

Presentaciones: técnicas y herramientas

DESIRE – Design Thinking Innovation and Research


<https://desire.webs.uvigo.gal>

1. Introducción

Las presentaciones son una herramienta fundamental dentro de la metodología Design Thinking porque nos permiten transmitir nuestras ideas de una manera estructurada y muy visual. Son un instrumento de comunicación que se adapta muy bien a muchos contextos diferentes, como por ejemplo mostrar cómo funciona algo a una persona o grupo de personas, comunicar ideas, dar argumentos a favor o en contra, como soporte para dar un discurso, para distribuir tareas entre los miembros de un equipo de trabajo, coordinar actividades, etc. Durante una presentación transmitimos un mensaje a nuestra audiencia, y en muchos casos dicho mensaje contiene algún elemento persuasivo. Puede tratarse, por ejemplo, de una charla sobre lo bien que trabaja nuestro equipo, sobre lo que un candidato o candidata a un puesto de trabajo puede ofrecer, por qué un proyecto debería recibir fondos adicionales, o lo ingenioso que es nuestro prototipo.

Una presentación efectiva saca el máximo partido de la relación entre la persona que hace la presentación y su audiencia. Tiene en cuenta las necesidades de la audiencia para captar su interés, facilitar su comprensión, o inspirar confianza.

En lo que se refiere a las etapas de la metodología Design Thinking, las presentaciones son herramientas fundamentales en el contexto de las pruebas con personas reales. Sirven para informar a los sujetos de prueba de lo que se espera de ellos, para presentar el prototipo, o incluso para hacer la función de un prototipo *offline*. También son de utilidad para recoger y difundir la realimentación obtenida durante el proceso de prueba.

 Bajo licencia Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0) (la “Licencia”). Sólo es posible utilizar este material de acuerdo con la Licencia. Se puede distribuir libremente y sin costo tal como está, en su lenguaje original (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>).

Para que nuestra presentación tenga más probabilidades de éxito, es esencial una buena planificación. Tenemos que tener muy claro cuáles son nuestros objetivos, quién es nuestra audiencia, dónde vamos a hacer nuestra presentación, y en qué condiciones tenemos que hacerla.

2. Objetivos

Nuestra primera tarea será identificar claramente lo que queremos conseguir con la presentación, y lo que queremos que nuestra audiencia se lleve consigo. Se trata de responder a las siguientes preguntas:

- ¿Por qué estamos haciendo esta presentación?
- ¿Qué queremos que nuestra audiencia asimile con la presentación?
- ¿Qué queremos que hagan las personas que nos están escuchando después de la presentación?

Una presentación exitosa tiene que provocar un cambio en nuestra audiencia. Dicho de otra manera, nuestra presentación no puede resultar indiferente a las personas que nos escuchan, porque de otro modo simplemente sería una pérdida de tiempo. Nuestro primer objetivo es identificar precisamente en qué consiste ese cambio que queremos que se produzca en nuestra audiencia.

Una vez que tengamos esto claro, estaremos preparados para tomar decisiones sobre el diseño, el estilo o el tono de la presentación. Por ejemplo, una presentación para *vender* nuestro proyecto puede requerir cierta agresividad en la presentación de las bondades de ese proyecto, y una presentación para solicitar financiación adicional puede requerir un enfoque más creativo. En el primer caso, el cambio que queremos provocar en nuestra audiencia consiste en que, después de escucharnos, estarán convencidos de las bondades de nuestro proyecto. En el segundo caso, queremos que las personas que nos escuchan se sientan motivadas para invertir más dinero.

3. Audiencia

En la mayoría de los casos, las audiencias suelen ser heterogéneas. Aunque nuestra presentación trate de un tema concreto o de un proyecto determinado, entre nuestro público habrá personas con diferentes experiencias, intereses y niveles de conocimiento. Para preparar una buena presentación tenemos que preguntarnos si nuestra audiencia tiene ya algún conocimiento o experiencia sobre lo que le vamos a presentar.

