

PROGRAMA DE INVESTIGACION Y DESARROLLO EN DISEÑO (2016-2020)

OPINIÓN ACADÉMICA

Completar la tabla valorativa que se adjunta más abajo, junto a una opinión académica escrita de 500 palabras (en castellano) que valore el *Resultado* de la investigación (material recibido) desde una perspectiva positiva, constructiva y sugestiva, que sustente las elecciones marcadas. Puede incluir orientaciones para los avances y trabajos futuros de los académicos implicados en la Investigación.

ENTREGA	15 de abril, 2019
---------	-------------------

Cuaderno del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación N°63. (2017)

Pertenece al Proyecto de Investigación N° 8.1 ESTÍMULO A LA INVESTIGACIÓN. Programa de Investigación de la Facultad de Diseño y Comunicación. Coordinación Marina Matarrese. Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Año XVII, Julio 2017, Buenos Aires, Argentina. ISSN: 1668-0227
Pertenece a la Línea de Investigación N°8. Investigar en Diseño.

Nombre y Cargos del Evaluador externo

[Rita Aparecida da Conceição Ribeiro]

Graduada em Comunicação Social, Mestre em Comunicação Social, Doutora em Geografia. Professora e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Design e líder do Grupo de Pesquisa Design & Representações Sociais da Universidade do Estado de Minas Gerais, Brasil.

	Notable	Buena	Regular
Actualidad de la temática (vigencia, aplicación, etc.)	x		
Nivel Alcanzado (profundidad, consistencia, jerarquía, etc.)	x		
Diversidad del enfoques (pluralidad, participación,)	x		
Calidad (problemática, análisis, tratamiento, etc.)	x		
Contribución al avance del Diseño (Fortaleza)	x		

OPINIÓN ACADÉMICA (500 palabras)

La línea política de Investigación, Desarrollo y Creación en Diseño y Comunicación de la Facultad lanzó el primer cuaderno, abordando las investigaciones propuestas entre los años 2012 a 2015. La publicación se divide en 07 grandes ejes temáticos, cada uno compuesto por artículos de carácter investigadores de diferentes nacionalidades. La división de los ejes abarca una diversidad de enfoques. El eje Empresas Y Marcas, trata directamente de las relaciones que se establecen entre la producción económica y los nuevos procesos comunicacionales. Medios y estrategias de comunicación, aborda específicamente los procesos comunicacionales, analizando los productos desarrollados por los diversos medios en el continente latinoamericano, sus influencias y transformaciones. Nuevas tecnologías, pretende presentar cómo las transformaciones tecnológicas modifican los procesos e impactan en el cotidiano de profesionales y usuarios. El eje Nuevos Profesionales, constituye, uno de los ejes que más me llama la atención. Mucho se discute acerca de los impactos en las transformaciones de los medios y de las herramientas de comunicación y diseño, más muy poco aún se refleja como eso impacta en la formación de los profesionales. Este eje promueve estas discusiones. Diseño y producción de objetos, espacios y imágenes se vuelve específicamente al campo del diseño. Los artículos allí publicados se refieren a las transformaciones en los sentidos de los objetos, desde la entrada de nuevos materiales, pero abordando principalmente los procesos de desmaterialización que vienen siendo integrados a una escala cada vez más contundente en los procesos, no sólo de creación, sino de consumo, en un momento en que la obsolescencia programada interfiere en la visión y consumo de objetos, espacios e incluso, de relaciones. Frente a tantas modificaciones en la tecnología, en la recepción, producción y en las relaciones entre los consumidores, el eje Pedagogía del diseño y las comunicaciones, a mi ver, constituye el eje principal de la edición presentada. ¿Qué profesionales pretendemos formar? Para trabajar donde y con qué? Esas son indagaciones preciosas, que deben constituir, permanentemente las discusiones sobre los procesos de enseñanza en las áreas de la Comunicación y el Diseño. No menos importante, el último eje Historia y tendencia trae la oportunidad de investigar la evolución de los lenguajes, como la fotografía, el diseño gráfico, haciendo un rescate histórico, pero también, aborda la constitución de nuevas tendencias, al presentar relatos que incluyen la formación de la nueva generación que, próximamente, estará en la universidad. La construcción del cuaderno, la selección exquisita de los artículos es meritoria. Mi única observación se refiere a la cantidad de ejes abarcados. Entiendo que son universos muy grandes y que podrían ser divididos en líneas distintas. Los dos últimos ejes podrían desmembrar en líneas específicas. Sin embargo, eso de ninguna manera quita el mérito del trabajo, una excelente publicación, que será muy valiosa para entender los procesos comunicacionales y del diseño en América Latina.