

**Crea presentaciones de
impacto con
Prezi**

**Iván Carnicero Moriana
Vincenzo Sastre Carmenati**



Crea presentaciones de impacto con Prezi
Iván Carnicero Moriana y Vincenzo Sastre Carmenati

ISBN: 978-84-943450-4-3

EAN: 9788494345043

IBIC: UFG

Copyright © 2015 RC Libros

© RC Libros es un sello y marca comercial registrados

Crea presentaciones de impacto con Prezi

Reservados todos los derechos. Ninguna parte de este libro incluida la cubierta puede ser reproducida, su contenido está protegido por la Ley vigente que establece penas de prisión y/o multas a quienes intencionadamente reprodujeren o plagiaren, en todo o en parte, una obra literaria, artística o científica, o su transformación, interpretación o ejecución en cualquier tipo de soporte existente o de próxima invención, sin autorización previa y por escrito de los titulares de los derechos de la propiedad intelectual. La infracción de los derechos citados puede constituir 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 a través de la web www.conlicencia.com; o por teléfono a: 91 702 19 70 / 93 272 04 47.

RC Libros, el Autor, y cualquier persona o empresa participante en la redacción, edición o producción de este libro, en ningún caso serán responsables de los resultados del uso de su contenido, ni de cualquier violación de patentes o derechos de terceras partes. El objetivo de la obra es proporcionar al lector conocimientos precisos y acreditados sobre el tema tratado pero su venta no supone ninguna forma de asistencia legal, administrativa ni de ningún otro tipo, si se precisase ayuda adicional o experta deberán buscarse los servicios de profesionales competentes. Productos y marcas citados en su contenido estén o no registrados, pertenecen a sus respectivos propietarios.

RC Libros

Calle Mar Mediterráneo, 2. Nave 6
28830 SAN FERNANDO DE HENARES, Madrid

Teléfono: +34 91 677 57 22

Fax: +34 91 677 57 22

Correo electrónico: info@rclibros.es

Internet: www.rclibros.es

Diseño de colección, cubierta y pre-impresión: Grupo RC

Impresión y encuadernación: ServiceCom

Depósito Legal: M-20063-2015

Impreso en España

18 17 16 15 (1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12)

PRÓLOGO

Resulta curioso pensar en cómo, a medida que las redes sociales e Internet se integran en nuestras vidas y nos aíslan de las interacciones humanas, las presentaciones y ponencias se convierten en una herramienta capital para conseguir que nuestros proyectos, ideas y servicios sean conocidos y ganen apoyo, difusión y fieles consumidores. Ni siquiera resulta extraño escuchar a alguien hablar sobre las TED Talks o ver un vídeo de YouTube en el que una persona nos presenta su visión y sus ideas apoyándose en algunas infografías y diapositivas.

Las escuelas integraron hace décadas la necesidad de saber hablar ante un público a través de los ejercicios de exposición. Quizá eso fuera el germen de esta necesidad de comunicación mediante la oratoria, donde las empresas apuestan cada vez más por un formato de presentación a la hora de mostrar los resultados anuales o los pasos futuros tanto a clientes, como a futuros inversores, como a su propia cúpula. Cualquier organización que necesite transmitir su idea, cualquier negocio que quiera hacer llegar su servicio o producto, cualquier persona que desee difundir su visión, sabe que tiene ante sí el paso por una o varias audiencias. Hablar en público ya no es cosa de políticos, ni de la antigua Roma. Es una habilidad interpersonal que debemos pulir cotidianamente si queremos aprovechar la oportunidad de impactar a quien quiera escucharnos.

Hablar en público es una actividad que se articula en base a una serie de habilidades que requieren de cierta destreza, transversal a lo largo de diferentes aptitudes personales. Situarnos ante una audiencia requiere ciertos conocimientos de retórica, relajación, dominio espacial, empatía, interpretación, concisión en el mensaje y, a menudo, algo de ofimática. Cualquier carencia seria en alguna de estas aptitudes se resalta críticamente en una presentación, lo que convierte ese ejercicio en una prueba de malabares donde el mínimo fallo supone la pérdida total de la concentración, nuestra y de quienes tengamos delante.

