



**CICLO 2**

[FORMACIÓN POR CICLOS]

# Presentaciones **EFFECTIVAS**



**UNIVERSIDAD  
DE ANTIOQUIA**

Facultad de Ingeniería

## 1. Una terna indisoluble

Partamos de una aclaración: este documento pretende ser más una guía que un manual. Hay varias razones para ello, pero tal vez las dos más importantes, y en las que siempre insistimos en cada formación, son: primero, que no existe una receta específica para el diseño y uso de ayudas expositivas, pues este trabajo está más supeditado a la creatividad, la recursividad, la flexibilidad y el sentido de la oportunidad del expositor. Tomemos, por ejemplo, el caso del profesor de física en la secundaria de una pequeña ciudad. Un día, después de una lluvia pertinaz, llevó a sus estudiantes al patio para que observaran cómo las gotas del agua que escurría de los árboles y los tejados formaban ondas en los charcos del piso. Aunque no era precisamente el tema que estaban tratando, aprovechó la oportunidad para interesarlos en él y abordarlo. Sus estudiantes jamás olvidaron aquella lección sobre teoría de ondas y su aplicación en diferentes disciplinas, aunque luego siguieron diversos caminos en la vida. En este caso vemos cómo se conjugan las cuatro cualidades que veremos más adelante. Si el docente en cuestión se hubiese limitado a aplicar fórmulas de vademécum, seguramente pocos de sus estudiantes sabrían qué es una onda. Por lo mismo, lo contenido en estas líneas es apenas un principio: a cada uno corresponde completarlo y enriquecerlo con su práctica personal. El arte de diseñar y aplicar ayudas es, realmente, el arte de interesar a los demás en lo que vamos a decirles.

Como segunda razón aducimos la imposibilidad de estandarizar las variables de cada exposición. Si realmente somos expositores sensibles y preocupados por nuestro público, ya nos habremos percatado de que cada grupo es completamente diferente a los demás, aun los pertenecientes a una misma institución, con rangos de edad similares y características culturales y socioeconómicas idénticas. No queremos decir con esto que deba prepararse una ayuda para cada exposición sobre el mismo tema, sino que debemos estar abiertos y atentos a la forma en que nuestro público reacciona y entender que no es raro que a un grupo no le guste lo que a otro sí, factor por el cual es mejor fiarse de lo que nos dice nuestra observación e intuición que de lo escrito en los manuales o, incluso, en esta guía.



Damos por sentado de que el mensaje es nuestro objeto, pero este se encuentra supeditado a otras fuerzas. Por eso, cuando hablamos de una terna indisoluble nos referimos a tres elementos que siempre entran en juego al momento de diseñar una ayuda expositiva y que, por consiguiente, es indispensable considerar y conjugar:

**a. Público meta** (también llamado target group, grupo de interés, stakeholders o audiencia). Es el grupo humano al cual va dirigida nuestra exposición. Cuanto más sepamos de este grupo en términos psicológicos, sociales y culturales, más probabilidades tendremos de preparar una exposición agradable para ellos y eficaz en términos de objetivos y metas comunicativas. En otro ciclo profundizaremos sobre este factor; sin embargo, por ahora, lo más importante es que debemos tener claridad sobre lo siguiente: el artista produce para sí mismo; el comunicador, para los demás. Dicho de otra manera, una obra de arte no tiene que ser entendida ni gustarles a todos, sino que, con que el artista se sienta satisfecho con ella, es suficiente. Sin embargo, cuando nuestro propósito es la transmisión de un mensaje, el fin último es la persona que lo recibirá; por consiguiente, el principio también es ella.

**b. Soporte.** Es el material en que viaja la información, por ejemplo, papel, ondas sonoras, acetato, tela, bits. Hoy, con el auge de la tecnología digital, se hace cada vez más extraño el uso de soportes físicos, y es entendible: en una pequeña memoria externa puedo transportar lo que antes requería de una caja enorme y pesada. No obstante, esa desventaja del pasado también podemos voltearla a nuestro favor: desde nuestra experiencia nos hemos encontrado con la sorpresa de que cuando utilizamos estrategias "antiguas" actualizadas y adecuadas al público meta y la situación comunicativa, el mensaje es recibido con más agrado e, incluso, tomado como novedoso. Sí, lo sabemos: los humanos somos contradictorios y extraños. Tomemos ventaja de ello. Una consideración importante: las condiciones del lugar donde expondremos será un condicionante importante para la decisión del soporte. Por eso debemos preguntarnos por factores como la disponibilidad de recursos para utilizar nuestro soporte: ¿tienen proyector y equipo para conectar mi memoria externa?, ¿existe conexión a internet? No olvidemos



que hay lugares donde, incluso en las ciudades, el flujo eléctrico no es garantizado. Para finalizar, si nos atenemos al núcleo anterior, la conclusión es que nuestro cuerpo también es un soporte.