Tener cierto conocimiento sobre nuestro público también nos va a permitir relacionar el contenido de nuestra presentación con cosas que ya entienda o conozca, de manera que el discurso resulte más atractivo y más fácil de asimilar. Además, saber cómo respira nuestra audiencia nos dará pistas sobre lo fácil o difícil que será convencerla de nuestro punto de vista.

No es necesario conocer a cada persona individual de nuestra audiencia, pero sí es imprescindible tener información general sobre la misma que nos permita asegurarnos de que el material es el apropiado. Si no tenemos en cuenta las inquietudes y necesidades de nuestro público difícilmente vamos a captar su interés o activar su imaginación. Por ejemplo, debemos conocer a nuestro público lo suficiente para saber si debemos evitar o si debemos utilizar terminología técnica, si debemos intentar explicar los conceptos abstractos con ejemplos prácticos, qué esfuerzo tenemos que hacer para poner en contexto nuestras ideas, etc.

4. Lugar

El escenario donde vamos a realizar nuestra presentación condiciona en gran medida el modo de relacionarnos con las personas que nos escuchan. Por ejemplo, un auditorio en un centro de negocios importante puede crear una atmósfera muy formal, mientras que un pequeño seminario en la universidad puede generar un ambiente más informal. Hacer una presentación desde una tarima elevada puede dar una impresión de distancia con la audiencia, mientras que la cercanía con nuestro público en una sala de reuniones puede favorecer la confianza y la participación.

Debemos tener en cuenta si es posible modificar la distribución del mobiliario o del equipamiento del lugar de la presentación, o incluso si podemos optar por un espacio que se adapte mejor a nuestras necesidades. También es importante averiguar si podemos movernos libremente mientras hablamos, o si debemos hacerlo sentados en una mesa detrás de un micrófono o de pie detrás de un atril. En este último caso, debemos intentar superar la barrera que supone la mesa o el atril. Por ejemplo, debemos intentar diseñar el contenido de nuestra presentación para que sea más ágil o más atractivo.

Es fundamental poder realizar una prueba antes de la presentación real. Esta prueba debe ir más allá de comprobar si funciona el proyector, o si somos capaces de conectarnos al mismo con nuestro ordenador portátil. Es importante comprobar que funcionan como está previsto todos los equipos audiovisuales a nuestra disposición: cañón de proyección, micrófonos, monitores de vídeo, punteros, etc. Debemos probar también las posibilidades que tenemos de movernos por el escenario, si hay obstáculos que nos puedan hacer

perder el equilibrio, si se nos va a ver y escuchar bien mientras nos movemos, etc.

5. Aspectos formales

En algunas ocasiones existen ciertas condiciones o aspectos formales que es necesario cumplir para realizar nuestra presentación. Por ejemplo, nos pueden pedir una copia del material para su publicación o para facilitar la traducción simultánea, con lo que tendremos menos margen para la improvisación.

También nos pueden pedir un resumen de la presentación o un breve currículum. Si nos piden un resumen, sobre todo si va a ser conocido por nuestro público con antelación, debemos cuidar su redacción para que sirva de elemento motivador y contextualizador. En el caso del currículum, deberemos centrarnos en los aspectos más relacionados con el tema a tratar, de manera que intentemos convencer a nuestra audiencia de nuestra autoridad sobre dicho tema. El currículum sirve también como tarjeta de presentación.

Otros condicionantes habituales son el tiempo máximo disponible, la hora de comienzo (p. ej., si es después de una pausa para café, si se trata de la primera presentación de la mañana o de la última de la tarde, si nos toca justo antes o justo después de una conferencia invitada, etc.), si se permiten preguntas o no por parte de la audiencia, o si existe un número máximo de diapositivas o un estilo gráfico que debemos seguir.

6. Herramientas

En este apartado enumeramos algunas de las herramientas más populares para la realización de presentaciones. En todos los casos, podemos utilizar estas herramientas con nuestro ordenador portátil u ordenador personal, y también con nuestro móvil o nuestra tableta a través de las apps correspondientes.

