

## 3. Construcción de la presentación

### 3.1 Contenidos

Ya definimos el objetivo, la estrategia, nos preparamos a nosotros mismos como oradores y direccionamos nuestra comunicación a una meta. Es momento de sentarse a armar los contenidos de manera que lleguen a nuestra audiencia. Se trata de diseñar contenidos originales que movilicen a la audiencia y la lleven a la acción.

A continuación, veremos diferentes formas de presentar el contenido.

#### 3.1.1 *Storytelling*

Como mencionamos en las lecturas anteriores, *storytelling* significa contar a través de historias. ¿Y por qué resulta una metodología tan comentada en la actualidad?

En realidad, si reflexionamos sobre el acto de contar historias como herramienta de la oratoria, descubriremos que esta tiene muchos años de antigüedad. Desde los viejos tiempos las comunidades se sentaban alrededor del fuego para escuchar los emocionantes y aventureros relatos de sus líderes. Esa era la forma para transmitir sus valores, su ejemplo, la cultura, las emociones y lograr conectar entre ellos. Por eso se dice que los líderes son grandes contadores de historias.

Las historias son fuente de inspiración porque conectan con la emoción y desde ahí logran llevar a las personas a la acción. Desde la narración y las visiones se inspiraba a los pueblos a luchar por sus ideales, por la libertad, etc.

En la actualidad, desde las series, las películas y los cuentos se logran cautivar al público para hacerlos partes de una realidad. De este hecho surge el poder que tienen las grandes historias.

Stéphane Dangel (2018) afirma:

La empresa de hoy necesita más que simplemente convencer. Necesita acción; incluso es lo único que cuenta. Y si hay un vector de acción especialmente poderoso, ese es la emoción. Por lo tanto, el otro componente esencial de una historia es la emoción. ¿La emoción? Sí, como en una película de suspenso en el cine, en esas secuencias en las que uno se aferra a los brazos de las butacas. (Dangel, 2018, pp. 11 y 12)

### **Formulado como una ecuación**

“Historia = relato x (hechos + emoción)

Storytelling = convicción + acción” (Dangel, 2018, p.12).

A diferencia de cualquier historia contada durante una presentación, el *storytelling* contiene una metodología que está orientada a llevar a una acción determinada. Es decir, no consiste solamente en contar una historia que resulte bonita y emocionante.

Dangel (2018) también indica que existen diferentes tipos de *storytelling*, entre ellas menciona: el contado, el vivido y el integrado. A continuación, se detallan cada uno:

El primer tipo de Storytelling, contado, es el gran clásico de las historias, en especial publicitarias. Pero no es ese tipo de historias el que resulta más eficaz y, por lo tanto, el más importante. Recordemos que lo que cuenta más es la historia que nos contamos.

El Storytelling del segundo tipo, el vivido, puede ilustrarlo Apple. Es imposible encontrarlo en la publicidad de Apple: no existe. Lo contaba Steve Jobs en cada una de sus apariciones, pero se debía a que era el arquetipo del adicto a Apple: contaba lo que sentía y vivía en su relación con la marca, y los fans de Apple sentían y vivían lo mismo.

El tercer tipo de Storytelling es también diferente. En este caso, el Storytelling no se encuentra en la formulación publicitaria de

una historia, ni siquiera en el desarrollo de un universo narrativo vivido: es el Storytelling integrado. Cuando la historia ya no necesita ser contada ni siquiera vivida conscientemente, se convierte en un mito: es el Storytelling integrado. (Dangel, 2018, p. 24 y 25)

Las características que incluye el *storytelling* son:

- **Definir un objetivo:** si no tengo una meta clara ¿cómo se para qué sirve mi historia? La historia no debe estar por encima del objetivo.
- **Conocer la audiencia y dirigir mi contenido hacia ella:** si mi historia no tiene vínculos de unión con mi público, no sirve porque no van a sentirse identificados por más de que considere que es muy buena. En especial prestar atención a si los valores que transmite la historia son los mismos o similares de mi público.
- **Comunicación no verbal:** la voz y el cuerpo deben acompañar el relato, darle ritmo y vida en cada parte de la historia.
- **Diseño de materiales:** debe haber coherencia y coincidencia entre mi historia y el diseño de los materiales. Una historia divertida, que inspira puede no ser correctamente acompañada por un material de fondo precario y aburrido.

Generalmente se considera que todos estos puntos mencionados, y principalmente el hecho de contar historias, no son una herramienta que funcione en los negocios, cuando lo importante son los números. Sin embargo, el *storytelling* ha demostrado que esa teoría es incorrecta. Es precisamente en estos espacios donde hoy se necesitan innovar y superar la llamada “muerte del PowerPoint”. Se debe aceptar que además de seres racionales estamos atravesados por las emociones y estas son el medio de conexión más fuerte entre las personas. Por supuesto, siempre debemos incluir los hechos, datos y números que permitan sustentar nuestras ideas. Como mencionamos a lo largo de las lecturas, es importante tanto el contenido como la forma.

