

## **Detrás de una presentación de proyecto (método y variables).**

### **Autores:**

DI. Daniel Fadruga González, [fadrag@isdi.co.cu](mailto:fadrag@isdi.co.cu)

Instituto Superior de Diseño (ISDi), Cuba

DI. Carla Patricia Oraá Calzadilla, [coraa@isdi.co.cu](mailto:coraa@isdi.co.cu)

Instituto Superior de Diseño (ISDi), Cuba

DI. Alfredo Gilberto Rodríguez Diago, [alfrodiago@isdi.co.cu](mailto:alfrodiago@isdi.co.cu)

Instituto Superior de Diseño (ISDi), Cuba

### **RESUMEN**

El siguiente material se desarrolla a partir de una hipótesis fundamental: Si la Presentación del proyecto es un proceso con etapas sucesivas que persiguen un determinado objetivo, entonces con la inserción de un método en este proceso se lograrían resultados más efectivos (mejores presentaciones). Haciéndose más fuerte hacia las primeras etapas correspondientes al "Análisis y Estructuración" de la presentación, se describe el proceso de Presentación de los Proyectos de Diseño a través de una alternativa metodológica adaptada por el colectivo docente, atendiendo a los tipos de presentación identificados de nuestra experiencia profesional y académica. Se describen cuatro etapas principales y las correspondientes acciones a realizar en cada una; así como se identifican las variables determinantes en el éxito de la Presentación, lo cual constituye el contenido principal de este trabajo. Todo esto a fin de proveer una guía metodológica a los estudiantes de Diseño para la concepción de sus presentaciones.

**Palabras claves:** presentación, proyecto, diseño, método, etapas, variables.

## **Behind project presentation (method & variables)**

### **ABSTRACT**

The following material is developed from a fundamental assumption: If the Project Presentation is a process with successive stages pursuing a certain goal, then with the insertion of a method in this process would be achieved more effective results (best performances). Becoming stronger towards the early stages corresponding to the "Analysis and Structuring" presentation, the process of Design Projects Presentation is described through an alternative methodology adapted by the teaching staff, based on presentation types identified in our professional and academic experience. four main stages and corresponding actions to be taken in each are described; and the determining variables are identified for the success of Presentation, which is the main content of this work. All this in order to provide a methodological guide for Design students to plan their presentations.

**Keywords:** presentation, project, design, method, stages, variables.

### **INTRODUCCIÓN**

La realización de los proyectos de Diseño conlleva inevitablemente a su presentación y este aspecto suele influir en la calidad de comunicación del Diseño mismo. La concepción de una presentación de Diseño no siempre cuenta con la misma responsabilidad con que se realizó el proyecto y es común sacrificar la preparación de esta en pos de lograr o perfeccionar los contenidos de entrega del proyecto.

Según se ha constatado en la práctica docente, las presentaciones exitosas no suceden con la regularidad que los profesores quisieran; por ende... En el colectivo de docentes se defiende la hipótesis siguiente: Si la Presentación del proyecto es un proceso con etapas sucesivas que persiguen un determinado objetivo, entonces con la inserción de un método en este proceso se lograrían resultados más efectivos (mejores presentaciones). La hipótesis anterior, se hace más fuerte para las primeras etapas correspondientes al análisis y estructuración de la presentación.

En este trabajo se describe el proceso de Presentación del Proyecto a través de una propuesta de método aceptada por el colectivo de profesores, esta se sustenta en los diferentes tipos de presentación identificados de la experiencia profesional y académica de los autores. Se describen cuatro etapas principales y las correspondientes acciones a realizar en cada una; así como se identifican las variables determinantes en el éxito de la Presentación, lo cual constituye el contenido principal de este trabajo. Todo esto a fin de proveer una guía metodológica a los estudiantes de Diseño para la concepción de sus presentaciones. No obstante, el Proceso de Presentación ulterior que se desarrolle sobre esta guía, será adecuado a las condiciones y posibilidades de cada proyecto y cada presentador.

### **definiciones**

Para la mejor explicación de lo que a continuación se expone, se hace necesario aclarar los términos y conceptos empleados; a fin de evitar interpretaciones no deseadas.

**Representación:** Sustitución de la realidad por un modelo en el pensamiento.

**Modelo:** Esquema teórico de un sistema o de una realidad compleja que se elabora para facilitar su comprensión y el estudio de su comportamiento.

... aparato conceptual de valor instrumental, en tanto resulta útil para especificar e interpretar la diversa información que puede obtenerse dentro de cualquier ámbito de indagación en el cual se quieran analizar fenómenos. A partir de un modelo se reducen las informaciones inconexas que se tenían previamente sobre el objeto de estudio y funciona como mediador entre el investigador y la teoría misma, al tiempo que permite orientar su camino hacia el análisis de la realidad, permite estructurar las abstracciones de pensamiento. (García & Baeza, 1998)

Según refiere Armando Cabrera en 2011, existen diferentes niveles de modelación donde se identifican el Modelo teórico, Modelo analógico y Modelo icónico. Asumiremos estas denominaciones para para identificar los niveles progresivos de modelación en la presentación de proyectos.

**Presentación:** Socialización de la Representación o Modelo mental.

**Proceso de Presentación:** Secuencia de acciones y etapas concatenadas para socializar las decisiones del Diseñador sobre el problema que aborda. Metodología para propiciar la comunicación exitosa con el auditorio.

**Proyecto:** Proceso de Diseño oficializado a través de un encargo, cuyo progreso va siendo documentado y argumentado por el Proyectista (Diseñador en este caso). Se caracteriza por tener un objetivo que se puede alcanzar con la actividad de Diseño, contando para ello con un lapso y recursos predeterminados.

**Presentación de Proyecto:** Proceso de Presentación óptimo, para comunicar los resultados del Proyecto de Diseño; aprovechando la configuración del escenario en que se presenta.

**Variables de la Presentación:** Elementos esenciales, de los cuales depende el éxito de la Presentación del Proyecto y que pueden manifestar diferentes comportamientos (indicadores). Son aspectos típicos que se deben considerar, para lograr una visión

integradora del Proceso de Presentación. En el presente trabajo referiremos a: Tiempo, Contenido, Contexto, Auditorio, Presentador y Recursos.

