

## Odiamos PowerPoint. La Presentación Profesional, una nueva área de estudios dentro del Diseño Gráfico

Actas de Diseño (2022, julio),  
Vol. 40, pp. 115-119. ISSN 1850-2032.  
Fecha de recepción: junio 2018  
Fecha de aceptación: diciembre 2019  
Versión final: julio 2022

Juan Cruz Gonella (\*)

**Resumen:** ¿Cuál es el motivo por el cual PowerPoint es un *software* tan despreciado? Se suele criticar duramente al programa, tanto desde el ámbito divulgativo como desde el académico. Mientras que algunas de esas críticas son adecuadas, otras no aciertan a definir su campo de acción. El problema es mucho más complejo de lo que aparenta: las presentaciones, debido a una variedad de inconvenientes, fueron dejadas de lado por casi todas las áreas de estudio. El campo de su trabajo se conforma con dispositivos que son característicos de un área ya definida: el Diseño Gráfico. Desde ahí es desde donde la Presentación Profesional debe ser desarrollada, analizada y estudiada.

**Palabras Claves:** powerpoint - presentación profesional - diseño gráfico

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 119]

La afirmación del título pretende ser irónica pero la presente ponencia parte de una pregunta previa: ¿De verdad odiamos PowerPoint? La primera respuesta sería un simple “sí”. Es difícil encontrar una persona que proponga a PowerPoint como su *software* preferido, cuando lo que en realidad sucede es que gran cantidad de usuarios lo insulta cotidianamente. Sin embargo, esa pregunta aparentemente superficial debería convertirse en un cuestionamiento para profundizar el tema: ¿Cuál es el motivo por el que odiamos PowerPoint?

Para empezar sería necesario replantear el uso de la palabra “odio” en este contexto. La reacción apasionada frente a un *software* es por definición tan irracional como poco fiable para considerar en un análisis con visos de seriedad. Sin embargo, queda claro que los motivos por los cuales ese odio se pone de manifiesto se relacionan con un uso erróneo del programa.

Ejemplos de ello son cotidianos: diapositivas de gatos con citas tan motivadoras como apócrifas, texto en fuentes escasamente legibles que suelen “pisar” imágenes en baja definición, complejísima cuadros repletos de información y muchas otras muestras.

El principal inconveniente es que no quedan claras las diferencias entre el uso del *software*, lo que es un archivo de PowerPoint y en qué consiste una presentación que se realiza en el ámbito profesional.

Esta actividad, por importante que parezca y sea, es habitualmente dejada de lado en las estrategias comunicacionales. Su producción suele ser realizada por personal subalterno, con escaso conocimiento tanto de la estrategia general como de las nociones básicas del diseño gráfico. Para comenzar a establecer la presentación profesional (PP) como una actividad digna de ser estudiada dentro de un marco académico, es necesario definirla. Por lo que se propone comenzar a definirla como un acto de diseño, persuasivo y performativo, en el que un expositor propone un nuevo proyecto a un auditorio.

El escaso contacto entre el diseño y la PP se hizo patente en lo que Cyphert (2004) denomina “ayudas visuales”. Con el fin de realizar una cronología de lo que se podría dar en llamar una PP moderna, se propone a continuación enumerar algunos de los mecanismos técnicos para poder proyectar estas ayudas a un público numeroso.

Estas herramientas (Manovich, 2013) se pueden considerar versiones más o menos sofisticadas de la clásica pizarra, con respectivas ventajas e inconvenientes.

La principal ventaja de la pizarra original es su enorme dinamismo: las ayudas visuales devienen elementos gráficos que por su complejidad conceptual o la dificultad de pronunciarlos oralmente se escriben/dibujan a medida que se produce la presentación. Esto desarrolla una dinámica favorable en la presentación. El inconveniente que presenta es de índole más física: el orador tiene que necesariamente darle la espalda al auditorio.

Entrado el siglo XX surgen los proyectores. Los de diapositivas poseen excelente calidad de imagen, debida a la calidad del material fílmico y de la óptica empleada. A pesar de ello, el trabajo de interacción entre imagen y texto prefigurado en las diapositivas es complejo en su realización y promueve escaso dinamismo.