### 3.1.2 Elevator pitch

Nutrirnos de diferentes técnicas para armar una presentación nos va a permitir innovar y diseñar de una manera más atractiva, diferente y creativa.

Quizás no se trata de utilizar una sola forma al 100%, sino ver qué las hace exitosas a cada una, analizar si se pueden aplicar en un caso en particular y si ayudan a conseguir el objetivo.

Así como en el punto anterior hicimos referencia al *storytelling*, en esta oportunidad la herramienta es *elevator pitch*; la cual nace por la necesidad, o mejor dicho la oportunidad, de presentar un negocio a un potencial inversor durante el tiempo de 2 minutos (algunos incluso hablan de 1 minuto), que es el tiempo estimado del viaje en ascensor desde planta baja hasta un último piso de un edificio. El desafío es hacer una presentación breve, con un mensaje muy específico (ya que no permite aclaraciones) y altamente atractivo e intenso. La finalidad de este discurso es que cautive al potencial cliente y éste acepte conocer más de nuestro proyecto.

El *elevator pitch* es una técnica muy utilizada en el rubro de las empresas emergentes o más conocida como *startups*. En estas empresas, conseguir un inversor para sus proyectos es una necesidad de supervivencia. Y ahí es donde aparecen las oportunidades únicas, donde no se puede dudar o titubear en el discurso y se debe ser altamente efectivo en la transmisión del mensaje.

A continuación, mostramos cómo estructurar un *elevator pitch* efectivo:

- **¿Qué producto o servicio ofreces?**  
Poner rápidamente en contexto nuestro speech.
- **¿Quién eres? ¿Cuál es tu experiencia?**  
Se trata de dejar huella en la memoria del oyente, ya sea con tu nombre, con tu marca, con algún objetivo conseguido o con alguna cifra.
- **¿Cuáles son tu idea y tu modelo de negocio?**  
¿Eres capaz de explicarlo todo en una frase? Inténtalo. Es muy importante.
- **¿Qué te diferencia de la competencia?**  
Si después del discurso queda la sensación de que hay muchos proyectos iguales en el mercado, habremos perdido una buena oportunidad. Destaca algo que te diferencie del resto y que atraiga la atención del inversor.
- **¿Qué le ofreces a tu inversor?**  
Un inversor lo que quiere saber es qué puede sacar de todo esto. Dedicar una parte del discurso a tu propuesta de colaboración. (Cervera, s.f., <https://www.pimealdia.org/es/elevator-pitch-que-como-se-hace-y-que-sirve/>)

¿Cómo podemos aplicar la técnica del *elevator pitch* en una presentación efectiva?

Principalmente, para practicar, debemos explicar la idea de manera sencilla, contundente y atractiva. Después podemos agregar los detalles que van a componer el desarrollo de la presentación, pero es importante resumir la idea principal y que esta se entienda de manera clara.

La estrategia está siempre en apelar a las emociones para lograr conectar con las personas de una manera fuerte, que genere la atracción y atención del oyente.

### 3.1.3 Dramatización

La dramatización implica representar una situación o historia, que no necesariamente tiene que ser negativa, trágica o que inspire suspenso. El término proviene de la familia del teatro y también es utilizado como técnica desde la psicología para que los pacientes puedan expresar sus emociones, sentimientos o pensamientos desde otra posición.

Una historia puede ser relatada por alguien que se mantiene ajeno a ella, o que dramatiza e incorpora un rol totalmente activo en el relato. Es decir, interpreta la historia como si la estuviera viviendo.

Esta técnica permite complementar o apoyar la información, datos o conclusiones con emoción y mayor naturalidad. Los datos solos presentados en un PowerPoint suelen resultar aburridos y no logran mostrar con fuerza la idea que se pretende explicar. Detrás de las cifras hay una historia, una consecuencia, algo que tiene fuerza para convencer y debemos ser capaces de mostrarlo.

Un ejemplo extraído del libro “El arte de presentar” de Álvarez Marañón (2012) nos muestra cómo exponer cifras desde la dramatización y lograr una mejor recepción por parte de la audiencia:

En un momento durante su charla en TED, el popular cocinero de la televisión inglesa Jamie Oliver explica cómo el azúcar que se añade a la leche contribuye a crear obesidad. Hay tanto azúcar en un vaso de leche como en una lata de refresco, y los niños se están tomando dos vasos diarios. En este punto, entra un ayudante empujando una carretilla con decenas de kilos de azúcar.

