

USO DE RECURSOS DIGITALES Y AUDIOVISUALES PARA PRESENTACIONES

En la era de la información, el dominio de la palabra hablada debe ir necesariamente acompañado de una alfabetización visual y tecnológica avanzada. Las presentaciones académicas y profesionales han evolucionado de ser meros monólogos a convertirse en experiencias multimedia. El uso de recursos digitales y audiovisuales no es un complemento opcional, sino una herramienta estratégica que potencia la retención de datos, clarifica conceptos complejos y mantiene el compromiso emocional de la audiencia. Sin embargo, su eficacia no reside en la sofisticación del software, sino en la aplicación de principios de diseño y psicología de la comunicación.

El cerebro humano procesa las imágenes aproximadamente 60,000 veces más rápido que el texto. Por ello, el recurso audiovisual debe actuar como un refuerzo cognitivo, no como una distracción. Un error común es utilizar las diapositivas como un "teleprompter" o guion para el orador; esto genera el fenómeno de la redundancia, donde la audiencia se ve obligada a elegir entre leer o escuchar, lo que deriva en fatiga informativa.

La verdadera función del recurso digital es la dualidad de codificación. Al presentar una idea de forma oral mientras se muestra una imagen o gráfico representativo en pantalla, se activan diferentes canales de procesamiento en el cerebro del espectador, facilitando que la información pase de la memoria de corto plazo a la de largo plazo.

Para que un recurso digital sea efectivo, debe seguir principios de diseño instruccional. Uno de los más relevantes es el Principio de Coherencia de Mayer, que sugiere eliminar todo material extraño que no contribuya directamente al aprendizaje.

- La regla 6x6: Una guía clásica que sugiere no incluir más de seis líneas de texto por diapositiva y seis palabras por línea. El objetivo es mantener el texto al mínimo indispensable.
- Jerarquía Visual: El uso de contrastes, tamaños de fuente y colores debe guiar el ojo del espectador hacia lo más importante. En la organización deportiva, por

ejemplo, un gráfico de rendimiento debe resaltar el dato clave sobre el ruido de fondo de las estadísticas secundarias.

- **Uso de Imágenes de Alta Calidad:** Las imágenes deben ser icónicas y metafóricas. Una fotografía impactante de un equipo trabajando en armonía comunica "liderazgo y cohesión" de forma mucho más potente que una lista de viñetas con definiciones teóricas.

Más allá de las tradicionales diapositivas de PowerPoint, el ecosistema digital ofrece herramientas que permiten narrativas no lineales.

- **Software de Presentaciones Dinámicas (Prezi, Canva, Genially):** Estos recursos permiten realizar "zoom" en detalles específicos y crear una sensación de mapa mental que ayuda a la audiencia a entender la relación entre las partes y el todo.
- **Video e Interactividad:** La inclusión de clips de video cortos puede cambiar el ritmo de la presentación y proporcionar ejemplos del mundo real que el discurso oral no podría describir con la misma precisión. Por otro lado, herramientas de interacción en tiempo real (como Mentimeter o Kahoot) transforman a la audiencia pasiva en participantes activos, permitiendo recolectar datos o realizar encuestas instantáneas que se visualizan en la pantalla.

Un recurso audiovisual nunca debe sustituir al orador. La técnica correcta implica que el ponente controle la tecnología y no al revés. Esto se logra mediante el manejo de los tiempos: el orador debe hablar a la audiencia, no a la pantalla. Una técnica profesional es la "pantalla en negro": usar una diapositiva vacía o apagar la proyección cuando se desea que toda la atención se centre exclusivamente en un mensaje verbal importante o emotivo.

Además, el orador debe estar preparado para las fallas técnicas. El dominio del equipo (proyectores, punteros láser, sistemas de audio) es parte de la ética profesional. Un fallo en el video no debe detener la exposición si el orador tiene una estructura de ideas sólida en su mente.

En la gestión deportiva, los recursos audiovisuales son fundamentales para la visualización de datos y el análisis de rendimiento. El uso de dashboards (tableros de control) digitales permite mostrar de forma intuitiva el progreso de los atletas o la salud financiera de un club. Aquí, la visualización de datos no es solo estética, es una herramienta de toma de decisiones. Un gráfico bien diseñado puede revelar tendencias que en una tabla de Excel pasarían desapercibidas.

El uso de recursos digitales y audiovisuales es una danza entre la tecnología y la retórica. Al integrar imágenes poderosas, estructuras limpias y herramientas interactivas, el comunicador moderno logra derribar las barreras del desinterés. Sin embargo, la herramienta es tan buena como la estrategia que la sustenta. El éxito de una presentación no se mide por la cantidad de animaciones en la pantalla, sino por la claridad del mensaje que la audiencia se lleva a casa. Al final, el recurso audiovisual más poderoso es aquel que sirve como un puente invisible entre el pensamiento del orador y el entendimiento del receptor.

Referencias:

West, C. (2023, 23 de febrero). Presentaciones digitales: 29 increíbles consejos de diseño.

Visme. <https://visme.co/blog/es/presentaciones-digitales/>

Sánchez Silva, D. (2025, 15 de mayo). Consejos y herramientas para crear contenido digital impactante en eventos. <https://www.danielasanchezsilva.com/post/herramientas-para-crear-contenido-digital-impactante>