



# ¿MODO ANALÍTICO O NARRATIVO?

## EL CONCEPTO

*Presentando datos activamos el “modo analítico”. Contando historias activamos el “modo narrativo”*

Y la respuesta por defecto del cerebro en “modo analítico” es cuestionar. En cambio en “modo narrativo” es empatizar y dejarse persuadir. Por eso, las presentaciones que se limitan a la plasmación de datos generan inacabables discusiones, y no suelen persuadir. Mientras que las que cuentan una historia (que puede incluir sin duda ciertos datos) logran mucho más fácilmente la persuasión. La narrativa no sólo tiene una función de impacto, sino que ayuda a vender las ideas.

*Ejemplo: Si explicamos que la duración media de la nueva batería de nuestra tablet es de 12 horas es fácil que nos cuestionen: ¿en qué condiciones? ¿con qué uso? ¿con qué nivel de brillo en la pantalla?. Si contamos que hemos viajado de Madrid a Panamá (11 horas de vuelo) viendo 8 episodios de nuestra serie en la tablet sin tener que recargarla es muy posible que impresionemos a nuestra audiencia sin que nos cuestionen al respecto.*

## CÓMO UTILIZARLO

1. Entrénate en convertir los datos en hechos narrables: 100.000 personas son el campo del Barça lleno. 3h y media de tiempo es un viaje en AVE Madrid Barcelona sin escalas. 15 metros de altura es un edificio de 5 pisos.
2. Todos los datos tienen una historia detrás. Busca qué historia cuenta bien los datos que necesitas presentar, y límitate a presentar los necesarios. Cada dato de más es potencialmente una discusión de más.
3. Si necesitas discutir datos, exponlos. Si lo que necesitas es convencer de una idea, utiliza una historia. Vender una idea a base de datos puede fácilmente no funcionar, porque la mente en “modo analítico” no la va a comprar fácilmente.