Por eso es imprescindible valerse de cuantas ayudas tengamos a nuestra disposición. Existen profesionales del coaching para aquellos aspectos relacionados con el aspecto psicológico, médicos y terapeutas para cualquier eventualidad relacionada con el habla, consultores y auditores que pueden ayudarnos con nuestra manera de exponer y desenvolvernos en un escenario. Y también existe software que nos brinda la posibilidad de enmarcar aquello que queremos decir de la mejor manera posible.

Es precisamente en esa línea, la de los programas que nos permiten construir las vías argumentales que conduzcan nuestro tren de pensamiento hasta el público, donde el mundo de las presentaciones ha experimentado un mayor cambio. Hace menos de veinte años, las presentaciones de resultados o la exposición de ideas en busca de inversores aún se realizaban con un atril y cartulinas de tamaño A3 que se transportaban en carpetas o tubos aparatosos. Hoy, las presentaciones requieren de una pantalla o un retroproyector que muestren aquello que traemos en un pendrive (y eso si nosotros nos planteáramos la solución aparatosa).

A fin de cuentas, poco se ha avanzado en esos intangibles que nos permiten hablar mejor, movernos acertadamente o delimitar quirúrgicamente los conceptos clave a transmitir. No se trata de que todo esté inventado, o que sea un esfuerzo fútil, sino que esas mejoras en nuestra capacidad de oratoria tienen un techo propio, que se aprecia solo cuando centramos la atención en el orador. La evolución que esta figura pueda conseguir en esas áreas intangibles resulta complicada de señalar, parte por parte, tanto por el público casual como por aquel fiel y asiduo. Que hablemos mejor, que nos movamos bien o que aislemos los conceptos más importantes son habilidades que solo apreciarán quienes estén acostumbrados a vernos presentar.

Si hace dos meses presentamos unas diapositivas llenas de texto y con un esquema de colores espantoso, y hoy presentamos otras con un diseño minimalista y pulido, tenemos la certeza de que todo el mundo apreciará y encontrará útil el soporte visual. Empezando por nosotros.

El siguiente paso es encontrar el equilibrio entre lo que decimos y aquello que usamos para reforzar lo que decimos. Sin embargo, la explosión de contenidos virales, la facilidad de acceso a espectáculos visuales, el aterrizaje definitivo en lo cotidiano de las experiencias en tres dimensiones, y cualquier estímulo traído por Internet y su capacidad casi infinita de captar la atención, son serios contendientes a ese factor sorpresa que debiera ser nuestro soporte visual en una presentación.

Entonces entran en escena los espectáculos de luces, donde se juega con las técnicas del pasado para conseguir resaltar la figura del presentador y su contenido a fuerza de centrar el foco de luz en él. Se diluye la información de fondo en pro de colores planos, escenografías sobrias o fondos en penumbra. También se apuesta por lo contrario: escenografías colosales, vibrantes, ante las que destaca la figura humilde del ponente, generalmente vestido para contrastar.

Pero esas artes de oficios antiguos tienen dos contrapartidas: por un lado, requieren de presupuestos que se escapan a las capacidades de muchas personas que necesitan presentar sus ideas o servicios. Simplemente, la cantidad de recursos suele ser parca como para poner en escena un espectáculo visual que se centre el propio presentador. Por otro lado, la propia naturaleza de Internet nos obliga a pensar muchas veces en que nuestras presentaciones también tengan un formato portable, que pueda llegar a cualquiera que tenga acceso a la intervención, aunque sea en diferido y en la comodidad de su casa.

Por lo tanto, esa clase de soluciones para conseguir un efecto sorpresa queda fuera del alcance de la inmensa mayoría de ponentes, bien porque ellos no disponen de los elementos necesarios para elaborar una escenografía llamativa, bien porque los organizadores de eventos no disponen del espacio o los medios técnicos para conseguir contentar a múltiples presentadores a la vez.

O lo que es lo mismo: nuestra audiencia lo ha visto todo, se ha entretenido con todo, y las herramientas tradicionales se han quedado cortas.

Hasta que apareció Prezi.

Prezi fue concebida como una herramienta de presentaciones que buscaba ofrecer una solución de bajo coste y alta efectividad en mitad de esta lucha por la capacidad de atención de los espectadores y público en general. Rompió con la uniformidad de las diapositivas estáticas buscando el codiciado interés de la audiencia en estos tiempos en los que es casi más complicado mantenerlo que despertarlo.

