

CÓMO MEJORAR LAS PRESENTACIONES TÉCNICAS

Mg. Ing. Oscar Antonio Morcela

Facultad de Ingeniería, UNMdP - Seminario de Comunicación Eficaz - 2017

CONSIDERACIONES BÁSICAS

En el campo de la técnica, el comercio, la industria, las finanzas, la ciencia, la política, es decir, en la mayor parte de nuestras relaciones de trabajo, debemos informar, capacitar, convencer, vender, comunicar ideas y transferir conocimientos. Uno de los mecanismos más difundidos en el desarrollo profesional de estas actividades es el de las "presentaciones".

"Presentación" es el sustantivo del verbo "presentar", y éste refiere a enfrentar una audiencia para mostrar, alertar, o explicar algo que esa audiencia desconoce.

Para que lo que mostremos o expliquemos sea aceptado por nuestro público, tendremos que ser didácticos y convincentes. Claros, simples y directos. Y si bien podemos ser brillantes especialistas en nuestras disciplinas de acción, ya que así la universidad y/o la experiencia nos formó, es muy posible que como comunicadores seamos poco hábiles y escasamente convincentes.

Una sólida encuesta sobre presentaciones hechas a lo largo de varias regiones del mundo, informa que solo una de cada diez tiene el nivel de comunicación y eficiencia adecuados¹. Esto es una indicación que una presentación audiovisual no puede ser tomada como algo ligero, sin importancia, realizada como para salir del paso.

En una presentación estamos "vendiendo". Vendemos la institución que nos cobija, vendemos el grupo al que pertenecemos, y mucho más importante, nos estamos vendiendo a nosotros mismos, como profesionales, como técnicos, como seres humanos.

Es difícil que en el mundo actual de los negocios y de la técnica no debamos exponer ante audiencias con relativa frecuencia. Debemos estar preparados para ello. Definitivamente, el conocimiento de nuestras debilidades y las herramientas para contrarrestarlas es el principal objetivo del presente trayecto del curso.

Las líneas que siguen, lejos de configurar un manual o un listado exhaustivo de cómo hacer una presentación, contienen, sin embargo, suficiente información como para transformar una presentación aburrida y poco convincente en algo mucho más profesional y de impacto.

PREPARACIÓN

Preparar una presentación es una actividad que requiere tiempo y dedicación. Debe ser planeada y preparada con suficiente antelación.

Una vez terminada se la debe practicar. Idealmente con un grabador y midiendo el tiempo. Mejor aún ante una audiencia conocida de dos o tres colegas de confianza dispuestos a criticar los defectos u omisiones.

La presentación cubrirá diversos aspectos. El estético puede ser juzgado sin dificultad por la audiencia inexperta, por tanto, no tema en pedir opinión a personas que no conozcan sobre la materia, ya que

¹ Solsona, F. D. (1998). Cómo mejorar las presentaciones técnicas audiovisuales, Hojas de Divulgación Técnica No. 68, Centro Panamericano de Ingeniería Sanitaria y Ciencias del Ambiente (CEPIS) – Organización Panamericana de Salud (OPS), Disponible on line en: <http://www.cepis.org.pe/eswww/proyecto/repidisc/publica/hdt/hdt73/hdt073.html>

seguramente podrán realizar aportes interesantes en lo que respecta a estas cuestiones generales de aspecto y estética.

EL MENSAJE

Una presentación debe transmitir. Debe dejar un residuo positivo en la mente del público. Se debe tener presente que el público habrá de entregar parte de su tiempo y que no tiene interés en perderlo en obviedades ni que tendrá un sentimiento de complacencia y plenitud después de haber escuchado algo que ya conocía.

Es impropio pretender entregar en una presentación conocimientos a granel y en profusión. Es de mucho mayor impacto presentar algunas pocas ideas, pero que sean importantes y de impacto.

Tal vez dos o tres conceptos profundos o algunas hipótesis de interés que cambien puntos de vista, que intriguen, o que motiven; pueden ser más importantes que bombardear a la audiencia con el equivalente a un enorme tratado con profusión de información.

Una regla dorada es la que dice que para que una presentación sea útil y recordada, deberá contener las "Tres I" (**Interesar, Instruir, Incentivar**).

EL PÚBLICO

Antes de preparar la presentación se debe inquirir qué tipo de público asistirá. Es sumamente importante tener en cuenta el nivel y el interés de esa gente. El expositor se debe preparar para responder a ese interés.

