

Plan de Desarrollo Académico

- Proyecto Anual
- Proyectos de Exploración y Creación
- Programa de Asistentes en Investigación
- Líneas Temáticas
- Centro de Recursos
- Capacitación Docente

10

Septiembre
2002

Proyectos en el Aula

Centro de Estudios en Diseño y Comunicación
Facultad de Diseño y Comunicación
Universidad de Palermo

Universidad de Palermo.
Facultad de Diseño y Comunicación.
Mario Bravo 1050.
C 1175 ABT. Buenos Aires. Argentina.
5-199-4500
consultasdc@palermo.edu.ar

Diseño
Constanza Togni

Equipo de Gestión, Proyectos en el Aula:
Carla Argañaraz
Lorenzo Blanco
Thais Calderón
José María Doldan
Fabiola Knop
Carlos Morán
María Laura Spina

Programa de Desarrollo Académico
Coordinación
Estela Pagani

Facultad de Diseño y Comunicación
Decano
Oscar Echevarría

Se autoriza su reproducción total o parcial, citando las fuentes.

Programa Desarrollo Académico

Plan de Desarrollo

El Programa de Desarrollo Académico constituye un ámbito destinado a impulsar y promover acciones en torno a la creación, producción e investigación para la promoción y desarrollo de los campos disciplinares en los que actúa la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

Organiza, promueve y difunde, acciones y actividades académicas, que articuladas en la relación enseñanza-aprendizaje, consolidan el Centro de Estudios en Diseño y Comunicación.

La Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, ha incluido dentro de sus metas y objetivos el establecimiento de una dinámica que permita formular e incorporar la creación, producción e investigación. Estos lineamientos están presentes en el proceso de autoestudio cuyos documentos fueron presentados a la Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria (CONEAU), quien destaca en el Informe Final de Evaluación Externa de la Universidad de Palermo (2000), las acciones desarrolladas por la Facultad y realiza propuestas para avanzar en el desarrollo del área de investigación.

De esta forma, a partir del año 2000, se formaliza el **Programa de Desarrollo Académico**, como espacio institucional participativo, que tiene como propósito integrar curricularmente la producción, la formación, el desarrollo disciplinar y el práctica profesional.

Destinado a optimizar acciones preexistentes, ampliar propuestas y formalizar nuevas pautas de trabajo académico, el Programa de Desarrollo Académico permitió instalar, en el tejido académico de la Facultad, las acciones de creación, producción e investigación y sustentar, a su vez, nuevas instancias de desarrollo, que confluyan en la creciente formalización del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, cuyos alcances están elaborados en el trabajo Espacios Académicos, Cuadernos de Proyectos en el Aula, N° 9. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. 2002.

Las acciones del Programa de Desarrollo Académico enriquecen el proceso de formación de los futuros profesionales del Diseño y la Comunicación, a través del diseño curricular por proyectos que implementa la Facultad. Los proyectos que estructuran el estudio e interpretación de los nuevos fenómenos de la realidad, por parte de docentes y estudiantes de todas las Carreras de Grado de la Facultad coinciden con el avance hacia niveles de Posgrado de la actividad de la Facultad, cuando durante el 2000, se crea la Maestría de la UP en Diseño, en colaboración con la Universidad de Barcelona.

Las actividades se organizan a través de tres tipos de acciones: 1- Proyectos en el Aula, 2- Trabajos de Exploración y Creación, 3- Proyectos de Desarrollo. Estas acciones son coordinadas por un Equipo de Gestión de Proyectos que, conformado por docentes de diferentes carreras, colabora asesorando metodológicamente y elabora documentos de apoyo para la realización de los mencionados proyectos.

Las Jornadas de Reflexión Académica, realizadas en forma ininterrumpida desde 1993, y los Foros de Intercambio Académico, realizados a partir del presente año, constituyen dos espacios para la reflexión y el debate en torno a las acciones de producción, creación e investigación desarrolladas en el marco del Programa de Desarrollo Académico de la Facultad.

En este sentido, las ediciones de las comunicaciones presentadas en las **Jornadas de Reflexión Académica** recorren, en el último trienio 1999-2002, una lógica coherente, que focaliza la preocupación institucional y del claustro docente, en la estrategia de enriquecer, la tarea áulica, que enlace los procesos de enseñanza-aprendizaje, con la constelación de preocupaciones del entorno.

