

MIGUEL ÁNGEL GUISADO

PRESENTO, LUEGO EXISTO

MANUAL DE BOLSILLO PARA
PRESENTACIONES

Todo lo que necesitas
saber para triunfar en
tus presentaciones e
intervenciones en
público



MIGUEL ÁNGEL GUIADO

PRESENTO, LUEGO EXISTO

**Manual de bolsillo
para presentaciones**

© Miguel Ángel Guisado Darías, 2018

© Editorial Planeta, S.A., 2018

© de esta edición: Centro de Libros PAPF, SLU.

Gestión 2000 es un sello editorial de Centro de Libros PAPF, SLU.

Av. Diagonal, 662-664

08034 Barcelona

www.planetadelibros.com

ISBN: 978-84-9875-476-6

Depósito legal: B. 21.308-2018

Primera edición: octubre de 2018

Preimpresión: gama sl

Impreso por Artes Gráficas Huertas, S.A.

Impreso en España - *Printed in Spain*

No se permite la reproducción total o parcial de este libro, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio, sea éste electrónico, mecánico, por fotocopia, por grabación u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito del editor. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (Art. 270 y siguientes del Código Penal).

Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra. Puede contactar con CEDRO a través de la web www.conlicencia.com o por teléfono en el 91 702 19 70 / 93 272 04 47.

ÍNDICE

Prólogos	11
Un preámbulo	17
Capítulo 1. Un vistazo al mundo de las presentaciones	19
Eres un profesional	19
Una razón de bulto para hacerlo bien	19
¿Cuánto cuesta una presentación?	20
Capítulo 2. Qué es una presentación	25
Tengo un sueño	25
La confusión semántica	26
El público zombi	26
El mundo de los presentadores bidimensionales	28
Una presentación de película	29
Por fin, qué es una presentación	31
El observador desde el satélite: ¿presentación o reunión?	33
Capítulo 3. La transformación	35
Transformar al público: resucitar al zombi	35
Cursos gratis: aprende a analizar a los oradores	38
La metamorfosis de tu ADN	41
Lo que no es controlable	42
El racimo de uvas	43
Capítulo 4. La A del ADN: la actuación	45
Desmontando un mito	45
Vamos allá	49

EL CUERPO

Tu aspecto	51
Cabeza y cara	55
La expresión facial	55
La proxémica, ese invento	56
El contacto visual	57
Cómo hacer esto del contacto visual	59
Peligros del contacto visual: el mal de ojo	60
Efectos del mal de ojo	61
El remedio contra el mal de ojo	62
La cuestión capilar	65
La postura	66
Dos brazos, dos manos y un montón de dedos	67
Quitaangustias para las manos	70
Que bueno es contar con los dedos para mirar a la gente	72
Puntero láser, el lado oscuro	74
Alternativa al puntero: la mano en la pantalla	74
La coreografía en tu escenario	76
¡Apaga la pantalla!	80
Movimientos prohibidos	82
Movimientos en auditorios	83
Fíngelo hasta que lo seas	85

LA VOZ

¿Qué es la voz?	89
Instrumento de viento	90
Instrumento de cuerda	92
Instrumento de percusión	93
¿Articulación o vocalización?	94
Claridad y sencillez	95
La encarnizada lucha contra la monotonía	96
El tono, las teclas que tocas	97
El volumen ¿alto o bajo?	98

La velocidad	98
Rompe las sinalefas para enfatizar	101
Otros vicios vocales	102
Cállate, santo remedio	103
Advertencia sobre la actuación	105
MORALEJA DE LA ACTUACIÓN	105
Capítulo 5. La D del ADN: El diseño	107
Para qué deben servir los apoyos visuales	107
Del KISS anglosajón al SI latino	110
El formato de tus diapositivas	114
El texto en tus diapositivas	115
Las imágenes en tus diapositivas	117
Fotografías <i>a sangre</i>	120
Fotografías sin fondo	120
Fotografías con cortes rectos	121
Llevar la atención de la imagen al texto	122
¿Imagen sola o imagen + texto?	123
Equilibrio de la diapositiva	123
Los colores	124
El fondo negro	125
Los gráficos y las tablas	127
Las listas de viñetas	132
Animaciones y transiciones	135
¿Y si pones videos?	137
Tu foto en una diapositiva	139
Tú última diapositiva	140
MORALEJA DEL DISEÑO	141
Capítulo 6. La N del ADN: La narrativa	143
El orden en que lo cuentas	145
El detonante	149
El preámbulo	150

