

Muchos vendedores son diamantes de la comunicación (algunos pulidos y otros en bruto), ellos saben de este refrán: “No compro porque no quiero, no quiero porque no entiendo.”

Si no es posible comunicar, la persuasión nunca arribará.

## Práctica, y más práctica

**Carlos Menéndez**

“Sube fino baja grueso”, así de simple explicaba un profesor el carácter de una familia tipográfica, la Garamond, la primera letra que dibujé en la Escuela de Artes Gráficas donde di mis primeros pasos. Así era la forma en que se dibujaban y se aprehendían las letras. Se cubrían hojas y hojas de papel de dibujo con un simple lápiz 2B y distintos tamaños de letras. Hoy es distinto, simplemente se baja una ristra de infinitas familias tipográficas que brinda la tecnología (bienvenida sea), pero de esa forma no se llegan a comprender con profundidad las verdaderas características de la tipografía, no se la aprehende y, en muchas oportunidades, tampoco se la aplica como corresponde.

Los ordenadores nos dan infinitas posibilidades tipográficas, entonces ya está, dos clic y listo, la fuente a nuestra disposición. No es un reproche, me parece excelente y sumamente práctico, pero sería muy bueno que sepamos y entendamos, el carácter, el alma, el gusto, la sensualidad, la armonía, la elegancia y la anatomía de una determinada familia tipográfica.

Para eso la teoría nos dará información básica, pero sólo la práctica: verla, estudiarla, experimentarla y luego aplicarla.

Esas eran las palabras que día tras día escuchábamos en la escuela de boca los profesores, verdaderos “maestros” de caligrafía y tipografía, cuando estábamos “dibujando” alguna letra. Así llegábamos a la esencia, al alma de la letra.

No se puede ignorar el porqué de un diseño. Por ejemplo, la Garamond, cuándo Claude Garamond<sup>1</sup> diseñó primero y después grabó sus primeras matrices, en ese acto estaba redondeando la creación de la familia tipográfica. Es decir después del diseño se abocó a la fabricación de la familia tipográfica trabajando el metal como un orfebre.

Esto viene a cuento porque creo que la teoría, en cualquier disciplina, es fundamental, pero poniendo el acento en la práctica. Cuando una empresa selecciona un empleado exige experiencia, es decir práctica en el oficio. Por eso en el aula trato de realizar los trabajos prácticos lo más cercanos posible a la realidad.

En las últimas olimpiadas, una deportista alcanzó el record en salto en alto logró más de cinco metros con su garrocha ¿Cómo lo hizo? ¿Cuánto de teoría y cuánto de práctica hubo en su tarea diaria? Seguramente con una importante parte de teoría y mucha práctica.

Se requiere además de teoría, mucha práctica para manejar a nuestros aliados: el Illustrator, el Photoshop y otros programas que traen instalados “los electrodomésticos”, como denomina a los televisores un amigo,

Guillermo Saccomano, ex redactor publicitario y creativo de Gowland publicidad, hoy conocido escritor, con quien comparto totalmente tal definición, en este caso, aplicada a los ordenadores o computadoras.

Por otra parte el dominio de esos aliados necesitará también de muchas horas de trabajo, muchas horas de práctica, para redondear nuestras ideas.

No podemos esperar que el famoso ordenador, nos lo dé todo, tenemos que saber muy bien que el poder lo tenemos nosotros, nuestra máquina no hará otra cosa que lo que le indiquemos. Su comportamiento es el de una “geisha” que difícilmente diga que no.

Entonces la primera etapa será la de formarnos teóricamente y después mucha, mucha práctica.

Siempre hago la comparación con el deporte, donde hay un gran porcentaje de entrenamiento y una dosis de teoría. Por supuesto que la teoría de la materia que sea es sumamente importante, pero sin la correlación con la práctica sería inútil.

Así son, muchas veces, los primeros pasos de nuestros creativos publicitarios: comienzan con un entrenamiento hoy llamado pasantía. Los que tienen acceso a tal situación, no siempre se dan cuenta del privilegio que tienen, lo importante que es esa etapa, sin apreciar lo mucho que están aprendiendo: el ritmo, el dinamismo, el clima y la adrenalina de una agencia de publicidad. Lo valioso de esa primera etapa es que se ve todo desde abajo, para después comenzar a crecer y verlo desde un punto de vista más elevado, vivir el sabor amargo de algunas frustraciones y la felicidad y el orgullo de los aciertos.

Desde hace muchos años dicto materias, que si bien están constituidas por una importante cuota de teoría, insisto siempre a mis alumnos en el valor de la práctica. Entonces “señores a las cosas”. Esto quiere decir ni más ni menos, que las cosas, hay que hacerlas. Sea, salvando las distancias, una cirugía de riesgo o un simple aviso publicitario, todo necesita de una importante dosis de práctica.

Por práctica considero trabajo intelectual como manual. En mis materias hay que crear primero y realizar después. También la creación conlleva una gran parte de práctica, hay que vivir creativamente. Tenemos que vivir creativamente. Esto no significa cruzar la avenida 9 de Julio, en diagonal y con los ojos cerrados, simplemente es pensar y estar todo el tiempo en estado creativo, y luego ejecutar.

Actualmente se nos exige ser “multifunción” es decir pensar, coordinar, dirigir y realizar. Está claro que se necesita de una gran pasión y de un gran entrenamiento para poder terminar con todo en el día, en tiempo y forma.

Dadme un lápiz 2B y plantearé una campaña, parafraseando a Arquímedes, el ilustre Físico y Matemático Griego del siglo II a.C. quien dijo: “dadme un punto de apoyo y moveré el mundo”, coincide con lo que opina Nancy Rice, Directora de arte (Rice y Rice DDB Advertising Inc. New York) y que comparto totalmente.