**c. Formato.** Es el tamaño del soporte. Algunos ya vienen estandarizados, como el papel (pliego, medio pliego, tabloide, carta, etc.) y el video (VHS, DVD, 3/4, Hi8, etc.). De igual manera, los electrónicos vienen por pixeles o bits. Otros tienen la medida que el expositor desea, necesita o pueda tener. Aquí se cumplen algunos condicionantes del soporte: disponibilidad, facilidad de transporte, compatibilidad de tecnologías. El ideal es que se pueda tener la mayor flexibilidad y autonomía posibles, para que el mensaje sea entregado como lo planeamos y tenga el efecto esperado, pero las condiciones externas a veces pueden sorprendernos. Aquí se cumple el principio del pragmatismo que reza: “esperar lo mejor; prepararse para lo peor.”

Si graficamos esta terna, podría ser así:



**Figura 1.** El mensaje

(fuente: elaboración propia, 2021. La imagen contiene los tres elementos indispensables para diseñar una ayuda expositiva: soporte, público y formato)





## 2. Clasificación de las ayudas expositivas

Podríamos clasificar las ayudas en cuatro grandes grupos, aunque en la práctica suelen pertenecer un poco a todos, así que la taxonomía aquí planteada obedece más a la principal tendencia de cada ayuda que, realmente, a una cualidad taxativa. Por ejemplo: una diapositiva bien podría estar clasificada como soporte electrónico o como bidimensional.

**a) Ayudas bidimensionales.** Son las que se encuentran en soportes planos, cuyas medidas se toman en ancho y largo. Ejemplo: afiche, cartelera, periódico, revista, franelógrafo, fotos, mural.

**b) Ayudas tridimensionales.** Son las que se encuentran en soportes voluminosos, cuyas medidas se toman en alto, ancho y fondo. Ejemplo: maquetas, modelos, maniqués, muestras disecadas de especies (vegetales o animales), piezas (como el motor de un tractor).

**c) Ayudas electrónicas.** Son las que se encuentran en soportes que usan tanto la electricidad como los códigos binarios para su programación. Ejemplo: computador, Internet, multimedia, video, radio. Aunque las diapositivas, las películas y los acetatos también son de carácter bidimensional, se toman en este grupo por la tecnología usada para su proyección.

**d) Ayudas interactivas.** Son aquellas en las que intervienen activamente los participantes. Ejemplo: juegos, visitas guiadas, experimentos, disecciones, talleres, rompecabezas, demostraciones, representaciones teatrales, proyectos.

Podríamos concluir que, de igual manera, el uso de las ayudas tiene mucho que ver con el tipo de labor y el estilo personal de cada expositor o aun de la institución para la cual trabaja; así, lo que a unos les funciona bien, puede causarles problemas a otros. En caso de duda posiblemente te ayuden estos tres consejos: primero, haz lo que te sea natural o, dicho de otra forma, no finjas lo que no eres.

Segundo, lo más sencillo siempre será lo más elegante y eficiente. Por último, el uso de varias ayudas de diferentes tipos siempre será mejor y ampliará las oportunidades de éxito que limitarse a una sola.



Ve a “Actividades formativas” y realiza la actividad número 2 para que comiences a construir tu propia caja de herramientas.

### 3. Hablando sin palabras

Al momento de realizar una ayuda expositiva es bueno asegurarse de que tengan las siguientes cualidades:

**Sencillez.** Ante todo, una ayuda expositiva (sea con fines didácticos o comerciales) es una esquematización de la realidad para hacerla más entendible y asimilable. Por otro lado, es un complemento o un refuerzo, no la exposición como tal o una guía del expositor. No tiene sentido, entonces, una ayuda confusa, atiborrada o difícil de utilizar, lo cual nos aboca a la siguiente cualidad.

**Adecuación.** Una ayuda debe ajustarse en complejidad al público objeto, según su edad, características socioculturales, nivel académico, contexto históricogeográfico, etc. Una ayuda demasiado elemental aburre; por el contrario, una demasiado elaborada abruma. Una buena ayuda debe ser suficientemente entendible, pero a la vez desafiante, como para estimular la inteligencia del público.

**Manejabilidad.** Esta cualidad se encuentra emparentada con la anterior y apunta en el mismo sentido; sin embargo, tiene un componente adicional: también debe ser fácilmente manipulable y aplicable por parte del expositor. Una traba en el manejo de la tecnología, la incompatibilidad de los equipos o del material con los recursos del lugar o, peor aún, la incapacidad de desenvolvimiento con el aspecto conceptual y metodológico de las ayudas deja muy mal parado al expositor, sin contar con la indisposición mental que podría generarle el impase, perturbándole para el resto de la exposición.



**Factura.** Con este término nos referimos sencillamente a la corrección técnica, gramatical y estética. Una falla en este aspecto termina distrayendo, e incluso ofendiendo, a la audiencia, sin contar con que habla muy mal del expositor. En el aspecto técnico volvemos al punto de la adecuación y la manejabilidad, pues la parte gramatical se resuelve de manera sencilla con un buen diccionario o un manual y, en caso de duda para resolver lo estético, siempre es mejor apostarle a la sobriedad y la naturalidad.

¿Tienen las ayudas que preparaste estas cualidades? Ve a “Actividades formativas” y realiza la actividad número 3.

