

PECHA KUCHA

PRESENTACIONES ÁGILES Y FLÚIDAS

PECHA KUCHA 20 X 20 ES UN FORMATO DE PRESENTACIÓN CONSISTENTE EN 20 DIAPOSITIVAS PROGRAMADAS, CON UNA DURACIÓN DE 20 SEGUNDOS CADA UNA. EN TOTAL, LA PRESENTACIÓN DURA 6 MINUTOS Y 40 SEGUNDOS.



EN UN PRINCIPIO FUE PENSADO PARA EVENTOS RELACIONADOS CON EL DISEÑO Y LA CREATIVIDAD, PERO TIENE GRANDES POSIBILIDADES DE USO EDUCATIVO, PORQUE...

1 AYUDA A SINTETIZAR NUESTRO DISCURSO, DICIENDO LO NECESARIO, Y DE FORMA SENCILLA Y ATRACTIVA.

2 PUEDE HACER POSIBLE QUE LA EXPOSICIÓN SEA FLÚIDA Y SIN "PUNTOS MUERTOS".

3 OBLIGA A INTEGRAR EN LA PRESENTACIÓN LOS ELEMENTOS VISUALES Y TIPOGRÁFICOS IMPRESCINDIBLES, PERO MUY EXPRESIVOS.

4 PUEDE CONTRIBUIR DE FORMA IMPORTANTE A DESARROLLAR HABILIDADES DE COMUNICACIÓN ORAL Y MULTIMEDIA.

Néstor Alonso

1. CÓMO SELECCIONAR IDEAS ATRACTIVAS PARA TU PRESENTACIÓN

PREGUNTA	RESPUESTA
¿Cuál es la esencia de la idea principal de tu libro? Resúmela en una frase.	
¿Qué única cosa necesita conocer la audiencia sobre tu libro?	
¿Qué te sorprendió cuando leías? ¿Encontraste algún dato intrigante, sorprendente o interesante?	
¿Qué anécdota o metáfora capta la esencia de la idea principal de tu libro?	
¿Dónde está el conflicto en el libro? ¿Qué tipo de conflicto (de ideas, de sucesos, de personas) causó esta idea? ¿Qué conflicto genera o generará?	
¿Existe algún personaje asociado a la idea principal? ¿Podemos ilustrar la idea con la vida, el trabajo o la historia de alguno de los personajes?	
¿Podemos condensar la idea principal en una cita del libro?	
¿Cuáles son los elementos centrales de esta idea? ¿Cómo se conectan entre sí?	
¿Podemos dibujar la idea principal del libro en una diapositiva?	
¿Cuál es tu punto de vista sobre la idea principal?	
¿Qué problema soluciona la idea central del libro? ¿Qué problema causa? ¿Quién se ve afectado por el problema o por su solución?	
¿Qué objetivo alcanza la idea central del libro?	
¿Cuál es la historia de la idea? ¿Cómo ha sido articulada en el pasado? ¿Cómo ha evolucionado?	
¿Cuál es el suceso central de la idea? ¿Qué hechos dieron lugar a la necesidad de la idea o proporcionaron el conocimiento y percepción que condujeron a la idea?	
¿Cómo se ramifica la idea central del libro? ¿Cuáles son las implicaciones futuras de la idea?	
¿Qué cuestiones plantea la idea o deja sin responder?	

2. LA ESTRUCTURA DE TU EXPOSICIÓN

Fase	Recomendaciones	Ideas
Introducción Minutos 0'-1'	<p>Busca agradar a los oyentes sorprendiéndolos con una idea atractiva.</p> <p>Aclara brevemente sobre qué vas a hablar:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Dinos sobre qué trata tu libro. -Acláranos tu postura personal sobre el texto y el tema que trata. 	
Desarrollo Minutos 1'-4'	<p>Debes desarrollar:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Las ideas principales sobre el libro que has leído -Las ideas principales que muestren tu postura personal sobre el texto y el tema. <p>Cada idea principal debe estar acompañada por ejemplos que la justifiquen.</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> -Frases fáciles de decir y fáciles de recordar. -Apela a tu auditorio utilizando preguntas y formas en segunda persona. -Utiliza recursos literarios de repetición: paralelismos, anáforas... 	
Conclusión Minutos 4'-5'	<p>Haz un balance final de tus reflexiones.</p> <p>Reserva para el final un nuevo dato que sorprenda a tu auditorio.</p>	

ASÓMBRANOS CON PRESENTACIONES INCREÍBLES! Crea leones azules prohibiéndote ir a lo fácil.