Cuando comenzamos un trabajo, vamos a poner toda nuestra atención en la información, allí estaremos aplicando alguna teoría, pero inmediatamente pondremos en movimiento todos los recursos obtenidos a través de

la práctica. Es el momento en que notaremos la importancia del entrenamiento.

Sube fino, baja grueso, sube fino baja grueso y otra vez, y otra, hasta que salga, en cualquier disciplina en cualquier oficio, desde el más fácil hasta el más difícil.

#### Notas

<sup>1</sup> Claude Garamond (París, 1490 – 1561). Tipógrafo, impresor y grabador de matrices. Su obra tipográfica se considera clásica dentro del estilo antiguo e inspiración para composiciones modernas.

Una de las tipografías más extendidas e influyentes de la historia y también una de las mejores romanas jamás creadas fue la diseñada por Claude Garamond en el siglo XVI en Francia. Fue votada como la tipografía del milenio en una encuesta celebrada entre profesionales. Existe un perfecto equilibrio entre elegancia y sentido práctico. A pesar de su carácter histórico, la Garamond original sólo fue correctamente identificada a mediados del siglo XX.)

## Es imposible no comunicarse

**Yanina M. Moscoso Barcia**

Partiendo del axioma, que en los modelos de la comunicación, nos dice que “Es imposible no comunicarse” y, entendiendo a la comunicación en términos donde están presentes tanto lo verbal como lo no verbal, me interesa volver a hacer foco sobre la comunicación áulica o comunicación didáctica.

Considero que la comprensión y aplicación de este axioma son fundamentales en la práctica docente.

Si tenemos en cuenta que la comunicación está compuesta por palabras, gestos, movimientos y entonaciones, y que todo ello es decodificado por el receptor, podemos estar seguros de que un docente no sólo transmite lingüísticamente el contenido de su asignatura, aún en silencio éste podría estar comunicando, a través de su postura, lenguaje corporal incluso, a través de la mirada; la coherencia entre lo verbal y lo no verbal podría asegurar que el mensaje sea mejor recibido y, quizás aún mejor comprendido, por el contrario, la desconexión entre estas manifestaciones podría producir confusión o desconcierto.

Lo mismo ocurre con el *feedback* que el docente recibe de sus alumnos. Aunque el auditorio esté en silencio, la postura corporal, la mirada y los gestos envían mensajes claros que se deben interpretar y utilizar para corregir, modificar, enfatizar o aclarar el discurso si se percibiera falta de motivación, confusión, etc. o para seguir con la misma estrategia de comunicación si se percibe como efectiva.

El espacio, el contexto, también comunica, produce sentido; el objetivo del encuentro en el aula es el aprendizaje, por lo tanto la relación áulica entre docentes y alumnos debería ser complementaria para favorecer la comunicación y de esta manera facilitar el proceso de adquisición de conocimiento. Hall denomina proxémica al estudio de la percepción uso y significación del espacio por el ser humano; por ello la distribución es-

pacial dentro del espacio áulico ayuda a dar sentido al proceso comunicativo en cuestión, por ejemplo, para el desarrollo de una clase declarativa, la distribución del espacio ubica a los alumnos alineados con orientación hacia donde se ubicará el docente y los medios utilizados como soporte; este tipo de distribución espacial condiciona al auditorio a centrar su atención hacia donde está ocurriendo el acto comunicativo más relevante; otras distribuciones en el espacio como en el caso de las aulas taller, se ubican mesas de grandes dimensiones para que los alumnos puedan trabajar sobre ellas simultáneamente, esta distribución favorece la interrelación entre los estudiantes, el docente puede circular entre ellos y realizar una observación a un alumno mientras que sus compañeros también escuchan, de esta manera se amplían las posibilidades de aprendizaje ya que no solo se aprende con la propia práctica sino que también de los errores o aciertos de los demás.

Si la comunicación es fundamental en el proceso de aprendizaje, y una de las consecuencias del aprendizaje significativo es el desarrollo intelectual y el crecimiento de las capacidades cognitivas de los individuos, se puede considerar el proceso comunicacional producido en el aula como una de las causas que produce sentido y consecuentemente desarrollo en el individuo.

Al hablar de desarrollo se está hablando evidentemente de un crecimiento gradual, que transita por diferentes etapas o niveles, y es una consecuencia, entre otras, de causas biológicas.

También se habla de desarrollo cuando un individuo, por influencia del espacio que lo rodea, es decir el contexto espacial y su realidad social, por la maduración y por el aprendizaje, cambia de manera tal que evidencia nuevas formas de conducta, nuevas maneras de manifestarse y nuevos procesos.

La problemática del vínculo entre la evolución o desarrollo de los individuos durante su ciclo vital y su participación en actividades educativas, es analizada por diferentes autores y corrientes de investigación, pero se pueden mencionar dos grandes posturas al respecto:

- La primera entiende al desarrollo y a la educación como dos procesos independientes, cada uno con identidad propia.
- La segunda establece una interrelación entre el desarrollo de las personas y los procesos educativos.

Se distinguen, entonces, dos maneras de interpretar el proceso de desarrollo humano, la noción de desarrollo como proceso necesario, donde son fundamentales las causas biológicas; y la noción de desarrollo como proceso mediado, producido a través de otras personas y de las manifestaciones culturales transmitidas de una generación a otra.

El desarrollo como proceso necesario, se relaciona con los conceptos de Jean Piaget, se refiere a la construcción de estructuras universales de pensamiento, sobre las etapas de las edades cronológicas, el ambiente cultural y educativo influyen, pero considerando que, estas etapas siguen el mismo orden secuencial en cualquier ambiente.

El desarrollo como proceso mediado, se relaciona con los conceptos de Lev Vygotsky, quien considera que para