

Escritos en la Facultad

Julio 2005 · Año 1 · Nº 6 · Centro de Estudios en Diseño y Comunicación

6

Guía de Presentación de los Proyectos de Graduación Facultad de Diseño y Comunicación

Procesos y productos. Proyecto de Graduación

Líneas del Proyecto de Graduación / proceso conceptual

El Proyecto de Graduación como producto académico

Formalización técnica

Presentación del material digital

Normas básicas para las citas bibliográficas

proyectodegraduaciondc@palermo.edu

Escritos en la Facultad

Universidad de Palermo
Facultad de Diseño y Comunicación.
Centro de Estudios en Diseño y Comunicación.
Mario Bravo 1050.
C1175ABT. Ciudad Autónoma de la Buenos Aires,
Argentina.
infocedyc@palermo.edu

Director

Oscar Echevarría

Editor

Estela Pagani

Coordinación N°6 Escritos en la Facultad

Roxana Garbarini

Comité Editorial

Carlos Caram
Patricia Doria
Roxana Garbarini
Marcelo Ghio
Vanesa Hojemberg
Fabiola Knop
Cecilia Noriega
Daniel Wolf

Textos en Inglés

Felipe Lozano

Diseño

Constanza Togni
Francisca Simonetti

Web

Natalia Filippini

1° Edición.

Cantidad de ejemplares: 300

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.
Julio 2005.

Impresión: Imprenta Kurz.

Australia 2320. (C1296ABB) Ciudad Autónoma
de Buenos Aires, Argentina.

ISSN 1669-2306

Universidad de Palermo**Rector**

Ricardo Popovsky

Facultad de Diseño y Comunicación

Decano

Oscar Echevarría

Escuela de Diseño

Secretario Académico

Jorge Gaitto

Escuela de Comunicación

Secretario Académico

Jorge Surraco

Centro de Estudios en Diseño y Comunicación

Coordinador

Estela Pagani

Escritos en la Facultad es una publicación bimestral del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

La publicación reúne trabajos monográficos de los campos de Diseño y las Comunicaciones Aplicadas. Los artículos, papers, abstracts, recopilaciones, etc., son documentos producidos en el marco del dictado de las asignaturas y de las actividades de reflexión, difusión y extensión realizadas en el ámbito de la Educación Superior de Grado y Posgrado.

Se autoriza su reproducción total o parcial, citando las fuentes. El contenido de los artículos es responsabilidad de los autores.

Escritos en la Facultad N°6
Proyectos de Graduación
Facultad de Diseño y Comunicación

Resumen/ Procesos y Productos. Proyectos de Graduación.

La publicación se constituye en un recorrido de referencias metodológicas y normativas que construyen el proceso y producto final académico del Proyecto de Graduación dentro del marco del Ciclo de Desarrollo Profesional de los cuartos años.

Procesos y Productos se instala en línea con el documento: Proyecto de Graduación (2005) en Escritos en la Facultad 4, Año I, Buenos Aires, Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo; permitiendo al estudiante articular el valor del proceso de elección de la línea temática de su proyecto con la lógica estructural del armado final del mismo.

Las indicaciones se suceden en un proceso que organiza el grado de integración de los aprendizajes adquiridos, el hacer proyectual y la reflexión profesional con la elaboración de un producto establecido dentro de las normativas académicas para la aceptación del Proyecto de Graduación.

Este documento institucionaliza la normativa de la Facultad para la formalización de la entrega del Proyecto de Graduación, instrumentando la sistematización y organización de las partes constitutivas como producto final que medirá la formación del estudiante y los estándares académicos de la Facultad.

Palabras clave

Comunicación - Diseño - Educación Superior - Normativa Académica - Proyecto de Graduación - Ensayo teórico - Proyecto creativo - Proceso - Producto.

Abstract / Processes and Products. Graduation Projects

The publication is constituted in a traveled path of methodological references and rules that build the process and final academic product of the Degree Project inside the framework of Professional Development Cycle of the fourth years.

Processes and Products is installed in line with the document: Degree Project (2005) in Writings of the Faculty 4, Year I, Buenos Aires, Design and Communication Faculty, University of Palermo; the student is able to articulate the election process value of the thematic line project with the structural logic of the final construction.

The indications happens in a process that organize the integration level of the acquired knowledge, the project development and the professional reflection with the elaboration of a established product inside the academic regulations for the Degree Project acceptance.