Tal como se ha dicho en el párrafo anterior, el público habrá de destinar parte de su tiempo, y desea sacar provecho de ello. Al

armar su presentación el responsable debe colocarse entonces, dentro de las expectativas e intereses de esa gente y tratar de ver de qué forma su mensaje puede tener mayor valor para ellos.



PRESENTACIÓN LEÍDA

Las personas que leen sus trabajos difícilmente consiguen transmitir el mensaje que desean. La lectura de un trabajo lo torna aburrido y el público pierde concentración.

Pueden, sí, consultarse notas o cualquier tipo de nemotécnica; pero se debe evitar caer en la tentación de la lectura, justificándose en que leyendo uno no se equivoca mientras que hablando sí. En una presentación, la lectura es una equivocación *per se*.

EL LENGUAJE DEL CUERPO

El movimiento de manos y cuerpo añade otra dimensión al discurso, enfatizando, reforzando puntos, haciendo que la audiencia responda a las intenciones del disertante. El público recibe más información por lo que ve en la cara, manos y gestos que por las palabras mismas.

El hecho de moverse por el escenario (sin emplear ademanes teatrales), adiciona un elemento de convicción a las palabras.

LA MODULACIÓN DE LA VOZ

Un tono monótono es aburrido y hace perder rápidamente la concentración de la audiencia. El tono de voz debe cambiarse de igual forma que se cambia en una conversación coloquial.

No se debe hablar ni demasiado rápido ni haciendo grandes pausas. Especial atención debe prestarse a ticks y muletillas ("esteeee, estee", "eetee")

RECURSOS VISUALES

Los recursos más utilizados son: slides (diapositivas montadas), datashow (colección de slides en computadora confeccionada con cualquier software compatible con el equipo de proyección, siendo el PowerPoint de MS el más conocido, aunque recientemente se ha puesto de moda el Prezi), transparencias (para ser utilizadas con retro-proyector), pizarras (blancas con marcadores o negras con tiza), y rotafolio (para escribir con marcador sobre hojas grandes de papel).

En el momento de definir qué tipo de visual se va a utilizar se puede tener en cuenta la siguiente escala, que en función de la calidad de imagen, otorga puntaje de 10 a la mejor, y de 1 a la peor. Esa misma escala y ese mismo orden debe utilizarse en función de la dimensión de la platea y del tamaño de la sala. En una sala muy grande no se puede usar un rotafolio ni una pizarra. Los slides son especiales para los grandes auditorios.

Slide	10
Datashow	8
Transparencia	6
Pizarra	4
Rotafolio	3

COLOR vs BLANCO Y NEGRO

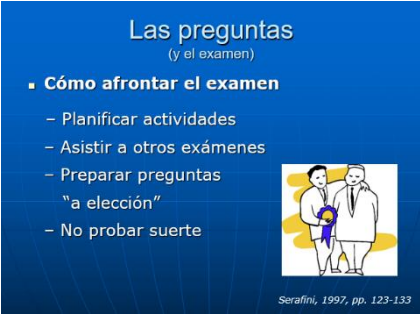
Al preparar el material, será preferible confeccionar los slides en color. Es obvio que una proyección en color será más atractiva que una en blanco y negro. Sin embargo, de no poder hacerlo así (por ejemplo, por razones de economía), la utilización del blanco y negro no es desaconsejable, siempre que las transparencias tengan buena definición y apropiado contraste.

En general, el color es una dimensión que explota su mayor efectividad en entornos que pueden ser oscurecidos, mientras que el blanco y negro aporta el mejor contraste en entornos luminosos.

REGLA DEL 6 X 6

La Regla del 6 x 6 dice que ninguna transparencia o slide debe tener más de 6 líneas y ninguna línea más de 6 palabras.

A la derecha puede observar un mal ejemplo de texto en el slide mientras que a la izquierda la estética está cuidada de un modo más agradable a la vista. Cargar una transparencia con un largo texto es uno de los errores más difundidos en la preparación del material visual. Un texto extenso es fastidioso y aburridor.

