

ducción artesanal, que al principio es ambigua, amorfa, difusa, imprecisa. Es por eso que en muchos casos, esa “falsa ilusión” de lo perfecto nos confunde y nos hace pensar que las ideas se desarrollan solas o, peor aún, que las ideas no requieren de demasiado esfuerzo de pensamiento y análisis previo. Surgen ciertos razonamientos simplistas como el clásico de que no es necesario dibujar la idea en lápiz para después pasarla en limpio en la computadora, porque es una pérdida de tiempo o trabajar dos veces. Me he topado a menudo con estas reflexiones en el aula, cuando empezamos a trabajar con las primeras ideas de partido, aproximándonos al problema a resolver.

Nuestro desafío en la docencia aplicada al diseño y las prácticas proyectuales en el siglo XXI, que nos toca llevar adelante a mí y al resto de colegas, se ve atravesado por esto de ser la generación que vivió en primera persona esta explosión de desarrollo de herramientas tecnológicas para la elaboración de las ideas. A veces es muy difícil transmitir estos conceptos a aquellos que desde el origen ya crecieron en un mundo con celulares e Internet de alta velocidad, y donde esas facilidades generadas por las tecnologías aplicadas suponen una ilusión de mejor aprovechamiento del tiempo y de que todo debe estar hecho ya, para ayer. Debemos retornar a lo esencial del proceso de diseño, al desarrollo de la idea en la cabeza como máximo objetivo, en donde las herramientas tanto informáticas como manuales, se entrelazan e intercalan según las necesidades de cada caso, sin que ninguna predomine monopólicamente sobre la otra.

Así como surgieron, en el siglo XIX los grupos de artesanos y artistas reunidos en las Arts & Crafts que se oponían a la estandarización de los productos manufacturados como un signo de baja en la calidad de terminación y detalle, lo que propongo es retomar algo de esa idea quizás romántica, con preferencia por lo artesanal, no para volver el tiempo atrás, ni mucho menos. Se trata de retomar esa reflexión sobre el detalle y la forma orgánica, que no esté regulada por los procesos de generación ni las herramientas disponibles, sino por un sincero análisis centrado en el problema a resolver. Me gusta fomentar en los alumnos la experimentación con aquellas herramientas que más les cuesta acercarse, ya sea por una cuestión de formación previa, costumbre o hasta a veces prejuicio hacia determinadas formas de

trabajar. Creo que los grandes creativos de hoy, ya sea que diseñen objetos, espacios o cualquier otra unidad de análisis, deben estar lo suficientemente despegados de cualquier herramienta para poder tener la mente abierta y lista a adaptarse a diversas situaciones o problemas. Queremos diseñadores que no dejen nunca de lado a su lapicera pero que puedan sintetizar sus bocetos en pantalla para poder comunicarlos fácilmente a sus pares. Queremos diseñadores que no dejen nunca de lado a su mouse pero que tengan la versatilidad de poder bajar una idea desde la inspiración mental al papel con unos simples trazos, para que cualquiera los pueda interpretar. Creo que la clave pasa por ahí. Si sos bueno dibujando, agarrá el mouse. Si sos bueno con la compu, agarrá el lápiz. Debemos buscar y fomentar el fin de los prejuicios o los métodos de diseño demasiado esquematizados en función de supuestas recetas de trabajo arraigadas en las diversas ramas de la disciplina del diseño, desde tiempos de la Bauhaus, hacia una nueva interacción equilibrada entre ambos hemisferios del cerebro. ¿El fin de lo artesanal? No lo creo, esto recién empieza...

Abstract: During de new Century, design teaching outline to find an equilibrium between the use of the new technological tools and the traditional ones linked to the crafts. The technology misuse has brought us to underestimate the importance of the idea as a central element of the design process.

Keywords: pencil - mouse - design - technology - digitalization - arts and crafts.

Resumo: O ensino do design no novo século propõe-nos encontrar um equilíbrio entre o uso das novas ferramentas tecnológicas e as tradicionais ferramentas tradicionais vinculadas ao artesanal. O abuso da tecnologia levou-nos a menosprezar a importância da idéia como elemento central do processo de design.

