

PASOS PARA PREPARAR UNA PRESENTACIÓN ORAL¹

Texto preparado por Sydel Sokuvitz

Las diferencias entre una presentación oral adecuada y una presentación oral profesional son muy sutiles. Sin embargo, es relativamente fácil llegar a desarrollar una presentación altamente profesional si se le planifica de antemano y se practica.

El objetivo de este informativo es explicitar aquellos factores que conducen a una presentación efectiva y exitosa.

1. CLARIFIQUE LOS OBJETIVOS Y DETERMINE LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Al principio, es importante formular los objetivos generales y específicos que pretendemos desarrollar en nuestra presentación oral. Estos objetivos debieran servir como principios organizativos para el desarrollo de la introducción, del cuerpo principal y conclusión del mensaje.

2. ANALICE LA AUDIENCIA.

Al preparar la presentación, es importante considerar la composición de la audiencia. Esto significa preguntarse qué es lo que sabemos con respecto al público receptor de nuestro mensaje, cual es el nivel de conocimiento sobre el tema específico a tratar, cual es la actitud inicial que ellos debieran tener con respecto al tema y qué recomendaciones debieran considerar. Use esta información para adaptar su presentación a la concurrencia. Debe estar especialmente consciente de que las audiencias están generalmente compuestas de personas que poseen distintos niveles de conocimiento, actitudes y valores.

3. SELECCIONE SUS MATERIALES.

Considerando que lo que Ud. presentará oralmente puede variar de alguna manera con el contenido escrito, debe tener claro qué información incluirá/excluirá en su presentación. Una vez que está decidido, es útil considerar el tiempo que requerirá para desarrollar cada una de las áreas importantes.

4. ORGANICE SUS MATERIALES.

Con respecto a la organización del material, es necesario determinar en primer lugar, el orden lógico en que irá el material seleccionado. Posteriormente usted debe decidir "qué es lo que viene a continuación", es también importante preparar (a) una sección introductoria con los puntos claves que se incluirán en la presentación y (b) una sección de conclusión que enfatiza los puntos importantes discutidos.

Es también importante prestar atención al uso apropiado de la transición de una idea a otra .

¹ Texto preparado por Sydel Sokuvitz

5. PLANIFIQUE Y PRACTIQUE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES.

Practique y estudie el tiempo que demorará su exposición. Se requiere de una práctica considerable para desarrollar una presentación efectiva y fluida.

**ESTRUCTURANDO UN MENSAJE CENTRADO EN UNA AUDIENCIA.
LA PSICOLOGÍA DEL ESCUCHAR**

A. LAS PERSONAS ESCUCHAN MEJOR CUANDO SIENTEN LA NECESIDAD DE HACERLO.

Las personas sienten una necesidad de escuchar cuando se enfrentan a problemas. Sin embargo, la sólo existencia de un problema no necesariamente hace que la audiencia le preste atención. El conferencista efectivo provoca en la audiencia un deseo inmediato por escucharlo.

B. LAS PERSONAS ESCUCHAN MEJOR CUANDO ES FÁCIL COMPRENDER EL MENSAJE.

Usted, como conferencista, debe entender que a los oyentes que se les sobrecargan con información compleja, deben ser conducidos en la elaboración de la compleja información que se les entrega.

II. Los conferencistas pueden utilizar dos estrategias cuando utilizan la psicología para escuchar.

A. LOS CONFERENCISTAS SON MÁS EFECTIVOS CUANDO SUS MENSAJES DETERMINAN UNA NECESIDAD, LA SATISFACEN Y PROPORCIONAN UN RESULTADO TANGIBLE.

B. LOS MENSAJES SON FÁCILES DE ENTENDER CUANDO LOS CONFERENCISTAS GUÍAN A LOS OYENTES A TRAVÉS DE SUS PENSAMIENTOS EN FORMA CLARA.

1.- Las señales son frases cortas que indican en que parte Ud. está en su mensaje.

"Mi segundo punto es..." "Más aún..." "No sólo...pero también"... "Parecido a esto..." "Más importante que esto..."

2.- Los resúmenes internos son frases breves que recopilan los puntos principales de cualquier parte del mensaje.

"De esta manera, vemos que los dos problemas críticos con respecto al tomar conciencia del SIDA, son la ignorancia y el miedo."

3.- Las trasladaciones, son frases ampliadas que permiten conducir a la audiencia de una idea a otra.

"La ignorancia es ciertamente un problema en el tener conciencia del SIDA, pero el tener miedo puede ser aún más peligroso."

III. Analizar las experiencias previas.

- A. SU EXPERIENCIA COMO CONFERENCISTA ES LA MEJOR FUENTE PARA EL APRENDIZAJE.

TÉCNICAS PARA COMENZAR UNA PRESENTACIÓN²

Una buena introducción, independiente del contenido u objetivo de ella, debería al menos lograr tres metas principales :

1. Asegurar la atención y buena disposición de sus oyentes.
2. Hacerlos sentir cómodos y
3. Determinar claramente el objetivo de su conferencia.

