

TED (iniciales de Tecnología, Entretenimiento y Diseño) nació en 1984 para difundir a través de conferencias «ideas que valieran la pena». En 2006 desembarcó en internet y hoy se ha convertido en la mayor plataforma mundial de contenido gratuito. Una de sus embajadoras, **Belén Viloría**, acompaña a *Nuestro Tiempo* en esta visita guiada a la historia y la estructura de TED.

TEXTO Paola Bernal [Com His 23] y Miguel Ángel Iriarte [Com 97 PhD 16] FOTOGRAFÍA TED

**EL PODER  
TRANSFORMADOR  
DE LAS IDEAS**

**TED**



**Chris Anderson**  
*TED's secret to great public speaking*  
TED Studio 2016



**Papa Francisco**  
*Todos nos necesitamos*  
TED 2017



**Ken Robinson**  
*Do schools kill creativity?*  
TED 2006



**Simon Sinek**  
*How great leaders inspire action*  
TEDx Puget Sound 2009



**Emily Esfahani Smith**  
*There's more to life than being happy*  
TED 2017



**Toni Nadal**  
*El valor del esfuerzo*  
TEDx Malagueta 2018



**Jordan Peterson**  
*Potential*  
TEDx University of Toronto 2016



**Michael Sandel**  
*The lost art of democratic debate*  
TED 2010



**Greta Thunberg**  
*The disarming case to act right now on climate change*  
TEDx Stockholm 2018



**Christiane Amanpour**  
*How to seek truth in the era of fake news*  
TED Global NYC 2017



**Íngrid Betancourt**  
*Lo que seis años de cautiverio me enseñaron sobre el miedo y la fe*  
TED 2017



**Bono**  
*The good news on poverty (Yes, there's good news)*  
TED 2013



**Dan Pink**  
*The puzzle of motivation*  
TED Global 2009



**Cameron Russell**  
*Looks aren't everything. Believe me, I'm a model*  
TEDx Mid Atlantic 2012



**David Blaine**  
*How I held my breath for 17 minutes*  
TED MED 2009



**Brené Brown**  
*The power of vulnerability*  
TEDx Houston 2010



**David Beriain [Com 99]**  
*Historias grandes, ojos pequeños*  
TEDx UniversidaddeNavarra 2013



**Chimamanda Ngozi Adichie**  
*The danger of a single story*  
TED Global 2009

COMO EXPLICA **CHRIS ANDERSON** (PAKISTÁN, 1957), responsable máximo de TED, en su libro *TED Talks* (2016), los seres humanos, desde tiempos remotos, hemos seguido la misma dinámica al escuchar un discurso: nos sentamos en grupo y oímos atentamente lo que otro nos transmite, desde la leyenda del Holandés Errante hasta el descubrimiento del bosón de Higgs. En la Antigüedad, las hogueras sirvieron como núcleo de las asambleas donde alguien se levantaba a contar experiencias o relatos, compartiendo consejos y emociones. Hoy, en un entorno globalizado, es imposible una reunión masiva como aquellas pero las charlas TED aspiran con su estilo a congregarse a un público interesado en conocer ideas que mejoren el mundo. El centro de la escena prehistórica lo ocupaba una hoguera; ahora, en esta «nueva era del fuego» de la que habla **Anderson**, audiencias de todo el planeta se congregan en torno a la característica alfombra roja de TED: una metáfora que atraviesa miles de años.

**EL MUNDO EN BUSCA DE SENTIDO.** TED se fundó en 1984. Ese año, el arquitecto y diseñador gráfico estadounidense **Richard Saul Wurman** organizó junto con el experto en tipografía y técnica televisiva **Harry Marks** una conferencia con el objetivo de reunir especialistas en tecnología, entretenimiento y diseño que tuvieran una idea nueva e interesante que aportar. De hecho, en el primer evento TED se presentó el entonces revolucionario *compact disc* de Sony y se hizo una demostración del primer Macintosh de Apple, iconos de los años previos a la llegada de internet. Sin embargo, aquella conferencia inicial perdió dinero y pasaron seis años hasta la celebración de la siguiente. Desde 1990 se organizaron anualmente en Monterrey (California). Seguían el esquema anterior con presentaciones de expertos en diferentes materias y mantenían un enfoque de cierta exclusividad: solo era posible asistir con invitación.

