

VARIABLES PARA UNA COMUNICACIÓN EFECTIVA DE RESULTADOS DE DISEÑO.

VARIABLES FOR EFFECTIVE COMMUNICATION OF DESIGN RESULTS.

DI. Yohana Carvajal Escobar
ycarvajale500@gmail.com

ORCID: 0000-0002-3567-1360

Instituto Superior de Diseño de la Universidad de la Habana
Cuba

Autor para la correspondencia

MSc. Alfredo G. Rodríguez Diago

alfredog@isdi.co.cu

ORCID: 0000-0003-1168-7293

Instituto Superior de Diseño de la Universidad de la Habana
Cuba

Dra.C. Noelia Barrueta Gómez

noeliab@isdi.co.cu

ORCID: 0000-0002-0313-4376

Instituto Superior de Diseño de la Universidad de la Habana
Cuba

RESUMEN

En la actualidad del diseñador, la comunicación de los resultados de proyectos deviene una de las habilidades indispensables para lograr la aceptación por parte de los decisores. Conocer las variables que intervienen en la comunicación y las características que las definen, garantizan que quien ejecuta el proceso de comunicación sea capaz de comprender a cabalidad la situación comunicativa a la que se enfrenta, y pueda manejarla efectivamente, adecuándolo a sus particularidades. El artículo presenta el conjunto de variables de la comunicación de resultados proyectuales de diseño, y ofrece una definición conceptual y operacional a cada una para poder identificarla y medirla, atendiendo a la totalidad de esferas de actuación en las que se desarrolla el diseñador. Estas permiten adaptar el proceso a las particularidades de cada proyecto a comunicar.

ABSTRACT

In today's designer, communication of project results becomes one of the essential skills to achieve acceptance by decision makers. Knowing the variables that intervene in communication and the characteristics that define them, guarantee that whoever executes the communication process is able to fully understand the communicative situation they are facing, and can handle it effectively, adapting it to their particularities. The article presents the set of variables of the communication of design project results, and offers a conceptual and operational definition to each one to be able to identify and measure it, taking into account all the spheres of action in which the designer develops. These allow the process to be adapted to the particularities of each project to be communicated.

BLA BLA

Palabras claves:

Variables,
Comunicación efectiva,
Diseño,
Resultado de proyecto.

Keywords:

Variables,
Effective communication,
Design,
Project results.

Fecha Recibido:

07 / 12 / 2020

Fecha Aceptación:

08 / 02 / 2021

Fecha Publicación:

03 / 01 / 2022

INTRODUCCIÓN

En cierta medida, el ser humano posee algún tipo de habilidad para comunicarse con otros, por su propia esencia como seres sociales. Si bien podría afirmarse, existen variados factores que pueden influir en la adecuada comunicación de los resultados de un proyecto de diseño, como pueden ser: el temor a expresarse en público, a enfrentar o simplemente conversar con los superiores, negación a hacer y recibir cumplidos, preocupación excesiva por lo que expresan los demás, temor a dar opiniones y a defender derechos propios, dificultad en decir molestias e inconformidades, entre otros; existen personas que a pesar de ello, desde las etapas tempranas de la vida tienen facilidades para el contacto interpersonal, utilizando técnicas empíricas, fortaleciéndose en la medida que avanzan en edad porque el medioambiente en que se han desarrollado ha contribuido a ello.

En 1949 Claude E. Shannon y Warren Weaver, desde su teoría pionera de la comunicación, que la iniciaba como integrante de la ciencia, plantean un modelo del proceso comunicativo, comprendiendo un conjunto de “elementos”, más allá del emisor, sujeto y mensaje, que significó referencia obligada para los futuros estudios respecto a la comunicación. Diferentes enfoques de este fenómeno han adaptado y enriquecido este conjunto de partículas inherentes a esta actividad humana, estableciéndose vínculos con distintos saberes y actividades profesionales.

Partiendo del presupuesto de que el Diseño requiere invariablemente la realización de actos (cualesquiera que sean) para dar a conocer los resultados de su proceso creativo, y lograr como resultado de esta, la aceptación de sus productos por los decisores, es comprensible la participación en su comunicación, de un conjunto de elementos y sujetos que garantizan su elaboración y ejecución. Sin embargo, para esta actividad práctico-profesional, estos elementos de la comunicación asumen formas y características particulares.

