

Presentaciones eficaces

Cómo mejorar la comunicación con presentaciones de Power Point



Índice

Presentaciones eficaces.....	4
La importancia de la introducción.....	4
El cuerpo.....	4
El guión.....	5
Diseño gráfico y usabilidad.....	6
Power Point.....	7
Presentaciones online.....	8
El escenario.....	8
La audiencia.....	9
Y la estrella.....	10



Las presentaciones profesionales son pequeños espectáculos: tienen su platea, sus actores, su libreto y hasta sus bambalinas. Si no sabemos qué tipo de información recopilar y cómo organizarla, no podremos hacer un buen guión que nos sirva de apoyo y que, en un momento difícil, nos ayude incluso a salir airosos del apuro. Tampoco puede ser fácil saber cómo decantar toda la información para trasladar a las diapositivas la estrictamente necesaria, de modo que no sean redundantes y poco útiles. Ni aburridas: el empleo correcto de la tipografía y el color nos asegura una parte de la atención de nuestro público. Power Point es la herramienta estándar para compilar en un soporte audiovisual todo este trabajo. Pero la habilidad para conseguir un éxito recae en el presentador. Este informe ofrece una visión de lo que supone el conjunto de una presentación audiovisual: una mezcla de contenidos, diseño gráfico y habilidad expositiva.

Presentaciones eficaces

Las presentaciones con medios audiovisuales son más **persuasivas** que las que se hacen únicamente sobre una base oratoria. El hecho de respaldarlas mediante una serie de diapositivas, sin embargo, no garantiza que esa combinación de discurso verbal y elementos audiovisuales se emplee siempre bien. Una presentación puede malograrse a causa de un uso inadecuado de los medios, de los recursos textuales o por falta de habilidad al moverse en el campo del diseño gráfico.

Una presentación se puede definir como **un acto audiovisual cuyo fin es comunicar determinada información y, consiguiendo que se asimile, provocar cambio o una reacción en la audiencia**. De ahí que una buena presentación sea algo más que el mero traspaso de una serie de notas a varias diapositivas. Además, dado que es un soporte visual, la presentación tiene un importante aspecto gráfico. De la combinación de estas dos cuestiones y de la habilidad de la persona que hace la exposición depende que el acto permita conseguir el objetivo que se espera.

La importancia de la introducción

Las presentaciones se pueden tipificar según persigan motivar, informar, etc. Prácticamente siempre, sin embargo, van a mostrar una estructura similar, con una introducción, un cuerpo y un cierre.

La introducción puede ser un simple saludo, pero un presentador profesional aprovechará desde el primer instante para empezar a conseguir los objetivos. En el momento de la introducción, de hecho, debemos empezar a **captar la atención** de los asistentes. Es un punto en el que las credenciales del ponente y el gancho con el que sea capaz de atrapar a su audiencia dan pie a que ésta se prepare y preste atención a la información que está a punto de recibir.

El trabajo respecto a la audiencia ha empezado, en realidad antes, mucho antes del momento de presentarse ante ella. Las **características del público** conforman uno de los factores que puede aconsejar elaborar la exposición de uno u otro modo, así como la manera de darle cuerpo y de encauzarla. Factores

demográficos, como la edad o el sexo, y de otro tipo, como el ámbito profesional o los intereses de grupo, aportarán indicios al presentador tanto para la búsqueda y organización de la información, como para su síntesis y para componer el aspecto visual con que ilustrará a los asistentes.

El cuerpo

El punto de partida de lo que finalmente será el cuerpo de la presentación son unas preguntas básicas acerca de la finalidad de trabajo que vamos a realizar. Responder a preguntas como **“¿Qué se quiere conseguir de esta presentación?”** ayuda a indagar desde un primer momento entre las fuentes de información y también a ir esbozando estrategias expositivas y otros factores como el tono que se debe de dar al acto o la fragmentación de la información.

La elaboración del contenido implica la mayor dedicación de tiempo para crear la presentación. Implica investigar y organizar las diferentes materias a tratar. El **acopio de información** puede llevarse a cabo por diferentes vías: desde documentación bibliográfica



o consulta en hemerotecas, hasta entrevistas personales, que pueden incluir datos revelados en términos de confidencialidad. Y también puede aplicarse otro tipo de técnicas, como el **brainstorming**, para tratar de encontrar todos los posibles frentes desde los que atacar esta fase recopilatoria.