Esto cambió cuando, en 2001, la Sapling Foundation, dirigida por el británico **Chris Anderson**, adquirió TED. **Anderson** es una pieza clave para entender esta organización. Nacido en Pakistán, donde su padre ejercía como médico, estudió en Oxford, primero Física y luego el grado de Filosofía, Política y Economía. Después, durante varios años trabajó en diferentes medios de comunicación, tanto en Gran Bretaña como en Estados Unidos.

Según **Belén Viloria**, una de las veinticuatro embajadoras TEDx en todo el mundo, la organización debe mucho al carácter multicultural y visionario de **Anderson**; afirma que su llegada supuso «la apertura de TED al mundo». Hizo crecer la estructura interna de la organización y, sobre todo, la lanzó a internet. A partir de 2006 todas las charlas estuvieron dispo-

nibles en la red gratuitamente. Las reuniones para expertos quedaron atrás y se puso en práctica el lema todavía vigente hoy: «Ideas Worth Spreading» (Ideas que merece la pena difundir). Se amplió el abanico de temas más allá de los tres ejes iniciales y se buscó para ello a personas inspiradoras y apasionadas, algunas desconocidas hasta ese momento. Además, se multiplicaron los eventos organizados en numerosos países. Así, TED se hizo digital, global y local y se generó una comunidad amplia, encarnación visible de otro de sus eslóganes: «El mundo en busca de sentido».

Junto a la reunión anual de TED, que se ha desarrollado en California (en Monterrey y en Long Beach) y desde hace cinco años en Vancouver, en 2005 nació TED Global, un encuentro de varios días que anualmente se ha celebrado en ciudades como Oxford, Edimburgo o Arusha (Tanzania). Por otra parte, en 2009 surgió TEDx, nombre que reciben las conferencias organizadas por voluntarios de manera independiente bajo la supervisión de TED y con la ayuda de sus embajadores. En esos eventos se involucran personas concretas —que reciben las licencias a título individual— e instituciones diversas, principalmente edu-

## LOS VÍDEOS DE LAS CHARLAS TED TIENEN TRADUCCIONES O SUBTÍTULOS EN MÁS DE CIENTO IDIOMAS Y ALCANZAN MILES DE MILLONES DE REPRODUCCIONES

cativas. Por ejemplo, en la Universidad de Navarra se han organizado cuatro conferencias TEDx desde 2013.

Actualmente los vídeos de las charlas TED tienen traducciones en más de cien idiomas y alcanzan cifras muy altas de reproducciones (eran 3 000 millones hasta octubre de 2019). Este crecimiento ha requerido la creación de una estructura a la vez sólida y flexible, donde solo unas pocas personas tienen trabajos retribuidos —principalmente en la sede central situada en Nueva York— frente a las más de 25 000 que colaboran como voluntarios en la organización de los 4 000 eventos anuales TED y TEDx. Los ponentes tampoco cobran por sus sesiones; ni las personas que transcriben y traducen las miles de charlas; ni los veinticuatro embajadores que actúan como los ojos de TED en el mundo, para guiar y orientar a los nuevos voluntarios. Según **Belén Viloria**, la motivación obviamente no es económica: «Creemos en el poder de las buenas ideas, el conocimiento y la innovación, y es una satisfacción formar parte de este proyecto, aunque requiere un esfuerzo extraordinario ya que va en paralelo a tu propio trabajo y porque está en tus manos una marca muy poderosa que tú quieres y debes cuidar».



Otro elemento propio de la cultura institucional de TED es su estatus jurídico como fundación sin fines lucrativos. Para mantener su personal y su actividad cuenta con varias fuentes de financiación. La principal de ellas es la venta de entradas a los eventos, cuyo precio oscila en el caso de TED entre los 5 000 y los 250 000 dólares —siendo la estándar de 10 000 dólares— y en TEDx desde el acceso gratuito a los 100 dólares. Ambos tipos de actos reciben el apoyo de patrocinadores. Además, algunas compañías confiaron desde el principio en TED, o se fueron sumando después, y figuran como sus *partners*. Otros ingresos provienen de productos propios, libros y otros materiales.