ALGUNAS ESTRATEGIAS ÚTILES PARA INICIAR UNA PRESENTACIÓN:

1. REFERENCIA A MATERIAS O SITUACIONES ANTERIORES para preparar el ambiente de la presentación proporcionando información previa.

Ejemplo : Yo estoy contento de estar aquí hoy día para comunicar a la Sociedad para el desarrollo de la Administración , las innovaciones recientes en la práctica de la Administración.

- 2 FORMULAR PREGUNTAS--para hacer que la audiencia reflexione acerca del tema o de la discusión .

Ejemplo : ¿Cuántos de Ustedes recuerdan lo que sucedía el verano pasado al tener que esperar en largas filas para comprar un poco de gasolina?

- 2.- USAR CITAS TEXTUALES-- para atraer la imaginación y la inteligencia del auditorio.

Ejemplo:. "Fue el mejor de los tiempos, fue el peor de los tiempos."

- 3.- USAR UN EJEMPLO-- para motivar el interés en el tema.

Ejemplo: John Jones es un típico hombre de negocios americano. El debe dinero a las tiendas, a las compañías de gasolina, al gobierno y al banco.

- 4.- ESTABLECER UN PUNTO DE PARTIDA, COMO UN HECHO U OPINIÓN--para despertar el interés de la audiencia.

Ejemplo: El número de personas que murieron el año pasado en accidentes automovilísticos es lo suficientemente grande como para poblar una ciudad americana mediana.

- 5.- USAR UNA REFERENCIA PERSONAL O DE BIENVENIDA-- para atraer a la audiencia mientras se establecen relaciones positivas con ella o se produce el rapport.

² Preparado por J. Martínez & R. Wolin Babson College, Abril 27, 1992

Ejemplo: Como miembro de la Asociación Americana de Negocios, me gustaría darles a todos Ustedes la bienvenida a nuestra reunión anual .

TÉCNICAS PARA TERMINAR UNA PRESENTACIÓN³

Un cierre adecuado para cualquier presentación debería :

1. Ayudar a que los oyentes se centren en el tema principal de su charla.
2. Resumir los puntos claves que se discutieron.
3. Comunicar un sentido de finalidad.

ALGUNAS ESTRATEGIAS ÚTILES PARA CERRAR LA PRESENTACIÓN:

Resumir--para enfatizar los puntos más importantes de su discusión.

Ejemplo: En conclusión, mi intención hoy día, fue clarificar tres propuestas que se relacionan con nuestra política fiscal actual : 1.-.....,2.-....., y 3.-.....

Proponer un desafío o despertar el interés--para lograr el apoyo y actividad de su audiencia.

Ejemplo : No permitan que el problema del crimen de los profesionales no se resuelva.

Es nuestra responsabilidad actuar en contra de las prácticas empresariales inadecuadas.

Use citas--para centrar la atención de la audiencia en el tema de su discusión.

Ejemplo : Al finalizar, déjenme recordarles las palabras de Albert Schweitzer : " La vida no es una taza que hay que vaciar, sino una medida que debe llenarse ."

Expresar una intención personal-- para realzar la credibilidad del expositor y motivar a su audiencia.

Ejemplo : Todos nosotros tenemos una obligación moral para apoyar el trabajo del Fondo Unido. Yo planeo dar un impulso a nuestra campaña para captar fondos con una contribución personal de \$1000.00.

INDICACIONES GENERALES PARA UNA PRESENTACIÓN⁴

Muchos expositores, frente al temor de omitir algo o simplemente de confundirse, memorizan o leen la exposición. Esto produce un estilo demasiado formal, imperfecto y ceremonioso. Esfuércese por lograr un estilo natural y coloquial, (algo parecido a la conversación diaria y académico). Familiarícese con la estructura y el contenido de su mensaje a través de varias sesiones de práctica oral en las cuales Ud. expresa sus ideas en forma oral, dándoles un tono distinto cada vez. Después de repetidas prácticas, Ud. debería estar en condiciones de hacer una presentación elaborada, flexible, enérgica y espontánea.(teniendo como guía algunas notas).

³ Texto preparado por Sydel Sokuvitz

⁴ Preparado por Wolin y Sokuvitz

El uso de las notas debiera ser restringido. Trate más bien de trabajar con ayudas visuales, por ejemplo gráficos, más que con material manuscrito. Esto le ayudará a Ud. a aumentar su credibilidad y la de la compañía que representa y al mismo tiempo, de aumentar la posibilidad de contacto visual con los oyentes.

LOS GESTOS

El hacer gestos es muy importante en una presentación oral. Recuerde que nosotros nos comunicamos tanto visualmente como también a través de estímulos auditivos. Los gestos no sólo agregan variedad y dinámica sino que también son un medio de expresión. Los gestos deben ser naturales, activos y claros.