A los efectos de ubicar las acciones de creación, producción e investigación, en la tarea áulica y avanzar en la formación del claustro docente para transitar en la realización de proyectos, la Facultad delineó, desde el primer cuatrimestre de 2000, un **Programa de Capacitación Continua en Investigación para Docentes**, que en talleres, seminarios y cursos, focalizaron la articulación de aspectos metodológicos con estrategias de inserción curricular.

Los resultados de los proyectos, difundidos a través de publicaciones impresas y digitales, permitieron la inclusión de nuevas tareas y prácticas, y en especial, adecuar las metodologías y los recursos pedagógicos.

Testimonio del desarrollo alcanzado es la Guía de Artículos y Publicaciones, que puede ser consultada en el web site de la Facultad. (www.palermo.edu.ar/dyc/facultad/guadepublicaciones.htm), que evidencia, tanto el compromiso de los docentes en las actividades del Programa de Desarrollo Académico, como la riqueza, diversidad y la personalidad de la producción.

Conformada por ponencias, informes de investigación, documentos de trabajo, propuestas pedagógicas, registro de experiencias creativas, la Guía de Artículos y Publicaciones, constituye el resultado de las actividades académicas realizadas en la Facultad de Diseño y Comunicación, por el claustro docente, profesionales y académicos invitados y por egresados y maestrands.

La visibilidad y reconocimiento de las acciones realizadas, permiten avanzar hacia la satisfacción de demandas externas provenientes del ámbito público y privado, acciones que poseen una línea de trabajo formalizada, a través de producciones ofrecidas por la Facultad a diversos sectores de la comunidad de la que forma parte.

El Programa de Desarrollo Académico de la Facultad, permite generar una interacción institucional, cuya sinergia promueve las condiciones para avanzar hacia una nueva dimensión institucional, en la formalización de un Centro de Estudios en Diseño y Comunicación que integre todas las acciones realizadas hasta el presente, y que colabore con la proyección de la Facultad hacia la comunidad y hacia la región.

Áreas de acción

El Plan de Desarrollo del Programa 2003, se plantea a partir de las acciones que involucran cuestiones curriculares, institucionales y de formación docente,

1. Proyecto Anual
2. Trabajos de Exploración y Creación
3. Programa de Asistentes en Investigación
4. Líneas Temáticas
5. Centro de Recursos
6. Capacitación Docente

I Proyecto Anual

El Proyecto Anual y liderazgo docente.

Esta modalidad del **Proyecto Anual** que acompaña el ciclo académico anual de la Facultad, se orienta a partir del 2003, a profundizar, jerarquizar y ampliar las acciones de creación, producción e investigación de los Proyectos en el Aula y Desarrollo.

Consolidan el liderazgo docente en la administración de los proyectos, estudios y producciones que signifiquen aportes sólidos a las disciplinas del diseño y las comunicaciones.

Los proyectos en su modalidad anual, acompañan el ciclo académico de la Facultad, reemplazan el diseño por cuatrimestre de los Proyectos en el Aula y Desarrollo. Están orientados a definir objetos y problemas de investigación que resulten relevantes para el diseño y las comunicaciones aplicadas, para promover la producción académica, y profundizar la articulación entre los niveles de grado y posgrado, de manera integral y adecuada.

Este nuevo diseño constituye un paso para consolidar el liderazgo de los docentes de la Facultad en la realización proyectos e implica, a su vez, la jerarquización las acciones de creación, producción e investigación en el tejido curricular de la Facultad.

Diseñados para su desarrollo durante el ciclo académico anual, los docentes tienen posibilidad de realizar una mejor planificación y organización de las acciones que involucran al proyecto, permitiendo desde su diseño anual, organizar metodologías de trabajo a largo plazo, buscar recursos y profundizar el análisis para lograr mejores resultados.

La propuesta anual, otorga al proyecto madurez que, permite incorporar acciones de intercambio entre docentes, evaluar los resultados parciales entre pares, e incorporar acciones que integren y articulen los proyectos con diferentes áreas curriculares.