En el núcleo de TED continúan sus charlas: presentaciones de no más de dieciocho minutos —se fijó esa duración por el «I Have a Dream» de **Martin Luther King**— en las que un ponente se enfrenta al público con dos únicas armas: una idea y la palabra. El apoyo gráfico o audiovisual tiende a ser sobrio. Sin embargo, la sencillez del formato y la variedad de contenidos han logrado consolidar un género y un estilo propios, de gran eficacia retórica y divulgativa. El propio **Chris Anderson** ha revelado el secreto de las charlas.

**NO HAY FÓRMULAS MÁGICAS.** En el libro *TED Talks* y en el vídeo *TED's Secret to Great Public Speaking*, **Anderson** explica que no se deben dar recetas de éxito generales. Habla, en cambio, de cuatro pasos para preparar una buena presentación. Pueden parecer enunciados que descubren la pólvora pero, tomados

en toda su profundidad, han provocado «el renacimiento de la charlas» del que habla **Anderson**, frente a los discursos de mayor duración.

En primer lugar, afirma **Anderson**, «conviene limitar la charla a una sola idea importante» y, si es posible, a algo que verdaderamente apasione al orador. El objetivo del ponente debe ser «perfilar una idea en la mente del público, un patrón de información que le ayude a entender el mundo y moverse en él». Así, la idea constituye el hilo conductor de la charla y, para desarrollar su «poder transformador», debe integrarse en un contexto y mostrarse a través de ejemplos claros.

Otra pauta del máximo responsable de TED es: «Ofrece a quien escucha una razón para atender». Para ello, se requiere «despertar la curiosidad en el público» con preguntas que lo integren en la charla. De este modo, la audiencia necesita al orador y quiere escucharle para que le explique mejor la idea. Los primeros minutos sirven para esto. Según **Anderson**, una vez que las personas desean saber más, compartir la idea resulta más fácil y sus mentes conectan con el pensamiento del orador, se crean los mismos patrones cerebrales y, posteriormente, una idea común.

Un paso adelante es «construir la idea, poco a poco, basándose en conceptos que el público entienda». Por la diversidad de la audiencia, se deben utilizar imágenes reconocibles por todos. Las metáforas ayudan mucho al orador a ensamblar las piezas y a que el espectador entienda el conjunto.

Ian Firth en el TED 2018 - *The Age of Amazement*, en Vancouver.  
Lawrence Sumulong / TED

PASA A LA PÁGINA 28 >



EMBAJADORA TEDx

## BELÉN VILORIA, UTÓPICA CON LOS PIES EN EL SUELO

**Belén Vitoria** (Valladolid, 1969) describe su vida como un prisma de muchas caras. Con razón. Esta vallisoletana entusiasta de sus raíces trabaja actualmente como directora de Marca y Comunicación de Cruz Roja España, colabora en varios medios informativos, desde 2012 organiza eventos TEDx y hace cinco años fue nombrada embajadora TEDx. El pasado mes de julio TED destacó a algunos de sus miembros más activos: entre ellos, junto a su responsable máximo, **Chris Anderson**, y algunos ponentes particularmente señalados, se encontraba **Belén Vitoria**. A pesar de eso, huye de la etiqueta de *influencer* y se autorretrata como «una per-

sona convencida del poder de las ideas», «una curiosa empedernida» o «una romántica del ser humano». Da mucha importancia a lo aprendido en su familia, donde hay varios miembros dedicados a la medicina; a ella atribuye su preocupación por las personas que sufren, su visión humanista del mundo profesional y un concepto que la ha atraído siempre: la innovación. Por alejarse algo de la tradición familiar, a los diecisiete años salió de Valladolid para estudiar en Madrid Economía y Derecho. Ocupó puestos de responsabilidad en varias multinacionales pero, después de dos décadas, dio un giro para dedicarse a organizaciones que buscaban ideas y estrategias de negocio o de comunicación: «Me dedicaba al consumo a gran escala y echaba de menos a la persona, al consumidor final». En ese momento creó una red de expertos en innovación social que se materializó en la fundación de Open Circle.