Trate de no provocar distracción física en el auditorio. No juegue con sus notas. No golpee con su pie. No camine nerviosamente. Canalice esa energía nerviosa en movimientos dinámicos de su cuerpo, brazo y manos.

Planifique sus gestos, pero no en forma específica, El planificar en forma exagerada la postura de las manos y brazos puede producir un efecto artificial e interrumpir una presentación fluida. No se preocupe de gesticular demasiado porque esto no sucede casi nunca .

CONTACTO VISUAL

Establezca, durante la presentación, contacto visual con sus oyentes cada vez que pueda. Cada vez que lo hace, está motivando la atención y al mismo tiempo, le permite evaluar las reacciones que el auditorio tiene frente a su presentación. Asegúrese de mirar a todos los miembros de la audiencia. No evite el contacto visual. No trate de mirar demasiado a la distancia, a través de una ventana, a sus ayudas audiovisuales ni tampoco sus notas. También evite la tendencia de mirar a una sólo persona en forma repetida, quien generalmente es la persona más importante de la audiencia.

AMBIENTE FÍSICO

Familiarícese con el lugar físico donde se realizará la exposición. ¿Qué necesidades debe considerar en relación a los equipos? ¿Se puede oscurecer la pieza para ver mejor las diapositivas o el video? ¿Dónde se ubicarán los miembros del auditorio?

El conocer de antemano el escenario físico permite una presentación más fluida y estar menos ansioso frente a la presentación.

DIFERENTES TIPOS DE AYUDAS VISUALES⁵

Las ayudas visuales incluyen objetos reales, representaciones simbólicas concretas y abstractas.

Las representaciones simbólicas incluyen las fotografías, diapositivas, films y videocassettes.

Las representaciones simbólicas abstractas incluyen:

a.- Gráfico en barras, que muestran la relación entre dos o más conjunto de datos. (por ejemplo, la diferencia de sueldos entre los abogados considerando el sexo.

⁵ Preparado por Wolin y Sokuvitz

b.- Gráfico en líneas, que indica la relación entre dos o más variables. (por ejemplo, la tendencia de la tasa de desempleo en tres países durante una década.)

c.- Gráficos circulares que indican los porcentajes dividiendo el total en representaciones proporcionales. (por ejemplo, qué porcentaje de fondos invierte una institución de caridad para llevar a cabo su negocio.)

d.-Cuadros de flujo, que muestran la relación de poder, responsabilidad y organización. (por ejemplo, quien informa a quién en una compañía).

e.- Pictografías, que se refieren al tamaño o número mediante el uso de iconos. (por ejemplo, el número relativo de misiles nucleares controlado por la mayor fuerza nuclear.

g.- Mapas.

CREACIÓN DE AYUDAS VISUALES

1.- Las ayudas visuales son especialmente útiles porque ellas permiten: ayudar en la comprensión y retención, fomentar una variedad visual e interés, enfatizar la credibilidad y añadir un impacto persuasivo.

2.-Siga los principios de un buen diseño: visibilidad, énfasis y equilibrio.

3.-Proporcione ayudas visuales claras y simples. A menudo pensamos que mientras más información proporcionamos, es mejor. Esto es en realidad un error. Muchas personas cometen el error de poner demasiada información en una ayuda visual con lo cual hay un exceso de información. Las ayudas visuales funcionan mejor cuando se destaca claramente una información importante.

4.- Las ayudas visuales debieran ser suficientes para que todas las personas las observen fácilmente y las comprendan rápidamente.

5.- Las ayudas visuales debieran ser ordenadas y claras, En tanto sea posible, todas sus ayudas visuales debieran tener un estilo similar. Si estamos frente a una presentación en equipo, todos los expositores deberían presentar ayudas visuales que tengan un estilo consistente.

USO DE AYUDAS VISUALES⁶

1. Diseñe sus ayudas visuales considerando de antemano, qué tipo de equipo está disponible.

2. Practique el uso de las ayudas audiovisuales.

3. Coloque los medios visuales solamente cuando los va a utilizar.

⁶ Preparado por Ross Wolin Adaptado de Monroe et. al., Principles and Types of Speech Communication

4. Retire los medios visuales una vez que los ha utilizado.
5. Si Ud. tiene mucha información anterior y dispone de bastante tiempo entre el uso de un medio visual y otro, apague el proyector.
6. Evite conversar dirigiendo su mirada a los medios visuales, (esto ocurre especialmente cuando existe demasiada información anterior). Ud. puede apuntar hacia el medio visual o dar una rápida mirada pero no detenga su mirada en él.
7. Lo más importante de todo es que debe recordar que un medio visual es sólo una ayuda. Ella está para complementar su exposición, no para sustituirla. Las utilizamos para aclarar o enfatizar ciertos puntos, no como una fuente importante de los contenidos de la exposición.
8. Entregue la información escrita al principio o al final de su exposición, porque de lo contrario se convierten en distractores.