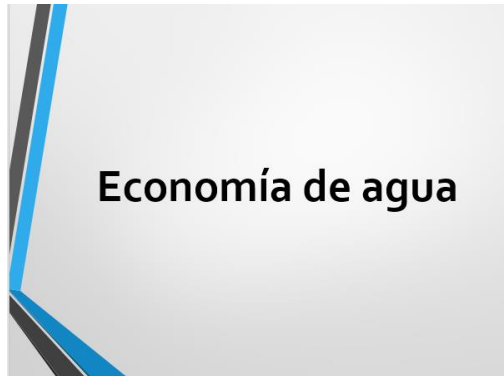


LECTURA DEL TEXTO EN EL VISUAL

Un slide podría tener el texto *"Debemos trabajar para que los usuarios entiendan que deben cerrar las llaves de agua, como forma de economizar un líquido que es vital"*

Si el presentador lee a la audiencia la totalidad de ese texto desde la primera a la última palabra, aburrirá a su público y le hará perder concentración.

Una forma de solucionar este común error es mostrar solo una frase o una palabra llave. Será mejor que el texto en esa ocasión sea, por ejemplo *"Economía de agua"* y mientras se mantiene en pantalla ese



texto resumido, el presentador expone la idea, diciendo aquello de que "debemos trabajar para que los usuarios entiendan que deben cerrar las llaves de agua, como forma de economizar un líquido que es vital".

La regla entonces es: No se deben utilizar textos sino palabras o frases claves y hablar sobre ellas ampliando los conceptos.

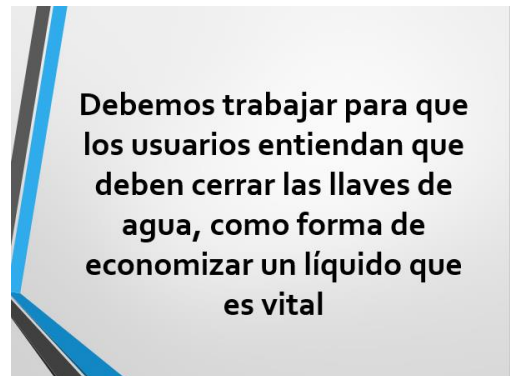


IMAGEN vs PALABRAS

Otra forma aún más ágil y de mayor impacto para evitar leer un texto, es la de colocar imágenes y utilizando esos visuales hablar sobre una idea o un tema relacionado. Esto es mucho más didáctico y tiene mayor poder de comunicación que el texto simple y llano.

En el caso del ejemplo anterior, podría colocarse la imagen, sin ninguna palabra o texto, y la selección de la imagen puede intentar movilizar al público en el sentido deseado, ya sea en la conciencia del cuidado del recurso desde el punto de vista medioambiental (lámina de la izquierda), intentar funcionar como soporte ilustrativo sin mayores intenciones (lámina central) o movilizar al público en el sentido del ahorro y la economía propiamente dicho (lámina de la derecha).



Igualmente, una alternativa válida podría ser una imagen contrastante con la idea, que vaya en favor de advertir las posibles calamidades de la ausencia o escasez del recurso.

En definitiva, el disertante debería pensar en el efecto buscado que mejor se ajuste para el logro de los objetivos de su presentación.

TIPOGRAFÍA

Se recomienda utilizar una fuente simple (Calibri, Arial, Times New Roman o Bookman Old Style)², en negrita y en un tamaño no menor de 24 puntos. No se deben mezclar las fuentes.

Es también preferible escribir en minúsculas, ya que un texto escrito totalmente en mayúsculas es más confuso y se lee con menor facilidad.

En la selección del tipo de letra, sin duda se puede tomar como referencia a los líderes en comunicación social del mundo. Nótese que la prensa escrita, tanto en sus versiones digitales como impresas, sigue las reglas generales de selección y uso de tipografía que aquí se sugieren. Esto no tiene que ver con la tradición editorial sino con estudios específicos de usabilidad y comodidad de lectura.

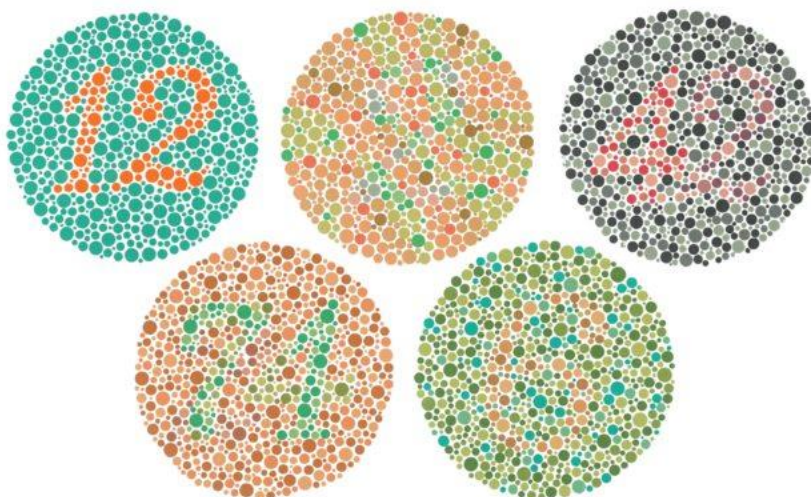


COMBINACIÓN DE COLORES

Al utilizar colores, nunca se deben usar más de tres colores y hay que tratar de combinarlos adecuadamente (colores cálidos con cálidos y fríos con fríos).