This document institutionalize the regulation of the faculty to formalize the Degree Project delivery, effecting the systematization and organization of the constitutive parts as a final product that will measure the student formation and the academic standards of the Faculty.

Key words

Communication - Design - Higher Education - Academic Regulatory - Degree Project - Theoretical Essay - Creative Project - Process - Product.

Sumario

Procesos y productos. Proyecto de Graduación.....	p. 4
Valor del PG.....	p. 4
El PG y el estudiante.....	p. 4
Líneas del PG / proceso conceptual.....	p. 5
Registro del proyecto y su título.....	p. 5
El PG como producto académico.....	p. 5
El cuerpo B como organizador de la producción y los datos recogidos.....	p. 5
Organización formal de la presentación / guía.....	p. 6
Detalle de la estructura de cada cuerpo.....	p. 6
A: Presentación y fundamentación.....	p. 6
A.1: Portada.....	p. 6
A.2: Síntesis del Proyecto.....	p. 7
A.3: Introducción.....	p. 7
A.4: Guía para la presentación al coloquio.....	p. 7
A.5: Curriculum y Declaración Jurada.....	p. 7
B: Desarrollo y Producción.....	p. 8
B.1. Portada.....	p. 8
B.2. Índice.....	p. 8
B.3. Capítulos.....	p. 8
B.4. Bibliografía.....	p. 9
C: Anexos.....	p. 9
Sugerencias sobre el PG.....	p. 9
Formalización técnica del PG.....	p. 9
Presentación del material digital.....	p. 10
Producciones originales.....	p. 10
Archivos digitales.....	p. 10
Normas básicas para las citas bibliográficas.....	p. 11
Bibliografía recomendada.....	p. 14

Procesos y productos. Proyecto de Graduación (PG)

El objetivo de esta guía es colaborar con los estudiantes de las distintas carreras de la Facultad en su proceso de elaboración y presentación del producto académico Proyecto de Graduación. El Proyecto de Graduación es un trabajo de integración con énfasis en creatividad, producción proyectual o reflexión teórica, que permite al estudiante aprobar, como último requisito de su carrera de cuatro años, el Trabajo Final de Grado y así obtener el título respectivo.

Este documento se organiza en una introducción y un cuerpo principal dedicado al proceso de elaboración y al producto final normalizado por la Facultad.

Es un documento donde se detallan las características organizativas y formales que obligatoriamente el estudiante debe cumplir en el momento del armado de la presentación de su Proyecto de Graduación. Es la etapa que corresponde al armado del Producto. Antes de avanzar en la lectura de este material se aconseja leer el documento Proyecto de Graduación que ubica este requisito académico en el desarrollo pedagógico de la Facultad de Diseño y Comunicación en su perspectiva de formar profesionales líderes en su sector: Proyecto de Graduación (2005) en Escritos en la Facultad 4, Año I, Buenos Aires, Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo.

El presente documento se propone colaborar con los estudiantes respecto al proceso de trabajo conducente al PG. Como guía de procesos, permite recordar los pasos para la elaboración del PG en el marco de carreras de creación, innovación y producción que dan la posibilidad al estudiante de transitar su propio camino. Como guía de productos establece las normativas académicas para la aceptación del PG.

Valor del PG

El estudiante puede preguntarse por qué este proceso es importante. Su valor radica en que es el último trabajo en el marco de la formación universitaria, es el cierre, la culminación, el enlace y al mismo tiempo la proyección del mismo como profesional.

El PG representa la construcción de un modelo que manifiesta la capacidad del estudiante de demostrar su madurez universitaria y su capacidad de insertarse en el campo laboral, esto se lee en una clara elaboración del proceso y de los resultados obtenidos así como en una organizada presentación con calidad académica. Por esta razón este documento sirve en su primera parte de guía del proceso metodológico para la elaboración de un proyecto y avanza en la segunda parte en la realización académica pautada para la construcción del producto final.

El PG y el estudiante

El PG habla de su autor, de sus capacidades, de su dedicación, de su madurez, del trayecto recorrido y también de cómo se ubica frente a su futuro profesional.

