

correrse del lugar en el que encarnaría a la Verdad (así, con mayúscula) para ubicarse en un terreno más productivo de producción de conocimiento, y constituir así la dupla pedagógica con el estudiante (o con el cuerpo de estudiantes) en el que se piense a quienes cursan como sujetos reflexivos, y no meramente como agentes repetitivos del conocimiento establecido.

Todo ello, claro está, gobernado por una perspectiva teórica que nos permita organizar y observar lo real desde algún punto de vista, sin el cual la realidad no tendría consistencia. Es entonces la pregunta la que dirige la producción de conocimiento, ya que el vector epistemológico va de lo racional a lo real, que sólo contesta cuando se lo interroga. Como bien decía Bachelard: “El hombre animado por el espíritu científico, sin duda desea saber, pero es por lo pronto para interrogar mejor”³.

Notas

¹Bachelard, G. (2007) *La formación del espíritu científico*. México: Siglo XXI, p. 21.

² Ídem.

³ Ídem, p.19.

Referencia bibliográfica

- Bachelard, G. (2007) *La formación del espíritu científico*. México: Siglo XXI.

the path of a person: maybe it is the first autonomous decision that the subject in question takes extremely, and from there it is constituted in a position of subject that, though it is kept in “student”, it proposes and produces another type of link with the other one, with the teacher: in the choice of a career, decision that defines a type of specific subjectivity organized around the interest on the future, and also a new form of connection with the knowledge is chosen.

Key words: teacher – pupil – knowledge – classroom – link.

Resumo: A eleição de uma carreira universitária marca uma meta na trajetória de uma pessoa: talvez seja a primeira decisão independente que o sujeito em questão toma soberanamente, e a partir daí se constitui numa posição de sujeito que, ainda que se mantém em “estudante” propõe e produz outro tipo de vínculo com o outro, com o docente: na eleição de uma carreira, decisão que define um tipo de subjetividade específica organizada em torno do interesse sobre o futuro, se escolhe também uma nova forma de vínculo com o conhecimento.

Palavras chave: professor – aluno – conhecimento – sala de aula – vínculo.

(*) **Sebastián E. Ackerman.** Licenciado en Ciencias de la Comunicación (UBA). Maestría en Periodismo (UBA, en curso). Profesor de la Universidad de Palermo en el Departamento de Investigación y Producción en la Facultad de Diseño y Comunicación.

Abstract: The choice of a university career marks a milestone in

Un abanico de conocimientos para un abanico de interesados

Gabriela Hermida (*)

Fecha de recepción: agosto 2011

Fecha de aceptación: octubre 2011

Versión final: diciembre 2011

Resumen: Ya sea por necesidad taxativa o por curiosidad, muchas personas nos vemos atraídas por el conocimiento en sus diversas aristas, por lo que buscamos con ansiedad satisfacer ese “hueco” intelectual que detectamos en nosotros. Los Programas Ejecutivos de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo procuran dar respuesta a esas personas y sus necesidades.

Palabras clave: programas ejecutivos – abanico de posibilidades – ofertas – conocimientos multidisciplinarios.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 179]

Según una de las definiciones del Diccionario de la Real Academia Española, un abanico es un instrumento para hacer o hacerse aire, que comúnmente tiene pie de varillas y país de tela, papel o piel, y se abre formando semicírculo; mientras que otra de las definiciones indica que abanico es una serie, o conjunto de diversas propuestas, opciones, etc., generalmente para elegir entre ellas. Considerando ambas acepciones, y según mi experiencia y percepción, yo podría definir a los Programas Ejecutivos implementados por la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de

Palermo como un amplio abanico de posibilidades de absorber conocimientos multidisciplinarios del ámbito de la creatividad y el mundo que la rodea, que nos dan aire para nutrir de oxígeno nuestro intelecto, explorando y descubriendo nuestras capacidades, ya sea las ya identificadas, y muchas veces, trabajadas por nosotros, o las latentes, esas que nos sorprenden cuando vislumbramos su aparición, y que nos inducen a curiosear en ellas para profundizarlas y ver hasta dónde nos llevan. Este abanico de posibilidades, de ofertas de conocimiento, tiene un “país” muy diverso, que muchas veces

nos permite abordar una misma temática desde diferentes puntos de vista, como por ejemplo, el concepto de Imagen tratado desde el estilismo de moda o desde la asesoría de imagen personal o profesional; y su “pie de varillas” está determinado por la idoneidad de profesionales especializados en las distintas áreas que se ofertan en los Programas Ejecutivos, quienes son, en su mayoría, miembros de la estructura académica de la propia Facultad, pero también, este “pie de varillas” cuenta con la participación de expertos externos a la Facultad que aportan sus experiencias y conocimientos adquiridos en su práctica profesional, los cuales suelen ser referentes e íconos a seguir en sus respectivas disciplinas. El abanico que ha diagramado la Facultad de Diseño y Comunicación en los Programas Ejecutivos nos permite movernos dentro de ellos como si recorriéramos un terreno escarpado, en una travesía de turismo aventura –aventura del conocimiento–, el cual nos sorprende en cada “vuelta de esquina” con algo inesperado, con un interés que se nos despierta al transitar un “pliegue” del abanico y que, al final de éste, nos quedamos con ganas de husmear y saber qué hay en el reverso del mismo, para lo cual nos podemos sumergir en otra propuesta, asociada, que nos ofrece la Facultad a través de su abanico de los Programas Ejecutivos.