Con un toque de humor hay quien distingue científicos de pancarta, bata y corbata, en función de la implicación más o menos directa en una actividad. En

cambio, **Belén Vitoria** está en su elemento tanto en el cuartel general como en la trinchera: en reuniones de consejos de administración de empresas que buscan definir sus grandes líneas, ayudando a organizaciones a desarrollar modelos de negocio con impacto social en causas que cree importantes o urgentes —como la eficiencia energética, la sostenibilidad, el empoderamiento de los jóvenes— o involucrándose en actividades científicas, tecnológicas, de innovación o de divulgación como TEDx. Para llegar a todo —reconoce no lograrlo en ocasiones— da prioridad a dos conceptos: determinación y orden. Frente a la habitual pregunta «¿En qué trabajas?», prefiere la cuestión «¿A qué te dedicas?». En la diferencia entre ambos planteamientos reside quizá una clave para entender la actitud profesional y vital de **Belén Vitoria**: su dedicación con pasión a lo que considera que realmente merece la pena.

### ¿Cómo empezó su relación con TED?

Como suele ocurrir a las personas que conectan con TED: por casualidad. En

el momento en el que había decidido un cambio de vida tras años en empresas grandes, estaba preparando con un socio una presentación sobre innovación social y cultural, teníamos dudas sobre cómo explicar un concepto y sugirió: «**Belén**, mira esta charla que lo explica perfectamente en seis minutos». Creo que le comenté: «¿Qué me estás contando?». Pero era así. De hecho, no solo entendimos la idea sino que supimos verbalizar lo que queríamos decir. Decidimos poner la charla en la presentación y nos fue muy bien. Entonces pensé: «¡Si hubiera tenido antes esta mina!». Y lo sigo pensando: me parece que la facilidad de disponer de un conocimiento de una manera rápida, condensada y potente es lo que hace que dediques a una charla quince minutos de tu vida, que no es mucho. Después, supe que había TEDx en muchos países y no solo el evento mundial en Norteamérica. Me fui a uno en París en 2011 y me pareció emocionante; encontré ideas locales presentadas por personas no conocidas como conferenciantes profesionales y que estaban encima del escenario sin ningún miedo. Yo pensé: «TED ayuda a descubrir la riqueza que hay en la gente».

### ¿Cuál cree que es la clave del éxito de TED?

Eso mismo me pregunté en el evento en Francia del que he hablado, que para mí fue muy revelador. Me impresionó la energía que se estaba generando en la audiencia. Me planteé: «¿Qué tiene de especial esto, que me está provocando esta explosión y estas ganas de saber más, de querer entender qué es y ser parte de ello?». Fueron las dos cosas: ver que los desconocidos podíamos tener buenas ideas —ser constructores del cambio— y darme cuenta de que aquel formato creaba una magia especial. Después descubrí un tercer aspecto: la importancia de la preparación de las ideas para encontrar su verdadera esencia y transmitirla del mejor modo posible. Y, como remate, la producción. En esto en Estados Unidos son superiores. Impresiona cómo cuidan la iluminación, el sonido, las cámaras... y todo. El éxito está en saber conectar el conocimiento con las personas, física y digitalmente.

### ¿Conoce personalmente a Chris Anderson?

Sí. He coincidido con él y con su mujer, **Jacqueline Novogratzen** [empresaria estadounidense implicada en causas filantrópicas], en eventos TED mundiales. Me parece que **Anderson** es el gran visionario de la historia de TED y que en 2006 fue muy valiente al recoger la experiencia de años de charlas que podían ser algo elitistas y saber abrirse al mundo. En otros campos, como en el cine, las empresas protegen sus fórmulas para ganar más dinero. **Anderson** dijo lo contrario: «Difundamos más ideas y de manera inmediata». De hecho, todos los contenidos están en internet poco tiempo después de las exposiciones presenciales. Pero, junto a que son pioneros y tienen una visión amplia y mucha influencia, quizá lo más llamativo de los **Anderson** es que, cuando hablas con ellos, estás ante dos personas normales; eso me parece extraordinario.