Resulta importante destacar que, como demuestran los resultados de un estudio exploratorio desarrollado por los autores a un grupo de 33 diseñadores, no se identifica claridad en la identificación del conjunto de elementos que influyen directamente en la efectividad de la comunicación; o no se reconocen todos estos elementos con el mismo nivel de importancia, es decir, algunos no se tienen en cuenta al momento de presentar. Ello a razón de deficiencias en la adaptación, caracterización y sistematización de los elementos de la comunicación aplicados a la actividad del diseñador. Como consecuencia, esta carencia contribuye al desequilibrio del acto comunicativo.

Conocer y comprender este conjunto de elementos, permitirá al diseñador o equipo que elabora y ejecuta la comunicación, plantearse un panorama integrador para el manejo de aquellas con mayores influencias en la situación específica, y adaptarlas a las necesidades comunicativas y expectativas del auditorio. El presente texto aborda la definición conceptual del conjunto de variables, así como su estructura y características a partir de su definición operacional.

MÉTODOS

El método histórico lógico y el análisis y síntesis fueron los principales métodos teóricos utilizados para la fundamentación teórica del trabajo, concentrando el estudio de fuentes referentes a la comunicación humana desde distintas áreas de investigación, identificando y analogando conceptos y puntos de vista con la comunicación realizada desde el diseño. La observación es el método empírico a emplear, principalmente, y algunas de las técnicas asociadas a ella que son entrevistas y la encuesta, en la identificación de las concepciones teóricas sobre las variables en el ejercicio profesional. Para la valoración de los resultados del proyecto, se recurre a la opinión de expertos, con la aplicación del método Delphi.

DESARROLLO

La defensa oral de los resultados de un proyecto puede realizarse frente al grupo decisor de una empresa, en contacto directo entre el diseñador y el solicitante del proyecto, mediante el envío de un vídeo a un concurso online, o a través de la exposición de pancartas en una feria comercial. Cada una de estas formas se presentan como situaciones comunicativas diferentes, y se definen de acuerdo al comportamiento variable de estas “partículas o elementos” de la comunicación de resultados proyectuales de Diseño.

En relación al término *variable*, varias fuentes coinciden en que es la propiedad, cualidad o atributo de un objeto o fenómeno que se puede observar bajo ciertas condiciones. Se entiende como cualquier característica o cualidad de la realidad que es susceptible de asumir diferentes valores, es decir, que puede variar en su presencia, ausencia o magnitud; aunque, para un objeto determinado pueda tener un valor fijo (cabe aclarar que el término *valor* debe entenderse de modo amplio y no reducirlo a magnitud numérica).

Según Álvarez (2008) un sistema de variables consiste “en una serie de características por estudiar, definidas de manera operacional, es decir, en función de sus indicadores o unidades de medida” (p.59). Así, la estructura que permite analizar y caracterizar una variable se compone por dimensiones, subdimensiones e indicadores, que permiten su estudio. Se destaca además la opinión que refiere a que estos elementos de la comunicación no son “todos los elementos existentes en la realidad porque sería innecesario e inútil”, sino que son los “elementos significativos del fenómeno analizado” (Alcina, 2014, p.1).

Extrapolando lo anterior al tema que nos ocupa, las **Variables de la Comunicación de Resultados Proyectuales de Diseño** se entienden, en tanto, como:

Elementos típicos esenciales que permiten una visión integradora para organizar y desarrollar el proceso de comunicación de resultados proyectuales de diseño, y que definen su efectividad. Se estructuran en dimensiones, subdimensiones e indicadores, que permiten estudiar su comportamiento.

LAS VARIABLES DE LA COMUNICACIÓN DE RESULTADOS PROYECTUALES

Independientemente de la teoría que aborde el fenómeno de la comunicación o su aplicación a saberes particulares, podemos considerar un conjunto de elementos como necesarios para el proceso comunicativo, por su presentación regular en los documentos estudiados. Estos son: el emisor y el receptor, el mensaje, el código y el canal (Berlo, 1987). Una inclusión interesante destacada por Umberto Eco (1977) resultan los dos elementos que influyen en el mensaje de forma independiente a los entes emisores y receptores: los elementos contextuales y circunstanciales. Un acercamiento de estos elementos a la actividad práctica del diseño, lo realizan Fadruga González D., Oraá Calzadilla C. P. y Rodríguez Diago A. G. (2017), reconociendo a partir de su actividad práctica docente y experiencia profesional, un conjunto de variables “como determinantes en la presentación de un proyecto”.