### Proceso de presentación

A continuación, se presenta una tabla de acciones por cada etapa del Proceso de Presentación, donde se logran sintetizar algunos resultados frecuentes para cada acción en específico. Dicho de otra manera... La etapa de "Análisis de las variables de la Presentación" es la comprensión de las condiciones del encargo, donde se confirma el contenido de entrega y el tipo de presentación que exige el cliente.

La "Estructuración", por otro lado, es todo el trabajo de mesa que conlleva la planificación de la presentación, para lograr una comunicación óptima con el auditorio y por ende una mayor eficacia... Es decir, la optimización del tiempo y los recursos disponibles para presentar el proyecto. Esta estructuración deberá ser consecuente con el comportamiento de las Variables de la Presentación, sobre todo con el "contenido" aunque ninguna de las demás es descartable. Trazar un "objetivo de presentación" claro es el primer paso de esta etapa que se sucederá con la concatenación de todo el contenido que se haya decidido presentar. Poder concebir un "guion" posteriormente, es la primera evidencia de que se ha logrado una visión integradora de las variables antes analizadas.

La "Realización" propiamente dicha, es la implementación y representación (a diferentes niveles) de la información o contenidos a presentar. Todas estas acciones y esfuerzos deben ser coherentes con lo planteado en la etapa anterior. En esta etapa el diseñador explota los "vehículos del pensamiento" o "recursos de presentación" ya probados en la comunicación de ideas similares a las que defiende el resultado del Proyecto y que además son coherentes con la Estrategia y el Concepto de su Presentación. Se caracteriza por exigir del Diseñador o Realizador (en su defecto), la práctica plena de sus competencias y habilidades con las herramientas de representación. Estas comúnmente se asocian a la redacción y edición de textos, el dibujo, la ilustración, la modelación CAD (2D o 3D), la realización y edición de fotografías u otros materiales audiovisuales y multimedia. Para considerar terminada esta etapa debe tener lugar la evaluación o valoración del material realizado; para ello las Variables de la Presentación y sus indicadores, serán los criterios de valoración fundamentales.

Seguidamente debería cumplirse una etapa preparativa que precede al Acto y cuyos resultados pueden ser la clave para el éxito de la Presentación realizada. Si bien el "discurso" o comunicación que persigue la presentación puede parecer coherente y satisfactoriamente valorado por el Diseñador, en ocasiones las particularidades y exigencias del Acto de Presentación, ocasionan un desarrollo desafortunado de este que deslucen el resultado del propio proyecto... sólo por deficiencias en su presentación. Para evitar situaciones como esta, se debe repasar el discurso elaborado hasta el momento. Con "repasar" debiera entenderse evaluar como la Presentación es consecuente con el comportamiento de sus variables. En esta etapa suele entrenarse la oratoria (de ser necesario) y su conexión con el material de apoyo. También se define el "ritmo" de la Presentación, ya que se concreta toda la información a presentar y los vehículos destinados a este fin... Teniendo en cuenta las características del Auditorio, es frecuente tener que administrar aquellos recursos que constituirán hitos en la presentación, a fin de lograr una atención suficiente durante el acto.

Vale destacar que la planificación realizada hasta el momento, se basa en decisiones subjetivas derivadas del análisis de las variables, o sea: una aproximación o predicción de las circunstancias en que se desarrollará el acto, por ende... la ocurrencia de imprevistos que puedan afectar el cumplimiento del objetivo de la Presentación, es normal. Ante esta probabilidad, se debe definir un plan de medidas que siga siendo coherente con las mencionadas variables y que a su vez propicie condiciones favorables para el éxito de la presentación.

ETAPAS	ACCIONES	RESULTADOS
<b>ANÁLISIS DE LAS VARIABLES</b>	Asimilar las condiciones implícitas en el encargo.	Decisiones
	Definir el comportamiento de las Variables de la Presentación.	Datos
	Seleccionar el tipo de Presentación óptima.	
<b>ESTRUCTURACIÓN</b>	Definir el objetivo de la Presentación.	Objetivo
	Plantear la estrategia de Presentación.	Estrategia
	Seleccionar el contenido a presentar.	Sumario
	Identificar la representación óptima para cada contenido.	
	Concatenar los contenidos.	Diagrama de contenidos.
	Elaborar un Guion del Acto de Presentación.	Storyboard
	Definir las pautas en el Diseño de la Presentación.	Concepto de la Presentación.
<b>REALIZACIÓN</b>	Modelar la información.	Tablas, Esquemas, Imágenes, Videos...
	Elaboración del material a presentar.	Informes, Pancartas, Infografías u otros apoyos para exponer.
	Repasar el discurso.	Valoración del material.
<b>PREPARACIÓN DEL ACTO</b>	Definir los hitos y puntos de inflexión de la presentación.	Ritmo
	Prever posibles imprevistos.	Plan de medidas
	Definir la imagen del presentador.	Apariencia
<b>DESARROLLO DEL ACTO</b>	Introducción	
	Desarrollo	
	*Conclusiones	
	*Intercambio con el auditorio	Retroalimentación

\* refiere sólo a las Exposiciones.

### Variables de la presentación

Se reconocen por el colectivo de profesores de la asignatura, como determinantes en la presentación de un proyecto, las siguientes variables:

Contenido (Refiere a la cantidad y tipo de información que se decide presentar)

Auditorio (Características, expectativas, nivel cultural y conocimiento del tema)

Presentador (Características, habilidades discursivas y dominio del tema)

Tiempo (Período disponible para culminar el Proceso de Presentación, refiere tanto a la Realización como al Acto de Presentación)

Recursos (Presupuesto de cualquier tipo que permite desarrollar el Proceso de Presentación.)