Aunque no toda la información que finalmente se depura pasar a formar parte de la presentación, es muy útil disponer de un amplio margen de datos, es decir, tener más información de la que se va a comunicar. Es muy posible que ello nos permita enriquecer la presentación con ejemplos, analogías, otros datos, etc. que inicialmente no forman parte de ella. Puede incluso ser útil para contrarrestar a algún asistente que nos "desafíe" o trate de poner en duda nuestro dominio de la materia.

El desarrollo del cuerpo de la presentación no tiene por qué obedecer a una **estructura** lineal. En ocasiones será muy útil plantear las cuestiones desde el esquema causa/efecto o desde el de problema/solución. Disponemos además de **otras estrategias expositivas** y podemos usarlas según el contexto o los fines de nuestra presentación.

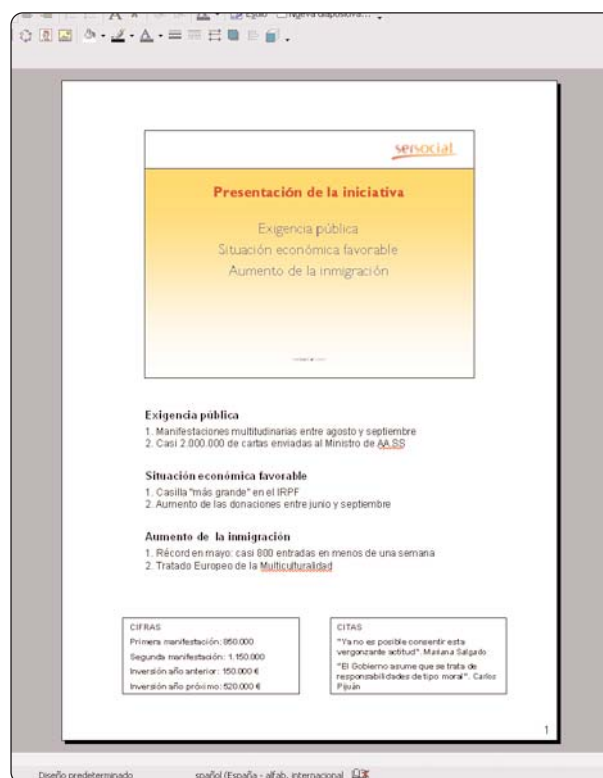
Todo el trabajo de elaboración de los contenidos se puede esquematizar o articular sobre estas tres fases:

- Investigación y recopilación
- Clasificación de la información
- Redacción de un borrador.

El guión

Este acopio y organización de información se condensa en el guión o las notas. El guión puede convertirse en el **verdadero armazón del evento**, es la herramienta que permite al presentador encauzar con todo detalle todos los aspectos previamente revisados: los contenidos, las diapositivas que los introducen, la información extra, el control de tiempos, las cuestiones a evitar, las posibles preguntas al tratar ciertos puntos, etc.

Al mismo tiempo es un **elemento de seguridad**, ya que, al contener todo conjunto del evento de modo organizado, hace posible minimizar los efectos cau-



Las **páginas de notas** son un recurso del programa sobre el que presentar el guión. Cada página muestra una reproducción de una diapositiva y de las notas que se le hayan asociado. Además, se pueden incluir otros objetos, como graficas o más cuadros de texto.

sados por imponderables (como un olvido o pequeño accidente: la caída de una silla o de un objeto desde una mesa, por ejemplo), retomando con seguridad y del modo adecuado la sesión.

El guión puede ser suficientemente **detallado** como para incluir expresiones o frases de transición, de manera que podamos introducir cada diapositiva, a partir de la anterior, evitando un salto brusco de comprensión para los asistentes y consiguiendo así lidiar (o seguir lidiando, puesto que existe durante toda la presentación) uno de los riesgos en cualquier evento similar: la pérdida de atención.