Así que déjenme enseñarles. Aquí tenemos un niño que se come, ¿saben?, ocho cucharadas de azúcar por día (Jamie carga un vaso de azúcar de la carretilla y lo

arroja al suelo). Aquí ven la semana (Jamie carga un tazón de azúcar de la carretilla y también lo arroja al suelo). Y aquí el mes (Jamie carga ahora un gran cuenco de azúcar que nuevamente arroja al suelo). Me tomé la libertad de juntar el azúcar procedente de la leche durante los cinco años de primaria (Jamie vierte todo el contenido de la carretilla sobre el suelo). Ahora... Yo no sé ustedes, pero a juzgar por las circunstancias, cualquier juez en el mundo, después de ver las estadísticas y la evidencia, encontrará que el gobierno que promueve esto es culpable de abuso infantil. Eso es lo que creo.

Terminante esta impactante dramatización de las estadísticas, Jamie obtiene un encendido aplauso de la audiencia. (...) ¿Habría tenido el mismo impacto una transparencia que informara de la cantidad de azúcar en la leche y la cifra de los kilos de azúcar consumidos en cinco años? (p. 102)

En general se piensa que los datos o los procesos que son catalogados como **importantes** no pueden presentarse con historias o dramatizaciones porque son *cursis*, este es el momento en el cual, por medio un prejuicio, se pierden grandes oportunidades.

### 3.1.4 Materiales a entregar

¿Entregar o no materiales? ¿en qué momento? ¿qué contenido? Estos son algunos de los interrogantes que surgen cuando armamos una presentación y empezamos a centrarnos en algunos detalles. O puede que se aprenda en algunas experiencias cuando no llevamos nada y el público nos lo solicita o cuando lo entregamos en un momento que no era el indicado y vemos las consecuencias de pasar a un segundo plano.

Si hay que entregar o no material complementario a una presentación depende, en realidad, del tipo de presentación, del contexto, la situación, el tipo de información que se maneje y, por supuesto, lo más importante, del **criterio del presentador**. Si la respuesta es que no, es importante tener pensada ya la respuesta, y que sea de índole positiva, para responder al auditorio. Por ejemplo, se colocan los datos de contacto para que los interesados puedan solicitar el material y este se les enviará luego. Por supuesto, debemos cumplir este compromiso (no está de más aclararlo). Nuestra imagen sigue en construcción aún finalizada la presentación. Siempre está en construcción.

Si decidimos entregar un material complementario, un punto importante es el momento en que lo vamos a suministrar. ¿Al principio? Solo si necesito que el público complete y siga la presentación por algún motivo específico, como por

ejemplo cifras, o si voy a realizar preguntas y es mejor que puedan tener una hoja cada uno, etc. Se debe tener en claro que lograr la atención plena va a resultar más difícil ya que las personas van a distraerse con el material que tienen en sus manos. ¿Al final? Es la opción generalmente más recomendada. Esta permite lograr que la concentración de la audiencia se enfoque en el presentador y su exposición. Otra buena opción es que al comenzar la presentación mencionarle al público que se le va a entregar material al término de la misma, para que tomen nota solo de los puntos que consideren necesarios y no se preocupen por copiar rápidamente lo que visualizan en los *slides*.

Cuando se decide entregar material hay que dedicar tiempo para que esté armado correctamente. Y esto implica que tenga la misma calidad que pretendemos de la presentación. Entonces, el diseño debe ser claro, fácil de leer, con imágenes de buena calidad, colores y estilo igual o similar al utilizado en la presentación, etc. Así como cuidamos nuestra vestimenta, los detalles del lugar y del PowerPoint, el material que entregamos también hace referencia al orador. Lo ideal es entregar el material en una carpeta a cada uno de los asistentes, o dejarles una versión digital.

En cuanto a qué material incluir depende del tipo de presentación, pero además de colocar algunas de las filminas utilizadas en la presentación, se pueden incluir links a nuestra web, perfil social y datos de contacto. ¿Por qué decimos “algunas” de las filminas? Porque hay muchos casos en los cuales todas las filminas se imprimieron, pero algunas contenían un video, por lo tanto, se ve una imagen negra, lo cual no tiene sentido. En resumen, esto comunica que no estuvimos en los detalles y que simplemente hicimos *clic* en imprimir.

Tener presente la frase **todo comunica**, es la clave para nunca olvidar que cada movimiento, gesto, acción, silencio e incluso material, habla de nosotros e influye en nuestra imagen y en la calidad de lo que hacemos.

## 3.2 Herramientas

En la siguiente unidad vamos a ver los diferentes tipos de recursos que podemos utilizar para el armado de una presentación y qué aspectos tener en consideración.

Mucho se habla de la “muerte del PowerPoint” pero es una de las herramientas más utilizadas y es bueno conocer cómo aprovecharla. Los más osados hablan de Prezi, pero pocos saben cómo utilizarlo sin caer en armar lo mismo que haríamos en un PowerPoint.

¿Qué otros elementos pueden complementar la presentación? Las pizarras parece que no pasan de moda, los videos entretienen (aunque si son de mala calidad nos perjudican). ¿Qué se recomienda? ¿Qué elementos de apoyo se pueden utilizar?