Los Proyectos anuales se articulan, a su vez, con la asistencia en investigación de los estudiantes, quienes se integran a la realización del proyecto, participando en forma activa de las acciones de investigación, lideradas por los docentes de la Facultad, transformados en directores de proyectos.

II. Trabajos de Exploración y Creación

Sistematización de resultados

Los **Trabajos de Exploración y Creación**, denominados Concursos, son producciones, teóricas, creativas o expresivas, realizadas en el ámbito áulico, a través de un proceso de articulación del proyecto, con los propósitos de la asignatura, para la búsqueda de soluciones innovadoras a necesidades provenientes de la realidad. Estos Trabajos, que integran diferentes asignaturas y recorridos curriculares, son creaciones para comitentes reales. Los Trabajos de Exploración y Creación, poseen una instancia de evaluación externa, y de difusión.

La sistematización de resultados, a través de una memoria permite registrar la producción, el proceso de aprendizaje y los ámbitos y perfiles de transferencia de las creaciones realizadas.

Estas realizaciones poseen un antecedente de larga trayectoria y alcance en la Facultad. Concebidos como Proyectos en Aula, los denominados "Concursos", abordan el desarrollo de soluciones implementables en Diseño y Comunicación a comitentes reales. Permiten articulaciones puntuales en diversos tópicos con la comunidad, las empresas y el gobierno.

Una amplia gama de producciones, tales como imágenes, objetos, videos, campañas y marcas, entre otras, completan un mapa de recursos con capacidad de transferencia a escenarios reales y prácticas de diversa índole.

Son producciones realizadas por estudiantes y coordinadas por los docentes, para comitentes reales en tiempo real, a partir de unidades temáticas, conceptuales o instrumentales pertenecientes a la currícula de cada asignatura.

Los Trabajos de Exploración y Creación implican acciones de recopilación y sistematización de datos, en torno de la creación de obra y producción, que enfatizan la importancia de la experimentación, la aplicación de metodologías adquiridas y el desarrollo de habilidades en función de acciones creativas y eficientes. La realización de estos Trabajos de Exploración y Creación, fomentan la utilización de materiales novedosos y el manejo de formas que se expresan, en diversos soportes y contribuciones al diseño y comunicación.

Estas experiencias asumen el requerimiento y satisfacción de necesidades formuladas desde la realidad, de búsquedas de información, articulan la experiencia académica con los esquemas globales de planteos conceptuales y procedimentales enriquecedores, plasman la individualidad de los estudiantes, a través de la selección y reconocimiento del proceso creativo realizado.

Difundidos a través de muestras, en el periódico y el web site de la Facultad, poseen un reconocimiento institucional interno y externo, más allá del aula, otorgando a los alumnos un lugar destacado como autores de producciones significativas y trascendentes, y testimonian a sus primeros pasos profesionales.

III. Programa de Asistentes en Investigación

Entrenamiento y capacitación de estudiantes.

El **Programa de Asistentes en Investigación**, se integra a la currícula de las carreras de la Facultad. Los estudiantes avanzados, pueden optar por la participación en el mismo, incluyendo las materias del Programa como electivas para alcanzar el título de grado.

El Programa se orienta a preparar a los estudiantes en acciones de liderazgo en investigación, a vincular a docentes y estudiantes en la conformación de equipos y a promover la relación entre investigación, sus marcos metodológicos y éticos con el desarrollo profesional.

La labor investigativa en su más amplio espectro, constituye para los estudiantes universitarios una condición que define su identidad, involucrándolos como parte activa de la búsqueda de soluciones prioritarias en los campos disciplinares y en la trascendencia de esta labor en la vida colectiva.

Esta instancia, incorporada al proceso de aprendizaje constituye, un núcleo motivador para los estudiantes, quienes se interesan en continuar con mayor capacitación e incremento de sus habilidades en los aspectos metodológicos y técnicos de la investigación y aspiran, a su vez, a conformar equipos internos o externos, y a incorporar las técnicas, metodología y recursos de investigación en su futuro ejercicio profesional.

En forma constante, generando diferentes etapas de formalización, la creación, producción e investigación, constituyen en forma progresiva y continua, el núcleo de la relación enseñanza aprendizaje de la Facultad. En el trabajo cotidiano de las asignaturas, la Facultad propicia las mencionadas acciones como parte relevante de su proyecto pedagógico.