(Recursos humanos: refieren a la cantidad de personas y el conocimiento de estas, para lograr la comunicación)

(Recursos materiales: bienes y financiamiento disponibles para lograr la comunicación)

(Recursos de Diseño: ideas o vehículos del pensamiento que facilitan la comunicación)

Contexto (Características del espacio geográfico donde tendrá lugar la presentación. Condiciones de iluminación, Niveles acústicos, Confort térmico)

\*Todas las variables de la presentación son importantes

### **Etapas de análisis de las variables**

#### **1. Asimilar las condicionantes**

El inicio del Proceso de Presentación, en ocasiones, coincide con el inicio del propio Proceso de Diseño. Esta afirmación se sustenta en que las condicionantes del proyecto que declara el cliente, conllevan a tomar decisiones para la presentación del proyecto. En el mismo encargo de Diseño es frecuente puntualizar el plazo del proyecto e identificar la envergadura del mismo (en términos de recursos). Esto significa para el Proceso de Presentación, un condicionamiento de la variable Tiempo y asimismo pudiese ser el acercamiento a otras variables como Recursos, Contexto y Auditorio.

Desde el Encargo es posible que se pauten ciertas reglas para la Presentación, como son: Cuándo, Cómo, Dónde y A quién. En ese caso se estarían condicionando algunos aspectos de las Variables Tiempo, Presentador, Contexto y Auditorio respectivamente. Es válido aclarar que la cuestión de Cómo presentar, se relaciona a la variable Presentador, pues desde el inicio se sabe si se deberá presentar con sólo “entregar” o bien “defender” la propuesta de Diseño.

#### **2. Identificar el comportamiento de las variables**

A continuación, se exponen los elementos constituyentes de cada variable y el orden en que se abordan no es relevante, ni describe la importancia de cada variable. En cualquier caso, se deberían abordar primero aquellas variables que resulten estar “condicionadas” ... así hasta llegar a aquellas que se pueden controlar para lograr el Objetivo de la Presentación.

#### **Tiempo**

Para entender esta variable, hemos de partir del hecho que “todo” en un proyecto consume tiempo y mientras más se acerque al término, esta percepción se hará más fuerte. Optimizar el Tiempo en el proceso de Presentación, es el fin de todos los esfuerzos. Con ánimos de ser precisos, se podría analizar la variable Tiempo en 2 componentes: El Tiempo para la Elaboración y para la Defensa.

Tiempo para la Elaboración: refiere al lapso “necesario y disponible” desde el encargo hasta el inicio de la Defensa o bien la Entrega final del proyecto. Tiende a solaparse con la propia realización del Proyecto de Diseño y el trabajo implícito aquí responde a la complejidad y nivel de síntesis que exige la duración de la Defensa.

Tiempo para la Defensa: se entiende como período disponible para comunicar el Proyecto (o sea el contenido) a un auditorio.

¿Qué modifica esta variable?

Puede influir frecuentemente la variable “Recursos” dada la obvia relación con la eficiencia del proceso de Presentación... Si el Tiempo de elaboración es poco se necesitarán más Recursos para cumplir los objetivos. Asimismo, se podría entender que dado el poco Tiempo (para la Elaboración o la Defensa), se deberá sintetizar y discriminar el “Contenido”, para presentar sólo los elementos esenciales. Para lograr una defensa con un nivel de síntesis adecuado, el “Presentador” deberá poseer dominio del Proyecto y habilidades discursivas acordes.

### Contenido

Esta variable se asocia directamente a los resultados del proyecto de Diseño y estos a su vez, con la etapa del proyecto que se presente... Por ende, clasificaremos los tipos de presentación en 3 tipologías que responden al tipo y cantidad de Contenido.

De todas las maneras de presentar el proyecto de Diseño, acá referiremos a 2 presentaciones tipo y quizás una tercera que responde de la combinación de las anteriores en diferentes momentos (dependiendo de la duración y complejidad del proyecto). La clasificación sería la siguiente: Presentación de Proceso, Presentación de Resultados y Programa de Presentaciones.

**Presentación de Proceso:** Entiéndase como la concatenación de información lograda por el diseñador, desde el encargo hasta el momento que presenta las decisiones (sean parciales o finales). Conlleva la explicación de la etapa analítica del Proceso de Diseño y la comunicación de las decisiones tomadas. Se caracteriza por su enfoque metodológico que pretende convencer o persuadir al “Auditorio” sobre el rigor y conveniencia de tales decisiones. Este tipo de presentaciones por lo general son menos cortas y suelen desarrollarse a fin de validar decisiones de compromiso, estrategias de Diseño o bien dar por terminada la etapa inicial del proyecto. El contenido típico de estas presentaciones suele incluir: el encargo, los objetivos del proyecto, las interpretaciones del diseñador (análisis del problema) y posiblemente algunos resultados (Estrategias, Concepto, Alternativas, etc.).

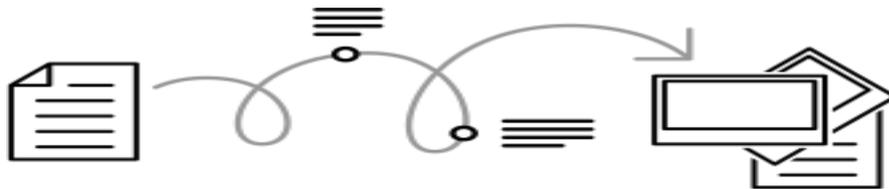


fig. 1: *Presentación de Proceso.*

**Presentación de Resultados:** Dadas las condicionantes de la Presentación y el limitado Tiempo dispuesto por el Auditorio para este fin, suele ser irrelevante el proceso de Diseño; por ende... Se exige una síntesis y concreción muy diferentes a la tipología anteriormente descrita. Se caracteriza por ser totalmente descriptiva e icónica, donde priman los detalles y las especificaciones de Diseño. Este tipo de presentaciones logra la mayor reducción de incertidumbres posible sobre la propuesta de diseño. El contenido típico de estas presentaciones suele ser mucho más icónico, en dependencia de la etapa alcanzada en el proyecto: vistas planimétricas, representaciones ilustradas o fotográficas, modelos tridimensionales (digitales o físicos), infografías u otras especificaciones técnicas.

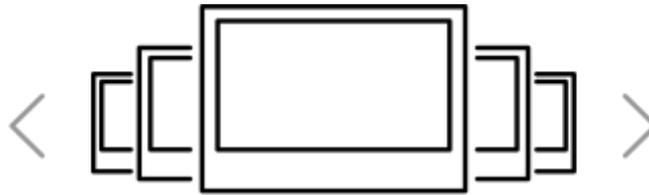


fig. 2: *Presentación de Resultados.*

**Programa de presentaciones:** Se entiende como el conjunto de Presentaciones (descritas anteriormente) que tienen lugar en diferentes momentos y que refieren al mismo proyecto de Diseño... Combina convenientemente Presentaciones de Proceso y de Resultados, en un proceso de acumulativo y progresivo en el Tiempo.