Sin escapar del soporte de una pantalla (que ya suponía un salto cualitativo respecto a las láminas A3 del pasado, recordemos), Prezi fue diseñada con esmero para lograr una nueva forma dinámica de exponer información y moverse a través de ella, independientemente de la cantidad de elementos multimedia que el ponente quisiera traer a colación, con el confort que supone la disponibilidad de todos esos elementos en la nube 24 horas al día y 7 días a la semana, y las innumerables ventajas de trabajo colaborativo sin importar la distancia entre colaboradores.

Eliminando de la ecuación el coste de recursos más elaborados y la dificultad de concebir presentaciones para distintos formatos, Prezi fue capaz de recoger el elemento más innovador de las presentaciones en las últimas décadas —las pantallas y retroproyectors—, y darle una nueva vuelta de tuerca, haciéndolo parecer una experiencia totalmente distinta a lo que propios y extraños estaban plácidamente acostumbrados.

Una parte importante del éxito de su planteamiento radica en la concepción misma de la utilidad de un espacio de trabajo. Allá donde las diapositivas, las láminas y los archivos de PowerPoint exponen imágenes estáticas en un plan de trabajo horizontal, Prezi se especializa en ofrecer un espacio de trabajo libre, casi tridimensional, bajo la premisa de un mapa de ideas.

Ese punto de partida proporciona un nuevo acercamiento a la hora de concebir las presentaciones, puesto que ya no nos encontramos en la obligación de seleccionar conceptos, sino que podemos trabajar con sus relaciones de manera fluida y libre. Eso facilita el proceso de selección de puntos clave de nuestro mensaje a la vez que estamos produciendo la propia presentación. De alguna manera, que Prezi se fundamente sobre los mapas de ideas hace que resulte tremendamente intuitivo trabajar directamente con ellos y que emerja una presentación entera de ese trabajo. Es la consecuencia natural directa de dejar de pensar en dos dimensiones horizontales, de abandonar el encorsetamiento de los pantallazos rígidos, y de embarcarse en una nueva forma de pensar que permite extender nuestras ideas en un espacio casi interminable.

Es posible que, basándote en lo que te hemos contado hasta el momento, creas que Prezi es tan estupendo que requiere de ciertos conceptos y una curva de aprendizaje lenta hasta poder dominar sus capacidades. Que una herramienta tan completa debe ser complicada de utilizar. No obstante, ahí reside la magia de Prezi: nos permite hacer presentaciones asombrosas y arrancar el efecto sorpresa a nuestro público sin necesidad de una ingeniería informática o un máster de diseño en las más prestigiosas escuelas de Milán. Bastan unos pocos clics para construir una

presentación a nuestra medida, donde nuestras ideas clave se relacionan entre sí con transiciones fluidas a través de un entorno de aspecto tridimensional.

Tampoco necesitarás gastar sumas de dinero exorbitadas. Para llevar a cabo tu trabajo con Prezi necesitarás exactamente lo mismo que los requisitos para completar este curso: un ordenador con un navegador y conexión a Internet, auriculares y micrófono, y las imágenes con las que quieras trabajar.

Probablemente te preguntes que dónde está la trampa, que cómo puede ser que un programa tan sencillo y que requiera de tan poco, cambie tu forma de concebir las presentaciones, cómo trabajarlas y que además sea espectacular.

La respuesta corta a esas dudas es que no hay trampa.

La respuesta larga es que, aunque no sea necesario, siempre se puede trabajar en mejores condiciones. Prezi propone la idea de un espacio de trabajo inmenso a lo alto, lo ancho y lo profundo. Ese espacio de trabajo siempre se manipula más cómodamente con una resolución y un tamaño de pantalla grande, lo que puede no resultar precisamente barato. Una conexión a Internet de alta calidad, para poder trabajar más fluidamente con tus Prezis y sus imágenes y archivos de audio y texto, también es un gasto a tener en cuenta. No solo eso, sino que esa particularidad nos puede obligar a tener en cuenta las características técnicas del lugar donde expongamos (que, por otro lado, deberíamos considerar siempre, aunque no usemos Prezi), lo que puede llevarnos por extensión, a limitarnos a la hora de trabajar con nuestro Prezi si no queremos que este tarde mucho en cargarse desde Internet, sin ir más lejos.

