera persona del singular, con el «yo»”.*

Su historia necesita un argumento. Aténgase a lo básico. Comience con los personajes, sitúelos en un contexto de peligro que despierte la emoción, resuelva el conflicto y enuncie las conclusiones que les deja su lucha. Si menciona ciertos rasgos de los personajes, su público se identificará más fácilmente con usted. Describa a los personajes de manera vívida. Encarne su forma de hablar o actuar. Relacione a cada personaje con un lugar específico del escenario. Cuando hable como el Personaje A, párese en un lugar. Cuando hable como el Personaje B, desplácese a otro sitio. Vuelva siempre al lugar de cada personaje antes de hablar con la voz típica de ese personaje o de representar su conducta particular. Invente obstáculos o dificultades cuya intensidad incrementa progresivamente para que sus personajes los superen. Hacerlos elegir entre el bien y el mal es aburrido. Deberían elegir el menor de dos males o entre dos buenas opciones. Asegúrese de terminar su historia: que contenga una conclusión que satisfaga el argumento, un final feliz o triste, positivo o negativo. Un final feliz inspira los llamados a la acción. Un final triste enseña lecciones. El final es su oportunidad de transmitir sabiduría.

## La presentación

Esfuércese por lograr un tono coloquial y suave. No dé un sermón; no grite; no susurre; no se apresure. Evite el lenguaje callejero o las jergas. Hable con frases completas y simples. La mayoría de los presentadores TED utilizan un nivel lingüístico de sexto grado. Deshágase de toda muletilla: “este, bueno, ustedes saben” o “tipo”. Produzca ráfagas de palabras o frases separadas por pausas. Intensificará el suspenso y hará que su público preste atención. Varíe la velocidad y el volumen. Sea consciente de su respiración. Las personas que están nerviosas realizan inspiraciones poco profundas; por lo tanto, respire profundamente. Hable más lentamente de lo que crea adecuado. Muchos suponen que hablan más lentamente de lo que en realidad hacen. Diga “ustedes” tan frecuentemente como sea posible para involucrar al público. No use fórmulas de tratamiento informales. Diga “ustedes”. El 40% de los presentadores TED más populares no usan diapositivas. Si debe utilizarlas, páguele a un diseñador profesional para que las cree. Tanto en lo respectivo al diseño como al número de diapositivas, menos es más: menos tipos de letra, menos colores y menos diapositivas, es mejor.

*“A la hora de iniciar la conferencia, recuerda que el público quiere que sea un éxito”.*

Sea consciente de su postura corporal. A menos que esté representando a un personaje, mantenga las manos cómodamente ubicadas a los costados del cuerpo. Párese de manera simétrica, con su peso distribuido equitativamente en ambos pies. Evite los siguientes errores comunes:

- **Hoja de parra** – Sujetarse las manos al frente lo hace verse tímido e impotente.
- **Bolsillos** – Saque las manos de los bolsillos o lucirá demasiado informal.
- **Descanso del desfile** – No cruce las manos por detrás. Se verá rígido.
- **Caderas** – No se pare con las manos en las caderas; se verá enojado o regañón.
- **Brazos cruzados** – Se verá dominante, como si estuviera retando a alguien o desafiando.
- **Tocarse** – Si se toca la cara, la cabeza o el pelo, parecerá que está nervioso.

*“Nadie se sienta a escuchar perorar a otras personas durante horas a menos que vaya a obtener algo a cambio de su inversión en tiempo y atención”.*

Sonríale al público, pero no exagere. Haga contacto visual con la mayor cantidad posible de personas, no por demasiado tiempo: sería mirar fijo a alguien; no por demasiado poco tiempo: parecerá nervioso. De tres a cinco segundos es el intervalo de contacto visual más adecuado. A menos que esté representando personajes, quédese en un solo lugar. Por supuesto, debe estar bien vestido y arreglado.

### **Para redondear**

Nunca diga: “y para concluir”. Diga: “Ahora hemos llegado al final de nuestro viaje”. Hable con frases cortas hacia el final. Evite hacer un resumen; no está presentando la reseña de un libro. Nadie se ha olvidado de lo que usted dijo. Lo ideal es que su última frase presente el punto más importante, uno que pueda presentarse de manera independiente. Podría finalizar exhortando al público con un potente llamado a la acción o planteando una pregunta fuerte o impactante. Algunos piensan que debería finalizar con un “muchas gracias”. Otros creen que eso disminuye el impacto de los últimos instantes. Independientemente de ello, casi todos finalizan agradeciendo a los miembros del público.

### **Cómo manejar el pánico escénico**

La mayoría de las personas temen hablar en público. Para evitar los nervios, dedique tiempo a los preparativos. Llegue temprano. Pruebe el podio –asegúrese de que haya– y revise las luces, el sistema de sonido, el micrófono y el proyector. Verifique que las diapositivas estén en orden. Revise el escenario. Visualice cómo se desplazará. Su público quiere que triunfe. Nadie quiere que fracase.

## Sobre el autor

**Jeremey Donovan**, vicepresidente de mercadotecnia de Gartner Inc. (firma de investigación y consultoría en tecnología informática), organiza eventos TEDx y es miembro de Toastmasters International.



¿Le gustó este resumen?

[Comprar el libro](#)

<http://getab.li/21130>

Este resumen solo puede ser leído por Mariana Segovia Montes (mariana.segovia@novartis.com)

getAbstract asume completa responsabilidad editorial por todos los aspectos de este resumen. getAbstract reconoce los derechos de autor de autores y editoriales. Todos los derechos reservados. Ninguna parte de este resumen puede ser reproducida ni transmitida de ninguna forma y por ningún medio, ya sea electrónico, fotocopiado o de cualquier otro tipo, sin previa autorización por escrito de getAbstract AG (Suiza).