Estos Programas son característicos de proyectos largos y complejos, donde las decisiones más importantes no dependen sólo del diseñador y por ende se deben comunicar los resultados paulatinamente.

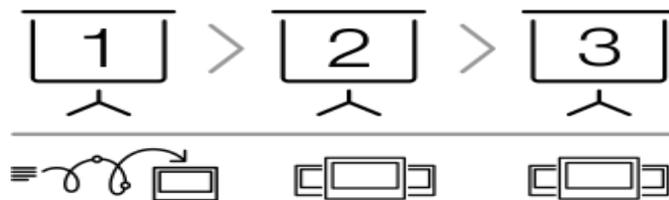


fig. 3: *Programa de Presentaciones.*

## ¿Qué modifica esta variable?

El Contenido pudiese condicionar el Tiempo de Elaboración y la Defensa respectivamente. La cantidad y optimización de la información a mostrar (o sea los resultados del proyecto en cualquier etapa) influirán en el tiempo que demore su modelación. Los tipos de Contenido y Presentaciones asociados a estos, eventualmente exigen del Presentador una preparación y competencias acordes. Generalmente para defender un Proceso de Diseño, se necesita de un Presentador que domine cada decisión tomada, así como su validación. Por último... y no menos importante, es la dependencia que se pudiese establecer entre los Tipos de Presentación (según su contenido) los y Recursos necesarios para su desarrollo, ya sea por la imperiosa intervención del capital humano o bien por las particularidades tecnológicas que conlleva la representación de algunos Contenidos.

## Contexto

Si bien el término “contexto” puede considerarse de diversas índoles: contexto histórico, geográfico, económico, entre otros; para el caso que abordamos se considera que la Variable de la Presentación con este nombre: refiere al lugar, espacio o local en que se desarrollará la Presentación; asumiendo también, cualquier connotación que se emita sobre este. Entiéndase entonces que el Contexto de la Presentación se conforme tanto por el “Contexto Físico” como por el “Contexto Psicológico”.

Contexto Físico: Inevitablemente las circunstancias del Contexto pueden influir (positiva o negativamente) sobre la comunicación del proyecto. Para analizar esta variable desde el proceso de presentación, se podría asumir un comportamiento similar al “Contexto de uso” en el Proceso de Diseño. Algunos aspectos esenciales a tener en cuenta serían: las Dimensiones

del local (lejanía del auditorio), Niveles de iluminación, Niveles de Ruido, Confort Térmico o cualquier otro aspecto físico del Contexto.

Contexto Psicológico: No obstante, a los aspectos antes mencionados, algunas particularidades del Contexto Físico suelen generar connotaciones tanto en el Presentador como en el Auditorio; por ende, esta componente refiere a aquellos aspectos psicológicos que afectan el Proceso de Presentación. Los casos más comunes en que se evidencia este fenómeno, tienden ser situaciones de rivalidad entre proyectos\* u otros momentos de considerable relevancia, condicionados por el prestigio del Contexto Físico o el Auditorio mismo. La existencia de un Contexto Psicológico, influye directamente sobre los objetivos de la presentación, generalmente adicionando Objetivos colaterales a la presentación.

\* En caso de no existir tal situación de rivalidad entre proyectos a presentar, este fenómeno merece ser analizado desde el Auditorio.

¿Qué modifica esta variable?

Cuando el Contexto no es favorable al Acto de Defensa, principalmente el Contexto Físico, se podrían emplear como atenuantes algunos Recursos Materiales que logren favorecerlo. Como ejemplo citemos el caso en que algún Contexto donde las condiciones de iluminación no son propicias para una proyección óptima, se puede apoyar la Defensa con Materiales como plegables, maquetas, muestras u otros. Si el Contexto lo permite, el acto puede recrearse más en detalles o particularidades y consumir más Tiempo. Por el contrario, si el Contexto es desfavorable, debe reducirse el Tiempo para no perder la atención del Auditorio. Por otro lado, ambos aspectos de Contexto influyen sobre el Presentador; por supuesto, el Contexto Psicológico ejerce una presión extra sobre este que lo llevaría a modificar tanto la Apariencia como su Preparación. Igualmente, el Contexto Físico pudiese influir en la Concentración durante el Acto de Defensa.

### **Auditorio**

Si el proceso de presentación es en sí un proceso de comunicación, sería absurdo no contemplar las características del Receptor en la Presentación del Proyecto. Apoyándonos en la afirmación anterior, analizaremos el trabajo en esta Variable analogando los aspectos del Auditorio con los “filtros del receptor” que aparecen en el Modelo de Comunicación Visual (concebido por Bruno Munari en 1973). Este modelo destaca el lugar que ocupan los problemas causados por las alteraciones visuales, mismas que interfieren en la óptima lectura de los mensajes visuales. Los filtros que describe Munari son de tipo sensorial, operativo y cultural. Siendo coherentes lo abordaremos de la siguiente manera:

Características Sensoriales: Entiéndase por todas aquellas capacidades perceptivas del auditorio cuya disminución, en ocasiones, impide que les llegue nuestra presentación tal y como la concebimos. A lo anterior se agrega que eventualmente se pueden estimar con antelación. Con mayor frecuencia aparecen las discapacidades visuales, ya sea por la lejanía del auditorio (Contexto), los niveles de iluminación (Contexto), el contraste o el deterioro del aparato visual (Miopía, Astigmatismo, Presbicia, Cataratas, etc.). No menos importantes son las discapacidades auditivas provocadas por la lejanía (Contexto), el nivel de ruido (Contexto) o afectaciones de aparato auditivo (hipoacusia).

Las decisiones resultantes de este análisis podrían ser: definir el mejor contraste posible en la información visual, acortar la distancia con el auditorio (si fuese posible), aumentar el tamaño de los textos e imágenes, simplificar la cantidad de detalles, proyectar la voz con potencia, entre otras.