De modo casi especular, surge el retroproyector. Este permite no solo un manejo tipográfico, manuscrito y, dentro de las posibilidades, caligráfico, mucho más adecuado sino también facilita la enorme ventaja de intervenir *in situ* en la imagen. A pesar de ello, la calidad de las imágenes impresas en acetatos deja mucho que desear. Todo eso cambiaría con el desarrollo de las PCs y de proyectores paulatinamente más accesibles y de mayor definición.

En 1987, Bob Gaskins presenta un *software* que permitía reproducir en un ordenador y con una pantalla una serie ordenada de diapositivas, simulando (Scolari, 2009) la función de un proyector. Se llamó PowerPoint y contra lo que el mito urbano estima, su uso era exclusivo de la plataforma OS de Apple.

El programa permitía en sus inicios incorporar algunas variables tipográficas e ilustraciones básicas, así como solucionar muchos de los problemas que tenían los soportes anteriores.

Al cerrar *Forethought*, la empresa que era propietaria del *software*, este fue adquirido por otra compañía que crecía sostenidamente: Microsoft. En su versión 97 PowerPoint adquiere buena parte de sus funcionalidades actuales, como sonidos y clips de video. Además, pasó a ser parte de lo que se llamó “plataforma *Office*”, que permitía la interacción con sus dos grandes “activos”: Microsoft Word y Microsoft Excel (Frommer, 2012).

A partir de entonces gracias tanto a la evolución de la empresa como a exitosas campañas de comunicación, PowerPoint se convirtió en uno de los programas “visuales” más utilizados. Alrededor de entre 10<sup>10</sup> y 10<sup>11</sup> diapositivas de PowerPoint™ se producían anualmente (Tufte, 2006, p.30).

Sin embargo, a pesar de todo ello, comenzaron a surgir las críticas: en 2003, Edward Tufte, respetado académico, profesor de Yale, especializado en estadísticas y sobre todo en lo que se conoce como la representación visual de información cuantitativa, escribe un breve texto al que titula *El estilo cognitivo de PowerPoint* (Tufte, 2006). Este trabajo surge cuando el profesor es llamado a formar parte de la comisión destinada a investigar el accidente del transbordador Challenger. Las conclusiones del informe establecen que el accidente se relaciona con un tipo especial de pegado de baldosas aislantes en el exterior del transbordador y el modo en el que esa información fue pobremente presentada.

Las principales críticas que realiza Tufte en su trabajo conciernen a que una de las causas del terrible accidente fue la mala lectura de una línea en un PowerPoint que llevó a dejar pasar información crítica sobre dicho pegamento.

Resumiendo, las conclusiones generales a las que llega Tufte en su trabajo son:

- El excesivo esquematismo simplifica la complejidad.
- El exceso de colores, animaciones, sonidos, complica la comunicación.
- PowerPoint ayuda al orador, no al público.
- La baja resolución resulta en mala transmisión de tablas, cuadros y esquemas.
- Impone un orden de lectura que es el propio de Windows.

Las herramientas (Manovich, 2013) que según Tufte canalizan estos inconvenientes son: los *cliparts*, elementos pseudo tipográficos prediseñados con fines esquemáticos (Costa, 1998); las transiciones entre diapositivas y, por extensión, las animaciones de los objetos dentro de ellas; los “estilos” para diapositivas diseñados a priori; y, por último, los llamados *bulletpoints*, es decir las listas con “viñetas”.

A partir del trabajo de Tufte, emergieron numerosos ataques al *software* cuyas características pueden enfocarse en dos grupos.

Por un lado, los trabajos que aparecen como principalmente divulgativos, que encontraron en la crítica original una herramienta utilizada por millones de personas, un “gancho” para atraer lectores. Tal es el caso de Parker (2001), Keller (2003) Naughton (2003), Thompson (2003), Godin (2007) o Bumiller (2010).

Como paradigmático dentro de este grupo de críticas, uno de los escritos mejor documentados es el de Frommer que llega a la conclusión de que “PowerPoint es simultáneamente un lenguaje, una forma narrativa y un espectáculo” (Frommer, 2012; p. 237).