El modo en que finalmente expondremos nuestra selección de datos está directamente relacionado con la **cantidad de información que pueda absorber una persona** en un acto de este tipo. De hecho, sólo un pequeño porcentaje de la información que se ofrece quedará finalmente adherido al recuerdo del asistente. Por ello es muy importante incluir en cada

diapositiva una cantidad limitada de datos, lo que se traduce en un conteo específico de palabras y frases... Este límite aconsejable es extensible a otros factores: colores, ilustraciones, gráficas, fotografías, vídeos y sonidos. Igualmente, el número total de diapositivas, por su parte, variará en función de tipo de presentación y de sus destinatarios.

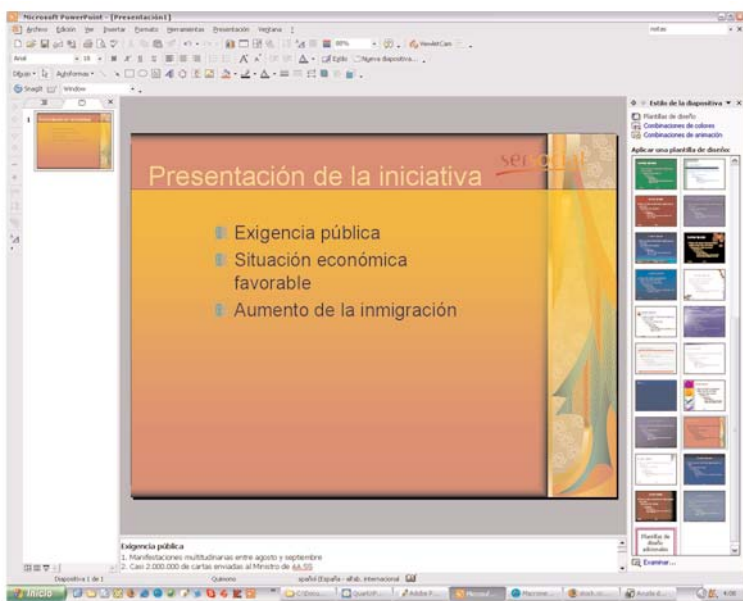
Diseño gráfico y usabilidad

La **coherencia y el orden** están también presentes en el aspecto visual y sonoro de la presentación. Desde el punto de vista del diseño gráfico se cuidarán aspectos como el tipo de letra, la cantidad de texto, el color, el empleo de marcas o logotipos y la composición o reparto de objetos gráficos en la retícula de cada diapositiva.

La coherencia de las diapositivas entre sí y de los diferentes objetos en cada una de ellas sólo se consigue con el uso de unas líneas maestras, que regulan el espacio y la distribución de los objetos. Estas líneas ocultas conforman lo que se conoce como "**rejilla**", aunque no son visibles, en términos de percepción visual son las que determinan que la impresión causada por la transparencia (y, a partir de cada una de ellas, del conjunto de la presentación) sea de orden o de desorden, de estabilidad o inestabilidad.

