

Un prontuario útil
para hacer
presentaciones
de calidad

Cómo hacer presentaciones efectivas

René Darío Peralta-Rodríguez*

¿Quién es el cliente? Cuando nos invitan (o “nos toca”) dar un seminario o vamos a un congreso a presentar un trabajo, nuestros clientes son la audiencia ante quienes hablamos. Es a ellos a quienes les queremos “vender” nuestra presentación, es decir, mantener su interés en el tema que estamos tratando. No debemos de aburrirlos con una monotonía intrascendente ni de cansarlos con detalles que no son relevantes para la idea que deseamos transmitir. Además, debemos de ser claros y precisos en esos conceptos que estamos “vendiendo”.

El tiempo

Hay quienes piensan que disponen de todo el tiempo para presentar un seminario. Sin embargo, cuando presentamos un trabajo en un congreso, estamos obligados a cubrir el tema en un tiempo fijo y resulta que en nuestra institución no nos hemos, ni nos han preparado para esto. ¿Practicamos la presentación antes de exponerla? ¿Cuánto tiempo nos toma? ¿Cómo está compuesta nuestra audiencia? ¿Son todos técnico-científicos? ¿De qué nivel académico? ¿Conocen algo sobre el tema? ¿Está claro lo que deseamos transmitir? La respuestas a estas preguntas (y a otras relacionadas) determinarán el nivel de la presentación y el vocabulario y ejemplos que usaremos para que nuestros clientes queden satisfechos. Estas preguntas deberán servirnos para seleccionar con más cuidado el material que vamos a utilizar en la presentación. Alguien decía, no recuerdo quién, que es más fácil hablar sobre un tema en una hora que en diez minutos, es decir, es más fácil “echar rollo que ir al grano”. ¿Cómo preparar nuestros acetatos o diapositivas (o ambos) y otro material audiovisual? En seguida doy unas reglas

(AFM, 1992) que pueden orientarnos en este tema.

1. Decide qué vas a utilizar: proyector de diapositivas (transparencias) o retroproyector de acetatos.
2. El número adecuado (pedagógicamente) de diapositivas es de 10 a 12 para una presentación de 15 minutos y de 30 a 40 si es de una hora.
3. Utiliza varias diapositivas simples en lugar de una complicada.
4. Utiliza duplicados de diapositivas si vas a mostrar más de una vez la misma información.
5. No dupliques la información: decide si vas a utilizar una tabla con datos o los mismos en una gráfica. Una tabla con más de siete líneas de información no es recomendable (es difícil de leer rápido y entender el mensaje).
6. Evita diapositivas con demasiados datos y que no pueden ser legibles de lejos o por la saturación de contenido.
7. Asegúrate de que las diapositivas estén claramente numeradas en la esquina superior del lado derecho.
8. Se sugiere poner una señal en la esquina inferior izquierda de la diapositiva, cuando se requiera leer ésta en forma correcta a simple vista.
9. El texto de las transparencias no deberá de exceder de un máximo de siete líneas.
10. Escoge un solo sentido de la imagen que vas a proyectar (horizontal o vertical) para evitar que ésta se salga de la pantalla o se tenga que estar enfocando continuamente.
11. Entrega tus diapositivas al responsable de la proyección cuando menos 25 minutos antes de tu presentación.
12. Una ventaja de utilizar retroproyector es que no es necesario oscurecer al ambiente.

Además, se recomienda que (AFM, 1992):

1. Se tenga una idea fundamental por diapositiva.

2. Haya una distribución simple y abierta del contenido de la diapositiva.
3. Abreviaturas: son difíciles de entender. Evitarlas.
4. Evitar fechas, limitan uso en el futuro.
5. No partir palabras. Cuidar uso de mayúsculas.
6. Siete o menos palabras por línea.
7. No exceda un máximo de siete líneas.

Unas cuantas palabras más: familiarízate con el auditorio o sala en donde vas a presentar tu trabajo. ¿Hay demasiada luz? ¿Se puede controlar? ¿Se ven bien las diapositivas desde el fondo de la sala? ¿Quién va a controlar la proyección de las diapositivas: tú o un asistente? Espero que estas reglas, recomendaciones y preguntas te ayuden a hacer presentaciones efectivas. Recuerda: nuestro cliente es la audiencia, ¿Qué quiere? Busquemos su satisfacción. También, si buscamos la excelencia, prepara bien tu seminario. No temas a las preguntas y no temas preguntar. El entrenamiento debe darse en tu institución y las preguntas difíciles son parte de él. La norma debe ser: si te va bien presentando tu trabajo en un seminario interno, te va a ir bien a donde vayas. ¿Deseas más información? Consulta la bibliografía que doy enseguida.

Bibliografía

- AFM, *Recomendaciones generales para el uso de material y equipo audiovisual*, Asociación Farmacéutica Mexicana, A.C. México, 1992.
- Eastman Kodak Company, “Communicating through Poster Sessions”, Kodak Publication No. P-319, Rochester, 1978.
- Eastman Kodak Company, “Legibility-Artwork to Screen”, Kodak Publication No. S-24, Rochester, 1986.
- Eastman Kodak Company, “Kodak Index to Photographic Information”, Kodak Publication No. L-1, Rochester, 1990.

Nota: Las publicaciones Kodak (hay más sobre el tema), las puedes conseguir en (pueden tener algún costo): Eastman Kodak Company, Department 412-L. Rochester, New York, 14650-0608 USA.

*Dirección Adjunta de Ciencias, Centro de Investigación en Química Aplicada, apartado postal 379, CP 25100 Saltillo, Coahuila.
Recibido: 14 de julio de 1994.