Por el otro lado, se desarrollaron trabajos de índole académica que se dedicaron a trabajar las ineficiencias del programa pero como aspectos colaterales. Por ejemplo, cantidad de información, cuerpo tipográfico “ideal”, uso de colores o distancia del espectador a la pantalla. Tal es el caso de Kalyuga, Chandler y Sweller (2004), quienes elaboran sobre cognitivismo y ergonomía; Roels, Vermeylen y Signer (2014), desde la informática; Lymer, Ivarsson y Lindwall (2009) sobre el diseño espacial del contexto de la PP; Reuss, Signer y Norrie (2008) acerca de aspectos del control y la articulación con otros medios o Tversky, Bauer Morrison y Betancourt (2002), sobre animaciones.

Como consecuencia de estos artículos surgió una expresión que sobrevino moda: *Death by PowerPoint*, es decir, el atroz aburrimiento producido por una presentación que utilizase tal programa.

Pero, en oposición a esta tendencia, un grupo de teóricos tales como Farkas (2005), Adams (2006), Cyphert (2007) o Doumont (2005) revisaron de manera más “seria” esas críticas de Tufte.

A modo de síntesis se resumirán esas refutaciones considerando en relación con los puntos previamente enumerados. Primero Tufte, al afirmar que “el excesivo esquematismo simplifica la complejidad”, desestima las virtudes de una presentación presencial en relación con un texto leído silenciosamente. En otras palabras, desconoce el valor performativo de la presentación. A esto se volverá más adelante.

Con respecto al segundo ítem de la lista, que sostiene que “El exceso de colores, animaciones, sonidos, complica la comunicación”, implica una visión sesgada sobre la disciplina que por sus características debería producir PP, es decir, el Diseño Gráfico. Sobre este tema también se retornará más abajo.

Sobre el tercer punto, el que estipula que “PowerPoint ayuda al orador, no al público”, no cabe duda de que esto suceda así. Sin embargo, el motivo, como en el punto anterior, no responde a falencias del *software* sino a la larga, a una ausencia de diseño en su producción.

Con respecto a la cuarta afirmación, acerca de la baja calidad en la definición de la imagen y la dificultad de la transmisión de información mediante tablas, cuadros y esquemas, se podría citar la crítica de otro autor, Don Norman, el creador del concepto de UX. En un artículo (2005), cuando habla sobre este punto, destaca que la función de una presentación no es transmitir ese tipo de información. Acerca de esta postura de Tufte, afirma que este autor:

Critica las pautas de conversación que acentúan que uno debería minimizar el material en cualquier diapositiva, mostrando una tabla sobre un análisis realizado de las muertes en que se produjeron en Londres en 1662, señalando que esta página contiene 1.855 datos. ¿Acaso quiere eso en una conferencia? Apenas puedo leerla aquí sentado en mi silla con buena luz y con tiempo ilimitado. ¿Es que Tufte no oyó hablar acerca de las visualizaciones gráficas más que de tablas de números? (Sobre ese tema le podría recomendar un excelente libro, por ejemplo *The visual display of quantitative information*, de Tufte.). (Norman, 2005)

Sobre el último ítem, acerca del orden de lectura propio de Windows, Frommer será el encargado de profundizar sobre ello, atribuyendo a la “lista” como un modo privilegiado de comunicación. Mientras que, por un lado, la lista logra que la información sea más visible y por extensión legible, por el otro es mucho más abstracta, estableciendo jerarquías y por consiguiente proponiendo una determinada visión del mundo (Frommer, 2012, p. 58). Esta perspectiva sobre las listas es parecida a la que sostiene el novelista Don de Lillo, que las define como una forma de histeria cultural que se ha popularizado para alcanzar un estatus irrenunciable en la fenomenología creativa y sus productos derivados (Vila, 2018). Eco (2011), por su parte, considera a la lista como “una forma retórica a la que acercarse con el máximo respeto”, llegando incluso a clasificarla dentro de sus intenciones retóricas como listas “prácticas” y listas “poéticas”.

En conclusión, se puede afirmar que en líneas generales Tufte tiene sus razones y el célebre *death by powerpoint* existe. Pero su confusión pasa por culpar al *software* por los errores de quienes lo usan. Y, a pesar de todo, también eso es inexacto, ya que el dato del pegamento de las baldosas era correcto. Por lo tanto, no hay mala fe en quienes realizaron la diapositiva. Eso lleva a cuestionarnos sobre de quién, o más precisamente, de qué es la responsabilidad.