El estudiante del cuarto año tiene total responsabilidad sobre la elaboración de su PG, midiendo los tiempos, articulando sus ideas, madurando su vínculo con el entorno real sabiendo que se trata de su último trabajo académico y al mismo tiempo de su carta de presentación en su futuro profesional. El estudiante se sitúa como el constructor del puente que vincula el PG con la vida académica y profesional, de esta manera se establece como responsable de sus elecciones, de su proceso y de sus resultados. Sin embargo, la autonomía creativa de este trabajo no debe descuidar la homogeneización de la presentación formal, pues la libertad creativa, la posibilidad de encontrar por el propio camino soluciones novedosas e innovaciones sobre el tema elegido se

miden a la par de la posibilidad de adaptarse y responder a los estándares académicos de calidad para acceder a una evaluación de carácter académico universitario.

En este sentido es verdaderamente un documento, que será analizado por evaluadores (profesores, académicos y profesionales) que testimonia el proceso del estudiante y expresa, al mismo tiempo, la carrera y la facultad en que realizó su formación.

Es un documento que resiste la mirada de los profesionales del sector y sin duda es un testimonio al que volverá orgulloso el autor en diferentes momentos de su vida.

Por esta razón la organización del proceso para arribar a un producto final pautado, será entendido como la representación de la claridad de organización, reflexión y precisión que el estudiante manifiesta sobre su carrera de origen. El valor de su propuesta será medido acorde al grado de aporte, profundidad de las definiciones y toma de partido elegidos, a la coherencia entre las partes constitutivas, la producción realizada y las conclusiones sacadas sobre el tema desarrollado.

Una evaluación positiva significa en la instancia académica no sólo un exitoso cierre de la etapa universitaria o de la carrera sino un estímulo para la inserción laboral, significando para la vida profesional la presentación de un antecedente de calidad.

Líneas del PG / proceso conceptual

En el desarrollo de las carreras de Grado de la Facultad las producciones creativas se acompañan de una intensa actividad de investigación proyectual. En este sentido, existe una matriz común en la elección de las líneas de desarrollo que se fundamenta en la interacción con el mundo real.

La sensibilidad del estudiante en el armado del PG demuestra cómo interpreta su propio tiempo, lee por anticipado el camino de la sociedad y de su marco profesional. Proyectar el futuro profesional en Diseño y Comunicación significa crear un producto final que se sustenta en la capacidad del proyecto de nacer en el presente y al mismo tiempo continuarse en el futuro. Se plantean básicamente dos líneas de elección para el desarrollo del Proyecto de Graduación:

- **Ensayo / teórico:** Llevan este nombre los escritos en los que el estudiante se apoya en la literatura de investigación ya existente para avanzar en la producción teórica. En este tipo de proyecto de Graduación el estudiante examina la consistencia de una teoría y si ésta se contradice a sí misma o a la aplicación que él mismo propone. Esta clase de proyectos constituye uno de los principales recursos de la cultura moderna. Por su medio se debaten las ideas más influyentes, se conocen los últimos aportes de la ciencia, se forma opinión y se produce discrepancia productiva.

Uno de los rasgos del ensayo es su agilidad. Esto quiere decir su sencillez productiva y su capacidad de comunicar en forma directa y metodológicamente correcta. El estudiante como futuro profesional reacciona ante los valores actuales para insinuarnos una interpretación novedosa o proponernos una revalidación de las ya en boga, pero una vez abierta la brecha y tendido el puente del nuevo entendimiento, el estudiante como creador deja al especialista establecer la legitimidad de lo propuesto, sin renunciar él mismo a continuarlo en otra ocasión. El ensayo teórico es un elemento donde la concepción de la realidad se construye desde una perspectiva particular, como una proposición original que dispone elementos de creación, generación e innovación.

- **Proyectual / creativo:** La elaboración consiste en el desarrollo de un proyecto innovador para la resolución de problemas específicos en el área del Diseño y la Comunicación. Se plantea una metodología que reformula ideas, conceptos, problemas. El PG creativo es entendido como una instancia de integración y aplicación de los enfoques teóricos y metodológicos de la

disciplina específica de cada carrera de Grado en un caso real de estudio que exige la elaboración de diagnóstico, la formulación de estrategias y acciones de producción y desarrollo.

Cada estudiante puede optar por alguna de estas líneas o vincular ambas en el desarrollo de su Proyecto de Grado.

Registro del proyecto y su título

La inscripción y registro del Proyecto de Graduación por cada estudiante es obligatorio. Se debe realizar dentro de los primeros treinta días de comienzo del cursado del segundo nivel de la asignatura troncal del último año de cada carrera.