El mundo cambia, la tecnología avanza y la forma de vincularnos también. Ahora nos enfrentamos al desafío de hacer presentaciones a distancia y hablar ante una cámara, pero quizás todavía nunca lo hicimos en público ¿Qué se debe tener en cuenta?

Por último, vamos a enumerar algunos *tips* para tener en cuenta así podemos prepararnos para armar una presentación eficiente.

### 3.2.1 PowerPoint y Prezi

La “muerte del PowerPoint” es una frase de Ángela R. Garber (2001) y hace alusión a que la gente está cansada de participar de presentaciones aburridas, para nada impactantes, repletas y sobrecargadas de texto o cifras.

Aun así, el PowerPoint es recomendado por muchos profesionales ya que resulta una herramienta de fácil utilización y permite jugar con estilos para presentar los contenidos de manera simple y atractiva.

Por lo tanto, vamos a presentar algunos puntos para tener en cuenta al momento de diseñar nuestra presentación con PowerPoint:

- **El diseño es importante:** hay que dedicarle tiempo, aprender sobre los colores, las tipografías, los estilos y, principalmente, cómo hacer para que la presentación transmita calidad. Lo atractivo del material tiene correlación directa con el nivel de persuasión que queremos lograr. Por eso, no es para dejarlo como decorado y realizarlo a último momento, depositando ahí todo lo que tenemos.
- **Menos, es más:** esta es una las principales reglas para lograr un diseño que sea simple, fácil de procesar y a la vez atractivo. Generalmente se crean diseños con muchas palabras, muchos colores y muchas imágenes.



Esto hace que sea difícil de entender y que se requiera de una gran concentración para hacerlo. Es como querer escuchar una canción en medio de una locura de tránsito en pleno centro, con bocinazos, motos a toda velocidad y el griterío de la gente. Debemos procurar no pecar por exceso de información visual, ya que esta aturde, produce confusión, molestia y saturación.

Álvarez Marañón (2012) cita a la diseñadora Robin Williams; quien hace referencia a que existen 4 principios en el diseño:

1. **Proximidad:** “cuando varios elementos se encuentran próximos físicamente, nuestro cerebro tiende a agruparlos en una unidad visual en lugar de percibirlos como unidades separadas” (Williams en Marañón, 2012, p. 183).

Por lo tanto, si colocamos elementos que no tienen relación alguna juntos en una misma filmina, simplemente porque no nos tomamos el tiempo para organizarla o porque creemos que debemos hacer una presentación corta; crearemos presentaciones confusas y difíciles de comprender. Esto hará que el público esté distraído intentando comprender lo que hemos diseñado y deje de escucharnos atentamente.

## 2. **Alineación:**

Los diseñadores noveles tienden a volcar los elementos textuales y gráficos de cualquier manera sobre la transparencia. El resultado produce el mismo efecto que esos escritorios llenos de papeles, libros, notas, cuadernos, bolis, tazas de café, grapadoras, vasos con rotuladores y lápices, figuritas de Star Wars, todo desperdigado sin orden ni concierto. Del mismo modo que resulta arduo encontrar las cosas sobre estos escritorios, si la información de tu transparencia no está alineada correctamente faltará la cohesión entre las unidades visuales, aunque estén próximas unas de otras. (Williams, en Marañón, 2012, p.189)

Así como sabemos que se lee un texto de izquierda a derecha, debemos estar atentos a que la lectura de nuestra filmina sea concordante. Si los objetos y/o textos no están alineados, tenemos la posibilidad de que no sean interpretados como esperamos.

## 3. **Repetición:**

La repetición de elementos visuales dentro de las filminas refuerza y unifica aspectos que de otra manera pasarían inadvertidos. La repetición de elementos en las transparencias de la misma

presentación resulta crítica para alcanzar consistencia. La repetición añade interés a una imagen haciéndola más atractiva y provocando que el lector se fije más en ella. Permite acentuar los elementos que deseas destacar. (Williams en Marañón, 2012, p.195)

La manera más fácil de aplicar el principio de repetición es utilizar las plantillas que ofrece PowerPoint. También se pueden diseñar plantillas propias o conseguir las institucionales de la empresa.

#### 4. **Contraste:**

Contraste significa diferencia. Del mismo modo que nos gustan los contrastes en las historias, en la música, en la comida y en todas las demás facetas de nuestra vida, nuestro ojo busca y desea el contraste en los diseños. He de destacar contrastes entre los elementos de una transparencia es una de las mejores formas de añadir interés a su diseño. (Williams en Marañón, 2012, p.197)

Los contrastes se pueden aplicar en las tipografías, por ejemplo, elegir dos tipos bien diferentes, uno para títulos y otro para cuerpo. Incluso a través de ese contraste se indica cómo debe leerse la filmina, órdenes de jerarquía e importancia.