*Noblesse oblige*, en defensa de Tufte, más adelante demuestra que es un defensor de una perspectiva sobre el diseño como respuestas a problemas universales, al plantear “There is no such thing as information overload. (...) Only bad design” (Tufte, 2011).

Volviendo una vez más al primer punto sobre el excesivo esquematismo como simplificador de la complejidad y la presencia física, del “cuerpo” en un sentido foucaultiano del expositor, se haría necesario aquí rever el sentido performativo de la PP.

Según Austin (1982), un enunciado performativo es aquel que al pronunciarse se produce. En otras palabras, lo performativo tiene que ver con el hecho de que al presentarse algo se inaugura un mundo que no existía. Ese es uno de los puntos centrales que da sentido a la presentación. Así, se puede afirmar que una presentación es un “acto” (Burke, 1969), es decir, algo que sucede tanto en el pensamiento como en la acción, y que también al producirse se realiza, característica de los enunciados performativos.

Del mismo modo, en su carácter de discurso argumentativo y persuasivo, la PP es inevitablemente un

acto argumentativo y, por ende, retórico (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1989).

En síntesis, se puede afirmar estructuralmente que el sentido de la presentación excede la mera información dada. Retornando al segundo punto, el del exceso de colores, animaciones y sonidos, esto se puede pensar a partir de la luz del Diseño Gráfico dentro del contexto del diseño UX o *user experience*, propuesto por el ya citado Norman (1990). Una de las características de su visión UX del diseño es que el producto debe ser intuitivo. El problema que tiene PowerPoint, al igual que muchos *software* de diseño, podría decirse que es por *superávit* más que por *déficit*. Su problema es la excesiva intuitividad. En otros términos, hace parecer simple una actividad extremadamente compleja. En este sentido, aquella propuesta de Tufte que criticaba la “simplificación de la complejidad” vuelve, pero no relacionada con el producto del *software* sino con el diseño del programa en sí.

En este intento de simplificar la tarea del usuario en el manejo del *software* es donde aparece una variable inesperada: el usuario puede ser tanto un profesional como un *amateur*. Una parte de lo que solía definir una actividad profesional era el manejo de las técnicas pertinentes. Sin embargo, en la actualidad la práctica profesional supera esa cuestión.

Valga como metáfora la culinaria. Los libros de recetas, especialmente aquellos que cobraron fama a partir de la década del 60 con la celebrada Julia Child (Beck, Bertholle y Child 1964) o con su precursora local, ya que la primera edición del libro de Petrona C. de Gandulfo (1950) data de 1934, buscan justamente simplificar cuestiones técnicas a partir de “recetas”, es decir propuestas metodológicas rígidas. En el caso de repetir concienzudamente los pasos propuestos en la receta, suceden dos desenlaces: primero raramente el producto final coincide con el propuesto. Los motivos pueden ser enumerados extensamente pero se simplifican en un término abarcador: talento. El segundo desenlace posible es que el producto obtenido será pertinente, es decir, que cumplirá con los requerimientos iniciales. Sin embargo, eso implicaría la renuncia a cualquier esbozo de creatividad.

A modo de conclusión, sobre este punto se podría confirmar que el problema del transbordador Challenger no fue responsabilidad de PowerPoint ni de la buena fe de los ingenieros que redactaron el documento: fue un problema de Diseño. O de su *déficit*. Y como en este caso se trata de una ayuda visual, el problema es específicamente de Diseño Gráfico.

Es en este momento en el que se hace necesario replantear la pregunta que se realizó al principio por la siguiente: ¿Cuál es el sentido de hacer un PowerPoint?

Se podría responder esta pregunta desde una perspectiva fenomenológica: se hace un PowerPoint para producir ayuda memorias, es decir, como un medio para evadir el temor de hablar en público y evitar olvidarse del texto a exponer. La respuesta a esta cuestión es negativa: mediante el uso de técnicas de oratoria tan antiguas como las de la época de Demóstenes, se pueden solucionar sencillamente dichos inconvenientes.