Puedo ilustrar esta idea de talleres asociados y entrelazados entre sí citando lo experimentado por mí misma en parte de mi recorrido por los Programas Ejecutivos: comencé mi periplo con el curso extensivo de Asesoría de Imagen Personal e Imagen Ejecutiva, en sus dos niveles, y de acuerdo a la amplia variedad de temas que competen a esta actividad, luego de finalizado éste, sentí la necesidad de profundizar lo concerniente al buen trato interpersonal con el curso de Ceremonial y Protocolo Social, y más tarde ahondar en el área de asesoría estética con el curso de *Personal Shopper*. Dentro de este abanico que se me desplegó cual baraja de naipes distribuidos en semicírculo, gracias al disparador que fue el curso de Asesoría de Imagen, podría enlazar, y presentarlos como mis pendientes para satisfacer a futuro, los seminarios profesionales de Estilismo de Moda, Planificación de Bodas, Planificación y Gestión de Eventos Corporativos, Organización de Eventos de Moda, Taller de Redacción Corporativa, entre muchos otros, que yo siento que son complementarios para delinear un perfil profesional amplio y de excelencia en el área de la Asesoría Social Integral.

Apartándome de lo meramente teórico y temático que ofrece la Facultad de Diseño y Comunicación a través de sus Programas Ejecutivos, creo oportuno hacer mención de mi apreciación sobre los asistentes a los Programas Ejecutivos. Me ha parecido interesante la diversidad de los perfiles de los participantes a los cursos, y aquí también se puede recurrir a la figura del abanico para describirlos, debido a que esta diversidad de perfiles, determinada por sus motivaciones y expectativas, es ingente. Dentro de este abanico dispuesto en semicírculo se puede encontrar a personas muy disímiles entre sí, tanto como ir de 0° a 180°; se encuentra a aquellas que abordan por primera vez la temática del seminario en cuestión y cuyas expectativas son obtener información por puro interés intelectual, sin aspirar al provecho

puntual ni la motivación de una potencial aplicación laboral real; también se encuentran las que, sin tener conocimientos previos del tema a tratar, sí tienen la expectativa de volcar dichos conocimientos en una actividad laboral, ya sea para enriquecer su desempeño profesional de base como para hacer de esos conocimientos el punto de partida para una actividad laboral futura. También encontramos en este abanico a personas que son profesionales, o tienen, al menos, algún conocimiento del área que cubre un seminario determinado pero que buscan aprender algo más, algo que complete, mejore o enriquezca su bagaje intelectual y, por ende, su perfil profesional, siguiendo la frase “siempre hay algo por aprender”, propio de espíritus inquietos que no se conforman con lo ya sabido y que buscan el superarse y perfeccionarse continuamente.

Por lo planteado en este breve análisis sobre el espectro de los interesados en los Programas Ejecutivos, creo que es de relevante importancia que los diversos cursos y seminarios logren captar la atención de todo ese público disímil que es atraído por las variadas ofertas de los Programas Ejecutivos, por lo que es delicada la armonía que se debe conseguir en el sendero a transitar para satisfacer las necesidades tanto de alguien que ya tiene conocimiento del tema y desea profundizarlo, como de aquel que, desconocedor por completo de una temática determinada, anhela ser sacudido por una aventura intelectual que le abra nuevas expectativas y desafíos, y que le despierte el deseo de tirar de esa punta del ovillo para ir al encuentro de éste, se encuentre donde se encuentre y atravesando el camino que sea necesario transitar en su búsqueda, ya sea, buceando bibliografía específica o profundizando con cursos que aborden un determinado tema con más detalle.

En virtud de lo expresado en estas últimas líneas con relación a lo abarcativas que tienen que ser las exposiciones de los disertantes para captar la atención y satisfacer los distintos intereses de ese abanico heterogéneo que es la concurrencia a los Programas Ejecutivos, debo decir, según mi experiencia como miembro de ese público participante, que efectivamente ese delgado equilibrio se consigue. Para ejemplificar esta conclusión a la que he arribado puedo rastrear en mi memoria y hallar casos puntuales de algunos de los compañeros ocasionales que he tenido en los seminarios que he cursado, y así recordar el caso de gente que adujo que trabajaba en reconocidas empresas o instituciones tanto del Estado como privadas, desempeñándose en las áreas de Relaciones Públicas y que se iban satisfechos con la información que habían adquirido en el curso de Ceremonial y Protocolo, por ejemplo, ya que los conocimientos que se llevaban eran desconocidos por ellos aún cuando su trabajo puntual les exigía tenerlos en su acervo cultural para un buen desempeño laboral. Siguiendo con el mismo ejemplo del seminario de Ceremonial y Protocolo, recuerdo, en el caso opuesto, a gente que mencionó que ya había realizado capacitaciones en el área, puesto que se desempeñaban en emprendimientos de organización de eventos, es decir, gente que era sabedora de la temática, pero que aún así habían recibido más información y habían acrecentado sus conocimientos, adquiriendo más herramientas útiles, en la cursada de este seminario