Operatividad: El término puede asociarse a las capacidades cognitivas del Auditorio, las cuales podrían depender de la edad, género, nivel de escolaridad, conocimiento sobre el tema y expectativas acerca de la presentación. En el caso de la edad, es lógico que un interlocutor infantil no lograría decodificar la presentación con la efectividad esperada en un Auditorio

---

adulto. Asimismo, la presentación de algunos temas puede conectar de modo diferente según el género, basándose en los intereses particulares entre hombres y mujeres. El nivel de escolaridad y el conocimiento sobre el tema, tienen un comportamiento similar... Lo primero refiere a la adquisición de las capacidades cognitivas típicas y conocimientos básicos a diferentes edades y lo segundo a la especialización del Auditorio en alguna esfera o tema particular (Ejemplo: Ingeniería, Ciencias médicas, preparación de alimentos, Arte, en fin...). No, por último, menos importante: las expectativas del interlocutor podrían ser decisivas en el éxito de la Presentación... Un mismo resultado de proyecto no debe ser presentado de igual manera al Inversionista, al Productor o a los potenciales Usuarios del proyecto... y así existirán tantos enfoques particulares, como tipologías de Auditorio se identifiquen.

**Características Culturales:** Define los aspectos correspondientes a las costumbres de los grupos sociales, los valores del individuo y su idiosincrasia. Se sugiere este análisis, para no obviar el hecho que el Auditorio no siempre comparte los “códigos sociales” de quien presenta y los errores en ese sentido, tienden a impactar directamente a las convicciones y credos del interlocutor... En otras palabras, un leve desacuerdo puede llevar al fracaso de la presentación.

¿Qué modifica esta variable?

En dependencia del Auditorio (receptor de la presentación) seleccionaremos el Tipo de Contenido a presentar, definiremos si se debe presentar el proceso o ir directamente a la comunicación de los resultados. De su capacidad de concentración o interés en el tema, nos valdremos para definir la Cantidad de Contenido a presentar. Cuando el Auditorio requiere una presentación más icónica para comprender el Contenido, conlleva a que aumente el Tiempo de Elaboración o los Recursos Humanos que se empleen. Así también se podrán variar los Recursos Materiales tanto en la Elaboración como la Defensa... Ejemplo: Con los niños podría funcionar mejor una maqueta que la proyección de una imagen.

Desde otra perspectiva... la selección de Presentador puede realizarse teniendo en cuenta el Auditorio a que está dirigido. Por ejemplo: para defender una contra la violencia de género (contra la mujer en este caso) sería factible seleccionar una mujer como presentadora. El Auditorio condiciona en todos los sentidos al Presentador, puede modificar hasta su Apariencia: no es igual el vestuario para defender un proyecto a un inversionista que a un adolescente. En el primer caso emplearíamos una indumentaria más profesional y en el otro más casual o informal, para lograr una mayor empatía con el interlocutor. Otro caso de interés sería: si el Auditorio hablara un idioma diferente a los proyectistas, se verán obligados a seleccionar un Presentador que domine ese idioma y sea capaz de defender el proyecto en cuestión.

Curiosamente se notará que el Auditorio influye o pudiese modificar 4 de las 6 Variables de la Presentación (más que ninguna otra), lo cual evidencia la importancia de su estudio para lograr la “comunicación deseada” en este.

### **Presentador**

Como se ha podido constatar, el Presentador tiende a ser el más influido o afectado por el comportamiento del resto de las variables; lo cual significa que puede ser lo mejor controlado en el Proceso de Presentación. Obviamente el análisis de esta Variable, es pertinente luego que, en las condiciones iniciales, se oficialice la necesidad de “Defender el Proyecto” y por ende... de que exista el Presentador. En ese enfoque se asume: su selección, preparación, proyección y concentración, como competencias a desarrollar durante todo el proceso y la Defensa. Para el análisis se han identificado 4 componentes esenciales en un Presentador: sus Características Físicas, su Apariencia, sus Habilidades discursivas y el Dominio del Proyecto.

**Características Físicas:** Si bien no son determinantes, las características físicas del Presentador deben considerarse en aras de compensar las desventajas que esto supone; en conjunto con el resto de las Variables identificadas. En este componente son relevantes: el Timbre y Potencia de voz, la Estatura y el Género.

**Apariencia:** Entiéndase como la definición del atuendo y arreglo más conveniente, para corresponder al comportamiento del resto de las Variables de la Presentación; logrando la creación de los vehículos de connotación deseados. Pudiese simplificarse a la Selección del vestuario, Maquillaje, Peinado u otros aspectos cosméticos.

**Habilidades discursivas:** Dígase de todas las competencias comunicativas que debe lograr el Presentador para poder defender los Proyectos de Diseño en Contextos disímiles y ante los Auditorios más exigentes. Se podrían entender como el conjunto que combina: la Dicción, el Dominio del Idioma y la Gestualidad. La Dicción es básica en tanto se quiera transmitir connotaciones de seriedad, profesionalidad, preparación y confiabilidad. El Dominio del Idioma es otro tanto influyente, en aquellas ocasiones que el Auditorio exige una retórica acorde, el dominio del lenguaje técnico o bien sea imprescindible comunicarse en otro idioma. La Gestualidad es el lenguaje no verbal más asequible a la hora de apoyar el discurso y crear vínculos afectivos con el Auditorio.

**Dominio del Proyecto:** En caso que el Diseñador o el Realizador del proyecto, coincida con el Presentador; se induce un dominio suficiente del tema a defender. No obstante, pudiera ser eventual que el Presentador deba ser una persona ajena al proyecto y tal motivo, le exigiría a este una preparación extra a fin de dominar el Contenido.

¿Qué modifica esta variable?

Aunque esta Variable tiende a ser Controlada en la mayoría de las situaciones, en otras podremos descubrir como comienza a determinar algunos detalles... Asumiendo que el Contenido de la Presentación no se enmarca en el área de especialización de quien presenta, podríamos inferir que el Tiempo para la Elaboración será mayor, por concepto de Preparación para el Dominio del Proyecto. Por otro lado, si aún no se tiene un nivel discursivo óptimo, es probable que no se logren la síntesis y precisión posibles... por ende el Tiempo de la Defensa también se verá influido. Las decisiones sobre la Apariencia del Presentador impactan directamente en la utilización de Recursos (en este caso Materiales) tales como Vestuario, sistemas de audio, medios de presentación u otros aspectos logísticos (estos últimos también se pueden analizar desde el Contexto). En ocasiones el Presentador ya se conoce o ha ido logrando cierta reputación entre los miembros del Auditorio y, por consiguiente, predispone las expectativas sobre la defensa en curso (este aspecto generalmente influye positivamente).