Siguiendo esta línea de desarrollo, a partir del 2003, formará parte de la currícula un Programa de Asistentes en Investigación, estructurado en dos niveles, cuyos contenidos contemplan teoría y práctica para la formación básica en investigación aplicada al campo del diseño y las comunicaciones.

La Facultad ofrece para la formalización y efectiva implementación del Programa de Asistentes en Investigación, un amplio esquema de oportunidades de inserción de los estudiantes, siendo factible su participación, en los Proyectos en el Aula, colaborando con el docente; en los Proyectos de Desarrollo, como discípulo del director del proyecto o bien, en emprendimientos de investigación institucional, en el marco del Centro de Estudios.

IV. Líneas Temáticas

La coherencia e integración de las acciones

Las **Líneas Temáticas** son campos de análisis vinculados al conjunto de las carreras de la Facultad, que orientan delimitan y organizan la realización de los Proyectos en el Aula y los Proyectos de Desarrollo.

Las Líneas Temáticas son una organización institucional de grandes áreas que procuran integrar la producción de la facultad en grandes líneas estratégicas que articulan y dinamizan el intercambio de enfoques y experiencias, permitiendo enriquecer el análisis, ofreciendo alternativas a la fragmentación de las asignaturas y formulando transferencias entre las diferentes disciplinas de los campos del diseño y la comunicación.

Las acciones de producción, creación e investigación integradas al proceso de aprendizaje forman parte del diseño curricular de la Facultad, desarrollando, a través de estas acciones, una metodología de trabajo participativo, dinámico y continuo que articula, la producción académica con las tramas de las realidades profesionales, económicas, sociales y culturales.

La Facultad, propone como Líneas Temáticas que integran las acciones y las actividades de grado, y posgrado, las siguientes:

1- Empresas, 2- Marcas, 3- Nuevas Tecnologías, 4- Nuevos Profesionales, 5- Producción de Objetos e Imágenes, 6- Recursos para el Aprendizaje, 7- Medios, 8 - Relevamiento Terminológico e Institucional.

Los propósitos y acciones de cada Línea propuesta, fueron elaborados por los miembros del Equipo de Gestión de Proyectos durante 2001-2002 (ver anexo en esta publicación)

V. Centro de Recursos para la Investigación y la Producción

Del Centro a las aulas.

El **Centro de Recursos** se propone proveer información que sirva de apoyo a los diferentes trabajos de investigación que realizan los alumnos a lo largo de sus carreras. Las acciones del Programa de Desarrollo Académico confluyen el Centro de Recursos incrementando el acervo documental disponible para la producción y la investigación.

El Centro Recursos es un área de servicio académico de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo que reúne materiales, documentos e información sobre los campos profesionales en los que actúan las carreras que se dictan en la Facultad. El Centro de Recursos actúa complementando los servicios de la Biblioteca de la Universidad. Ofrece documentación no bibliográfica para ayudar a los estudiantes, egresados y profesores en la realización de diferentes trabajos académicos y pedagógicos. El Centro de Recursos fue creado en 1995, para facilitar y enriquecer el trabajo de los estudiantes, a través de la consulta de materiales, imágenes, artículos,

videos y otros documentos de difícil localización. Se trata de materiales habitualmente no catalogados en bibliotecas, provenientes de publicaciones periódicas y efímeras. Existen diversas fuentes, internas y externas, que alimentan y mantienen actualizado el acervo documental del Centro de Recursos.

Con el objetivo de maximizar la eficiencia de los circuitos de acceso a la información, fortalecer los servicios ofrecidos por el Centro de Recursos, durante el primer cuatrimestre 2002, la Facultad asumió la tarea de rediseñar la organización de las series documentales. A partir del estudio de la consulta de la documentación, se elaboraron nuevos instrumentos para una organización del Centro para acrecentar la capacidad de acceso a las fuentes documentales y de información.

Las series, son las siguientes: 1- Avisos, 2- Trabajos Finales de Grado, 3- Recortes Periodísticos/ Trabajos de Recopilación, 4- Libros de Imágenes, 5- Acciones Académicas de la Facultad, 6- Recursos de Información, 7- Trabajos Multimediales, 8- Trabajos Gráficos Ganadores de Concursos, 9- Videoteca, 10- Trabajos Prácticos de Alumnos, 11- Relevamientos Temáticos/Producciones del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación.