Palavras Chave: lápis - mouse - design - tecnologia - digitalização - arts and crafts.

^(*)Adrián J. González Navarro: Arquitecto (UBA). Profesor de la Universidad de Palermo en el Departamento de Diseño de Espacios en la Facultad de Diseño y Comunicación.

La enseñanza de oratoria en el aula El método de autoconfianza.

Claudia Preci ^(*)

Fecha de recepción: agosto 2013
Fecha de aceptación: octubre 2013
Versión final: diciembre 2013

Resumen: El artículo describe el Método de enseñanza de la Oratoria, llamado “de autoconfianza” que he creado y vengo trabajando hace más de 20 años en la Universidad de Palermo, en otras instituciones y en el ámbito privado y oficial.

Esta metodología consiste en detectar las fortalezas y debilidades del alumno para trabajarlas y superarlas en un proceso individual llevado a cabo mediante una serie de exposiciones que debe realizar en clase, con consignas establecidas y con objetivos concretos en cada una.

Desde el principio, se ve en el alumno su potencial y se fija una meta a alcanzar, a la que se lo hará llegar mediante presentaciones

ante sus compañeros, la devolución personalizada del desempeño en las mismas y la relación que establezco con ellos para lograr su autoconfianza.

Palabras clave: oratoria - método - autoconfianza - exposiciones - discurso - comunicación verbal - comunicación no verbal - estimulación - empoderamiento.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 60]

Nunca había sentido la necesidad de contar mi forma de enseñar Oratoria, hasta que un día me llevé una ingrata sorpresa: una docente que concurría a mis cursadas como asistente de cátedra tomó mi método de enseñanza como suyo, lo copió y publicó, reproduciendo palabras textuales de mi clase. Creo que mis 30 años de profesión me lo exigían.

Todos los días expresamos nuestras ideas oralmente en los ámbitos en los que nos vinculamos con nuestros prójimos.

Es básico el poder hacerlo de manera tal que la comunicación sea eficaz, es decir que logre el objetivo deseado. El hecho de tener que interactuar con otros nos requiere una completa y actualizada formación que nos permita lograr un adecuado nivel en el uso de la palabra, combinando de esta manera, nuestros conocimientos con la capacidad de expresarlos con habilidad y precisión.

“La habilidad de expresar una idea es casi igual de importante que la idea misma”, decía Bernard Baruch.

La Oratoria hoy es una herramienta fundamental en la comunicación profesional.

El Método de Enseñanza de Oratoria de la Cátedra consiste en detectar las fortalezas y debilidades del alumno para desarrollarlas y superarlas en un proceso personalizado. Se trabajan dos aspectos: el entrenamiento mecánico (armado del discurso, comunicación verbal, trabajo en la comunicación no verbal) y el vínculo docente-alumno (basado en la confianza y la estimulación) que posibilita la superación de las dificultades y el logro de la autoconfianza. Esta forma de trabajar logra convertirse en una herramienta de superación y empoderamiento del alumno y en la base de su conocimiento y autoconfianza.

Los efectos de los ejercicios utilizados a veces derivan hacia otras áreas subjetivas, excediendo así lo meramente académico y trasladándose a lo personal. De este modo, se abre el trabajo en el aula hacia otras cuestiones de la vida. Esto hace del taller de oratoria, una herramienta de auto-conocimiento y transformación personal. Es aquí donde encontramos el valor agregado del Método, ser una forma de crecimiento personal.

Proceso de aprendizaje del Taller de Oratoria

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.

La elocuencia es un don, un don que algunas personas poseen y que permite que aquello que expresan sea interpretado tal y cual se deseó en el inicio del proceso de la comunicación establecida.

Ahora bien, ¿qué pasa si este don no se posee, o no se sabe que se tiene?...

Una frase de Quintiliano, el gran maestro de la Oratoria, dice “el poeta nace, el orador se hace”.

Se hace reconociendo sus falencias, debilidades, capacidades y habilidades, trabajando en las técnicas oratorias y practicando, practicando y practicando.

Existen cuatro tipos de oradores que podemos reconocer y relacionar con las cuatro fases del proceso de aprendizaje que ideó Abraham Maslow

Fase 1: incompetencia inconsciente. No sabemos que no sabemos, no estamos conscientes de nuestros hábitos de comunicación.