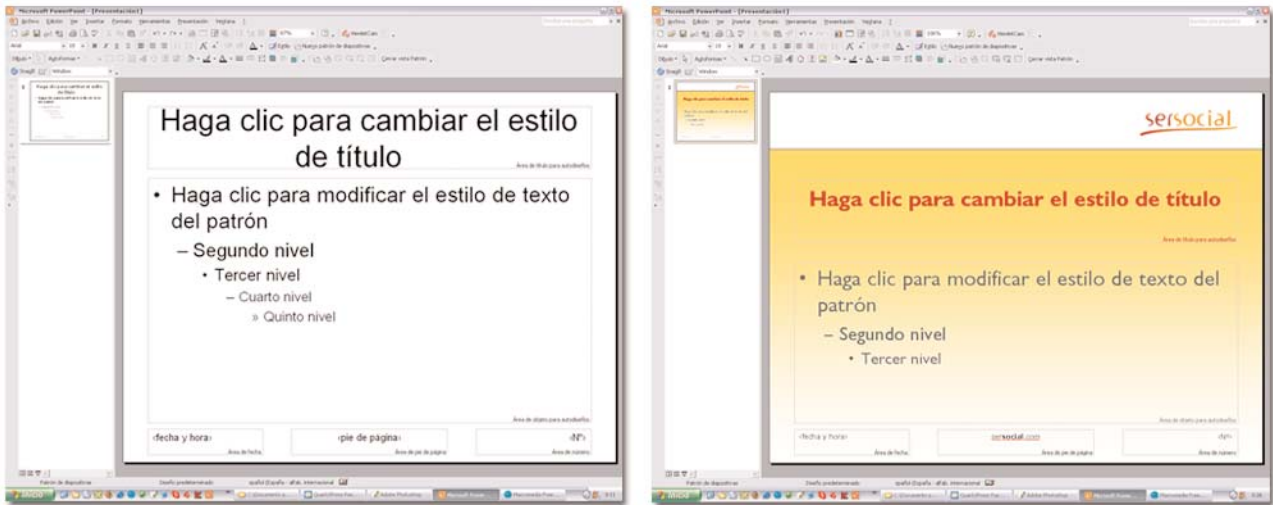
La **tipografía** es otro elemento crucial. Hay que tener en cuenta la distancia a la pantalla para hacer posible que los asistentes puedan apreciar el detalle de la información visual: leer los textos, los datos de las gráficas, etc. En este sentido, los títulos de cada transparencia requieren un peculiar tratamiento, porque suponen para el público tanto un indicio (de qué trata el punto que presenta esta diapositiva) como una referencia directa del mismo (la/s palabra/s clave que lo identifican).

A menudo se elige una tipografía u otra en función de su vistosidad o, en los casos menos afortunados, del gusto personal de quien elabora la presentación. Se deja de lado así la máxima "Pensar siempre en la audiencia". El tipo de soporte en el que nos vamos a mover, una pantalla de tamaño medio grande o una pantalla de ordenador, es otro de los factores que determinan el uso de la tipografía. No todos los tipos de letra ofrecen la misma legibilidad, ni son apropiados para el tipo de contenidos que se estén tratando. Un ejemplo: algunas personas utilizan frecuentemente "Cómico Sans" en todo tipo de documentos, desde presentaciones hasta informes o mensajes de correo electrónico profesionales en los que es apropiada una actitud formal. Vincent Connare, tipógrafo de Microsoft que diseñó este tipo de letra, la describió como una "fun font" ("una letra divertida") y así es su aspecto. Por eso es apropiado utilizarla en anuncios de fiestas, publicaciones



Combinación de colores e ilustraciones ofrecida entre los objetos predefinidos de Power Point. Usar directamente estas combinaciones puede ser, en ocasiones, arriesgado. Existe la posibilidad de editarlas y cambiar o eliminar elementos. En otros casos, sin embargo, es necesario crear una plantilla a partir de una diapositiva en blanco y añadir todos los elementos que se requieran: colores, logos, títulos, textos, etc. Se hace necesario, entonces, conocer a fondo el programa para personalizar las plantillas de las diapositivas de la presentación.

Presentaciones eficaces. Cómo mejorar la comunicación con presentaciones de Power Point



El **patrón de diapositivas** de Power Point muestra la información sobre la plantilla, con los estilos de letra, la ubicación y tamaño de los marcadores de posición, el diseño del fondo y las combinaciones de colores. Al personalizar este patrón, las diapositivas pasan a mostrar, por defecto, todos los elementos que se hayan editado o creado: tipos de letra, logotipos, colores, fondos, imágenes, clips, etc.

infantiles, libros de cómic...

En el **uso del color** se deben evitar también los gustos o preferencias personales. Lo relevante es usarlo en función de los objetivos y del público. El uso incorrecto del color ante elementos de identidad visual tan importantes como los logotipos puede tener, con gran facilidad, efectos negativos para nuestros propósitos: puede ser interpretado como desinterés hacia las instituciones a las que nos dirijamos usando su propia identidad visual.

De otro lado, el empleo de ciertos recursos ofrecidos por el software de presentaciones se puede considerar poco profesional. Esto ocurre si no sabemos **cómo emplear correctamente las texturas y ciertas técnicas de aplicación del color**, como los degradados. A pesar de nuestro refranero, existen normas reguladas desde el campo del diseño gráfico para combinar colores. Se trata de normas sencillas que aseguran la coherencia cromática y un buen resultado profesional en nuestro trabajo.