**Belén Viloria** muestra una energía desbordante: gesticula, ríe con fuerza, enfa-

#### 4 TED PARA NO PERDERSE



**Jorge Ramos**  
*Why journalists have an obligation to challenge power.*  
Abril de 2017  
Vancouver (Canadá)



**Dylan Marron**  
*Empathy is not endorsement.*  
Abril de 2018  
Vancouver (Canadá)



**Susan Cain**  
*The power of introverts.*  
Marzo de 2012  
Long Beach (California)



**Esther Perel**  
*Rethinking infidelity: a talk for anyone who has ever loved.*  
Marzo de 2015  
Vancouver (Canadá)

## EN TED LA ÚNICA LÍNEA ROJA ES LA PSEUDOCIENCIA, UN CONOCIMIENTO NO DEMOSTRADO

tiza unas frases sobre otras y se ve que va pensando y repensando conforme habla. No esquivo ninguna pregunta, tampoco cuando se le plantea si TED es ideológicamente neutral.

### ¿Hay líneas rojas en cuanto a los temas que se tratan en TED?

Sí, la pseudociencia. Lo que se presente debe estar validado y además no puede tener fines comerciales, políticos o religiosos, ya que, de haberlos, podría llevar a *corromper* el diálogo que se fomenta en TED. Con estas premisas, se puede hablar de todo y, de hecho, eso es lo que ocurre.

### Pero han intervenido empresarios, políticos y líderes religiosos.

Sí, pero siempre dando entrada a ideas, no opiniones, que permitan el conocimiento desde distintas facetas. Por ejemplo, en una charla inolvidable [18-3-2014], **Edward Snowden** habló sobre los descubrimientos y filtraciones que había hecho. Estaba huido, le veíamos en una pantalla y fue algo que nos dejó con la boca abierta, porque no lo esperábamos y no se sabía dónde estaba. Horas después [20-3-2014] aportó su versión de esos hechos en TED el subdirector de la Agencia Nacional de Seguridad (NSA), **Richard Ledgett**. O cuando intervino el papa **Francisco** en 2017 —también tuve la suerte de estar allí—, poco después lo hizo el rabino **Jonathan Sacks**. El contraste de ideas en TED es bienvenido porque facilita un aprendizaje colectivo abierto. Incluso dio una conferencia **Benjamin Bratton**, un profesor estadounidense que cree que el formato TED simplifica demasiado los temas que se abordan. Por eso, la única línea roja real es la pseudociencia. Eso no se admite; eso no es conocimiento porque no está demostrado. Todo lo que se presenta en un evento TED o TEDx debe estar validado de alguna manera; de hecho, hay un comité científico al que los organizadores podemos acudir en caso de duda.

< VIENE DE LA PÁGINA 25

En cuarto y último lugar, **Anderson** insiste en «hacer que valga la pena compartir la idea». Los asistentes se tienen que preguntar qué aporta la charla y la respuesta ha de ser sincera; no puede servir a los intereses de una organización o del propio orador. La idea debe tener la capacidad de transformar la vida de una persona, de impulsar un cambio en el mundo.

Los millones de descargas y visionados de las charlas TED demuestran su eficacia comunicativa y su potencial en la generación y difusión de ideas. El periodista español **Alfonso Basallo** lo reconoció así en un artículo publicado por *Nueva Revista* en febrero de 2019 en el que describió al responsable de TED como «el **Arquímedes** del siglo XXI», un hombre «cuyo punto de apoyo para mover el mundo es la palabra: la habilidad para hablar en público, transmitir ideas y cambiar la visión del mundo de las personas».