de los Programas Ejecutivos que en otros cursos previamente realizados, donde la carga horaria había sido incluso mayor. Y en el extremo opuesto a los dos casos citados, creo conveniente mencionar a una señora que se presentó como una mera ama de casa pero con una intensa vida social, organizadora asidua de eventos en su hogar, que se vio motivada por ellos a tomar el curso para procurar brindar una agradable estadía a todos sus invitados a las diferentes reuniones por ella organizadas.

En definitiva, los Programas Ejecutivos implementados por la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo son un abanico de ofertas de conocimientos ofrecidos a un abanico muy heterogéneo de interesados, entre los que me cuento yo, que planeo seguir “abanicándome” y dándole aire a mi intelecto con ellos.

Abstract: Just because a restricted need or for curiosity, many persons meet attracted ourselves by the knowledge in its diverse edges, for what we seek with anxiety to satisfy this intellectual “hollow” that we detect in us. The Executive Programs of the

Faculty of Design and Communication of the University of Palermo try to give an answer to those persons and their needs.

Key words: executive programs – range of possibilities – offers – multidisciplinary knowledge.

Resumo: Já seja por necessidade ou curiosidade, muitas pessoas são atraídas pelo conhecimento em seus ângulos diferentes, pelo que procuramos com ansiedade satisfazer esse “oco” intelectual que detectamos em nós. Os Programas Executivos da Faculdade de Design e Comunicação da Universidade de Palermo tentam dar resposta a essas pessoas e suas necessidades.

Palavras chave: Programas Executivos – leque de possibilidades – ofertas – conhecimentos multidisciplinares.

(*) **Gabriela Hermida.** Técnica Superior en Producción de Informativa (Tecnatura Profesional del Gob. de CABA, 2003). Estudios en Ingeniería Química (UBA, incompletos 1999); Ingeniería textil (UTN, actualmente en curso). Profesora de la Universidad de Palermo en el Departamento de Modas de la Facultad de Diseño y Comunicación.

El entrenamiento en oratoria a la luz de la película “El discurso del Rey”

Claudia Gutiérrez (*)

Fecha de recepción: agosto 2011
Fecha de aceptación: octubre 2011
Versión final: diciembre 2011

Resumen: Este artículo traza un paralelo entre el entrenamiento en oratoria en situación áulica y la película *El discurso del Rey*. Relata un trabajo que consiste en detectar las fortalezas del alumno para desarrollarlas y en identificar dificultades para trascenderlas en un proceso único y personalizado. Identifica dos aspectos: el entrenamiento mecánico (armado del discurso, trabajo con la voz, el cuerpo, la mirada, lo espacial) y el entramado del vínculo docente-alumno (atravesado por la confianza y la estimulación) que posibilita la superación de las dificultades subjetivas. El entrenamiento así abordado se transforma en un proceso de autocrecimiento y en una herramienta de superación y empoderamiento.

Palabras clave: comunicación verbal – comunicación no verbal – entrenamiento vocal – vínculo – confianza – estimulación – empoderamiento.

[Resúmenes en inglés y portugués en la páginas 182 y 183]

De la adquisición de competencias profesionales hacia una herramienta de empoderamiento

Este artículo se propone reflexionar sobre algunos aspectos del entrenamiento en oratoria (en situación áulica) a la luz de la película *El discurso del Rey*.

El filme *El discurso del Rey* (*The king speech* en su versión original) es un largometraje británico escrito por David Seidler y dirigido por Tom Hooper estrenado el 22 de diciembre de 2010 en los Estados Unidos. Está basado en la historia real del rey Jorge IV, que era tartamudo. Los personajes principales son: Bertie (Colin Firth), Duque de York, quien luego sería Rey de Inglaterra tras la muerte de su padre y la abdicación de su hermano Eduardo VIII, y un excéntrico logopeda llamado Lionel Logue (Geoffrey Rush) quien lo acompañará y entrenará

para superar la tartamudez que padece desde niño. Así, la película describe el camino del monarca en busca de su voz y su autoridad ¹.

Qué es la oratoria y cómo se aborda el entrenamiento

Las improvisaciones son mejores cuando se las prepara. Sea como fuere lo que pienses, creo que es mejor decirlo con buenas palabras. Shakespeare (1564-1616).

Según la Real Academia Española, la oratoria (del lat. *oratoria*), es el “arte de hablar con elocuencia; de deleitar, persuadir y conmover por medio de la palabra”. En una visión más sistémica y compleja, que la encuadra en el plano comunicacional, Reina Reguera la define como “el enlace que por medio de la palabra se establece entre el pensamiento, los sentimientos y la voluntad