### **Recursos**

Junto al Presentador, es de las Variables más controladas en el Proceso de Presentación. A fin de analizar con mayor precisión esta Variable, se clasifican los Recursos para la Presentación de 2 maneras diferentes. La primera atendiendo al Momento en que se requieren (para la Elaboración o para la Defensa) y la segunda, según el Tipo de Recurso (Material o Humano).

Según se dijo al inicio: el manejo de los Recursos tiende a ser mayor a medida que nos adecuamos a las demás Variables... Y como estos son casi siempre limitados, entonces la mayoría de los esfuerzos irán encaminados a su optimización.

### **Para la elaboración...**

**Recursos Humanos:** Se asocian a las competencias necesarias durante el Proceso de Presentación (en este caso la Elaboración: Análisis, Estructuración y Realización). Comúnmente se identifican algunos como: la propia adecuación a las Variables de la Presentación; el Dominio de los Software u otras herramientas de representación; la

Experiencia y la Fuerza de Trabajo. De estos criterios es importante destacar el ajuste de la Fuerza de Trabajo como resultado del trabajo de Gestión, donde se pueda evaluar la productividad por cantidad de personas y así prever las posibilidades de cumplir los Objetivos de la presentación. Acciones en este sentido (de ser posible) tienden a mover Recursos Materiales y Financieros específicamente.

Recursos Materiales: Se reconoce como toda la técnica y tecnología de Realización / Producción, para crear los Medios de Presentación (Impresoras, Computadoras, Cámaras, Dispositivos de almacenamiento y de Conectividad). En caso de poder gestionar el Proceso, se pueden considerar también los Recursos Financieros.

### Para la defensa...

\* El análisis de los Recursos Humanos para la Defensa, recaen en la Variable "Presentador".

Recursos Materiales: En este caso se identifican como los medios de presentación en sí (Computadora, Tablet, Proyector, Puntero laser, Audio, etc.). Se pueden considerar otros aspectos estratégicos como el Vestuario. El manejo de Recursos Financieros posibilita la adquisición de muchos de estos medios, así como otras cuestiones logísticas implícitas en la defensa (Ejemplo: el Transporte).

¿Qué modifica esta variable?

Las principales influencias asociadas a esta Variable, ya han sido abordadas desde sus precedentes; no obstante, vale declarar la frecuencia con que se conecta con: El Contenido (al decidir la cantidad y tipo de Presentación más adecuada), el Presentador (pues a menos disponibilidad de Recursos y Medios de Presentación, mayor debe ser la Preparación y el Dominio del Proyecto) y por último el Tiempo (ver Variable anterior).

### Resultados en esta acción:

- Identificación de las "Variables a controlar" para adecuarse a las Variables Condicionadas.
- Definición de algunos Objetivos de la Presentación.

### Ejemplo

En el marco de un Seminario de Envase, con una duración de 10 días, se orientó (el mismo día) realizar la Presentación del Proyecto. Se conocía que el Contexto Físico sería el salón de conferencias del nuevo Museo de Artes y Diseño de Barcelona. En el Auditorio estarían presentes los participantes y profesores del seminario e importantes empresarios del sector. El acto no debería sobrepasar los 10 minutos.



fig. 4: Comportamiento de las variables condicionadas (magenta) y controladas (verde).

Se han descrito lo que serían las Variables Condicionadas: Tiempo, Contexto y Auditorio. Por consiguientes el resto de las Variables tienden a ser Controladas. El Contenido podría llevar a una presentación tanto de Proceso como de Resultados. El Presentador no dominaba a cabalidad el idioma establecido para el seminario y además se disponía de una amplia gama de Recursos, tanto materiales como humanos.

### 3. Seleccionar el tipo de presentación

Luego de conocer (o no) la posibilidad de defender el proyecto (según las condiciones del encargo) y habiendo identificado el comportamiento de las Variables de la Presentación; es muy probable poder hacer la primera aproximación sobre el Tipo de Presentación óptima. En el siguiente modelo se sintetizan algunos aspectos del Presentador, según su participación, así como la proyección de este en pos de cumplir sus Objetivos; se vincula además el Contenido en lo relacionado los “Niveles de Representación” que este exigiría. Aunque la modelación pudiese leerse linealmente de una columna a la otra, la correlación es exclusiva entre los Niveles de Representación y las “Entregas” o “Defensas” respectivamente; nunca debiera entenderse la conexión entre los extremos (Entregas y Defensas). Por “Entregas” refiere a aquellas presentaciones que se producen en ausencia del Presentador... y por supuesto

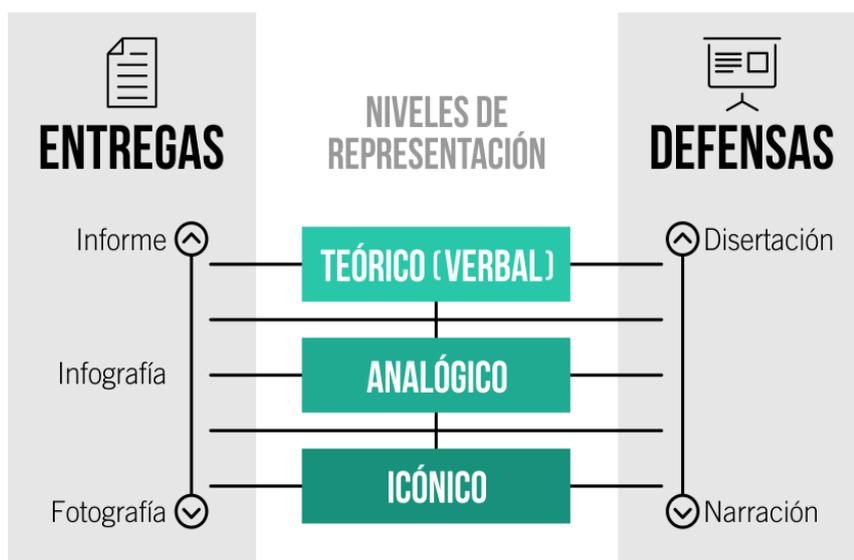


fig. 5: Tipos de Presentación según la participación del Presentador y el tipo de representación.