Si hacemos un safari por África nos sorprenderemos y nos emocionaremos al ver al primer león. Lo mismo nos sucederá con el segundo león y quizá también con el tercero. Pero a partir del cuarto empezaremos a ver a los leones con naturalidad, y cuando la experiencia se repita demasiado ya no encontraremos especialmente interesante ver un nuevo león. Sólo tendremos la misma sorpresa y la misma emoción cuando el siguiente león que veamos sea de color azul.

Hay tantas presentaciones aburridas que necesitamos un león azul que nos devuelva la emoción y la sorpresa. Necesitamos ofrecer en nuestras presentaciones leones azules. Y para ello conviene que nos prohibamos los hábitos que nos impiden tomar el camino de la creatividad. Las siguientes recomendaciones están adaptadas de Carmine Gallo (*The Presentation Secrets of Steve Jobs*, 2010):

-Se prohíbe el uso de diapositivas abigarradas. Se prohíben las diapositivas con demasiado texto.

Las diapositivas deben ser visuales y sencillas. Debe haber muy poco texto. Las diapositivas deben amplificar lo que decimos, en vez de repetir lo que decimos.

-Se prohíben los diseños y efectos de power-point. Pocas cosas más horteras y más obsoletas que:

- La estética de los fondos predefinidos para las diapositivas.
- La estética del Word-Art.
- Las entradas y salidas con efectos (supuestamente) sorprendentes de cada diapositiva.
- Las letras bailarinas, las letras que entran saltando, las letras que entran con sonidos.
- Rompámonos la cabeza para encontrar soluciones verdaderamente originales.

-Se prohíbe leer la pantalla. Una presentación no es un karaoke. ¿Es necesario demostrar que sabemos leer?

-Se prohíbe aburrir: Si aburrimos, nadie nos escucha. Y si no nos escuchan, ¿qué más da lo que digamos?

-Se prohíben los lugares comunes. Si nos dices lo que nos dice todo el mundo, ¿para qué nos lo dices?

-SE PROHÍBE NO SER DIFERENTE, SE PROHÍBE NO ARRIESGARSE, SE PROHÍBE EL MIEDO A EQUIVOCARSE.

¡NECESITAMOS PRESENTACIONES CREATIVAS!

Las normas te acercarán a tu audiencia

Los expertos en publicidad creen que los anuncios publicitarios más creativos responden a seis tipos de plantillas. Es decir, la creatividad puede ser razonablemente sistemática. Siguiendo una serie de normas básicas podemos conseguir resultados asombrosamente creativos. Las normas nos permitirán saber qué camino tomar para llegar a la eficacia creativa.

Debemos esforzarnos por captar la atención de la audiencia. En una ocasión Samuel Goldwyn, el célebre productor cinematográfico de Hollywood, se quedó dormido ante un guionista que se expresaba de un modo insoportablemente aburrido. El guionista se lo reprochó: "Te estoy pidiendo tu opinión sobre mi idea y te duermes". Goldwyn dijo: "¿No es quedarse dormido una opinión?". Así que, si nuestro auditorio se aburre hasta el punto de dormirse es responsabilidad nuestra.

-Es obligatorio tener una idea clara, dejar claro el mensaje.

-Es obligatorio presentar un orden claro.

-Es obligatorio adaptarse al tiempo asignado: no podemos extendernos. Hay que presentar las ideas de forma clara y concisa. ¿O pensamos que somos tan interesantes que podemos robarle el tiempo a los que vienen después de nosotros? Por eso tenemos que encontrar recursos que nos permitan decir muchas cosas en poco tiempo.