Cada estudiante deberá entregar al profesor de la asignatura troncal la ficha de inscripción del PG como medio de registro del título de su proyecto.

El título del PG debe expresar la originalidad de la obra y el punto de vista de su autor. No debe ser una simple descripción del proyecto, ni transcribir el tema del trabajo de la cursada sobre la que se basa.

En este sentido se solicita a cada profesor y a cada estudiante observar la originalidad de su título.

No se aceptarán Fichas de Inscripción con títulos ya registrados con anterioridad.

El PG como producto académico

El PG adquiere valor académico a través de la formalización de su entrega, en tanto el proceso se transforma en un producto que respeta los estándares para ser sujeto a una evaluación académica profesional. No responder a esta consigna invalida al PG la posibilidad de ser presentado, aceptado y evaluado como Trabajo Final de Grado.

En este capítulo las indicaciones que se desarrollan son guías para la elaboración de un documento académico que ubican al estudiante en el cierre de su formación universitaria de grado a través de su capacidad de leer el valor que las pautas y normas académicas e institucionales dan al proceso realizado.

La plasmación del desarrollo del PG como producto sistemático y ordenado permite a su autor expresar su madurez a través de la actitud crítica llevada a cabo en el desarrollo del mismo.

No se trata de un formalismo universitario, sino de la construcción del último producto académico de grado que manifiesta, representa y expresa a su autor como profesional universitario. El producto académico que el estudiante va a producir para poder presentarlo como Trabajo Final de Grado tiene tres grandes cuerpos que ya fueron descriptos y presentados en Proyecto de Graduación (2005) en Escritos en la Facultad 4, Año I, Buenos Aires, Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo.

Los tres cuerpos son:

A: Presentación y Fundamentación

B: Desarrollo y Producción

C: Anexos

El cuerpo B como organizador de la producción y los datos recogidos

Dentro la lógica estructural del PG se recomienda a los alumnos comenzar por el armado del cuerpo B: Desarrollo y Producción como núcleo central del proyecto.

Una de las formas más claras de organizar la información recolectada y la producción elaborada durante el desarrollo del PG en la etapa de proyecto, es armar en primer lugar el esquema inicial y en segundo lugar el contenido de cada parte constitutiva de este esquema.

Una de las primeras instancias es reunir todos los datos (tablas, diagramas, dibujos, fotografías, antecedentes teóricos y proyectuales del tema) y organizarlos de manera explicativa.

Es necesario a la hora de armar el trabajo comenzar por un esquema inicial de las partes que conforman este núcleo.

El esquema inicial del Cuerpo B: Desarrollo y Producción debe contener lo siguiente:

- El boceto inicial de los títulos de capítulos y subtítulos de cada uno.
- Selección de las imágenes producidas
- Notas extraídas de la bibliografía
- Anotaciones personales

Un cuadro conceptual que organice estas partes permite establecer un orden lógico en cada capítulo y por lo tanto se tendrá una visión general sobre el PG antes del armado final.

Una vez construida la lista de capítulos, se puede realizar un desarrollo conceptual de tres renglones que organice los abordajes o los temas que se van a desarrollar en cada uno de ellos.

Una vez armado el esquema es bueno exponerlo al docente de la asignatura troncal o a profesores especializados, para constatar si:

- El cuerpo B desarrolla las ideas o conceptos fundamentales del tema elegido para el PG
- Comunica una estructura coherente de desarrollo
- Se verifica el aporte original del autor

Esta consulta del esquema, permite articular claramente la construcción del cuerpo B, lo somete a opiniones y correcciones calificadas en pos de mejorar y arribar a un buen resultado final. Siempre conviene exponer este esquema a personas allegadas que no entiendan del tema o bien contar oralmente el proyecto para organizar las ideas de cada parte y constatar si la organización elegida permite una adecuada interpretación del PG.

Elaborando el listado o índice de capítulos se puede conceptualizar cada paso con palabras descriptoras, palabras clave de cada capítulo.

El profesor de la asignatura en que se desarrolla el PG debe leer este esquema. La Facultad pone a disposición del estudiante un espacio de atención y un correo electrónico para las consultas necesarias en el avance del PG (proyectedegraduaciondc@palermo.edu) que excedan el marco de la asignatura en la que se desarrolla.