Una vez vistos estos cuatro principios que rigen la forma de encarar el diseño de la filmina, es clave nombrar algunos puntos a considerar al momento de armar la presentación.

- **El texto debe poder leerse fácilmente:** porque la tipografía es clara y porque el tamaño es adecuado para la distancia del auditorio respecto a la pantalla.
- **No escribir todos los textos en mayúsculas:** en los títulos se puede jugar un poco más, pero si todo el contenido es en mayúscula sostenida esto dificulta la lectura e incluso genera una sensación de que “estamos gritando”.
- **Limitarse a un mensaje por filmina:** no podemos colocar toda la información junta, apilada en una misma filmina.
- **Usa listas numeradas:** mientras más simple y claro es nuestro mensaje, mejor.
- **Las filminas necesarias:** la presentación es un acompañamiento, un soporte, si por cada palabra que transmitimos debemos pasar a otra

filmina, solo lograremos distraer a la audiencia y hacer que les resulte cansador.

- **Utiliza imágenes de calidad:** si la imagen no se ve bien, es lo mismo que una llamada telefónica con interferencias. El ruido también es visual.
- **Que el texto no sea todo en negritas:** nuevamente aplicamos el principio de contraste. Usar la negrita solo para resaltar. No puede estar todo resaltado.
- **Cuidado con el color del fondo y de la tipografía:** hay que confirmar que ante diferentes situaciones de iluminación la presentación sea fácil de leer.
- **No armar un arcoíris:** no necesitamos usar toda la paleta de colores, ni en una misma filmina y tampoco en toda la presentación. Siempre elegir dos o máximo 3 colores para marcar el tiempo y la estructura de la presentación.

El autor Di Bartolo (2000) presenta el consejo del Toastmaster International sobre apoyos visuales indicando:

- **Evite usarlos demasiado:** utilícelos para realzar su discurso y no como sustituto.
- **Háblele al público, no a la presentación visual.**
- **Deje las luces encendidas:** sí es necesario reduzca la intensidad de la luz, pero asegúrese de que puede ver a su público, y de que ellos puedan verlo a usted.
- **Asegúrese de que todos en la sala puedan ver sin dificultad:** no bloquee la visual a nadie, y use letras suficientemente grandes como para que todos puedan leerlas.
- **Haga gráficos sencillos:** límitese a puntualizar una cosa importante por gráfico.
- **Ilustre solamente los puntos clave de su discurso:** si se usan demasiados apoyos visuales pierden impacto.
- **Practique utilizar apoyos visuales antes de la conferencia:** esté absolutamente seguro de la tecnología a utilizar.
- **Tenga un plan de emergencia:** inclusive la mejor planificación no puede asegurarle que no habrá fallas en los equipos. Esté

preparado para cubrirse si los equipos fallan. (Di Bartolo, 2000, p. 103)

Así como hemos explicado algunos puntos claves para tener en cuenta en el armado de presentaciones en PowerPoint, ahora vamos a continuar con la herramienta Prezi.

Prezi, a diferencia de otras herramientas, no tiene una lógica secuencial de presentación, sino que trabaja sobre un lienzo que permite presentar una narrativa jugando con los enfoques y los planos de una manera más fluida. Por este motivo, nuestra manera de pensar y hacer la presentación es diferente de la que estamos acostumbrados.

En el lienzo de Prezi puede verse desde diferentes dimensiones y aplicar zoom o alejarse para tener distintas perspectivas, desde lo general hasta los detalles importantes. Esto permite dar mayor vida y realidad al relato. Ahora, si el presentador no practica, no tiene claro el discurso y no sabe utilizar el programa, la presentación puede resultar muy compleja.

Trabajar con Prezi es como utilizar realidad virtual. Nos permite quedar inmersos de una manera más real y tangible. Y como venimos mencionando a lo largo de las lecturas, la gente se deja llevar por las historias y en especial por lo que provocan. Los cambios espaciales que permite Prezi pueden alinearse con las metáforas, la narrativa y evocar un mejor recuerdo del contenido por el entusiasmo que este provocó.

Si nos decidimos a utilizar Prezi, uno de los primeros consejos es dedicar tiempo a investigar la herramienta, saber cómo funciona y ver las presentaciones que otros han realizado. No caer en el error de acceder a la herramienta e ir directo a diseñar la presentación que deberemos exponer.

Prezi en su web presenta un blog con diferentes trucos, consejos y *tips* para tener en cuenta al momento de diseñar la presentación, a continuación, presentamos algunos:

## **1. Las cosas viejas todavía funcionan**

¿Ya creaste una presentación estelar en el pasado? Puedes guardar los diseños que usaste en esa presentación en la biblioteca y luego reutilizarlos para tu próximo trabajo. Aprovecha la función Mi contenido para reutilizar algunos elementos de tus presentaciones anteriores. En la mayoría de los casos, un elemento exitoso se puede reciclar repetidamente. Además, puedes aprovechar las viejas presentaciones de PowerPoint importándolas a Prezi y usando esas diapositivas antiguas.