El desarrollo	152
El desenlace	158
<i>Flashback</i>	159
Comienzo de bomba y final de traca	160
El Punto cero	160
El Punto y final	163
Deja caer el telón	165
Trampas verbales	165
La retórica al servicio de la empresa y los negocios	168
MORALEJA DE LA NARRATIVA	172
Capítulo 7. Por dónde empiezas el ADN	173
Capítulo 8. ¿Tienen futuro las presentaciones?	177
Bibliografía	179
Anexos	181
GIMNASIA FACIAL PARA HABLAR MEJOR	182
EL CÍRCULO VIRTUOSO DE LA PERSUASIÓN	184
EL ÚNICO CAMINO ABIERTO ES LA SIMPLIFICACIÓN	187
2 CONCEPTOS Y 4 PODERES	188
CARTA ANÓNIMA DE UN ALUMNO	191
LECCIONES DE UN PAPA	193
UNA REFLEXIÓN FILOSÓFICA	198

1

UN VISTAZO AL MUNDO DE LAS PRESENTACIONES

Eres un profesional

Y sí, si te has dado cuenta, te he llamado presentador (anda, vuelve a leer el tercer párrafo del libro), porque tengo el firme convencimiento de que siempre que estés exponiendo algo, lo que sea, ante quien sea, debes hacerlo como un presentador profesional. Me explico: presentar bien, de forma solvente, ha de ser una parte indisoluble de tu profesión, y no tiene que ser considerada como una tarea menor o simplemente accesorio. Este planteamiento, este poco caso a las habilidades de comunicación ha hecho un flaco favor a muchísimas profesiones y empresas. Una parte nada despreciable de tu prestigio profesional va en ello.

Así que ya, sin comerlo ni beberlo, nos hemos encontrado con un primer replanteamiento de la realidad: tienes que asumir que cuando presentas serás un profesional de las presentaciones. Con todas sus consecuencias (no te preocupes, son todas buenas... salvo un ligero incremento del trabajo, no lo voy a negar). No te bastará con dominar el tema que vas a mostrar (hasta ahí podíamos llegar...), sino que vas a tener que hacer otras cosillas para conseguirlo. Y para eso ha llegado este libro a tus manos.

Una razón de bulto para hacerlo bien

¿Te has planteado alguna vez cuántas presentaciones tienen lugar cada día en todo el mundo? Ya, supongo que no es en lo que piensas cada día al levantarte ni es tema de conversación habitual.

Pero, a ver, échale un pensamiento. ...Mmmnope. Más, muchas más... te quedas corto. Más. Sí, muchas, pero el caso es que no se trata de un dato que pueda conocerse con exactitud, porque hablamos de varias decenas de millones de personas las que cada día se plantan ante un grupo de otras personas para exponer algo.

Te propongo algo sencillo: cuando vayas caminando por la calle, en cualquier ciudad, mira hacia algún edificio que albergue oficinas de empresa y piensa que ahí, en ese preciso instante, habrá alguien exponiendo algo a otras personas. Ahora piensa que esta situación se repite en toda las empresas de esa ciudad; en todas las del país; en todas las del mundo... así hasta unos 30 millones de presentaciones cada día. Repito: 30 millones al día. Y puede que me quede muy corto.

Aunque ten en cuenta que esta cifra es sólo una estimación, porque la única fuente que aporta una idea aproximada de esta abundancia de presentaciones es la que aparece en un artículo del periodista Ian Parker, publicado en mayo de 2001 en la revista *The New Yorker*, según aportaciones –al parecer– de la propia Microsoft. Como ves, son sólo estimaciones, pero con tintes de ser bastante próximas a la realidad. Y eso fue en 2001. ¿Cuántas serán ahora?

¿Cuánto cuesta una presentación?

Si ahora ya tenemos una idea de cuántas presentaciones se realizan en el mundo en un solo día... ¿te has planteado alguna vez cuánto dinero invierte o gasta una empresa en presentaciones? Porque gratis, lo que se dice gratis, no son. Lo parecen, pero no.

Hagamos unos sencillos cálculos para tener una estimación aproximada de esta cuantía. Éstas son nuestras premisas:

1. Calcularemos el coste de una única presentación típica de empresa.

2. Supongamos un coste salarial mensual del trabajador que hace la presentación de 2.500 euros (es que ya lleva tiempo en la empresa y es un cargo intermedio...).
3. Supongamos una jornada laboral de 8 horas y meses de 4 semanas, para saber cuánto nos cuesta cada hora de este trabajador.
4. Al trabajador le han dicho que dispone de media hora para su presentación.
5. El trabajador dedica unas 4 horas a la preparación de la presentación (vale, ya sé que normalmente tú no dispones de tanto tiempo; ya hablaremos de esto más adelante en el libro).
6. A la presentación están convocadas 10 personas, la mitad de ellas con mayores salarios que el trabajador que hace la presentación; la otra mitad, con salarios similares al suyo.
7. No nos olvidemos de la amortización del equipamiento (proyector, pantalla, ordenador, *flipchart*, mando...) y del mobiliario (sala, mesas, sillas...) así como de los gastos en consumibles (agua, rotuladores, papel...). Lo sé, lo sé... pueden ser sólo céntimos o algún eurillo, pero es dinero, ¿no?