“Defensas” aquellas en las que el Presentador comunica las decisiones del Proyecto a un Auditorio en un Contexto determinado.

#### Ejemplo (continuación)

En consecuencia, a lo descrito con anterioridad: Se optó por una representación más icónica, lo cual correspondía a una Narración; posibilitando que se pudiese leer y las deficiencias con el idioma fuesen soslayadas. Esto apoyado también por las condiciones del Contexto, cuyos niveles de iluminación no dejarían ver al Presentador, enfatizando sobre todo el Material de la Presentación. Entendiendo que la maqueta del envase ya estaba lista, la selección de la representación fue coherente con el Tiempo y los Recursos disponibles para la Elaboración.

### **Etapas de estructuración**

#### **1. Definir el objetivo de la presentación**

El primer paso en la estructuración de una presentación es identificar los objetivos a perseguir con el acto de exposición.

Objetivos: son metas concretas a alcanzarse con la presentación y, en tanto, deben ser verificables cuando termine el acto. Un error común es confundir los objetivos con metas a largo plazo o consecuencias futuras que devienen del proyecto presentado; y no como resultados de la presentación per se.

Entendiendo que la presentación es un medio para comunicar un proceso y/o soluciones, los objetivos de la misma deben enfocarse principalmente en el auditorio que resulta receptor directo de la presentación.

#### **2. Plantear la estrategia de la presentación**

Una vez planteados los objetivos a perseguir con la presentación, el siguiente paso es definir una estrategia que describa el proceso o plan a desarrollar para dar solución al o a los objetivos; entiéndase, una estrategia.

Estrategia: conjunto de acciones planificadas sistemáticamente en el tiempo que se llevan a cabo para lograr un determinado fin.

Entonces, si los objetivos responden a deseos diferentes, cada uno de ellos deberá implicar acciones diferentes. En tanto, pueden existir tantas directrices estratégicas como sean necesarias para cumplimentar las metas trazadas.

#### **3. Seleccionar el contenido a presentar**

La selección del contenido constituye el primer paso en la maquetación o diagramación de la presentación, desglosando el contenido manejado para la selección de los temas a tratar en la presentación. Esta selección va a partir de establecer una jerarquización temática, donde se priorice aquello que no puede faltar. Es indispensable destacar que a pesar de que todo el proceso de diseño, con sus análisis, decisiones, etc. fue importante; el contenido a priorizar, es aquel que responda a los objetivos y estrategias decididas; el resto del contenido queda en un segundo nivel, pudiendo o no ser presentado. Al concluir la selección de todo el contenido se tiene conformado el sumario de la presentación.

#### **4. Identificar el tipo de representación para cada contenido**

Las decisiones de las formas de representación dependerán de manera directa, del contenido a representar y del auditorio que recibirá esa información, respondiendo directamente a la manera en que se entienda mejor cada contenido, aunque pudieran estar mediadas por la incidencia de las otras variables.

Una presentación no debe limitarse a una sola manera de representar el contenido, es de hecho, una salida que puede atentar contra el dinamismo y total comprensión de la exposición; además, cada información a presentar puede requerir una manera específica de exponerse en función de comunicar óptimamente.

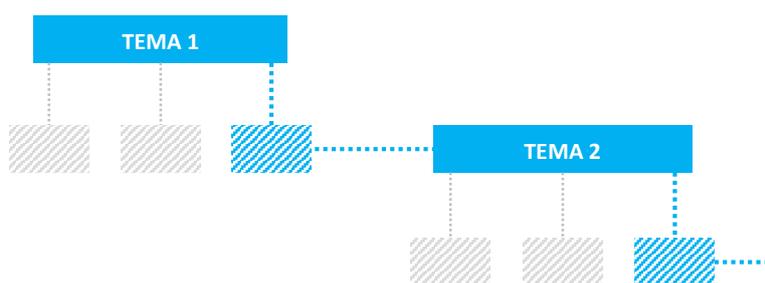
#### **5. Concatenar los contenidos**

Partiendo de que un proceso de diseño es de común un proceso cíclico/en espiral, etc., entendemos que la comunicación del mismo en un acto de presentación debe manifestarse lo más llano y lineal posible para que el auditorio pueda seguir una lógica en los contenidos presentados.

La exposición, al tratarse ser de un mismo producto y/o proceso, no debe articularse con cambios temáticos muy significativos, deben ser pocos y lo más sutiles posibles. No es

conveniente redundar ni obligar al auditorio a hacer constantes retrocesos a temas o tópicos abordados anteriormente, y no son objeto evidente de alguna explicación.

Al no abordarse todas las cuestiones del proceso o resultado de diseño, esta acción da como resultado un diagrama básico (ver fig. 6) donde se expresa la articulación del proyecto con el Proceso de Presentación, mostrando los enlaces (una nueva secuencia lógica) de los temas/contenidos a tratar. Esta secuencia puede o no coincidir con el orden que se mantuvo durante el desarrollo del proyecto. Es necesario concatenar todos los contenidos hasta lograr un hilo conductor de la presentación que permita un tránsito lógico entre los mismos. Primero abordar el tema general y al adentrarnos en particularidades, garantizar el nexo con el próximo nivel de información.



*fig. 6: Mapa de contenidos de una presentación (caso hipotético).*

### 6. Elaborar el guión del acto

El momento clave en la diagramación es la elaboración del guion del acto. Es la acción en que se detallan los contenidos concatenados: se muestra un esquema o boceto más detallado de la forma de representación de cada uno de los contenidos, las partes específicas que se mostrarán secuencialmente, la manera en que se visualizarán (nivel de detalles, representación lo más real posible a la forma final que se desea), el discurso de cada presentador, etc.

Es esta la acción del proceso en que se analiza el ritmo de la presentación, y en dependencia de las variables analizadas (prestando especial atención al contenido a comunicar y el auditorio), se marcarán los momentos “hitos” de la exposición, aprovechándose para acotar especificidades acerca de la manera en que se va a desarrollar la presentación; proyección y dinámica que tendrá el presentador en determinados momentos de la exposición, etc.

