

Asociación Latinoamericana de Carreras de Diseño Gráfico + Arte

DISEÑO GRÁFICO

1) María Cecilia Ribecco

Jefa de área Diseño de la carrera Técnico en Diseño Gráfico y Comunicación Visual. Escuela Provincial de Artes Visuales N° 3031. "General Manuel Belgrano". Rosario, Santa Fe, Argentina.

"Cómo colaborar con el desarrollo profesional y la inserción laboral de los egresados".

La formación académica en el campo del diseño actual requiere de la incorporación de disciplinas del campo del emprendedorismo. Fomentar en nuestros alumnos el espíritu emprendedor no sólo se relaciona con el contexto de nuestro país sino con el enfoque global que existe en materia de empleo centrado en el desarrollo de proyectos innovadores relacionados con las disciplinas emergentes en los cuales el diseñador cumple un rol fundamental. La formación debe ser concebida entorno a los escenarios de inserción laboral futura con el compromiso de formar profesionales capacitados para implementar proyectos de innovación a través de estrategias de gestión empresarial.

2) Mónica Pavéz Bezanilla

Profesora Universidad Católica "Nuestra Señora de la Asunción"
Asunción - Paraguay

La carrera es vespertina y en el mercado está la figura "Diseñador Junior" (estudiante de diseño).

¿Nuestra preocupación?

1. El aprendizaje laboral descuida al académico por las horas ocupadas.
2. La remuneración baja es \$315 por 8 horas con responsabilidades de un profesional.
3. Algunos tienen sus propios emprendimientos y afecta su calidad académica. La Universidad busca apoyarlos ordenándolos sin que afecte los estándares de calidad.

Los egresados ocupan cargos en diseño y áreas afines, varios tienen su propio proyecto y emplean a los alumnos.

Poseemos una bolsa de trabajo para estudiantes y un directorio de egresados de seguimiento.

3) Maria Patricia Lopera Calle

Docente investigadora

Facultad de Producción y Diseño

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO

Medellín-Colombia

¿Cómo incorporar la temática ambiental/ sustentabilidad en los planes de estudio?

CASO REFORMA CURRICULAR

Del curso de GESTIÓN AMBIENTAL (2c) al TALLER DE PENSAMIENTO SUSTENTABLE Y RSE (4c), enmarcado en un modelo por competencias profesionales.

Objetivo:

1. Contribuir a los ODS, transición a sociedades sustentables
2. Disminuir el consumo desmesurado favorecido por disciplinas del diseño
3. Implementar aportes de expertos, del SIMPOSIO INTERNACIONAL DE DISEÑO SOSTENIBLE, evento académico, con Talleres de co-creación.

Logros:

- Proyectos de aula donde el pensamiento sustentable es transversal
- Fortalecimiento de línea de investigación, desde proyectos de grado.
- Portafolios de estudiantes, con diseños sustentables
- Banco de soluciones a retos de ciudad
- Aportar desde el diseño y el arte en época post acuerdo, a la paz y la reconciliación RSE.
- Transformación a Campus verde. Oficina de diseño verde.

El Cómo:

- Generando cultura institucional por medio de eventos académicos.
- Valorando el ecosistema universitario
- Promoviendo el diseño inspirado en la naturaleza
- Implementando el prototipado a escala natural de ideas en el campus.
- Reconocer el patrimonio cultural, Invitando a comunidades indígenas que transmitan sus saberes.

- Promoviendo entre la comunidad hábitos, conductas y estrategias amigables, para prevenir, minimizar, mitigar y compensar impactos asociados a sus actividades y procesos.
- Incentivar emprendimientos verdes
- Conectar a los estudiantes con planes, programas y actividades del gobierno estatal, departamental y municipal.

4) Mara Martha Roberto

Supervisora do Programa de Estágio do curso de Design Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM
Brasil

Respondendo à questão de como colaborar para o desenvolvimento profissional e inserção dos egressos no mercado, gostaria de compartilhar a experiência do Programa de Estágio do curso de Design da ESPM, São Paulo, Brasil. Tenho como objetivo relatar aspectos da concepção do Programa e sua implementação que caminham junto às especificidades das diretrizes nacionais deste curso. Por meio das disciplinas de Estágio, projetos de Portfolio e da escola como espaço de experimentação e integração com o mercado, o Programa tem sido um aliado no encaminhamento e inserção profissional dos egressos, conforme comprovado em pesquisas realizadas entre 2007 e 2014.

5) Ramiro Pérez

Argentina

¿Se puede enseñar el diseño gráfico?

Como profesional entiendo que sí, como docente estoy casi convencido que no. Entonces, ¿qué fin tiene poner un docente con tal contradicción al frente de un aula?

Pensamos al mundo académico con la idea puesta en cómo mejorar la enseñanza o cómo debería ser la universidad y diversas cuestiones que suelen ser siempre de arriba hacia abajo.

Desde la capacitación docente obtenida aprendí, o mejor dicho, desaprendí viejas construcciones que invito a que juntos reflexionemos sobre la necesidad de hacer un mayor trabajo invertido en pos de mejorar la calidad académica.