Prezi (prezi.com). Se trata de una herramienta online para la realización de presentaciones de una manera muy intuitiva y visual que requiere de pocos conocimientos técnicos. Permite crear presentaciones con transiciones animadas que se desarrollan en un único espacio por el que se desliza la acción, pasando de un elemento a otro hasta que se completa una ruta. Existe una versión gratuita y otra de pago.

Presentaciones de Google (docs.google.com/presentation). Como el resto del ecosistema de aplicaciones de Google, esta aplicación gratuita

permite crear y modificar presentaciones, así como colaborar en ellas en equipo y enseñarlas en cualquier parte.

OpenOffice Impress (openoffice.org). Parte de Open Office, se trata probablemente del conjunto de programas de oficina de acceso libre más popular. Soporta también los formatos de archivo de PowerPoint.

Microsoft PowerPoint (office.live.com/start/PowerPoint.aspx). Probablemente la aplicación más conocida para hacer presentaciones. Como el resto de las herramientas comentadas aquí, las nuevas versiones también dan soporte al trabajo colaborativo en línea y en la nube, y a la distribución de presentaciones a través de Internet. Soporta también los formatos de archivo de OpenOffice.

Apple Keynote (www.apple.com/es/keynote/). Aplicación para realizar presentaciones de Apple para ordenadores con sistema operativo Mac OS, muy popular entre los usuarios de estos ordenadores.

Slideshare (slideshare.net). Más que una herramienta para hacer presentaciones, se trata de una red social concebida como una plataforma para alojar presentaciones y compartirlas en público o en privado.

7. Presentaciones Pecha-Kucha

Una presentación Pecha-Kucha es un tipo de presentación en el cual se muestran 20 diapositivas durante 20 segundos cada una. Por lo tanto, una presentación de este tipo siempre dura 400 segundos, es decir, 6 minutos y 40 segundos.

Con la metodología Pecha-Kucha conseguimos presentaciones concisas y ágiles. En el caso de que nuestra audiencia tenga que atender a una sesión con varias presentaciones (p. ej., un tribunal de evaluación de propuestas, un jurado de un premio, clientes potenciales de determinados productos o servicios, etc.), esta metodología permite limitar la duración de las sesiones y proporcionar a todas las presentaciones unas condiciones homogéneas.

Dominar la metodología Pecha-Kucha requiere de cierta práctica. Además, no es difícil encontrar ejemplos de presentaciones Pecha-Kucha en Internet que nos pueden servir de ejemplo. De todos modos, hay ciertos consejos que podemos tener en cuenta.

- Nunca olvides que las condiciones son estrictas, así que organiza bien lo que quieres transmitir teniéndolas en cuenta. Por ejemplo, si el tema

de tu presentación se puede organizar en 4 ideas, dedica a cada una alrededor de 5 transparencias.

- Intenta que cada transparencia transmita un mensaje en sí misma.
- Idea un esquema para tu presentación aprovechando su formato. Por ejemplo, el esquema puede ser una tabla de 2 columnas y 10 filas, donde la primera columna son vídeos y la segunda texto y/o imágenes).
- Sé visual. Utiliza imágenes para incrementar la claridad visual de cada transparencia.
- Escribe un guión para cada transparencia de la presentación. 20 segundos de narración suelen ser entre 30 y 60 palabras, dependiendo de la velocidad del ponente. Copia el guión en la parte de notas de la presentación y/o en el esquema.
- En caso de que incluyas texto en las transparencias, ese texto debe apoyar y complementar la narración, no debe competir con ella por la atención del público. El público debe escucharte, no leerte.
- Practica leyendo el guión en voz alta hasta que tengas confianza en tu presentación. ¡No te olvides de que tienes exactamente 20 segundos para cada transparencia!
- Considera la posibilidad de grabar el audio junto con la presentación utilizando los medios que proporcione tu aplicación de presentaciones preferida.