La descripción y localización de la documentación, es ofrecida a través índices e inventarios, publicados y difundidos en www.palermo.edu.ar/dyc/crecursos/crec_index.

En este sentido, ubicado como una herramienta al servicio de los procesos de aprendizaje, el Centro de Recursos fortalece su función, tomando una entidad destacada en los procesos de investigación y producción que realizan docentes y estudiantes de la Facultad.

A los efectos de formalizar estas acciones se ha constituido un Equipo de Análisis para la recepción del material procedente de la tarea áulica. Las producciones y documentos, deberán satisfacer el acrecentamiento del fondo en términos de constituir información para la producción, la investigación y la memoria de cada carrera de Facultad.

VI Capacitación Docente

Programa de capacitación docente en Investigación

El **Programa de Capacitación** centra sus acciones en torno a las metodologías necesarias para avanzar en la creación, producción e investigación y su implementación en la relación enseñanza - aprendizaje. Confluye en el proceso de capacitación permanente del claustro docente que lleva adelante la Universidad de Palermo.

Para alcanzar la realización de su modelo pedagógico, la Facultad ha priorizado, en forma continua la realización de acciones de capacitación de su claustro docente.

A partir del relevamiento de necesidades académicas, realizado por el Equipo de Gestión de Proyectos, durante el ciclo lectivo 2001, en entrevistas individuales a cada uno de los docentes de la Facultad. Este estudio conformó un mapa que permitió focalizar las líneas de interés en capacitación y puntualizar aquellos tópicos considerados indispensables por los docentes para el desarrollo de la tarea pedagógica.

El estudio de referencia, delineó áreas tales como planificación, criterios de evaluación en las asignaturas, estrategias de autoevaluación docente de las acciones pedagógicas y metodologías referidas a la investigación.

El Programa de Capacitación en Investigación, se orienta a ofrecer de manera continua perfeccionamiento y actualización, para formalizar de manera efectiva los proyectos de creación, producción e investigación y su enlace curricular a través de la formación de los docentes y su constitución en líderes de proyecto.

Anexo

Creación, Producción e Investigación en Diseño y Comunicación

Líneas temáticas

La determinación de las Líneas Temáticas y la elaboración de los propósitos y acciones, en cada una de ellas, fue realizada por los miembros del Equipo de Gestión de Proyectos durante el año lectivo 2001 y primer cuatrimestre 2002.

Las Líneas Temáticas organizan la producción académica de la Facultad y constituyen un soporte para la realización de nuevas acciones. Las líneas son: 1- Empresas, 2- Marcas, 3- Nuevas Tecnologías, 4- Nuevos Profesionales, 5- Producción de Objetos e Imágenes, 6- Recursos para el Aprendizaje, 7- Medios, 8- Relevamiento Terminológico e Institucional.

1. Empresas

La empresa representa uno de los organismos vitales del acontecer socioeconómico. En forma permanente, ha sido campo para el acceso de los avances científicos, tecnológicos y culturales.

En los últimos decenios, las organizaciones han establecido nuevos sistemas de gestión para satisfacer en cada medio las demandas y expectativas destinadas a eficientizar el aparato productivo. Estas acciones se organizan simultáneamente con la disposición de nuevas fórmulas de funcionamiento en estrategias de gestión y comunicación para la proyección de la organización en el contexto socio-económico.

La agudeza de su problemática, proporciona un campo de estudio de innovaciones, paradigmas y estructuras, cuyo análisis permite orientar la producción innovadora del diseño y las comunicaciones aplicadas.

Propósitos y acciones

- Estudiar las empresas de bienes y servicios, las condiciones y perspectivas, en el contexto de la globalización desde la perspectiva de los campos disciplinares del diseño y la comunicación.
- Estudiar los nuevos conceptos de producción, circulación y consumo, de bienes y servicios, y su relación con los requerimientos formulados al campo del diseño y la comunicación.
- Estudiar la dinámica de los sectores del mercado, y su relación con el diseño y la comunicación como factores integrados al proceso de producción y Relevar y registrar las especificidades del sector público y la sociedad civil en relación con el quehacer empresarial, focalizando estos ámbitos en el marco de las disciplinas del diseño y la Comunicación.
- Relevar y registrar las demandas de conocimiento generadas desde el mercado para establecer procesos óptimos en la enseñanza del diseño y la comunicación.