Redondeando, redondeando, me salen unos 180 euros. Repito: 180. Una única presentación. Una.

Amplieemos ahora el horizonte temporal a un año. ¿Cuántas presentaciones se realizan en tu empresa en un año? Yaaa, vale... no sé qué tamaño tiene tu empresa y no es posible conocer este dato. De momento. Pero te interesará saberlo, créeme, sobre todo si trabajas en Recursos Humanos o en Finanzas. O si eres el dueño.

¿20 presentaciones? Mmm... ¿muy pocas?

¿50 presentaciones?

¿100?

¿400?

¿Más?

Porque, por simplificar, si fueran 100 presentaciones al año, resulta que la empresa tiene un coste asociado de unos 18.000 euros anuales. Y digo coste porque asumo el supuesto de que esas presentaciones sirvan para algo. Que ya sabemos que no siempre es el caso. Pero es un coste fantasma, porque no figura en ninguna cuenta de resultados. Uy.

Y, ya puestos, vamos a hacer un ejercicio de coste-ficción, a partir de los dos datos estimados anteriores: lo que cuesta una presentación y cuántas presentaciones se hacen en el mundo cada día. Es decir:

$$30.000.000 \times 180 \text{ €} = 5.400.000.000 \text{ €}$$

Lo voy a escribir con letras, a ver cómo suena:

cinco mil cuatrocientos millones de euros... ¡diarios!

Me entra sudor frío. Además, si como ha dicho en alguna ocasión Guy Kawasaki, el 95 por ciento de las presentaciones de empresa son un fiasco..., ¡vaya un gasto improductivo que está generándose día tras día! ¿no crees? Y eso que sólo estamos contemplando la situación desde un punto de vista meramente monetario. No te digo nada si entramos a ver qué consecuencias tiene una mala cultura empresarial en presentaciones: se verían afectados esos beneficios intangibles tan relevantes en las organizaciones como la motivación, la creatividad, la autorrealización, la alineación de objetivos, la satisfacción, el clima laboral, la autoestima... esto sí que supone una gran pérdida.

En definitiva, nos conviene saber presentar con solvencia. Es, como mínimo, económicamente rentable y psicológicamente saludable.

Pero vamos a complicar algo más la cosa: partamos ahora del rotundo supuesto de que los que están presentando algo mientras tú miras desde la calle son personas que saben de lo que hablan –y así es, efectivamente, en el 99 por ciento de los casos, ¡o eso

esperamos!—. Lo que no tenemos tan claro es si saben para qué exponen y por qué han elegido esa forma de transmitir la información. ¿Lo sabes tú? Lo más probable es que tú, concretamente, sí que lo sepas... o quieras saberlo. Y es por eso por lo que este libro ha llegado a tus manos (pero esto ya te lo había dicho, ¿verdad?).

Pero, aunque ya lo sepas, no me resisto a escribirlo aquí. Al comienzo de cada curso hago un sencillo ejercicio colectivo: pregunto a los participantes qué les gusta y qué detestan de una presentación, de un presentador y de la situación que envuelve a una presentación en su conjunto; qué esperan encontrar de bueno en un ponente y qué es lo que les saca de quicio de una mala intervención; por qué se aburren o por qué se entusiasman; y también los llevo a pensar en el entorno donde tiene lugar esa presentación –buena o mala– que han imaginado para contestar a estas, aparentemente, sencillas preguntas: aspectos tales como la iluminación, la temperatura, los medios técnicos, la disposición de los muebles, mesas, atriles y resto de los utensilios, la sonoridad, el suelo, el tamaño de la sala, el olor, el aire, el espacio, el resto del público...

Si tras un curso tan sólo les he ayudado a aprender a radiografiar los infinitos detalles que se esconden detrás de su valoración de una presentación, más allá del simple «me ha gustado o no me ha gustado», habrá valido la pena mi esfuerzo y, por supuesto, el suyo. Porque si han desarrollado un nuevo ojo crítico para esas situaciones, no les quedará otro remedio que mejorar personalmente en el desempeño de sus propias presentaciones.