Otra respuesta podría ser si el PowerPoint, impreso o en formato transportable, puede funcionar como un do-

cumento que repartir después de la exposición. Si fuera este el caso, la mayor parte de las críticas de Tufte serían aplicables: como sugería Norman (2005), si se considera que un documento debe ser leído atentamente no debe ser resumido. Para producirlo existen *software* más adecuados que PowerPoint: Microsoft Word o cualquier procesador de texto.

La información que se despliega en una presentación tiene otra función inicial: la de motivar. El fin de la información presentada es de tal naturaleza que al finalizar el *acto*, deba ser relevada, reinterpretada y sobre todo reanalizada por el auditorio. Por otra parte, este tiene que dejar el evento con un alto nivel de convencimiento de lo que se propuso en la PP. De ahí que sea inevitable considerar a la presentación como una actividad retórica y argumentativa y sobre todo persuasiva.

En esta instancia cabe realizar una pregunta más: ¿Se puede realizar una presentación sin PowerPoint? La respuesta es claramente afirmativa. Históricamente desde tiempos de Cicerón y demás *retores*, las presentaciones se hacían sin ayudas visuales. Incluso desde una perspectiva oratoria, las ayudas visuales suelen ser desaconsejadas como “distractores”. Sin embargo, como plantea Cyphert (2004), ayudan a motivar, inducen al auditorio a lo que los clásicos denominaban *captatio benevolentiae*; es decir, una predisposición favorable del auditorio. Por último, las ayudas visuales bien usadas son muy prácticas para reforzar los conceptos y sobre todo para persuadir. ¿Cómo funciona una PP? Entendida como parte del campo del Diseño Gráfico se propone replantear el modo en el que se organizan los elementos en el diseño, basándose en los dispositivos que configuran una PP.

En un primer lugar se considerarán los dispositivos retórico-discursivos, que entendidos sistémicamente consistirían en el *input*, o visto desde la propuesta procesual más tradicional, el “contenido” de la presentación. En segundo lugar, los dispositivos gráficos, es decir, las herramientas visuales que “traducen” ese contenido a un lenguaje visual que combina lo textual con lo puramente gráfico, cercano a lo que propone Costa (1998) como “esquemas”.

En tercer lugar los dispositivos interfásicos. A partir de las propuestas de interfaz desarrolladas por Scolari (2009 y 2018) y Manovich (2013) se propone agrupar los distintos medios por el cual el auditorio entra en contacto con el discurso. En este agrupamiento, entran tanto PowerPoint, así como sus competidores como Prezi, Keynote, Google Presentaciones y un largo etcétera. Este grupo está compuesto principalmente por tres tipos de dispositivos: *softwares*, plataformas y aplicaciones.

En último lugar, los dispositivos performáticos, conformados tanto por las herramientas clásicas oratorias como por las propuestas teóricas que los analizan desde diversos marcos, como desde lo discursivo (Austin, 1982), la retórica (Burke, 1969), la sociología (Goffman, 1997) o desde el modo en que el género se conforma al actuarlo (Butler, 1990).

Por último, entendiendo al diseño como una actividad retórica, se podría afirmar que todos estos dispositivos entran, aunque sea parcialmente, dentro del campo del diseño gráfico.

La producción de ayudas visuales para una presentación debe ser central en una estrategia comunicacional y hacerlo entra dentro del campo del Diseño Gráfico. Como tal, debería ser enseñado, y también debería generalizarse la idea de que esta actividad no es fácil, así como no es fácil la actividad de diseñar.

PowerPoint, con sus virtudes y sus defectos no es más que un proyector de diapositivas con algunas mejoras. Una presentación no se hace “en” PowerPoint. Una presentación se diseña.