A partir de estos puntos de partida, extendiendo las concepciones de variables a la actividad profesional atendiendo la integralidad de esferas de actuación profesional del diseño: espacio, gráfica, digital, maquinaria, objeto y audiovisual (Pérez y Peña, 2015); se concluye la definición de un conjunto de seis variables que articulan los conocimientos teóricos y los quehaceres prácticos del diseño. Desde una visión que permita su valor instrumental general, la definición de las variables se estructuran sobre las distintas formas en que se realiza la comunicación para el diseño, que incluyen la *verbal y no verbal; oral y gráfica; individual, y colectiva* (intra e intergrupales); *en persona, a distancia o impersonal; dependiente o no de canales tecnológicos; multisensorial*. Estas formas de comunicación permiten tipificar las variables y un conjunto de características asociadas a estas:

- el **emisor**, se asume a diferencia del **presentador**, como equivalente al homónimo en las teorías de la comunicación, permitiendo incluir a todos los sujetos que participan en la identificación, elaboración y ejecución del contenido de comunicación; esta resulta una variable más completa para su comprensión y manejo. Se define como: *el encargado de planificar, codificar y presentar el mensaje (mediante signos y códigos). Puede ser un sujeto individual o un grupo de personas. Las tres funciones que desarrolla pueden ser realizadas por el mismo individuo o por sujetos diferentes en cada uno de los casos.*
- el **auditorio**, como equivalente al **receptor** del mensaje, y atiende como sujetos receptores tanto a quien está dirigido el mensaje y el resto de los sujetos que lo reciben: *es a quien va destinado el mensaje, lo recibe e interpreta. Puede ser un sujeto individual o un grupo de personas. Estos se dividen en dos grupos: Intencionales y no intencionales.*
- el **contenido**, equivalente al **mensaje**, atendiendo al desarrollo del proceso de comunicación en la actividad profesional, incluye dentro de su definición aspectos relacionados con su estructuración, destacándose su composición por temas principales y aquellos que resultan introductorios, de apoyo o secundarios (MCG García, 1997). Esta variable se define como: *conjunto de información gestionada y ordenada, que se pretende transmitir durante el acto de comunicación.*

- el **contexto**, encuentra similitud con los **elementos contextuales y circunstanciales** planteados por Eco, y se incluye en su definición la tipificación de contextos virtuales, como parte de los espacios en que puede, en la contemporaneidad, realizarse la comunicación de resultados de diseño: *espacio físico o virtual donde tiene lugar el acto comunicativo. Conjunto de circunstancias que coexisten en el momento de la comunicación.*
- los **recursos**, equivalente a los **canales** de comunicación, resulta una variable compleja, que comprende la integralidad de todos aquellos materiales que se utilizan para en la comunicación. Se define como: *medios y bienes de cualquier tipo que permiten desarrollar el Proceso de Comunicación. Pueden ser recursos empleados en la elaboración, o recursos empleados en el acto de comunicación.*
- el **tiempo**, a pesar de ser generalmente considerado como un recurso, en la actividad práctica presenta una gran importancia en el desarrollo y ejecución de la comunicación, por lo cual se presenta como una variable independiente. Es definido como: *Período disponible para culminar el Proceso de Comunicación.*

Entender a detalle estas variables, implica conocer la estructura y características que la definen (estructura operacional) y que permiten caracterizar el escenario comunicativo en el cual se desarrollará la actividad del diseñador o equipo de trabajo. Esta definición operacional permite medir cada una de las variables (establecer su valor) y estos valores, constituyen datos de utilidad para adaptar, a su vez, la situación comunicativa a las formas particulares en que se de cada proyecto de diseño: se puede identificar no solo el comportamiento, sino cuáles de las variables se presentan susceptibles a ser manipuladas por el diseñador o equipo de diseño y cuáles no, pudiendo condicionar la efectividad de la comunicación.