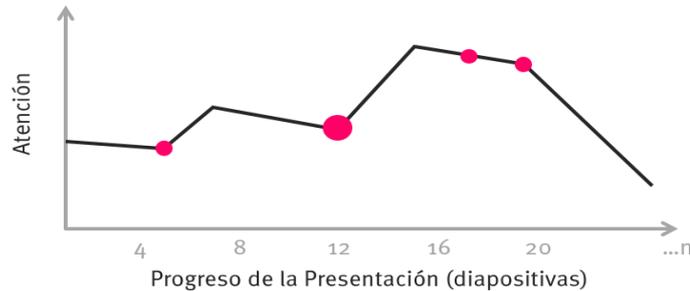


fig. 7: Hitos en la defensa (presentación).

Como resultado directo de esta acción, se obtendrá también un storyboard de la presentación a realizar, con todas las acotaciones necesarias para la proyección del(los) presentador(es) durante el acto.

## 7. Definir pautas de diseño

Las pautas de diseño de la presentación comprenden la definición de todos los elementos que van a caracterizar la presentación, contemplando tanto los materiales de apoyo, como la propia proyección del presentador. Esta acción tiene como resultado un concepto de diseño, que como tal, define la visualidad, la interacción, dinámica, etc. del acto de presentación, aunque se centra de manera específica en el discurso visual de la exposición. Como un producto de comunicación, tiene que mantener los principios básicos que rigen al diseño: unidad, simplicidad, equilibrio y orden.

El objetivo de esta acción es alinear la estética de la propuesta con los rasgos visuales de la presentación en un discurso visual coherente.

Para lograr unidad dentro de la presentación o en el sistema de presentaciones, y soportes, es necesaria una regularidad de los estilos gráficos, entiéndase tipografías, animaciones, tratamiento de imágenes, apoyos gráficos, etc. Analizando la presentación como "el todo", podríamos considerar las pancartas como partes y dentro de estas a su vez, descubrir elementos y recursos integrantes. Mientras más coherentes sean estos elementos constitutivos de una pancarta a otra, mayor será la unidad entre estas.

Por otro lado, si analizásemos el sistema de presentaciones (defensa-entregas) podríamos recomendar que mientras mayor sea la asociación visual entre los componentes de este sistema, mayor será la percepción de unidad que se tenga entre ellos y mejor la comunicación. Ejemplo: la existencia de elementos recurrentes tanto en las diapositivas, los informes e incluso en el atuendo del presentador, confieren una mayor unidad a la presentación.

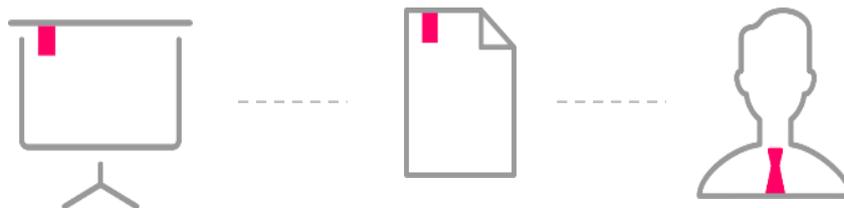


fig. 8: Unidad entre los elementos componentes de la presentación.

Algunos recursos que comúnmente se pautan en el discurso visual de una presentación son:

- Portadas.
- Portadillas e inicios de tema.
- Estilo de Títulos, Subtítulos y Textos.
  - Animaciones de los contenidos.
- Transiciones entre diapositivas.

El propósito en la utilización de los recursos mencionados radica en asociar a cada uno, una intención comunicativa que modere y administre los contenidos de manera óptima y asimismo lo entienda el auditorio. Los materiales de presentación que logran el orden y unidad en estos recursos, son percibidos como productos más elaborados y por ende... más confiables o bien, aceptados.

### CONCLUSIONES

- Las Presentaciones de Proyectos se basan en los diferentes tipos de representación (Teórica, Analítica e Icónica)
- La presentación sintetiza el proceso creativo a través de un proceso con etapas claramente identificables, por ende... son planificables a fin de optimizar el tiempo.
- Las variables de la presentación adquieren configuraciones que, aunque diversas pueden repetirse con regularidad.
- Algunas de las Variables de la Presentación siempre aparecen “Condicionadas” y por ende se adecuan las “Variables Controladas” para garantizar el cumplimiento de los Objetivos.
- Las Variables Condicionadas se definen desde el encargo.
- Las Variables Tiempo, Contexto y Auditorio frecuentemente aparecen Condicionadas, mientras que Contenido, Recursos y Presentador tienden a ser Variables Controladas.
- Tras analizar las Variables se puede decidir el tipo de presentación óptima.
- Los Niveles de Representación que se logren en los resultados, condicionarán también el tipo de presentación a seleccionar.
- Las acciones correspondientes a la definición de objetivos y estrategia de la presentación, son acciones básicas, en tanto las primeras de la etapa.
- A partir de las condiciones de cada caso, el comportamiento de las variables, afectará los objetivos de la presentación.
- Teniendo objetivos y estrategias bien definidos se logra con mayores probabilidades una presentación exitosa.
- La presentación de resultados vista se caracteriza por centrarse en las prestaciones del producto de diseño, que constituyen elementos novedosos con respecto a similares. Tiene un alto nivel de síntesis y en tanto, un tiempo de presentación breve. Se obvian los aspectos metodológicos del proceso de diseño.

### BIBLIOGRAFÍA

- Bauer, K. H. (2000) La competencia de los nuevos gerentes: técnicas de presentación. El Cid Editor.
- Capitán, Á. J. (2013). 7 preguntas claves para una excelente presentación. Alicante: FUNDESEM.
- Fernández, E. P., & Linares, R. (2014). Echa el Anzuelo: Estrategias de Pitch para jornadas audiovisuales y proyectos transmedia. Editorial UOC.
- Flores, J. Á. (2012). Técnicas de Comunicación personal y grupal. Alicante: ECU.
- Paz, Á. M. (2009). Cómo presentar con éxito nuestras tesis ante los demás. El Cid Editor.