Así pues, no existe trampa ni cartón, pero si queremos aprovechar al máximo las capacidades de Prezi, como sucede con cualquier otro programa, debemos abrazar la noción de que es posible que debamos realizar algunos sacrificios. Aunque estos suelen ser, en realidad, irrelevantes.

A lo largo de este libro aprenderás a usar una gran herramienta y las claves que hacen de ella una de las aplicaciones más innovadoras en el terreno de la comunicación. Hemos estructurado los capítulos para hacer que el aprendizaje sea práctico, pero también hemos buscado cubrir aquellas preguntas que pueden ocurrir a lo largo de las lecciones, así que estamos seguros de que descubrirás todos los secretos de esta plataforma a medida que avances por nuestras páginas.

Es nuestra firme intención conseguir que, una vez adquiridas las habilidades necesarias para usar Prezi de manera regular y efectiva, seas capaz de expandir tu creatividad como el espacio de trabajo de Prezi: prácticamente sin límites.

Este texto dispone de material adicional en Udemy. Visite la página web del libro en <http://rclibros.es> y recibirá más información sobre la forma de acceder al mismo.

1 INTRODUCCIÓN A PREZI

¿QUÉ ES PREZI?

Prezi es una herramienta para crear presentaciones en un espacio de trabajo pseudo-tridimensional que prescinde de diapositivas.

En lugar de una sucesión de imágenes más o menos estáticas, Prezi permite trabajar con todos los elementos de la presentación cargados. Podemos movernos entre esos elementos usando zoom y desplazamientos que podemos programar para construir un flujo a través de la información. Con este sencillo planteamiento, trabajar con información visual que nos ayude a converger y transmitir nuestro mensaje se convierte en una tarea de Visual Thinking.

Imagina por un momento que necesitas explicar tu proyecto, producto, servicio o idea a una audiencia. Poco público o mucho, da igual. Imagina que los puntos clave que sustentan tu proyecto te rodean, que tienes en tus manos la posibilidad de manejar y ordenar a tu antojo los diferentes aspectos de tu producto, que pudieras coger de la mano a los que te escuchan y viajar con ellos por todo el proceso que hace imbatible a tu idea o, por qué no, que puedas jugar con el movimiento para hacer tu mensaje más atractivo.

Usando las herramientas de presentaciones tradicionales, todas estas ideas serían imposibles de realizar.

Con Prezi basta imaginar estar en medio de todos los conceptos que quiere explicar para entender rápidamente qué quieres hacer con ellos, cómo quieres enfocar la atención de tu audiencia sobre esas ideas esenciales, y que hay muy pocas barreras a tu creatividad para conseguir que tu público viaje contigo a través de tu mensaje.

Para conseguir otorgarte esa libertad mientras presentas, Prezi introduce las tres dimensiones en tus presentaciones. El lienzo es prácticamente infinito a lo alto y a lo ancho, y además Prezi te permite profundizar y jugar con el movimiento hacia el fondo o el frente.

Sin embargo, los objetos que usamos son considerados planos. Como si imprimiéramos las diapositivas y las situáramos a nuestro alrededor. Podemos ubicarlas en cualquiera punto, pero debemos tener en cuenta, en todo momento, que son diapositivas planas.

Sean tres dimensiones reales o las llamadas 2.5 dimensiones, el resultado de este añadido al proceso de crear presentaciones es suficiente para transportar mejor cualquier mensaje que tengamos intención de comunicar. Si a esto le sumamos la habilidad para moverse ininterrumpidamente, de manera guiada o libre, obtenemos una experiencia comunicativa muy similar a viajar por la información.

Eso es Prezi. Una manera mucho más interactiva de comunicar.



Logo de la compañía Prezi

Por eso, en los últimos años, Prezi ha ganado el “reprís” destinado a las aplicaciones y herramientas que nos facilitan la vida.

