



GANARNOS LA ATENCIÓN

EL CONCEPTO

No podemos exigir la atención, tenemos que atraerla.

Que tengamos una audiencia no significa que nos estén prestando atención, y la atención no es algo que tengamos de oficio, nos la tenemos que ganar.

Cuando en una presentación sucede lo que esperamos que suceda (un índice, una secuencia ordenada de datos, etc.) nuestro cerebro se queda en atención residual, es decir que *estamos pero no estamos*, y las posibilidades de distracción o desconexión de nuestra audiencia son altísimas. La obligación que tenemos como ponentes es atraer la atención, y hacerlo lo antes posible. Lo bueno de esto es que una vez la tengamos, difícilmente la perderemos.

Ejemplo: Recordaré toda la vida una presentación de un estudio de mercado en la época de las dispositivas físicas. La agencia que lo presentaba apagó la luz para asegurar una buena proyección. Al terminar y encenderlas, al tiempo que preguntaban si teníamos alguna pregunta, descubrieron al Director de Marketing... profundamente dormido.

CÓMO UTILIZARLO

1. Una vez tengas una presentación estructurada y bien desarrollada, interrógate sobre si hay alguna fuente de impacto. Si no la hay, búscala. No pares hasta encontrarla. Puedes desperdiciar un maravilloso trabajo por no haber captado la atención de tu audiencia.
2. Capta la atención lo antes posible. Si tienes un buen elemento de impacto, no lo dejes para el final. Tienes que utilizarlo para “comprar la atención” .
3. Tienes hoy en día muchos recursos – especialmente en internet – para encontrar imágenes o vídeos que puedan suponer un buen captador de atención. Pero si no los encuentras, una buena anécdota referida al tema siempre te funcionará. La narración es un excelente captador de atención, porque apela a nuestra curiosidad natural. Todos queremos saber cómo acaba una historia cuando comienzan a contárnosla.