#### Referencias bibliográficas

- Adams, C. (2006). PowerPoint, habits of mind, and classroom culture. En *Journal of Curriculum Studies*, 38 (4), pp. 389–411
- Aristóteles. (1999). *Retórica*. Editorial Gredos: Madrid. (Obra original de -322)
- Austin, J. L. (1982). *Cómo hacer cosas con palabras*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Beck, S; Bertholle, L. y Child, J. (1964). *Mastering the Art of French Cooking*. New York: Alfred A. Knopf .
- Bumiller, E. (2010). We Have Met the Enemy and He Is Power Point. En *The New York Times*, april 26, 2010.
- Burke, K. (1969b). *A Rhetoric of Motives*. New York: Prentice Hall, Inc.
- Butler, J. (1990). Performative Acts and Gender Constitution: An Essay in Phenomenology and Feminist Theory. En *Theatre Journal*, 40 (4) (Dec., 1988), pp. 519-531.
- Costa, J. (1998). *La esquemática: Visualizar la información*. Barcelona; Paidós.
- Cyphert, D. (2004). The Problem of Powerpoint: Visual Aid or Visual Rhetoric? En *Business Communication Quarterly*, 67(1), pp. 80-84.
- Doumont, J.L. (2005). The Cognitive Style of PowerPoint: Slides Are Not All Evil. En *Technical Communication*, 52(1); Humanities Module, p. 64.
- Eco, U. (2011). El vértigo de las listas en IC. En *Revista Científica de Información y Comunicación*, 8, pp. 15 – 34.
- Farkas, D. K. (2005a). Explicit Structure in Print and On-Screen Documents. En *Technical Communication Quarterly*, 14(1), pp. 9-30.
- Frommer, F. (2012). *How PowerPoint Makes You Stupid: The Faulty Causality, Sloppy Logic, Decontextualized Data, and Seductive Showmanship That Have Taken*. New York: The New Press.
- Gandulfo, P. C. de. (1950). *El libro de Doña Petrona*. Buenos Aires: Distel.
- Godin, S. (2001). *Really Bad PowerPoint™*. Recuperado de: [http://sethgodin.typepad.com/seths\\_blog/2007/01/really\\_bad\\_powe.html](http://sethgodin.typepad.com/seths_blog/2007/01/really_bad_powe.html)
- Goffman, E. (1989). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires; Amorrortu Editores.
- Kalyuga, S., Chandler P. y Sweller, J. (2004). When Redundant On-Screen Text in Multimedia Technical Instruction Can Interfere With Learning. Human Factors. En *The Journal of the Human Factors and Ergonomics Society*, 46, pp. 567-581.
- Keller, J. (2003). Is PowerPoint the Devil? En *Chicago Tribune*, Jan.22.
- Lymer, G., Ivarsson, J. y Lindwall, O. (2009). Contrasting the use of tools for presentation and critique: Some cases from architectural education. En *International Journal of Computer-Supported Collaborative Learning*, 4 (4), pp. 423-444
- Manovich, L. (2013). *El software toma el mando*. Barcelona: UOC
- Naughton, J. (2003). How Power Point can fatally weaken your argument. En *The Guardian*, Sunday 21, December.
- Norman, D. (1990). *La psicología de los objetos cotidianos*. Madrid: Nerea.

- Norman, D. (2005). *In Defense of PowerPoint*. Recuperado de: [https://www.jnd.org/dn.mss/in\\_defense\\_of\\_powerp.html](https://www.jnd.org/dn.mss/in_defense_of_powerp.html)
- Parker, I. (2001). Absolute PowerPoint: Can a software package edit our thoughts? En *The New Yorker*, May, 28.
- Perelman, Ch. y Olbrechts-Tyteca, L. (1989). *Tratado de la argumentación: La nueva retórica*. Madrid: Gredos.
- Reuss, E. I., Signer, B. y Norrie, M. C. (2008). PowerPoint Multimedia Presentations in Computer Science Education: What Do Users Need? HCI and Usability for Education and Work. En: *Lecture Notes in Computer Science*, 5298, pp. 281-298.
- Roels, R., Vermeylen, C. y Signer, B. (2014). A Unified Communication Platform for Enriching and Enhancing Presentations with Active Learning Components. En actas de *ICALT 2014, 14th IEEE International Conference on Advanced Learning Technologies*, Athens, Greece, pp. 131-136.
- Scolari, C. (2009). The sense of the interface: Applying semiotics to HCI research. En *Semiotica* 177-1/4, pp. 1-27.
- Scolari, C. A. (2018). *Las leyes de la interfaz*. Barcelona: Gedisa.
- Thompson, C. (2003). The 3rd Annual Years in Ideas; Power Point Makes You Dumb. En *The New York Times Magazine*, Dec. 14, 2003.
- Tufte, E. R. (2001) *The Visual Display of Quantitative Information*. Graphics Press: Cheshire, Connecticut.
- Tufte, E. R. (2006). *The Cognitive Style of PowerPoint: Pitching Out Corrupts Within*. Cheshire, CN: Graphics Press LLC.
- Tversky, B., Bauer Morrison, J y Betancourt, M. (2002). Animation: can it facilitate? En *Int. J. Human-Computer Studies*, 57, pp. 247-262.
- Vila, A. (2018). *El canon oculto*. Buenos Aires, Santiago Arcos, editor.
- Yaffa, J. (2011). The Information Sage. En *Washington Monthly*, May/June 2011.