## **2. Usa Doodles (Dibujos o Garabatos)**

Si decides usar una determinada plantilla, puedes crear un diseño Prezi original aprovechando una variedad de características. Las imágenes y los garabatos le dan vida a tu presentación, lo que facilita su lectura y comprensión. Tome los dibujos y muévelos alrededor de tu presentación para lograr los resultados deseados.

## **3. Cambiar el logotipo**

Cuando utilizas una plantilla, no olvides cambiar el logotipo. Muchas personas prefieren no aprovechar las plantillas debido a la falta de personalización. De hecho, si cambias el logo puedes obtener un diseño original incluso si usas una plantilla. Busca Theme Wizard en el menú de burbujas y elije «Reemplazar logo». Hay algunos requisitos de imagen, pero son fáciles de seguir.

## **4. Usa formas**

Muchas personas pasan por alto la simplicidad de usar formas mediante la opción Insertar formas. Hay muchas maneras con las que puedes aprovechar las formas al crear tu presentación perfecta. Si necesitas agregar dibujos o diagramas simples, esta herramienta puede hacer maravillas. Puedes agregar estos diseños a la biblioteca de contenido y reutilizarlos en tu próxima presentación.

## **5. Usa fondos en 3D**

La última versión de Prezi presenta atractivos fondos 3D. Pueden darle a tu diseño Prezi un aspecto completamente nuevo. Es posible que ni siquiera necesites crear un nuevo formato. Un fondo en 3D puede cambiar completamente tu trabajo anterior.

Puedes crear tu propio fondo 3D haciendo clic en el fondo actual y seleccionando la opción «Cambiar fondo». Al hacer clic en el botón Editar, puedes proceder a realizar cambios personales.

## **6. Usa Video Clips**

Cualquier diseño Prezi se vuelve mejor con la elección correcta de video clips. El programa te permite elegir cualquier video que tengas en tu computadora y podrás insertarlo en la presentación. Alternativamente, puedes agregar un video de YouTube. Una vez que el video está en tu Prezi, puedes trabajar con él como lo harías con cualquier otro objeto. (Benito, 2018, <https://blog.prezi.com/es/6-consejos-y-trucos-para-crear-tus-propios-disenos-prezi/>)

### 3.2.2 Pizarras, videos y elementos de apoyo

Es recomendable no quedarse solo con las presentaciones de PowerPoint o Prezi e incorporar diferentes elementos que le den vida y dinamismo a la presentación. Además, es importante buscar evocar a la mayor cantidad de sentidos del auditorio. Algunas personas son más visuales, otras más auditivas, algunas tienen muy desarrollado el sentido del olfato y otras pueden agarrar un elemento que llevamos para mostrar e incorporan más fácilmente la idea o lo que deseamos transmitir.

A continuación, veremos otros elementos a tener en cuenta para incorporar en las presentaciones.

#### **Pizarras**

Las pizarras siempre van a estar, ya sean las con fibrón o las digitales (una novedad que ya se usa en algunos lugares).

Es una herramienta que también le aporta dinamismo a la presentación, porque nos salimos del esquema o de la mera exposición para empezar a dibujar, describir o explicar, un concepto o idea. Generalmente cuando se empieza a utilizar la pizarra se produce un llamado de atención que resulta en que el auditorio vuelva a estar presente y preste atención.

Por lo tanto, es bueno utilizarla siempre y cuando haya mucha seguridad con lo que vamos a hacer, no demos la espalda mucho tiempo al público y seamos bien claro con lo que queremos transmitir. Si usamos la pizarra para aclarar nuestras ideas en vivo y en directo, estaremos en problemas.

Una técnica muy utilizada con la pizarra, y que permite la comunicación con el auditorio, es hacer una pregunta y anotar en ella, a la vista de todos, las respuestas. Por ejemplo, al inicio de la presentación se puede consultar cuáles son las expectativas, anotarlas y comprometerse que al final habrán visto cada uno de los puntos. Por supuesto, hay que cumplirlo. Por lo tanto, hay que tener experiencia, seguridad y un especial manejo de la situación y la temática.

#### **Los videos**

Los videos son un recurso muy llamativo, innovador y eficiente para la transmisión de ideas y/o conceptos. Pueden ser incrustados en las presentaciones, tanto de PowerPoint como Prezi, y permiten ilustrar lo que se quiere decir de una manera diferente.

Es fundamental la prueba previa de los videos en el lugar. En especial si se utilizará otra PC y para verificar que no se haya dañado o desconfigurado el archivo. Presentar un video y que este no funcione, crea altas expectativas en el auditorio que rápidamente se vuelven una desventaja para el orador. Habla de su falta de preparación.