Sin embargo, algunas voces han planteado una objeción a las *talks*: la falta de naturalidad de algunos de sus ponentes. Por ejemplo, la escritora británica **Julie Blindel** señaló en *The Guardian* hace unos meses que, en su opinión, muchos emplean expresiones, gestos y recursos de voz parecidos y están sujetos a un formato excesivamente rígido. «Puede ocurrir en algunos casos —afirma **Belén Vilorio**—, aunque mi experiencia es la contraria». Ella, que ha preparado a más de cien personas antes de sus charlas, cree que predominan las exposiciones de calidad. «La clave está en la diferencia entre explicar algo y contarlo, y esa naturalidad solo se logra con mucho trabajo». **Belén** comienza sus sesiones de preparación con los ponentes por el contenido, seis meses antes de la intervención. Durante las cuatro semanas finales dan forma a la presentación oral, «de tal manera que en el escenario no necesiten pensar. Si están así de seguros, acaban hablando delante del público como si tuvieran enfrente a un pariente cercano al que hace tiempo que no ven y le contarán lo apasionante que es su idea o su proyecto».

**NUEVAS IDEAS Y FUTURO.** La aceptación y el éxito de TED parecen lejos de agotarse. Una prueba de esto es la aparición continua de nuevos proyectos, algunos de los cuales deben su impulso a **Chris Anderson**; otros, a la creatividad de los voluntarios y desarrolladores locales. Estas iniciativas buscan ampliar el ecosistema de la fundación de modo que una persona no solo sea consumidora de las charlas sino que reciba una semilla de cambio personal y social y se implique en él. Entre las diecinueve actualmente en marcha se incluyen una sección de pódcast, un área para seguidores de charlas en español, los premios TED —concedidos desde 2005 y hoy transformados en The Audacious Projects— y varios espacios para contenidos educati-

vos (TED Talks Education, TED-Ed y TED-Ed Clubs). También, en un ámbito de interés más profesional, los TED Fellows Programs, en los que se reúnen expertos de determinadas áreas como la medicina, el periodismo, la ciencia o el arte para colaborar *online*, aportar soluciones a problemas de alcance mundial y posteriormente impartir una charla con sus innovaciones.

Pensando en el futuro de TED, **Belén Vilorio** reconoce la dificultad de prever cómo evolucionará y la propia organización ha abierto una reflexión al respecto: «En 2017 y en 2019 se han celebrado dos *summits* en las que más de mil personas del ecosistema —ponentes, público, personas de las oficinas centrales, traductores, educadores TED-Ed, organizadores TEDx, etcétera— hemos hablado sobre este asunto». Lo que parece claro es que **Chris Anderson** quiere que TED intensifique su actividad para seguir cumpliendo su fin: hacer llegar el conocimiento a todo el mundo y ayudar a las personas a transformarse. «Hemos estudiado distintas vías para que la apertura de TED sea todavía mayor —explica **Belén Vilorio**—. De hecho, diría que una obsesión de **Chris Anderson** es el concepto *radical openness* [apertura radical]».

## LOS MILLONES DE DESCARGAS DE LAS CHARLAS TED DEMUESTRAN SU EFICACIA COMUNICATIVA Y SU POTENCIAL EN LA GENERACIÓN Y DIFUSIÓN DE IDEAS

En esa línea avanzan varias actividades y programas en fase experimental. Una de ellas es TED Circles, en cuyo piloto trabajan 140 personas de todo el mundo, entre ellas **Belén**: «La idea es ambiciosa: que cualquiera, con un requisito mínimo de inscripción, pueda organizar pequeños debates presenciales en su entorno más cercano para generar conversación sobre los temas relevantes en el mundo. Una persona puede ser *host* en su propia casa o en un lugar público; el debate comienza con el visionado de una charla TED para dar contexto y, a partir de ahí, no hay ninguna pauta más». TED Circles está disponible desde enero de 2020.

Como se ve, lo que comenzó en 1984 como una reunión anual de personas interesadas en tecnología, entretenimiento y diseño ha dado paso a un conjunto de eventos y plataformas con unas dimensiones difíciles de delimitar. Con el carisma y la visión de **Anderson** y el trabajo de una especie de tribu global contemporánea, TED se ha convertido en una referencia mundial en la transmisión de conocimiento. Ha demostrado así que el *homo digitalis* del que hablan algunos autores comparte con el hombre de todos los tiempos su sed insaciable de buenas historias bien contadas. 