Power Point

Existen diversos programas informáticos para elaborar presentaciones, el más extendido es Microsoft

Power Point. Esta aplicación cuenta con una buena batería de elementos predefinidos se pueden ayudar en algunos casos. Normalmente, sin embargo, es necesario personalizar, individualizar la presentación. Es entonces cuando hace falta **conocer más a fondo los recursos de esta herramienta** informática.

Poder crear diapositivas tan personalizadas como sea necesario pasa por tener un buen control del programa de presentaciones. Es necesario, por ejemplo, tener la opción de determinar las características del texto a voluntad, sin tener que vernos forzados a admitir las opciones que el programa ofrece por defecto. Power Point se articula sobre una serie de **"patrones"** (de diapositivas, documentos y notas) subyacentes a cada diapositiva. Estos patrones marcan la concurrencia de elementos fijos en la diapositiva, sean textuales, gráficos o sonoros, y usarlos con fluidez nos ayudará a optimizar el tiempo de trabajo.

La **animación** es otro de los aspectos en los que más fácilmente puede venirse abajo el evento. Se trata de uno de los puntos en los que con más facilidad puede sobrevenir la llamada **"muerte por Power Point"**. Esta situación implica que el programa "devora" al presentador, atrae toda la atención hacia sí, debido al empleo sin comedimiento de un montón



de recursos técnicos para pasar de una diapositiva otra o para dotar de movimiento a un objeto, sea éste un texto, una gráfica, una imagen, etcétera.

Frente a la facilidad de uso de muchos de estos recursos ofrecidos por programa, está el hecho de que buena parte de sus usuarios desconocen en realidad cómo **emplear técnicas para sacarle partido de una forma creativa**. ¿Cuántos usuarios habituales sabríamos cómo crear diapositivas ocultas, de modo que aparecieran sólo si fuera necesario y sin interrumpir el flujo consecutivo del resto de la presentación?

Presentaciones online

Las presentaciones distribuidas vía Internet, sea en la web o a través de correo electrónico, requieren una **especial atención**, dado que se trata de publicaciones electrónicas. A menudo desconocemos información muy importante sobre el usuario, en especial sobre su equipo. Muchas de las cuestiones que optimizan una presentación personal pueden y deben tenerse en cuenta a la hora preparar una para pantalla de ordenador. Hay, sin embargo, características que le son exclusivas. Una de ellas es el **ancho de banda**, dicho de otro modo: la fluidez o comodidad que tiene nuestro destinatario para recibir el mensaje o descargar el archivo de la presentación. Una presentación con un tamaño en kilobytes exce-

sivo puede dar al traste con nuestros objetivos, pues es posible que no se reciba (por enviarla a un buzón de capacidad limitada) y que no llegue a abrirse. Cabe añadir, además, el riesgo de la molestia causada a un usuario con un conexión lenta.

Las **imágenes mal editadas** suelen ser la mayor causa de estos tamaños de archivo excesivos. Las imágenes digitales son ya parte de nuestra vida diaria y no sólo como espectadores sino también como usuarios y creadores. Con nuestra cámara fotográfica o utilizando un navegador de Internet estamos manipulando diferentes **formatos de imagen digital**. La lista de formatos de imagen es muy larga, pero los que utilizamos cada día se reducen a dos o tres. Es muy importante conocer sus principales características para poder elegir cuándo corresponde utilizar unos u otros y crear de este modo presentaciones optimizadas.

El escenario

La sala es el escenario en el que tendrá lugar la puesta en escena de lo que hemos estado preparando durante días o semanas.

Es evidente que hemos de asegurarnos de que algunos **recursos imprescindibles** estén en perfecto estado de uso: tomas de corriente eléctrica, sillas y mesas, etc., pero ¿hemos reparado alguna vez en si

las ventanas tienen cortinas? En una sala situada junto a una zona de paso peatonal, por ejemplo, las cortinas pueden impedir que los asistentes se distraigan con sucesos que puedan tener lugar en el exterior. Hemos de asegurarnos de tener cubierta de antemano una serie de puntos revisables, en lo que toca al entorno a la presentación, para evitar sorpresas desagradables.