No hay regla para los fondos; solo que formen combinaciones compatibles con el color de los dibujos o letras y que éstos se distingan claramente.

Tenga presente que el daltonismo afecta en diversos grados a más del 8% de los adultos varones y el 0,5% de las mujeres³, por lo que hay combinaciones desafortunadas de colores que impedirán a buena parte de la audiencia la distinción de las palabras.



Selección de imágenes del Test de Daltonismo de Ishihara, de 24 láminas.

² Juan Varela, 2004

³ Ana von Rebeur, 2010

REGLA DEL 1 X 2

La Regla del 1 x 2 dice que una transparencia no debe estar más de dos minutos en la pantalla. En general, puede usarse esta regla para realizar una estimación realista *a priori* de la duración total de una presentación, es decir, que una presentación de 10 minutos no debería poder sostenerse con una secuencia de más de 5 o 6 slides.

STRIP TEASE

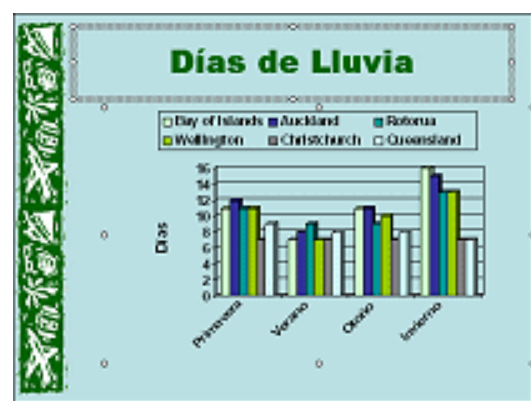
Se debe evitar ir descubriendo la transparencia por partes. La llamada "técnica del strip-tease" no es aconsejable desde el punto de vista didáctico. Es preferible utilizar dos transparencias que una sola en porciones.

TABLAS vs GRÁFICOS

Otro de los errores más comunes de los presentadores es colocar complejas tablas con números pequeños imposibles de leer. Hay un límite para las tablas que es el de 20 cuadros. Si se presenta una tabla ésta no debe tener más de 5 cuadros x 4 cuadros (o el equivalente).

De cualquier forma, siempre que sea posible, se debe evitar la presentación de tablas. Esto no es difícil de conseguir, ya que prácticamente todas las tablas pueden transformarse en gráficos.

		Temperaturas							
Lugar			Primavera	Verano	Otoño	Invierno			
Bay of Islands	Cº	19	9	25	14	21	11	16	7
	Fº	67	48	76	56	70	52	61	45
Auckland	Cº	18	11	24	12	20	13	15	9
	Fº	65	52	75	54	68	55	59	48
Rotorua	Cº	17	7	24	12	18	9	13	4
	Fº	63	45	75	54	65	48	55	39
Wellington	Cº	15	9	20	13	17	11	12	6
	Fº	59	48	68	55	63	52	54	43
Christchurch	Cº	17	7	22	12	18	8	12	3
	Fº	63	45	72	54	65	46	54	37
Queenstown	Cº	16	5	22	10	16	6	10	1
	Fº	61	41	72	50	61	43	50	34



Adicionalmente, algunas veces los gráficos que se necesita mostrar son extremadamente complejos, y sin duda resultarán ininteligibles para el auditorio a la distancia de proyección, por lo que debe tener en cuenta el presentador que solamente podrá hacer referencia a singularidades distinguibles a simple vista y no a detalles específicos. En caso de ser necesario mostrar detalles, se deberá recurrir a ampliaciones o zoom.

Para la presentación de gráficos en general será necesario simplificar los disponibles y aumentar el tamaño de la tipografía de los ejes y referencias, para mejorar su visibilidad.

CONTACTO VISUAL

Un defecto de muchos expositores es mirar solamente a una persona. En el mejor de los casos a unas pocas. Los "beneficiados" se sienten incómodos y el resto (prácticamente la totalidad) de la audiencia se siente dejada de lado.