Relacionamos esta fase con el Orador “Nunca”, el que ante la posibilidad de hablar en público siente terror o pánico, este sentimiento lo paraliza y evita que pueda hacerlo, quedando siempre en la fase 1, sin saber si puede o no realizar una exposición ante un auditorio.

Fase 2: incompetencia consciente. Sabemos que no sabemos, reconocemos nuestras debilidades y falencias.

Aquí encontramos al Orador “Ocasional”. El sentimiento ante la posibilidad de hablar es miedo, por lo cual rara vez lo hace, sólo si es necesario u obligatorio. Reconoce lo que está mal pero no trabaja en ello para mejorar y se queda en fase 2.

Fase 3: competencia consciente. Trabajamos en lo que no sabemos, aprendemos, practicamos, y ejercitamos.

Este es el Orador “Dispuesto”. Su plano emocional es de tensión que se transforma positivamente.

Puede tener algunas dudas respecto a su desempeño, pero trabajará en ello para mejorarlo y poder pasar de fase.

Fase 4: competencia inconsciente. No tenemos que pensar en lo que ya sabemos, lo hacemos automáticamente y a nivel inconsciente.

Son los Oradores “Líderes”, para ellos hablar es estimulante y beneficioso, lo han hecho tantas veces que han reconocido sus capacidades y las han pulido mediante la práctica.

Seguro elegirán hablar a escribir.

Cada alumno debe reconocer en qué nivel se encuentra con respecto a esta tipología y desde allí encarar el camino a ser un buen orador. Es decir, quien quiera desarrollar su oralidad debe trabajar en su pensamiento, sus sentimientos y su voluntad. Esos son los materiales con los que cuenta para hacer de sí mismo un buen orador.

A veces, la capacidad del alumno como orador está expuesta. Es claramente visible para sí, para sus compañeros y para el docente, pero en otras oportunidades se encuentra en estado latente. Entonces, el docente se convertirá en un coach cuyo objetivo es hallar lo mejor del aprendiz y contribuir a desarrollarlo.

En oratoria no hay un modelo a seguir, existe un estilo

oratorio personal y único, que cada alumno encontrará a lo largo de la cursada. Creer que hay un único tipo de orador es una falacia.

Hay tantos tipos de oradores como alumnos en una comisión. Por eso la tarea del docente es comprometerse con cada uno para ayudarlo a llegar a ser tan buen orador como solo él mismo puede serlo. El proceso es individual y único al no haber ni un modelo estándar ni una única forma de llegar a serlo.

Durante el entrenamiento en oratoria, se adquirirán destrezas mecánicas (armado del discurso /comunicación verbal), entrenamiento y ejercicios de comunicación no verbal (trabajo con la voz, los gestos, las miradas, las expresiones, la respiración, lo espacial, el cuerpo, el movimiento) y el vínculo o relación que se establece entre el docente y el alumno para lograr en éste la autoconfianza que pregona el método y que permite encontrarse como único y personal orador.

En el trayecto o camino se realizan como mínimo tres exposiciones delante de los compañeros de curso que constituyen el auditorio. Estas exposiciones se corresponden con los distintos tipos de discursos que el alumno puede tener que expresar en su carrera universitaria y en su vida profesional y privada.

Si bien existen distintas formas de presentar un discurso (leer, de memoria, improvisar y con preparación previa) en la clase se utiliza la de preparar previamente la exposición y practicarla antes de presentarse ante el auditorio.

Tipos de Discursos

1. Discurso narrativo o descriptivo Es una forma de discurso que intenta decir con palabras cómo son las personas, las cosas, las situaciones, mediante una trama y un argumento. Para lograrlo es necesario observar las características de lo que se quiere describir usando los sentidos. Este discurso descriptivo busca expresar lo visto, lo escuchado o lo leído, dando al interlocutor una idea o imagen representativa de lo descripto. Se deben seleccionar expresiones lingüísticas y no verbales que con mayor precisión transmitan lo observado.