6) Ana Paula Schmiedel

Coordinadora de la Carrera de Diseño Gráfico y Docente
Universidad Americana
Paraguay

Adopta un Briefing

A cada año un promedio de 10 alumnos egresan de la carrera de Ing. en Marketing y Publicidad con un título que tiene mucho peso: ingeniero. Se supone que su formación académica les prepara para ser gerentes y que tienen la capacidad de ejecutar planes de marketing (una tarea muy compleja). Esos alumnos no tienen experiencia en proyectos de esa complejidad y mucho menos autoridad para manejar un equipo de profesionales que este bajo su responsabilidad.

Los docentes intentan hacer trabajos prácticos que lleven los alumnos al mundo real, trabajando con empresas y datos reales, pero, dependiendo de la asignatura es complejo lograr que las empresas se comprometan con los alumnos, pues tratan como un trabajo académico y no como una "consultoría", además de que no quieren compartir información confidencial, principalmente cuando se trata de asignaturas como Marketing, Gerencia de Marca e Identidad Corporativa. Otro factor es la remuneración, porque en un mercado pequeño como el nuestro, las empresas no quieren pagar mucho por los servicios y no es justo prestar un servicio de calidad, aún que sea elaborado por estudiantes, de manera gratuita, pues quita oportunidad de las pequeñas empresas que están surgiendo en el mercado de captar esos clientes y cobrar lo que corresponde por su trabajo.

A los alumnos les falta práctica profesional, tanto en la aplicación de su conocimiento teórico en la resolución de problemas reales cuanto en el desarrollo de las habilidades sociales y competencias emocionales, porque deben pasar de un rol de colaborador (la mayoría trabaja) a ser líder de un equipo y en sus trabajos prácticos no aprendiendo eso.

Adopta un Briefing surge como un puente, para vincular los docentes y sus alumnos; con "empresas" que realmente necesitan y que en la mayoría de los casos no tiene presupuesto: las ONG's y causas sociales.

El tercer sector de Paraguay carece mucho de buenos servicios en el área de marketing, comunicación y diseño, porque normalmente las donaciones que las instituciones captan es destinada a su labor y nunca sobra presupuesto para la creatividad.

La plataforma ofrece espacio para que las ONG's publiquen sus "necesidades creativas" y los alumnos interesados pueden "adoptarlas" para prestar el servicio en forma voluntaria.

Ambos ganan, porque las ONG's cuentan con profesionales y sus acciones llegan a más personas; y los alumnos tienen "clientes" con quienes trabajar, que además de ser comprometidos, valoran el esfuerzo voluntario de sus "consultores". Además, gana toda la comunidad, porque el impacto de las ONG's con buenas y creativas estrategias es mayor: consiguen comunicar mejor sus objetivos, consiguen más donaciones y voluntarios para seguir trabajando.

Ese modelo de Adopta un Briefing puede ser replicado en cualquier país y también por otras carreras que no estén relacionadas con creatividad, siendo una herramienta poderosa para los colegas de las diferentes Universidades de la Asociación.

ARTE

7) Jorge Pasmíño Yáñez

Director Departamento de Artes Plásticas,
Universidad de Concepción, Chile.

“Influencias del arte huichol en algunas producciones contemporáneas”.

A través de esta propuesta, que nos sitúa en el campo de la producción, podremos observar la influencia de los mitos y estética de la cultura huichol en la obra de algunos autores mexicanos. Así, nos referiremos sucintamente a algunos artistas visuales, a diseñadores gráficos y a aspectos del vestuario contemporáneo, donde fijaremos nuestra atención en producciones visuales observadas en México, durante los últimos 10 años, particularmente en un conjunto de destacados autores provenientes de diversos campos disciplinarios, que han desarrollado productos, formas, iconografías, con contenidos originados desde la contemplación y estudio del arte, y que han puesto atención en los sincréticos cultos practicados por la cultura huichol, y en la iconografía de la misma.

En esta aproximación buscamos reconocer en las obras de aquellos la evidente influencia cultural de la etnia huichol, que se refleja permeando las diversas producciones estilísticas observables tanto en el arte como en el diseño actuales.

8) César Augusto Zelada Mathews

Escuela de Cine y Artes Visuales de Lima
Perú

La industria del cine, animación y vfx requiere de cientos de artistas para un solo gran proyecto, este tipo de emprendimientos ya no es ajeno a una realidad latinoamericana. Películas como "Metegol" en Argentina y "Condorito" en Perú, son solamente dos casos que han convocado cientos de artistas, no solo digitales, sino también plásticos.

Como artista con 20 años de experiencia en grandes producciones de Hollywood, sé la importancia de un portafolio que muestre nuestro talento, lo cual se complica para un reciente egresado. Juntar esfuerzos y talentos entre alumnos de

diferentes escuelas de arte en Latinoamérica hacia proyectos concretos podrían hacer crecer en valor las propuestas de artistas latinos y ponerlos en vitrina para el mundo.

9) Iván Patricio Burbano Riofrío

Coordinador Licenciatura en Diseño Comunicacional
Universidad San Francisco de Quito
Ecuador

Enseñanza del diseño como un sistema producto

Las empresas se centran cada vez más en el desarrollo de productos y servicios inter-relacionados. Productos, servicios y estrategias de comunicación actualmente son uno solo. La enseñanza del Diseño Comunicacional debe estar enfocada hacia la formación de un perfil profesional que sea capaz de pensar de manera sistémica, es decir diseñadores estratégicos capaces de proyectar sistemas producto con el objetivo de crear soluciones innovadoras a problemas cada vez más complejos en los campos tecnológico, comercial, cultural y social.