Seguidamente, se muestra la operacionalización realizada a las variables con el propósito de detallar sus dimensiones y cada uno de los indicadores que permiten medirla.

| Variable | Dimensiones | Sub-dimensiones | Indicadores | Escala | Definición operacional |
|-----------|---|-----------------------------|---|--|---|
| Auditorio | Receptor(es) intencional(es): Es a quien va directamente destinado el mensaje. Receptor(es) no intencional(es): Es quien recibe el mensaje; aunque no sea destinado directamente él. | Operatividad | - Nivel cultural. - Grado de conocimiento acerca el tema que se aborde. - Cargo que ocupa. - Interés por el proyecto (Expectativas). | Ordinal de Likert (Muy alto, Alto, Medio, Bajo) | Dependerá del proyecto en cuestión. |
| | | | - Edad | Nominal (infante, adolescente, joven, adulto, anciano) | |
| | | | - Género | Nominal (masculino, femenino) | |
| | | Características sensoriales | - Capacidad Auditiva - Capacidad Visual - Capacidad Táctil - Capacidad Olfativa - Capacidad Gustativa | Ordinal de Likert (Muy bueno, Bueno, Regular, Malo) | |
| Contenido | Información principal. Información introductoria. Información complementaria. | | - Cantidad de información. - Volumen de información en correspondencia con la etapa en que se encuentre el proyecto. | Ordinal de Likert (Mucho, Poco, Nada) | Dependerá del tipo de comunicación y de lo que se pretende comunicar. |
| | | | - Complejidad del contenido. | Ordinal de Likert (Muy alto, Alto, Medio, Bajo) | |
| Contexto | Características del espacio físico donde tendrá lugar el acto comunicativo. | Acondicionamiento ambiental | - Condiciones de iluminación, - Niveles acústicos, - Confort térmico. | Ordinal de Likert (Muy bueno, Bueno, Regular, Malo) | Dependerá de cada uno de los indicadores mencionados. |
| | | Carácter estético-simbólico | - Relevancia histórica del espacio (Importancia, estatus) | Ordinal de Likert (Mucho, Poco, Nada) | |
| | | | - Confort estético | Ordinal de Likert (Muy bueno, | |

| | | | | | |
|--------|---|---|---|---|---|
| | | | | Bueno, Regular, Malo) | |
| | | Operatividad | - Cantidad de personas. | Ordinal de Likert (Mucho, Poco, Nada) | |
| | | | - Escala del espacio. | Ordinal de Likert (Grande, Mediano, Pequeño) | |
| | | | - Circulación /Accesibilidad | Ordinal de Likert (Muy bueno, Bueno, Regular, Malo) | |
| | Características del espacio virtual donde tendrá lugar el acto comunicativo. | Calidad | - Sonido (Audio) - Imagen - Conectividad. | Ordinal de Likert (Muy bueno, Bueno, Regular, Malo) | |
| Emisor | Planificador: Es quien(es) gestiona(n) la información que se pretende comunicar. | Organización y programación del contenido (Estructuración de la información). | - Nivel de importancia. - Complejidad. - Alcance del proyecto. | Ordinal de Likert (Muy alto, Alto, Medio, Bajo) | Dependerá de las particularidades de la comunicación y de lo que se pretende comunicar en ella. |
| | | | - Período disponible. | Ordinal de Likert (Mucho, Poco, Nada) | |
| | Codificador: Es quien(es) codifica(n) el mensaje (mediante signos y códigos). | Calidad de la representación | - Nivel de modelación del diseño. - Habilidades comunicativas mediante signos y códigos. - Características cognitivas del receptor(es). | Ordinal de Likert (Muy bueno, Bueno, Regular, Malo) | |
| | | | - Nivel de síntesis. | Ordinal de Likert (Muy alto, Alto, Medio, Bajo) | |
| | Presentador: Es quien(es) lleva(n) a cabo el discurso, expone el mensaje codificado por el emisor. | Habilidades. | - Oratoria (Comunicación verbal y gestual). - Dominio del tema. | Ordinal de Likert (Muy bueno, Bueno, Regular, Malo) | |
| | | Aspecto físico. | - Vestuario. - Higiene. - Apariencia. | | |
| | Características físicas. | - Estatura. - Metal de voz. | Ordinal de Likert (Muy alto, Alto, Medio, Bajo) | | |