La audiencia

Un consejo clásico entre oradores profesionales es el de "Hablar de tres puntos": habla de lo que vas a hablar, habla de lo que tienes que hablar y habla de lo que has hablado. **Hay que tener en mente al público en cada fase de la elaboración** de una presentación, desde el inicial acopio de información, hasta la conclusión, en la que se refuerza todo lo dicho y se trata de conseguir el objetivo al que queremos llegar.

Los asistentes pueden convertirse en el **origen de algunos de los problemas más serios** para un presentador. Frente a una audiencia atenta e interesada es posible encontrar asistentes hostiles, que pueden llegar a poner en verdaderos aprietos al ponente. Es muy importante saber cómo desenvolverse antes este tipo de situaciones y conocer los tipos de "atacantes" y la clase de respuesta adecuada para cada uno de ellos.

Y la estrella

Siempre debemos tener presente que, por muy lograda o espectacular que sea la presentación

informática, no deja de ser una herramienta de apoyo al presentador. Junto al público, **el presentador es el auténtico protagonista** del evento. Un presentador o presentadora profesional sabe utilizar una serie de recursos inherentes a su persona: su cuerpo y su voz, en especial.

Como en toda situación social, el **lenguaje no verbal** aporta una notable cantidad de información. Si este lenguaje se maneja con habilidad contribuirá a reforzar los contenidos que transmiten. Debemos cuidar la posición del cuerpo y los gestos que utilizamos al comunicar nuestro mensaje. Esta habilidad se desarrolla mediante el entrenamiento. Existen técnicas sencillas que nos ayudarán a evitar los tics al hablar y al movernos.

De entre estos recursos **la voz** tiene una importancia destacada. El presentador profesional es capaz de educar su voz, el modo en que vocaliza las palabras, la forma de entonar sus frases, la capacidad de manejar sus silencios. El volumen, el tono y el empleo o la carencia de "muletillas" pueden suponer la diferencia entre una presentación dinámica que ha conseguido mantener el interés y una presentación anodina que ha ido perdiendo por el camino a su destinatarios.

Los nervios se suelen presentar en la mayoría de las personas que se ven expuestas ante un grupo al que han de dirigirse. En el contexto de una presentación pueden suponer un importante handicap, ya que si los nervios actúan en paralelo al presentador serán causa segura de dudas, errores e interrupciones. Existen **técnicas para aprender a controlar la ansiedad ante el hecho de hablar en público**. Algunas de ellas son tan sencillas como inspeccionar el lugar con antelación al momento de la presentación. ■



Hasta el **17 de octubre** aún tienes de tiempo de matricularte en el **curso online**
Presentaciones eficaces: cómo mejorar la comunicación con presentaciones de Power Point.

Sácarle al mayor partido a tus presentaciones. ¡**Entra en www.agorasocial.com y reserva tu plaza!**

www.agorasocial.com



Ágora Social tiene como misión contribuir a una mayor profesionalización del tercer sector. Ofrece productos y servicios orientados a la mejora de la gestión y la formación de las entidades no lucrativas. Promueve la democratización de las asociaciones y fundaciones. Consideramos que los socios, los voluntarios, el personal contratado no deben ser objeto de una gestión puramente instrumental, orientada a extraer la mayor utilidad de ellos. Deben ser sujetos activos que desempeñen un papel importante en la toma de decisiones.

Nuestra función social se desarrolla en una doble vertiente: difundir el saber existente y aportar ideas originales sobre la gestión de las organizaciones no lucrativas; y proporcionar a nuestros colaboradores y colaboradoras una remuneración adecuada y una vía de desarrollo personal y profesional.

www.agorasocial.com

SERVICIOS DE COMUNICACION

- Elaboración de estrategias y planes de comunicación
- Manuales de identidad visual
- Servicios de gabinete de prensa
- Desarrollo, mantenimiento y promoción de sitios web
- Programas de comunicación interna
- Producción audiovisual
- Elaboración de e-boletines, revistas digitales, animaciones, presentaciones, etc.

SERVICIOS DE FORMACIÓN

- Consultoría
- Diagnóstico de necesidades
- Planificación
- Ejecución
- Evaluación