El contacto visual debe ser franco y con toda la audiencia. Aproveche este recurso para obtener realimentación sobre el estado general del público, sobre su interés y concentración. Una vez plantado frente a su audiencia, usted no dispondrá de muchas herramientas para ir monitoreando el grado de logro del objetivo de su presentación por lo que le recomiendo que no desaproveche la oportunidad de este *feedback*.

TIEMPO

Una buena presentación debe haber sido ensayada previamente y el ensayo debe incluir la medición del tiempo que requerirá.



No respetar el tiempo asignado es un problema para los organizadores y coordinadores del evento y significa una falta de consideración para los expositores que actuarán después.

Independientemente de la cuestión logística de la organización, es indispensable no poner en riesgo el objetivo buscado. Imagine que por excederse en el tiempo los organizadores o los evaluadores decidieran interrumpir su presentación, definitivamente esto acarrearía un perjuicio al objetivo planteado. Ni qué decir si pasado el tiempo, el público comenzara a retirarse del auditorio.

COMENTARIOS FINALES

Aunque numerosos son los consejos con que aún se puede reforzar esta breve guía, tan solo se darán unos pocos que se consideran importantes a tener en cuenta.

Al margen de todos los detalles de preparación de su material, un buen presentador antes de "entrar en escena" deberá reconocer el terreno, familiarizándose con el uso del micrófono, proyector, interruptores, luces, etc. Deberá, asimismo, prestar atención a la ubicación de escalones o desniveles y cables sueltos en el piso.

Es útil tener a mano una hoja de historia personal, la que será muy breve, con los datos mínimos, aunque más relevantes a la audiencia reunida. Dicha información podría ser requerida por un eventual presentador.

La vestimenta a utilizar debe estar en consonancia con la audiencia. Presentarse en remera ante una audiencia muy formal, es un error. Lo contrario (un atildamiento exagerado frente a un público sencillo y simple), es igualmente equivocado.

Al comenzar la presentación, se puede iniciar la charla contando alguna anécdota o un chiste breve y gracioso. Esta es una buena fórmula para romper el hielo con la audiencia y lograr confianza y auto serenidad, pero cuidado: las personas que por naturaleza no cuentan con el don de la gracia, deben evitar situaciones incómodas del estilo de tener que terminar explicando el chiste.

Una postura de soberbia produce rechazo. Por ello la actitud en todo momento debe ser la de un colega y compañero y nunca se debe olvidar que una buena sonrisa es una llave mágica para lograr la aceptación del público.

Se debe mostrar sinceridad, y si hubiera alguna pregunta de la que no se supiera la respuesta, lo correcto es confesarlo, ofreciendo averiguar el tema y aportar esa respuesta en un tiempo específico.

Por último, al margen de la calidad del material empleado, lo mejor que puede ofrecer en todo momento un presentador exitoso, es su naturalidad, su espontaneidad y su sinceridad.

REFERENCIAS

1. Nieto Caraveo L. M. (27 de noviembre de 2001), Curso “Elaboración de Reportes Técnicos y Científicos”, Maestría en Hidrosistemas. Centro de Investigación y Estudios de Postgrado, Facultad de Ingeniería, UASLP, México.
2. Ortiz C. J. y L. Mendoza (s/f) Cómo preparar una exposición oral, en: Conferencias, cómo prepararlas y participar en ellas, Colegio de Posgraduados, México, material fotocopiado incompleto.
3. Serafini M.T. (1997) Las preguntas, el examen y la exposición en público, en: SERAFINI M.T. (1997) Cómo se estudia, op cit, (pp. 123-139)
4. Solsona D: (1998) Cómo mejorar las presentaciones técnicas audiovisuales, Hojas de Divulgación Técnica No. 68, Centro Panamericano de Ingeniería Sanitaria y Ciencias del Ambiente (CEPIS) – Organización Panamericana de Salud (OPS), Tomado de: <http://www.cepis.org.pe/eswww/proyecto/repidisc/publica/hdt/hdt73/hdt073.html>
5. Varela, J. (2004). Los tipos más usados en prensa. Periodistas 21. Disponible en <http://www.periodistas21.com/2004/11/los-tipos-ms-usados-en-prensa.html>
6. von Rebeur, A. (2010). La ciencia del color. Historias y pasiones en torno a los pigmentos. España: Siglo Veintiuno Editores.