| | | | | | |
|----------|--|-----------------------------|---|--|--|
| | | | - Belleza | Ordinal de Likert (Mucho, Poco, Nada) | |
| | | | - Edad | Nominal (infante, adolescente, joven, adulto, anciano) | |
| | | | - Género | Nominal (masculino, femenino) | |
| | | Implicaciones psicológicas. | - Seguridad en la proyección. - Preocupación. - Ansiedad. | Ordinal de Likert (Mucho, Poco, Nada) | |
| Recursos | Recursos de elaboración: Refieren a los medios y bienes empleados para planificar y elaborar la comunicación. | Recursos humanos | - Cantidad de personas involucradas. | Ordinal de Likert (Muy bueno, Bueno, Regular, Malo) | Dependerá del proyecto en cuestión y de la disponibilidad existente. |
| | | | - Nivel de conocimiento, para lograr la comunicación. | | |
| | | Recursos materiales | PC, Laptop, Tablet, Teléfono, Software de modelación 2D y 3D, Materias colorantes, Otros. | | |
| | Recursos de comunicación: Refieren a todos los medios, bienes y soportes empleados para llevar a cabo el acto de comunicación. | Recursos materiales | PC., Proyector, Televisor, Pizarra, Laptop, Teléfono, Tablet, Otros | Ordinal de Likert (Muy bueno, Bueno, Regular, Malo) | |
| | | Soportes comunicativos | Recursos básicos | | |
| | | | Recursos básicos de relación | | |
| | | | Ideas o vehículos del pensamiento que facilitan la comunicación (Representaciones teóricas, | | |

| | | | | | |
|--------|---|--|---|---------------------------------------|---|
| | | | analógicas o icónicas). | | |
| Tiempo | Período disponible para: - La elaboración de la comunicación. - Realizar el acto de comunicación. | | - Cantidad de información. - Período disponible. | Ordinal de Likert (Mucho, Poco, Nada) | Dependerá del proyecto en cuestión, su alcance e importancia. |
| | | | - Complejidad del proyecto. | | |

CONCLUSIONES

El estudio de las Teorías de la comunicación y las definiciones de variables de las presentaciones propuestas por los profesores del ISDi, permitió conocer cada uno de los elementos que influyen en el acto comunicativo; los cuales, al ser combinados con la experiencia práctica de los profesionales del diseño, da lugar a las variables que influyen en la comunicación efectiva de los resultados de proyectos de diseño. La descripción de las variables, al realizarse atendiendo a la actividad práctica de un conjunto amplio de diseñadores en sus escenarios de actuación, permiten versatilidad en su aplicación a las diferentes formas en que se puede ejecutar la comunicación de resultados proyectuales de diseño.

La operacionalización de las variables permite identificar todas las particularidades que definen cada variable de la comunicación, medirla y caracterizar su manifestación en la situación comunicativa. La forma en que se presenta el conjunto de variables representa una situación determinada en que se desarrolla el proceso de comunicación. Esta estructura operacional, permite el manejo eficiente, por parte los sujetos que desarrollan el proceso, de todos los elementos que intervienen de forma regular en la comunicación de resultados de diseño, adecuando el proceso a las condiciones específicas en que se produce y al proyecto de diseño que es objeto de comunicación.

REFERENCIAS

Álvarez, W. (2008). La Naturaleza de la Investigación. *BIOESFERA*.

Alcina, M. R. (15 de enero de 2019). Portal Comunicación. Obtenido de Portal Comunicación: <http://portalcomunicacion.com/>

Berlo, D. K. (1984). El proceso de la comunicación. Decimocuarta edición. Caracas: El Ateneo.

Fadrago González, D, Oraá Calzadilla, C.P, Rodríguez Diago, A. G. (2017). Detrás de una presentación de proyecto (método y variables). *A3MANOS*, Segundo semestre(6), 22-27.

Pérez Pérez, M., & Peña Martínez, S. L. (2015). DISEÑO. El objeto de la profesión. *A3manos*, Primer semestre(2), 6-26.

González García, M. d. (1997). La comunicación efectiva. Cómo lograr una adecuada comunicación en los campos empresarial, social y familiar. México: Ediciones Fiscales ISEF.