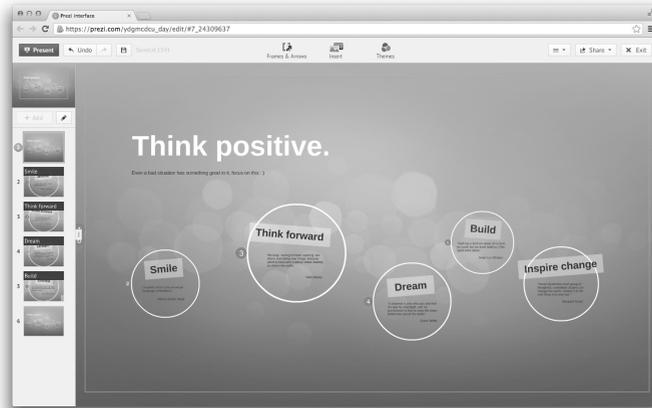
Desde el apoyo por parte de profesores de colegio e institutos, a ser parte de nuevos modelos de infografía en medios de comunicación, pasando por la integración como módulo de presentaciones dentro del funcionamiento de numerosos gobiernos, Prezi ha sabido hacerse un hueco, leer correctamente dónde fallaba el software clásico para presentaciones y aprovechar para crearse un nicho propio en el que, hoy por hoy, sigue siendo imbatible.

Además, Prezi saca partido nativamente a la tecnología de la información en la nube. Los datos importantes que engrasan las operaciones de una empresa se almacenan en Internet cada día más. Es la respuesta natural a la necesidad de llegar a lo que necesitamos, sin esperas, independientemente de dónde nos ubiquemos.

Todas las presentaciones de Prezi se benefician de un espacio de almacenamiento en la Red para que podamos presentar sin depender de pendrives, DVD o cualquier instrumento extra. Son muy pocos los escenarios donde debemos enfrentar una presentación que carezcan de una conexión a Internet, por lo que el acceso a nuestros archivos Prezi está prácticamente asegurado.

Y aunque no fuera así, Prezi pone a nuestra disposición la posibilidad de llevar como queramos nuestras presentaciones, lo que le proporciona la flexibilidad para cumplir con las necesidades de casi cualquier situación.

Para ello, Prezi se despliega con diversas aplicaciones para entornos diferentes: un cliente para Windows y MacOSX, donde podemos sincronizar nuestros archivos y, si fuera necesario, editarlos; aplicaciones para iOS, Android y Windows Phone, por si lo que queremos es descargar nuestros archivos sin un ordenador delante; y por último, la forma más común de usar Prezi: una interfaz web donde podemos trabajar sin limitaciones con nuestras presentaciones, a través de la ventana de cualquier navegador.



Espacio de trabajo de Prezi

Por lo tanto, podemos decir sin miedo que Prezi no solo pone sobre la mesa una manera mucho más interactiva de comunicar, sino que busca que podamos expresar nuestro mensaje desde cualquier lugar.

Da igual si somos estudiantes o ajetreados ejecutivos, lo único que necesitamos es una conexión a Internet.

La siguiente pregunta natural es: ¿cuánto cuesta un software como Prezi?

La compañía Prezi se sustenta gracias a un sistema Premium. Esto significa que podemos usar la versión más básica de manera gratuita, y pagar si queremos más espacio de almacenamiento para nuestras presentaciones, administrar la privacidad de nuestros archivos, construir prezis sin estar en línea o acceder a un servicio de atención al cliente en el que los profesionales de Prezi se pondrán a nuestra ayuda.

Adicionalmente, existe una especie de plan especial pensado para empresas, al margen del propio sistema Premium, que permite gestionar múltiples cuentas Prezi para planes de trabajo colaborativos, por ejemplo.

Este abanico de posibilidades facilita que podamos aprender a usar Prezi sin preocuparnos en ningún momento por si se nos acaba el periodo de prueba o por la urgencia de acometer pagos. Así, familiarizarse con Prezi es un proceso que se lleva a cabo de forma natural, y que decidiremos (o no) potenciar en base a nuestras necesidades y exigencias y no a los creadores de la herramienta.

Gracias a su flexibilidad, Prezi se ha abierto camino en el mundo corporativo como una de las grandes apuestas de finales de los 2000. Con más de 50 millones de clientes de pago, es fácil imaginar por qué se ha convertido en una aplicación usada en casi el 80% de las empresas más influyentes según Forbes.

Utilidad y accesibilidad le han permitido alcanzar un estatus envidiado puesto que, a día de hoy —y a pesar de que los pesos pesados de la ofimática como Microsoft Office también permiten acceder a sus programas en línea—, Prezi es una de las elecciones principales para la creación de presentaciones. Los datos apoyan esta afirmación: se crean más de 2 proyectos prezi cada segundo, y el total de prezis funcionales que forman parte de proyectos corporativos e ideas particulares suman más de 160 millones.