La calidad de este recurso también es fundamental, en especial cuando las pantallas en las que se transmite la presentación son grandes, lo cual hace que la calidad disminuya. Es recomendable que los videos estén en HD. Estos son detalles que no se pueden dejar de lado ya que son claves para la eficiencia de la presentación.

Por último, hoy es muy común que los videos sean utilizados directamente de Internet con un acceso a YouTube o a otra página. Esta opción trae consigo grandes riesgos y no la recomendamos. Existen variedad de programas que permiten descargar los videos, esto nos dará la tranquilidad que, ante una contingencia externa (ya sea una falla en la conexión a Internet o que el video no esté más en la web) no quedará afectada la presentación.

### **El puntero**

El puntero es un aparato tecnológico, al estilo control remoto, que se conecta a la PC y que utiliza el orador para su presentación. Permite pasar las diapositivas y tomar distancia de la computadora.

A medida que el orador adquiere experiencia y mayor soltura en las presentaciones, el puntero se convierte en una herramienta fundamental de trabajo (cuando se utilizan diapositivas) ya que le permite desplazarse por el escenario y no tener que estar detrás de un escritorio. Sin embargo, hay que tener cuidado porque el puntero puede ser un distractor si la persona no tiene control sobre los movimientos de este.

La mayoría de los punteros tienen además la función láser que permite que el orador pueda señalar en la presentación o en cualquier lugar de la sala, algún objeto, concepto o imagen que quiera que las personas observen. Los oradores novatos, si no han aprendido a utilizarlo, suelen realizar bruscos y repetidos movimientos con el láser, lo cual distrae y molesta a la audiencia.

El paso de las diapositivas, el control del volumen y la utilización del láser a través de un puntero, deben estar controlados y seguir la cadencia del discurso del orador. No adelantarse ni quedarse atrás con lo que se dice.

### **3.2.3 Videoconferencia**

En la actualidad, con el avance de las tecnologías, muchas de las presentaciones deben realizarse por medio de videoconferencia. Es decir, con programas del tipo Skype, Zoom u otros. En las reuniones de este tipo, deben realizarse

presentaciones a personas que se encuentran en diferentes lugares del país o incluso del mundo.

Realizar presentaciones a distancia, mediante videoconferencia, permite el ahorro de tiempo, costos de desplazamiento y alojamiento. Incluso evita que muchas reuniones no sean efectivas, ya que generalmente son específicas y concretas en el tiempo de desarrollo.

No es lo mismo a realizar una presentación de forma presencial, por lo cual hay muchos aspectos para tener en cuenta que vamos a desarrollar a continuación:

- **Dedicar tiempo a conocer el software:** existen varios programas que pueden utilizarse y la mayoría son similares en las opciones y los servicios que ofrecen. Pero, no es excusa para no dedicar un tiempo a saber los detalles de su funcionamiento. Ante una situación de tensión y *stress* que genera cualquier presentación, sumarle factores por errores o demoras en su utilización produce un mayor nerviosismo. Siempre sucede que cuando estamos tranquilos todo funciona y sabemos encontrar cada botón, pero en el momento de la presentación nuestra capacidad visual, de atención puede no funcionar al 100% y resultarnos todo más complejo.
- **Ya sabemos cómo funciona, ahora a practicar:** una vez que ya conocemos cómo iniciar una video llamada, invitar a los participantes, manejar los micrófonos, sonidos, compartir pantalla, entre otros; es recomendable hacer una prueba con una presentación corta. Es mejor si se graba y después la vemos. Que la sorpresa de conocernos sea en privado y no ante el público. Si puede haber alguien que nos vea del otro lado, mejor, porque le agrega más cuotas de realidad.
- **¿Cómo va a participar la audiencia?** de acuerdo con el tiempo de exposición, el objetivo, el tipo de presentación y la cantidad de personas que participan se debe definir cómo van a intervenir. Esto es, ¿al final? ¿En cualquier momento? ¿Por chat? ¿Pueden usar el micrófono? ¿Se define un interlocutor?
- **Hay que probar los materiales y videos:** en algunas presentaciones se incluyen videos o algún material en otro formato que previamente debemos verificar que funcione. Chequear que puede verse correctamente y que la conexión a Internet es óptima. Por ejemplo, hay videos que es mejor enviarlos previamente para descargarlos en la PC del lugar donde está el auditorio. De este modo, nos aseguramos que se vean bien, funcione el audio o evitamos cualquier otro problema. Lo que no nos debe pasar es promocionar un video que después no funciona y dejar a nuestro público con las ganas.
- **Nuestra comunicación no verbal:** igual que en una presentación presencial, debemos estar muy atentos a nuestra comunicación no verbal.