2. Marcas

La marca constituye actualmente uno de los elementos más significativos, tanto en lo referente al mercado de producción, como a los procesos de circulación y de significación en el ámbito cultural. Como generadora de valor, la marca es considerada como unidad de análisis sintetizadora de cuestiones referidas al mercado, a las prácticas culturales, a la construcción de identidades y a los patrones estéticos.

Los estudios sobre el surgimiento, posicionamiento y comportamiento de las marcas han sido realizados en forma fragmentaria, y en la actualidad no se registran abordajes integrales, que permitan secuenciar los impactos y transformaciones de las que fueron objeto.

La recopilación, registro y análisis en torno de las marcas, constituye un recurso estratégico para la creación y la innovación de los profesionales del diseño y las comunicaciones aplicadas.

Propósitos y acciones

- Rescatar y preservar el patrimonio visual, cultural y económico que constituyen las marcas comerciales.
- Investigar y analizar el proceso gráfico y evolutivo de las marcas, desde sus inicios a la actualidad.
- Realizar una historia integral de las marcas nacionales que posean una amplia trayectoria, tradición y persistencia.
- Analizar las marcas transformadas en genéricos.
- Relevar, registrar y analizar la relación de las marcas con la dinámica de las organizaciones empresariales.
- Analizar el alcance de la marca en los procesos de comunicación.

3. Medios

Los medios son los principales actores comunicacionales que determinan las prácticas sociales, políticas, económicas, culturales del mundo contemporáneo. Constituyen las formas de representación de los horizontes de la realidad, reproducen prácticas y la dimensión valorativa de las mismas

La presencia de los medios determina las lógicas de las necesidades contemporáneas, modelando las demandas y realizando propuestas que ligán la producción y el consumo, a la par de sumar posibilidades de difusión de modos de vida y expresiones culturales. Son ámbitos de creación y de renovada influencia en las experiencias de lo público y lo privado.

La televisión, la gráfica, la radio, el cine y los nuevos medios digitales, son soportes privilegiados de reproducción de saberes, de concepciones estéticas, de información, y de múltiples estrategias que determinan la idea de mundo y sus posibilidades de transformación.

El estudio integral del repertorio de procesos artísticos, estéticos, creativos, funcionales de los medios y sus efectos, permiten la construcción de un valioso conocimiento, para avanzar en el pensamiento crítico y en la renovación constante de la formación de profesionales del diseño y las comunicaciones.

Propósitos y acciones

- Analizar la historia de los medios la evolución, difusión, y vinculación con las corrientes artísticas y difusión, focalizando tradiciones e innovaciones.
- Relevar, describir y analizar la producción de medios a partir de géneros, lenguajes y estilos, en el campo del deseo y las comunicaciones.
- Estudiar los medios en el escenario de las nuevas tecnologías, en cuanto a su estructura, dinámica y alcances.
- Estudiar el impacto y significación de los medios en la conformación de la vida cotidiana pública y privada. El uso y los efectos institucionales, sociales, empresariales y de circulación de bienes y servicios y consumo de los mismos.
- Estudiar los medios como variable estratégica para la gestión de empresas, instituciones y personas.
- Analizar las cuestiones éticas de los medios y el rol de los profesionales en la comunicación responsable.

4. Nuevas Tecnologías

La explosión tecnológica ha generado una serie de cambios importantes en el mundo del diseño y las comunicaciones aplicadas. Los recursos digitales considerados como herramientas de trabajo han aportado nuevos lenguajes y posibilidades de creación. Esta instancia innovadora de las nuevas tecnologías, afecta a su vez, la vida cotidiana de la sociedad en su conjunto, determinando nuevos procesos de circulación de la información, y de las prácticas de producción y creación.

La difusión tecnológica aporta estilos novedosos en los modelos organizativos de las empresas, y un cambio en las modalidades de producir y consumir. En su conjunto las nuevas tecnologías constituyen un campo para el estudio y el análisis necesario para la actualización creativa, la selección y aplicación de nuevos criterios en la producción y creación del diseño y las comunicaciones.