Organización formal de la presentación

Es necesario tener en cuenta a la hora de desarrollar el Proyecto de Graduación, que el presente documento se encuentra dentro de la propuesta educativa de la Facultad de Diseño y Comunicación y permite a los estudiantes de la misma obtener productos académicos y/o proyectuales sistemáticos, organizados, verificables y evaluables. El estudiante tiene la obligación de respetarlo.

En este sentido el estudiante como sujeto de su PG, se coloca en el rol de creativo, investigador, diseñador y/o comunicador. En todos los casos en un profesional del diseño y la comunicación que va a desarrollar diversas tareas para la construcción de un nuevo conocimiento o proyecto creativo.

El PG se organiza para su presentación en tres cuerpos:

A: Presentación y Fundamentación

B: Desarrollo y Producción

C: Anexos

No se aceptarán trabajos que no respeten minuciosamente la guía que se desarrolla a continuación:

A. Presentación y Fundamentación

Corresponde a la fundamentación teórico / metodológica del tema elegido, presentando y explicando los alcances del mismo y la contribución original de cada estudiante. Este texto se escribe una vez finalizado el Proyecto de Graduación y después de armar y

escribir el cuerpo B. Es la presentación de la experiencia. Es necesario explicitar la elección del tema o proyecto, vinculándolo con la carrera, con los contenidos de la asignatura donde se origina y diagnosticando el estado actual y el aporte original realizado.

Esta presentación y fundamentación permite a los evaluadores y lectores interpretar el valor del PG elegido y desarrollado, muestra la claridad del estudiante para expresar y presentar su proyecto, sus ideas y su producción, su capacidad de formalizarlo de manera escrita y de explicarlo en forma seria, convincente y profesional.

Está integrado por las siguientes partes:

A.1: Portada e índice

A.2: Síntesis

A.3: Introducción

A.4: Guía para la presentación del Coloquio

A.5: Curriculum y declaración jurada de la autoría del PG

Todo este cuerpo se presenta en carpeta anillada (dos copias de calidad) y en versión digital (diskette o CD). La presentación de los archivos digitales debe respetar la misma organización que la carpeta impresa.

B. Desarrollo y Producción

Este cuerpo es el núcleo de la producción del PG. Para los trabajos de carácter proyectual-creativo se integrará a la carpeta el desarrollo de la producción del estudiante presentando ideas, bocetos acabados, imágenes, planos y demás representaciones gráficas que documentan el PG. Se recomienda que el cuerpo B tenga una extensión entre 80 y 100 páginas. La extensión mínima será de 50 páginas. En el caso de los Proyectos de Graduación de carácter ensayo / teórico se presenta la redacción que aborda y desarrolla claramente el problema sobre el que se trabajó y las conclusiones.

Se aconseja comenzar a preparar la presentación por este cuerpo que reúne y organiza la contribución original de cada estudiante, sea teórica y/o proyectual e incluye conclusiones, resultados y aportes.

Este cuerpo está constituido por las siguientes partes:

B.1: Portada y agradecimientos

B.2: Índice

B.3: Capítulos

B.4: Bibliografía

Todo este cuerpo se presenta en carpeta anillada (dos copias de calidad) y en versión digital (diskette o CD). La presentación de los archivos digitales debe respetar la misma organización que la carpeta impresa.

Cuando se incorporan imágenes se debe respetar la grilla de armado adoptada por la Facultad para los PG.

C. Anexos

Integra toda aquella documentación que tenga el suficiente interés para acompañar la presentación del Proyecto de Graduación. Pueden recoger todo tipo de información, en general tablas de cifras, documentos base, fragmentos de otros informes, glosarios, bibliografías, entrevistas especiales, etc. La documentación complementaria debe excluirse del texto principal e incluirse en este cuerpo de Anexos. Es obligación incluirla en atención a los evaluadores que necesiten comprobar afirmaciones, referencias o datos enunciados en el cuerpo B. Se debe hacer referencia o colocar notas en el cuerpo B sobre todo el material incluido en los anexos. Se incluyen en Anexos los videos, CD y documentos en otros soportes. El material impreso se organiza en una o más carpetas anilladas y rotuladas según corresponda a la línea del PG elegido. Se entregará una sola copia de los Anexos y la versión digital de los mismos.