2. Discurso expositivo o informativo. Este discurso busca informar sobre un determinado tema o aclararlo. El texto debe ser claro, preciso y no tener opiniones personales, ser objetivo. El discurso informativo debe estar centrado en el tema, no irse por las ramas. La construcción debe estar bien estructurada: una introducción que aclare el tema, el desarrollo o la explicación y un resumen o epílogo que recuerde al receptor todas las ideas tratadas.

3. Discurso argumentativo o persuasivo. El objetivo principal del discurso argumentativo es tratar de convencer. La persuasión es un paso anterior al convencimiento, acudir al entendimiento lógico del receptor para que comprenda nuestras razones. Las características son la lógica, y la convicción. El discurso persuasivo se estructura de la siguiente manera: en primer lugar se exponen las ideas que se pretenden demostrar (introducción), luego se pasa a la argumentación propiamente dicha, con opiniones concretas razonadas eficazmente (desarrollo), y finalmente se expresa la conclusión, que

refuerza la idea inicial. Esto se reconoce como método lógico/ deductivo pero también se puede trabajar con el método psicológico/ inductivo.

Exposiciones de los Tipos de discursos en clase

Guía de Trabajos Prácticos - Consignas

Primera Exposición - 3 Minutos -

Discurso de tipo narrativo o descriptivo - Tema Libre - Tienen que narrar una situación que hayan presenciado. Debe ser contada en tercera persona.

Puede ser el argumento de un libro, una novela, una película, o una obra de teatro.

Tienen que utilizar el poder de síntesis, extraer las partes más importantes y narrarlas de manera tal que el auditorio entienda.

Exposición individual sin ayudas visuales.

Segunda Exposición - 5 Minutos a 7 minutos-

Discurso de tipo expositivo o informativo - Tema: "Vida y Obra de"

Con tono informativo e intencionalidad objetiva que tiene que traducirse en lo verbal, lo vocal y lo gestual.

Se aconseja elegir un artista con el que el orador pueda mantener distancia afectiva y emocional y de éste modo ayudarse a sostener la consigna de objetividad durante el discurso.

Exposición con ayudas visuales que se realiza individualmente.

Tercera Exposición - 10 Minutos a 15 minutos

Discurso persuasivo o argumentativo - Tema libre

Se aconseja elegir un tema sobre el cual los oradores tengan una posición tomada y desde esta realizar la exposición con intencionalidad persuasiva.

Exposición con ayudas visuales que se realiza individualmente.

Todas las exposiciones son evaluadas en una planilla diseñada especialmente para cada una.

Desde un primer momento, se establecen las pautas generales para el logro del objetivo

Las de trabajo en el aula, como por ejemplo, que para aprobar la cursada se requiere del 75 % de asistencia a clase o la necesidad de respetar el horario de inicio y finalización de los encuentros.

Otras como: Los alumnos exponen frente al auditorio (compañeros y docente) en todas las clases. Se entrega un cronograma que le asigna a cada uno las fechas en las que deben realizar las diferentes exposiciones.

Escuchar a los compañeros en silencio y con respeto, no entrar ni salir del aula cuando alguien está exponiendo, presentar la exposición en la fecha asignada. El alumno tiene que exponer el día señalado, aunque se sienta inseguro, porque atravesar esa situación forma parte del entrenamiento. Sin embargo, si al concluir la presentación está disconforme con su performance, puede repetirla tantas veces como necesite hacerlo. Esta práctica ayuda a lograr el objetivo de la autoconfianza.

Algunas personas nacen con energía y confianza naturales para hablar en público, otras deben trabajar para lo-

garlo. Pero en todas, las capacidades y habilidades se pueden aprender, mejorar o reafirmar, lo único que se requiere es un esfuerzo sincero para ejercitar y aplicar las técnicas de comunicación personal con constancia y con la ayuda de alguien que los evalúe, los estimule y los guíe. Estas son las premisas básicas del Método de la Autoconfianza aplicado en clase para el entrenamiento en oratoria.