Propósitos y acciones

- Relevar el mapa de ofertas tecnológicas relacionadas con el diseño y la comunicación, registrando tipos, características, estructuras y alcances.
- Estudiar la incidencia y la determinación de las nuevas tecnologías, en tanto herramientas, en las modalidades de creación y difusión en el proceso del diseño y la comunicación.
- Estudiar la dinámica de los cambios generados en la formación profesional a partir de la difusión e implementación de las nuevas tecnologías como factor clave en las condiciones de creación y producción.
- Realizar estudios que procuren elaborar un diagnóstico de situación de los marcos teórico-conceptuales disponibles, respecto de las nuevas tecnologías con relación al diseño y la comunicación.
- Realizar diagnósticos del perfil de recursos humanos, en tanto características de formación y capacitación en el campo de las nuevas tecnologías, orientado a establecer una dinámica de renovación permanente de la currícula de estudio.

5. Nuevos Profesionales

La idea de un profesional capaz de planificar creativamente las acciones de diseño y comunicación, es posible desde un enfoque activo de indagación de la realidad. En este marco, la formación de futuros profesionales en las áreas de diseño y comunicación, incorpora el estudio de las necesidades y demandas realizadas por la práctica profesional real.

El estudio de las tendencias de la práctica profesional, sus modalidades, los requerimientos en capacitación y manejo de habilidades, constituye un campo de análisis necesario para promover un perfil en la formación de profesionales dinámicos y creativos, con alta capacidad de innovación.

Propósitos y acciones

- Realizar un mapa los perfiles profesionales demandados en la práctica del diseño y la comunicación.
- Estudiar las modalidades del ejercicio de las profesiones en torno al diseño y la comunicación.
- Detectar problemáticas éticas que involucran el ejercicio de la profesión.
- Realizar estudios de las características y alcances de la práctica profesional para generar procesos de actualización curricular provenientes de los estudios de campo.

6. Producción de objetos e Imágenes

Los objetos e imágenes constituyen un sistema de relaciones protagonizado por una compleja trama de requerimientos formulados en un determinado momento histórico, en este proceso están

involucrados, de modo directo intereses y expectativas de las relaciones con la sociedad que los crea.

El estudio de los procesos de formación y de las cualidades de objetos e imágenes, tales como movilidad en el tiempo, condiciones de serialidad y aún de obsolescencia, constituyen un campo propio de la reflexión, análisis y la producción teórica del diseño y la comunicación.

Propósitos y acciones

- Realizar estudios y registros históricos de los objetos, de las obras y su relación con los ámbitos de circulación, que contribuyan a la revisión de las teorías que tradicionalmente han orientado su comprensión.
- Relevar y registrar las tipologías de objetos pertenecientes al campo del diseño y la comunicación en cuanto a los aspectos funcionales, técnicos, instrumentales y estéticos.
- Identificar la creación y producción de objetos a partir de la determinación de las demandas y posibilidades reales formuladas por instituciones, procesos económicos, formas de comportamiento de la sociedad, innovaciones tecnológicas.
- Proyectar y diseñar objetos en función de estudios de campo, para promover innovaciones óptimas en las prácticas de la vida cotidiana social y colectiva, pública y privada.

7. Recursos para el aprendizaje

La originalidad y movilidad permanente de las disciplinas del diseño y la comunicación, requiere de acciones continuas orientadas a enriquecer la relación enseñanza-aprendizaje.

La constante producción académica en la elaboración de herramientas metodológicas solidifica la actualización de los campos disciplinares, permite actualizaciones curriculares y valida las innovaciones en las tareas propias de la formación universitaria.

La elaboración de bases de datos para el acceso a la información, la realización de estados del arte de las disciplinas del diseño y la comunicación, la generación de recursos didácticos de diversa índole, constituyen un conjunto valioso de producciones destinadas a facilitar progresivos y eficaces avances en la formación de los estudiantes del diseño y la comunicación.