Detalle de la estructura de cada cuerpo

A: Presentación y fundamentación

A.1: Portada

Uno de los requisitos fundamentales para la aceptación de las partes constitutivas del PG es la utilización de la portada normalizada por la Facultad. En la misma se plantean los siguientes enunciados:

- Proyecto de Graduación / Trabajo Final de grado (ubicado en la parte superior y central de la hoja)
- Título y subtítulo del trabajo: El título debe sintetizar la idea principal del trabajo, enunciado de manera sencilla y con estilo. Debe ser conciso con respecto al tema principal. En tanto que el subtítulo debe identificar las variables reales y los aspectos teóricos abordados en relación al título. Debe ser explicativo por sí solo. Si bien su función es informar a los lectores del PG acerca del estudio, el título es también una organización del contenido.
Se deben evitar las palabras que no sirvan a su propósito, así como los nexos que aumentan su extensión. Se deben evitar las abreviaturas. La extensión recomendada entre ambos es de 10 a 12 palabras.
- Nombres y Apellido del autor. Se debe utilizar el mismo modelo para cada cuerpo o parte, a fin de no confundir a los evaluadores y bibliotecarios o archivistas.
- Cuerpo A : Presentación y fundamentación.
- Fecha de presentación: Corresponde a la fecha de presentación del PG dentro del marco de fechas establecido por la Facultad.
- Carrera a la que pertenece: Se nomina la carrera de origen del autor.
- Facultad de Diseño y Comunicación.
- Universidad de Palermo.
- El índice de contenidos de la carpeta A va en la segunda página de la misma.

A.2: Síntesis del Proyecto

Es importante que este resumen, máximo dos páginas, interese al lector demostrando que el problema a abordar es realmente importante, que la producción es significativa y original, y que la hipótesis o resultados obtenidos son convincentes, útiles y valiosos. Debe ser al mismo tiempo preciso y completo, conciso y específico. La síntesis no añade comentarios sobre lo dicho en el escrito principal. Su redacción se establece en primera persona del plural o en forma impersonal. Se emplea el tiempo presente para describir resultados con aplicabilidad continua.

El resumen debe ser introductorio, claro y compacto, como para ser leído y entendido aún por aquellos que no están dentro del campo académico o profesional específico en el que se instala el PG y con el fin de ser presentado en los medios de difusión de la Facultad.

En el caso de los trabajos proyectuales se debe entregar una síntesis gráfica desarrollada en una extensión de 2 a 4 páginas según el modelo de la Facultad.

A.3: Introducción

La introducción orienta al lector respecto de la investigación o trabajo creativo elegido. La introducción no debe sobrepasar las quince páginas y es la parte en la que se desarrolla en profundidad la síntesis presentada en el punto anterior. Debe responder a cuatro cuestiones básicas del PG:

- Investigaciones, trabajos y aportes anteriores que han dado lugar a la elección del tema
- Relevancia e interés del tema elegido
- Pertinencia del tema con la carrera
- Grado de innovación, creatividad y aportes de la producción realizada por el estudiante

La introducción es un documento donde el estudiante reflexiona sobre el proceso realizado y explica o fundamenta la contribución de su trabajo.

Además de hacer referencia al contenido del PG, debe incorporar la metodología seguida y las conclusiones arribadas. El estudiante expone el problema global tan simple como pueda. Sobre todo en la introducción, no se sobrestima la familiaridad del lector con el tema del PG.

La introducción puede requerir varios borradores para lograr que se lea bien. Es una buena idea preguntar a alguien que no es un especialista, su opinión luego de la lectura.

A.4: Guía para la presentación al coloquio.

Luego de la aprobación de la presentación formal del PG cada estudiante debe hacer una presentación oral frente a miembros del Comité Académico de Graduación. Es el Coloquio del Trabajo Final de Grado.

En esta presentación oral el estudiante debe exponer su PG en 20 minutos y luego responder, si el Comité de Evaluación lo considera pertinente, preguntas sobre el mismo.

(Nota: si el estudiante considera que la presentación de su PG requiere más tiempo, debe informarlo con anterioridad. Si no lo hace se respetará esta pauta)

En el coloquio el estudiante puede presentar todos los materiales (carpetas, imágenes, prototipos, audiovisuales, paneles conceptuales y otros recursos) que considere necesarios para ilustrar y jerarquizar su trabajo.