**Abstract:** Which is the reason why PowerPoint is such a despised software? The program is harshly and usually criticized, both from the informative field and from the academic one. While some of

these criticisms are adequate, others do not succeed in defining their field of action. The problem is much more complex than it seems: the presentations, due to a variety of drawbacks, were left aside by almost all areas of study. The field of his work is made up of devices that are characteristic of an already defined area: Graphic Design. From there it is from where the Professional Presentation must be developed, analyzed and studied.

**Keywords:** powerpoint - professional presentation - graphic design

**Resumo:** Qual é a razão pela qual o PowerPoint é um software tão desprezado? Geralmente é criticado duramente pelo programa, tanto do campo informativo quanto do acadêmico. Enquanto algumas dessas críticas são adequadas, outras não conseguem definir seu campo de ação. O problema é muito mais complexo do que parece: as apresentações, devido a uma variedade de inconvenientes, foram deixadas de lado por quase todas as áreas de estudo. O campo de seu trabalho é composto de dispositivos que são característicos de uma área já definida: Design Gráfico. A partir daí é de onde a Apresentação Profissional deve ser desenvolvida, analisada e estudada.

**Palavras chave:** powerpoint, apresentação profissional, design gráfico

(\* **Juan Cruz Gonella.** Diseñador gráfico (UBA). Trabajó como diseñador y director de arte en diversas empresas y agencias gubernamentales. Fue titular de la Cátedra Fundamentos de Diseño Gráfico para Editores en la carrera de Edición, Facultad de Filosofía y Letras (UBA), de Historia del Diseño I y II en el Instituto de Tecnología ORT 2, de Taller de Diseño Gráfico, Cine, TV y Video en UAI y en otras instituciones públicas y privadas. Además publicó *Esto es una tapa: Diseño Gráfico y Edición* (Ed. Azzurras), *Diseño, teoría y reflexión* (Ed. Kliczkowski. Co-autor), además de artículos y ponencias en diversos medios locales e internacionales.

## Estrategias de juego en la Arquitectura

Alejandro Jesús González Cruz y  
Rafael Pina Lupiáñez (\*)

Actas de Diseño (2022, julio),  
Vol. 40, pp. 119-123. ISSN 1850-2032.  
Fecha de recepción: septiembre 2018  
Fecha de aceptación: noviembre 2019  
Versión final: julio 2022

**Resumen:** El desarrollo de la Arquitectura Moderna ha estado determinado por la búsqueda y selección de herramientas productivas, capaces de abordar la complejidad de los sistemas que cada situación de necesidad demandaba. Sistemas abiertos que se transformaban en acontecimientos de agitación altamente productivos, movimientos que establecían pautas de acción y reacción, una serie de reglas de juego y estrategias de aproximación. Las reglas remiten al lector al mundo del juego, dictando las acciones a realizar durante el proceso, y condicionando la dirección del resultado. En una revisión crítica actual sobre la praxis de la Arquitectura y las necesidades de la sociedad contemporánea, se pretende explorar mecanismos de transmisión y materialización de las ideas, que faciliten ejercicios de improvisación, variación, repetición, transformación y azar, propios del juego. El juego que se investiga es útil, productivo y necesario, y sus estrategias de aprendizaje, proyecto y de uso permiten definir una Arquitectura Necesaria.

**Palabras clave:** Estrategias - juego - arquitectura - necesidad - aprender - proyectar - habitar

[Resúmenes en inglés y español y currículum en p. 123]