-Es obligatorio usar diapositivas bien diseñadas: las diapositivas de las presentaciones de Steve Jobs pueden ser un buen referente (pueden verse en You Tube escribiendo "Steve Jobs"). Sencillez, claridad, elegancia, originalidad. No se trata de que nuestras diapositivas sean tan buenas como las de Jobs, pero podemos intentar imitarlas.

-ES OBLIGATORIO SER INESPERADO, ORIGINAL Y SORPRENDENTE. PERO LA SORPRESA DEBE SER SIGNIFICATIVA: debemos alegrarle el día a la audiencia. Nada más bonito que una agradable sorpresa. Pero **nada de trucos baratos, nada de llamar la atención con fuegos de artificio huecos y sin sentido. Todo debe ser significativo y estar al servicio de la eficaz exposición de las ideas.**

http://es.wikipedia.org/wiki/Pecha_Kucha

Pecha Kucha

Pecha Kucha (ペチャクチャ) o Pecha Kucha Night es un formato de presentación (mayormente creativa) en el cual se expone un trabajo de manera sencilla e informal. Originalmente creado por Astrid Klein y Mark Dytham de [Klein-Dytham Architecture](#) (KDa) en [Tokio](#) en [2003](#) como un punto de encuentro para jóvenes diseñadores donde pudiesen mostrar sus obras en público e intercambiar opiniones. Desde entonces, el formato se ha extendido de manera vérica a otras ciudades alrededor del mundo.

El nombre Pecha Kucha deriva de un término [japonés](#) que imita el sonido de una conversación.

Introducción

Pecha Kucha comenzó en [Tokio, Japón](#) en febrero de [2003](#) de la mano de Astrid Klein y Mark Dytham como un evento dedicado al diseño que sirviese de promoción para atraer más gente a [SuperDeluxe](#), el espacio multimedia experimental que habían establecido en [Roppongi](#).¹

La idea fundamental de Pecha Kucha es permitir compartir las ideas de diversos presentadores durante una noche, manteniendo un nivel de interés y atención alto mediante presentaciones muy concisas. Para ello se creó el formato 20x20 de Pecha Kucha: a cada presentador se le permite usar 20 imágenes o diapositivas, cada una de de las cuales es mostrada durante 20 [s](#). En total, cada presentación transcurre durante 6 min y 40 s, tras lo cual se hace una breve pausa y el siguiente presentador sube al escenario. Cada evento consta normalmente de 14 presentaciones.

Los presentadores (y gran parte de la audiencia) vienen normalmente de los campos del [diseño](#), [arquitectura](#), [fotografía](#) y [arte](#), aunque el fenómeno se ha extendido recientemente al mundo de los negocios.

La necesidad de tener un lugar en la ciudad para mostrar y compartir los trabajos de uno mismo parece ser global – probado por el hecho de que el formato Pecha Kucha ha sido replicado ya en más de 80 ciudades de todos los continentes.² La frecuencia de los eventos está normalmente limitada a una al mes por ciudad.

Si bien no existen restricciones al tipo de contenido que puede ser presentado, algunos organizadores han añadido sus propias variaciones o reglas al formato. En [Groningen](#), en los [Países Bajos](#), dos de los huecos reservados para las presentaciones son reemplazados por la actuación de una banda en directo, y los últimos 20 [s](#) de cada presentación consisten en un comentario inmediato por parte de los organizadores del evento.

El formato 20x20 de Pecha Kucha está siendo adoptado también en el mundo de los negocios, y algunas empresas ya están restringiendo la duración de sus presentaciones a 6 minutos y 40 segundos, reservando las preguntas y el diálogo para el final.

Este formato de exposición se usa como instrumento para llevar a cabo presentaciones de duración limitada: fuerza al presentador a concentrarse en el mensaje, le permite una actuación ininterrumpida, y evita el tedio y aburrimiento que suelen causar las largas presentaciones basadas en diapositivas a los asistentes.

ENLACES:

<http://www.pecha-kucha.org/>

<http://www.presentarte.es/2009/03/presentaciones-creativas-en-las-noches.html>