Para planificar, organizar y así optimizar este momento en miras de obtener una buena evaluación se incluye en el cuerpo A la elaboración de los siguientes materiales destinados al coloquio:

- Guión de la presentación
- Transparencias a utilizar

El guión de la presentación es un punteo (lo más exhaustivo posible) que organiza el orden de la presentación oral del PG en el Coloquio. El guión de presentación es el medio que informa a los evaluadores como organiza el autor su presentación al coloquio. Son dos o tres páginas en las que se plantea cada tema y los subtemas (se hace referencia a la transparencia que se está proyectando en ese momento), se consigna entre paréntesis la duración aproximada del tiempo de exposición de cada tema.

El Comité Académico de Evaluación irá siguiendo la presentación oral con este guión.

Debe acompañarse, además, un juego impreso en papel de las transparencias que el estudiante utilizará en la presentación. Se establece un máximo de diez transparencias numeradas que sintéticamente deben contener:

- Título, subtítulo, autor, Carrera, Facultad, Universidad y fecha de presentación
- Objetivo del PG
- Producción realizada (teórico y/o proyectual)
- Exposición de conclusiones y resultados

Es importante que el estudiante entienda que la organización de la presentación previa de las transparencias significa ensayar abriendo la posibilidad de mejorar el coloquio. Durante la exposición oral el estudiante debe hacerlo como un profesional en su área de desarrollo y como tal será evaluado en esta instancia. El coloquio se aprueba con la calificación siete (7) como mínimo. El Comité de Evaluación puede desaprobado el coloquio. De ser así dará otra fecha al estudiante para que vuelva a presentarse incorporando las correcciones señaladas.

A.5: Curriculum y Declaración Jurada

El breve curriculum del autor del PG que se solicita tiene como objetivo su publicación, con la síntesis del proyecto (A.2.) en los medios de comunicación de la Facultad. En esta síntesis se debe consignar:

1. Apellido y nombres
2. Lugar de nacimiento (localidad, Provincia, País)
3. Año de nacimiento.
4. Otros estudios significativos
5. Área de interés profesional
6. Premios obtenidos / muestras / publicaciones
7. Trabajos realizados (mencionar empresa, institución, tipo de trabajo y período)

En todos los casos pueden citarse antecedentes realizados dentro de la Facultad que pueden contribuir en la elaboración de un primer curriculum (premios, trabajos publicados, cursos especiales).

El autor debe entregar una declaración jurada sobre la autoría de su PG.

Todo el cuerpo A se presenta en una carpeta anillada, paginada, con un índice (después de la portada) presentando el contenido de la misma. La tapa es transparente y la contratapa es opaca en color negro. Debe tener el mismo tamaño y sistema de anillado que las otras carpetas de la presentación.

Se entregan dos copias de la carpeta.

B: Desarrollo y Producción

B.1: Portada y agradecimientos

Es la misma portada que la utilizada en el cuerpo A, solamente se modifica la referencia del cuerpo B: Desarrollo y Producción y si se trata de más de una carpeta se enumeran.

Los agradecimientos a colaboradores, profesores, profesionales, empresas, instituciones y otros va en la segunda hoja de esta carpeta. La dedicatoria de la obra, si la hubiera, se puede incorporar en esta página o en la página siguiente.

B.2: Índice

Luego de la portada va el índice detallando el contenido del cuerpo B. El título de cada capítulo con los subtítulos correspondientes y las páginas numeradas con caracteres arábigos.

B.3: Capítulos

Son los momentos lógicos y organizados del desarrollo del producto académico, debe seguir una estructura entre las partes que responde a los objetivos del PG presentando su desarrollo y la originalidad del tema, las ideas y las producciones realizadas, culminando con las conclusiones, fundamentando el aporte original del PG.

Cada estudiante de acuerdo a las características específicas de su PG tiene libertad para organizar los capítulos en forma original. Sin embargo se aconseja dividir la organización de los mismos en cuatro grandes momentos: Presentación, Fundamentación, Desarrollo y Conclusiones. Cada momento puede estar constituido por uno o más capítulos según la envergadura del PG:

• Momento I. Presentación / Alcances

El primer momento tiene un carácter introductorio, de presentación del tema elegido y de su grado de inserción en el marco de la carrera de origen. Consiste en una descripción general del problema que ha de investigarse, del concepto que va a desarrollarse creativamente, de los medios y materiales que se emplearán. De este modo, la presentación debe proporcionar al lector una idea clara y precisa del trabajo que se propone; consiste en una breve reseña de los aspectos más relevantes que se tratan de forma más amplia en los capítulos subsecuentes.