Propósitos y acciones

- Crear nuevas fuentes de datos periódicas y flexibles para generar información en torno a las disciplinas del diseño y la comunicación.
- Estimular el acceso del estudiante a la información requerida para enriquecer sus procesos de aprendizaje y realización de proyectos.
- Realizar relevamientos y registros bibliográficos para la actualización de los programas de estudio.
- Recopilar y sistematizar información que articule la formación académica con los requerimientos de la práctica profesional.
- Instrumentar el procesamiento de datos para la elaboración de información
- Generar material pedagógico que facilite los procesos de aprendizaje.

8. Relevamiento terminológico e institucional

Los relevamientos terminológicos implican delimitar los alcances de cada lengua especial y distinguirla de esta forma del lenguaje corriente. Las actividades profesionales se caracterizan por el uso de vocabularios propios caracterizados por la internacionalidad, estabilidad y expansión, tanto en el orden teórico como técnico.

Los relevamientos de los vocablos propios de cada campo y práctica, permiten la elaboración de herramientas organizacionales del lenguaje, glosarios, léxicos, y otros que se convierten en contribuciones que promueven en su conjunto la consolidación de las especificidades, teórico-técnicas de las distintas disciplinas del diseño y la comunicación.

Las características de cada práctica profesional se conjugan, a su vez, en campos institucionales propios. La identificación y registro de las instituciones del Estado, de las organizaciones del mercado y de la sociedad civil, relacionadas con el ejercicio profesional de las disciplinas del diseño y las comunicaciones, constituye la posibilidad de elaborar herramientas que sitúen a los estudiantes en los contextos y alcances de la práctica profesional real.

Propósitos y acciones

- Realizar un relevamiento y registro de los términos teóricos, de los léxicos y jergas de las áreas del diseño y las comunicaciones.
- Relevar y registrar las instituciones vinculadas a la práctica profesional del diseño y la comunicación

Los proyectos realizados y los próximos diseños se organizaran en torno de estas Líneas Temáticas presentadas, posibilitando de esta forma, registrar los recorridos en las acciones de creación, producción e investigación que realizan los docentes y estudiantes de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

Listado de los cuadernos

09. Proyectos en el Aula:

Espacios Académicos de la Facultad de Diseño y Comunicación:

- Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. María Elsa Bettendorff.
 - Centro de Recursos para el aprendizaje. Graciela Pascualetto.
- AGOSTO 2002.

08. Proyectos en el Aula:

- Relevamiento terminológico en diseño y comunicación. A modo de encuadre teórico. Adriana Amado Suárez.
 - Terminología en diseño de interiores. Área: materiales, revestimientos, acabados y terminaciones. Diana Berschadsky.
 - Las Relaciones Públicas y su proyección institucional. Lorenzo A. Blanco.
 - Investigación documental de marcas nacionales. Thais Calderón y María Alejandra Cristofani.
 - De Altamira a Toy Story. Evolución de la animación cinematográfica. Jorge Falcone.
 - El trabajo de la creación. Claudia López Neglia.
 - Entre la información y el sabor del aprendizaje. Graciela Pascualetto.
- MAYO 2002.

07. Arte digital: Guía bibliográfica.

Relevamiento Documental. María Laura Spina. JUNIO 2001.

06. Proyectos en el Aula III:

Arte Digital e interactividad. Fernando Luis Rolando. JUNIO 2001.

05. Proyectos en el Aula II:

- Del cuerpo a las máquinas del cuerpo. Débora Irina Belmes.
 - Televisión informativa y de ficción en la construcción del sentido común en la vida cotidiana. Sergio Guidalevich.
 - El grupo como recurso pedagógico. *Osvaldo Nupieri*.
 - Miseria de la teoría. Gustavo Valdés de León.
- MAYO 2001.

04. Creación, Producción e Investigación.

Proyectos 2002 en Diseño y Comunicación. JULIO 2002.

03. Comunicación en el Espacio Público.

Sistema de Comunicación Publicitaria en la vía pública de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Cira Szklowin. JULIO 2002.

02. El Trabajo Final de Grado. Un Compendio en primera aproximación.

Orlando Aprile. MARZO 2002.

01. Proyectos en el Aula I

- Las medianas empresas como fuente de trabajo potencial para las Relaciones Públicas. Lorenzo A. Blanco.
 - Influencia de Internet en el ámbito de las Relaciones Públicas. Silvia E. Bordoy.
- SEPTIEMBRE 2000.