Dentro de estos números encontramos todo tipo de presentaciones: desde trabajos de instituto, en los que las transiciones y el empuje visual son los reyes, a proyectos que usan la potencia de Prezi para enmarcar los puntos clave del futuro financiero de empresas multinacionales.

El programa es capaz de proporcionar soporte a cualquier mensaje, sin importar lo simple o vital que este sea, llegando a todos los públicos gracias a su intuitiva interfaz y atractivas propuestas.

POR QUÉ NACIÓ PREZI

Para conseguir estas cotas de usabilidad, Prezi se concibió desde las diferentes perspectivas de sus fundadores.

En primer lugar el arquitecto húngaro Ádám Somlai-Fischer, quien fundó Kitchen Budapest Medialab en 2007, una compañía dedicada a potenciar los emprendedores de Hungría a través de un programa basado en desarrollo, marketing y financiación.

En su periplo por las vicisitudes de los inicios de las empresas que aprovecharon su programa, Ádám Somlai-Fischer comprendió la necesidad de dotar a las presentaciones de una nueva manera de hacer las cosas. Las herramientas disponibles en aquel momento, rígidas y ceñidas a cánones estrictos, se convertían en un impedimento a la hora de transmitir mensajes dinámicos, acordes con las ganas y el ímpetu de los jóvenes emprendedores.

Así las cosas, Ádám decidió prescindir de esos programas y crear el suyo propio. 50 líneas de código bastaron para dar forma a la primera versión privada de Prezi. El fundador de Prezi solo buscaba construir un mapa en el que pudiera echar un vistazo y contar con todas las imágenes, vídeos y notas que necesitaba. Una vez montado ese mapa, observar todas las interrelaciones posibles entre los diferentes elementos.

Esa forma de trabajar permitía elegir libremente sobre qué enfocar visualmente la atención, lo que convertía en una tarea trivial la labor de crear una historia que soportara el mensaje clave que el presentador quisiera emitir.

En 2008, el innovador Péter Halácsy, profesor de la Universidad de Tecnología y Economía de Budapest convenció a Ádám para impulsar su editor de presentaciones más allá del ámbito privado.



Los fundadores de Prezi, de izquierda a derecha: Péter Halácsy, Peter Arvai y Ádám Somlai-Fischer

Una vez creado el prototipo inicial, fue cuestión de tiempo que entraran en contacto con Peter Arvai, quien aconsejó a Halacsy y a Somlai-Fisher a la hora de poner en marcha el producto y la empresa que hoy conocemos como Prezi. Era finales del año 2009.

A día de hoy, Ádám Somlai-Fischer es el Lead Artist de Prezi, mientras Péter Halácsy se ha convertido en Director Financiero, CTO y Peter Arvai es la cabeza visible como CEO.

De una herramienta de mapas mentales sencillos a principios de los 2000 a una plataforma para creación de presentaciones con transiciones, gráficos vectoriales, integración en la nube y capacidades multimedia y pseudotridimensional, el periplo de Prezi por el mundo ha estado marcado por algunos hitos importantes que veremos más adelante.

Para llegar a ellos, los fundadores han apuntado siempre a las mejoras de la interfaz para conseguir una aplicación por la que el usuario pueda moverse intuitivamente, junto con la intencionalidad a la hora de intentar inspirar constantemente a quienes usan Prezi en sus presentaciones cotidianas.

Para conseguirlo, en Prezi se dedicaron a escuchar activamente a sus usuarios. Según palabras de Somlai-Fischer, nunca se puede subestimar lo complicado que puede ser para alguien cambiar su forma de hacer las cosas.

Por eso, los principios de diseño de Prezi se cimentaron en torno a la idea primigenia de que la transición debía ser lo más natural posible, desde el funcionamiento de los conceptos generales del programa, al más pequeño de los detalles de su interfaz.

La búsqueda incansable de ese objetivo es el motor principal del desarrollo de Prezi como producto y como empresa. Y es ese empeño por hacerse siempre cercanos a los usuarios lo que ha llevado al negocio a un ascenso meteórico en sus números.

Con un crecimiento exponencial, Prezi se ha transformado de una pequeña startup de 3 personas a una corporación con más de 250 personas de 30 nacionalidades distintas y 2 cuarteles generales, uno en la norteamericana San Francisco y otro en la capital húngara, Budapest.