



Cómo hacer presentaciones persuasivas

Por Patricia León

Editora general de revista Perspectiva

Es lunes y mañana usted tiene reunión de directorio en la que debe exponer una idea importante. Por eso, hoy se pasará la tarde sentado frente al ordenador utilizando un programa para diseñar diapositivas, como PowerPoint, Prezi o Keynote. Utilizará una plantilla de diseño –o tal vez una en blanco para no complicarse– y escribirá sus ideas utilizando viñetas –aquellos círculos, rayas y cuadraditos que se ponen al inicio de un párrafo–. La presentación quedará bastante aceptable y no le tomará mucho tiempo. Le cuento algo: eso es precisamente lo que no debe hacer.

Cada vez hay más ayudas tecnológicas y audiovisuales para hacer presentaciones creativas: aplicaciones para escritorio, aplicaciones online, *plugins* para su programa favorito, etc. Todas son herramientas excelentes para impactar, pero ¿será eso suficiente para convencer a su público y moverlo a la acción? Si no consigue esto, todo lo invertido en hacer diapositivas, creativas o no, será tiempo perdido inútilmente.

Hoy hablamos de presentaciones persuasivas. ¿Sabe usted lo que es la persuasión? La mejor definición la ha dado Aristóteles en su libro “Retórica”. Persuasión –según

el sabio griego– es el arte de conseguir que las personas hagan algo que normalmente no harían si no se lo pidieran. Y esto es lo que, seguramente, todos queremos lograr cuando hacemos una presentación con la que deseamos convencer a alguien para que se adhiera a nuestra idea.

Pero, ¿cómo conseguirlo?... Pensando primero en el mensaje y en el público, antes que en la presentación.

Es importante que, al preparar una presentación, recuerde que es solamente una ayuda. El verdadero protagonista es usted. Diapositivas que distraigan la atención de su público no serán el mejor apoyo para transmitir su mensaje. Y para que su presentación sea realmente persuasiva debería contemplar los pilares de la persuasión: *ethos* (credibilidad), *pathos* (emoción) y *logos* (argumentos).

La **credibilidad** del expositor es fundamental para que el mensaje sea aceptado por el público. Si usted no muestra experiencia, confianza y seguridad, no será posible convencerlos. Asimismo, la empatía le permitirá establecer una conexión **emocional** con quienes le escuchan y estarán en la misma sintonía. Y finalmente,

“

Al preparar una presentación, recuerde que es solamente una ayuda. El verdadero protagonista es usted.

”

la preparación de los **argumentos** con que respaldará su idea serán el punto culminante para convencer a su público de que se alinee con usted.

Con estos pilares colocados como base de su mensaje, el siguiente paso es... ¿sentarse frente al ordenador y hacer las diapositivas? No. El siguiente paso es planear la presentación.

Bryan A. Garner, editor en jefe del Black's Law Dictionary y autor del libro de Harvard Business Review "Better Business Writing", cita a la poetisa Betty Sue Flowers, quien ofrece su método para escribir y que puede aplicarse perfectamente a la planeación de presentaciones. Flowers divide su trabajo en cuatro etapas –crear, estructurar, construir, revisar– y cada una la asocia a un personaje concreto.

Aquí están los personajes que entran en acción:

1. El loco: Para empezar a planificar su presentación, permita que su mente deambule, sea creativa y genere nuevas ideas. Deje suelto al loco que lleva dentro. Este es el momento del *brainstorming*. ¡Olvídese del orden de las diapositivas! Ahora no.

2. El arquitecto: Luego de la generación de ideas, entra a trabajar el arquitecto para estructurarlas de manera lógica. ¡Este sí es el momento de poner orden! Aquí es donde buscamos los nexos a las ideas y las clasificamos en grupos, uno para cada idea concreta del mensaje que usted quiere transmitir.

3. El carpintero: Con la estructura ya montada, el carpintero entra a construir la casa y a ponerle los detalles decorativos. Es la hora de buscar los recursos que acompañarán a nuestras ideas, por ejemplo, frases, metáforas, historias y ejemplos que las hagan comprensibles, asimilables y recordables.

4. El juez: Finalmente, entra el juez para evaluar el trabajo realizado y proponer mejoras. Es momento de revisar, de manera exigente, todo lo que ha preparado y pensado, siempre teniendo en cuenta el objetivo del discurso y el público que va a escuchar.

Y ahora sí, usted está listo para sentarse frente a su ordenador y trabajar con su programa favorito para hacer presentaciones. Esta vez sí va a ser una presentación persuasiva.



LA AUTORA

Patricia León González es máster en Dirección de Empresas MBA por el IDE Business School, Ecuador, y licenciada en Sistemas de Información por la Escuela Superior Politécnica del Litoral. Es directora de Desarrollo Institucional del IDE Business School y editora general de Revista Perspectiva.