Referencias bibliográficas:

- Braidot, Néstor. (2010) *Neuromanagement*. Ediciones Granica S.A
- Ekman, Paul. (2007) *Emotions Revealed: Recognizing Faces and Feelings to Improve Communication and Emotional Life*. Ediciones Henry Holt & Co.
- Ekman, Paul. (2012) *Emotions Revealed: Comprensión de caras y sentimientos*. Editorial Henry Holt & Co.
- Davis Flora. (1998) *La comunicación no verbal*. Madrid: Alianza Editorial
- Fast Julius. (1999) *El lenguaje del cuerpo*. Barcelona, Editorial Kairós.
- Givens, D.B. (2000) *Body speak: what are you saying? Successful Meetings*
- Greene, Robert. (2011) *El arte de la Seducción*. Grupo Editorial Océano.
- Hermida, José. (2010) *Hablar sin palabras*. Editorial Temas de hoy
- Kristus M. (1990) *El lenguaje secreto de su cuerpo ¿Qué revela?* Panamá; América
- Pease, Allan y Pease, Bárbara. (2006) *El lenguaje del cuerpo*. Editorial AMAT
- Rebel, Gunther. (1995) *El Lenguaje Corporal*. Madrid Editorial Edaf.
- Swanson Randy. (1994) *Los mensajes secretos del cuerpo*. México, DF: Ediciones Leo.

Abstract: The article describes the teaching method of Oratory, called "self-confidence" that I created and I have been working for over 20 years at the University of Palermo, in other institutions and in the private and official scope.

This methodology is to identify the strengths and weaknesses of the student to work them and overcome them in the individual process carried out through a series of exhibitions to be done in class, with slogans and targeted set each.

From the beginning, it looks at the student's potential and set a goal to achieve, which will let you get through presentations to their peers, the custom back in the same performance and the relationship I establish with them to achieve their confidence.

Keywords: oratory - method - self confidence - exhibitions - discourse - verbal communication - nonverbal communication - stimulation - empowerment.

Resumo: O artigo fala sobre o Método de ensino da Oratoria, chamado "de auto-confiança" que tenho criado e venho trabalhando faz mais de 20 anos na Universidade de Palermo, em outras instituições e no âmbito privado e oficial.

Esta metodologia consiste em detectar as fortalezas e debilidades do aluno para trabalhá-las e superá-las em um processo individual levado a cabo mediante uma série de exposições que deve realizar em classe, com consigna estabelecidas e com objetivos concretos na cada uma.

Desde o princípio, vê-se no aluno seu potencial e fixa-se uma meta a atingir, à que o fará chegar mediante apresentações ante seus colegas, a devolução personalizada do desempenho nas mesmas e a relação que estabeleço com eles para conseguir sua auto-confiança.

Palavras Chave: oratoria - Método - autoconfianza - exposições - discurso - comunicação verbal - comunicação não verbal - estimulação - empoderamento.

(*) **Claudia Preci:** Licenciada en Relaciones Humanas y Públicas (UADE, 1984). Auxiliar bibliotecaria (Museo Social). Postgrado en Comunicaciones Empresariales (U. Sydney, Australia). Postgrado en Antropología Cultural (UB - U.Hermes París). Integrante del Consejo Superior Académico de la Facultad de Diseño y Comunicación. Profesora de la Universidad de Palermo en el Departamento de Comunicación Corporativa y Empresa de la Facultad de Diseño y Comunicación.

Renacimiento 2.0. Transitando el romanticismo en la era tecnológica - la infancia remixada.

Christian Dubay (*)

Fecha de recepción: agosto 2013
Fecha de aceptación: octubre 2013
Versión final: diciembre 2013

Resumen: Una mirada sobre las tendencias individualistas que generaron la creación del usuario-producto y luego como con el tiempo éste impuso una visión ecologista que se fue convirtiendo en la búsqueda de nuevas Microtendencias que lo representarán. Estas Tendencias Glo-locales nos llevan a comprender el porqué del resurgimiento de la necesidad de exponer, consolidar, y reafirmar nuestras raíces, y costumbres como individuos y consumidores de una moda donde todo es nostalgia, vintage y retro. Una respuesta que decidió retrasarse en el tiempo frente a la incertidumbre del comienzo del fin del mundo.

Palabras clave: moda - tendencia - producto - usuario - deseo - movimiento Slow - vintage - retro

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 65]