Incluso saber que nuestra posibilidad de mantener la atención y de cautivar, va a lograrse especialmente a través del tono de voz, la mirada y la sonrisa, que es el primer plano de la cámara.

- **Dos salas mínimo por conocer:** la del auditorio y la mía. Debo saber cómo es la iluminación para que pueda visualizar correctamente el material, si hay sonidos que pueden molestarlos a ellos o a mí, si van a estar cómodos. Prevenir, anticipar, preparar y saber, son las claves para liderar, y son detalles que deben ser tenidos en cuenta.
- **Cámara:** para aparecer centrado en el encuadre de la cámara, hay que sentarse justo delante, a una altura donde puedan verse los hombros, cuello y cabeza completa. Probar con la computadora que se va a usar el día de la presentación para saber si funciona y evitar inconvenientes.
- **Tiempo de uso del software:** algunos programas, de acuerdo con la licencia adquirida, tienen un tiempo limitado de uso. Es importante conocer estos detalles, para evitar que se nos cierre el programa y que no se pueda volver a la presentación.
- **Evitar actitudes contraproducentes:** debido a que no es una presentación presencial, a veces se pierde la noción de que las personas están mirando continuamente. Por lo tanto, evitar bostezar, jugar con plumas, fumar, comer o mascar chicle, ya que enviarán una señal de aburrimiento, ansiedad o falta de respeto.

Preparar presentaciones por videoconferencia requiere tener en cuenta todo lo que hemos visto en cada una de las lecturas y además los puntos recién detallados. Hay personas que se sienten más cómodos en instancias presenciales y otras por medio de la cámara, lo importante para lograr presentaciones efectivas **es conocerse y practicar**.

### 3.2.3 Errores a evitar

A continuación, presentamos algunas cosas que no deben hacerse en una presentación:

- No copiar el estilo de otros: ser auténticos y espontáneos.
- No usar apoyos visuales que no tengan relación con el mensaje.
- No leer: la gente sabe leer, entonces, si solo estamos para leer no nos necesitan. Si vamos a leer que sea una frase o cifras específicas. Podemos introducir la lectura diciendo: “Voy a leerles...”, “Voy a compartirles...”. Pero que sea poco, no toda la presentación. No sirve que lo memoricemos, durante la presentación difícilmente nos acordemos y

correremos el riesgo de equivocarnos. Si no sabemos o es complicado, podemos leer lo que corresponda.

- No hablar de memoria, ya que no podremos transmitir seguridad, convicción ni pasión por lo que decimos.
- No dar la espalda al público y tampoco dar la presentación desde el fondo. Cuidado con dónde nos paramos. Debemos estar de costado al público y a la presentación.
- Cuidado con hablar rápido y dejar las filminas para el final o pasar rápido las filminas y hablar sobre lo que ya mostramos hace 5 minutos.
- No saltar filminas: si no vamos a mostrarlas ¿para que las pusimos?
- No empezar la presentación diciendo: “No tuve mucho tiempo”, “Hice lo que pude”. Demostrar respeto al público que nos dedica su tiempo.
- ¡Atención! Es una presentación, no un circo. Cuidado con el exceso de animaciones en una presentación. Si colocamos animaciones en cada texto, imagen u objetivo que aparece, debemos corroborar que no resulten molestas, retrasen o dificulten la exposición.

Las siguientes, son acciones que debemos considerar en cada presentación:

- Confiar en nuestra presentación: ser crítico, dedicar tiempo y enamorarse de nuestro trabajo.
- Al usar apoyos visuales, recordar dirigirnos a todos los sentidos que podamos.
- Evitar distracciones: el celular en silencio o apagado.
- Hay que practicar: esta es la clave del éxito. Incluso improvisar no es para improvisados.
- Nada de superhéroes o super poderes. Debemos armar la lista de comprobación (*check list*) para no olvidarnos de ningún elemento.
- Importante: ¡respiremos!

# Referencias

**Álvarez Marañón, G.** (2012). *El arte de presentar*. España: Gestión 2000.

**Benito, P.** (2018). *Consejos y trucos para crear tus propios diseños de Prezi*. Recuperado de <https://blog.prezi.com/es/6-consejos-y-trucos-para-crear-tus-propios-disenos-prezi/>

**Cervera, J.** (s.f.). *Elevator Pitch. Qué es, cómo se hace y de qué sirve*. Recuperado de <https://www.pimealdia.org/es/elevator-pitch-que-como-se-hace-y-que-sirve/>

**Dangel, S.** (2018). *Storytelling práctico: para mejorar tu comunicación*. Lugar. Amat Editorial. Barcelona, España.

**Di Bartolo, Ignacio** (2000). *Oratoria Contemporánea: Aprenda a hablar en público*. Corregidor.

**Garber, Ángela.,** (2001). *Death by Power Point*. Recuperado de <https://www.smallbusinesscomputing.com/biztools/article.php/684871/Death-By-Powerpoint.htm>