Debe comenzar por ubicar el recorte del tema dentro de un contexto amplio, de manera que posteriormente sea fácil comprender su importancia, limitaciones y proyecciones.

Se hace un recorrido sobre el proyecto abordando la justificación y el planteo del problema, los objetivos y las limitaciones del tema, hasta llegar al siguiente grado de detalle:

- Definir por qué vale la pena realizar este estudio, proyecto, diseño, colección o campaña

- Qué se pretende analizar, qué se pretende producir
- Implicaciones que pueden tener los resultados y sus beneficiarios
- Intencionalidad del estudio medida en objetivos claros y acordes al plazo de realización del trabajo

En este capítulo se explican los alcances propuestos por el estudiante sobre el tema elegido, así como la vinculación con la carrera, las diferentes asignaturas cursadas, las áreas del quehacer profesional y el contexto histórico.

• Momento II. Fundamentación

Es el momento dedicado a la revisión de la literatura y/o la producción profesional donde se describen y analizan los estudios y trabajos anteriormente realizados en el área en que el estudiante desarrolla su PG.

La importancia de este capítulo de revisión reside en los siguientes objetivos:

1. Proporcionar un marco teórico, empírico, referencial, histórico y conceptual que ubique el PG en su contexto
2. Revisar y analizar los hallazgos sobresalientes vinculados con el tema
3. Analizar la tendencia del sector en el que se ubica el PG

Este capítulo se organiza en forma tal que las referencias menos relacionadas con el problema se presentan al principio mientras las más vinculadas se dejan para el final. Esto significa que se debe dar una secuencia lógica al material revisado, es decir, ir de lo general a lo particular. Finalmente, la idea es organizar y presentar la revisión de manera que conduzca lógicamente a la conclusión de la importancia y valor de encarar este trabajo por el estudiante.

• Momento III. Desarrollo

El momento del desarrollo es el corazón de la presentación. En el mismo el estudiante debe desplegar, con los detalles que requiera, toda la producción realizada.

Es necesariamente un momento que requiere varios capítulos y quizás más de una carpeta.

Si el trabajo es de carácter ensayo-teórico el autor escribirá minuciosamente el desarrollo del mismo.

Si el trabajo es proyectual / creativo será necesario plasmarlo gráficamente a través de fotos e imágenes con los epígrafes y frases correspondientes. En este caso el trabajo tiene que entenderse cabalmente solo con la carpeta.

(Nota: es importante tener en cuenta sobre todo cuando se trata de trabajos de carácter narrativo sobre soportes audiovisuales, escénicos y/o digitales).

En el documento Escritos en la Facultad 4 se explica que se aceptan Proyectos de Graduación que hayan comenzado en un principio como producción grupal. Se recuerda que la producción grupal no debe ser superior al 25% de la producción total del Proyecto de Graduación. Esto significa que, como mínimo, el 75% de la producción debe, obligatoriamente, ser individual.

Se aceptarán solamente como trabajos que contengan un principio grupal a aquellos justificados por la envergadura de la producción o por la diversidad de carreras o campos profesionales involucrados en su realización. Es, entre otros, el caso de películas, instalaciones y obras escénicas.

En ningún caso se aceptarán producciones grupales de carácter ensayo / teórico.

En el caso de los Proyectos de Graduación con un momento de producción grupal la presentación del trabajo grupal debe estar en una carpeta independiente al trabajo individual.

La carpeta grupal debe respetar la estructura de la carpeta individual. En la portada de la misma debe consignarse el título y subtítulo del trabajo grupal (que será diferente al título y subtítulo del trabajo individual), el nombre, apellido y carreras de todos los autores del trabajo grupal.

(Nota: En forma especial en esta carpeta, luego de la carátula debe incluirse la declaración jurada de autoría firmada por todos los autores del trabajo grupal).

• **Momento IV. Conclusiones**

Es el capítulo de las conclusiones que resalta los resultados obtenidos y las apreciaciones personales que dan valor al PG.

B.4: Bibliografía

El valor y la utilidad de las múltiples fuentes de información y documentación consultadas es analizado por el estudiante en razón de saber utilizarlas para resolver necesidades reales de elaboración del PG.

La revisión de una fuente bibliográfica o documental permite, por una parte, comprender e interpretar las ideas del autor, y por otra, elaborar planteamientos personales provocados por la lectura y la reflexión sobre las ideas que el autor ha construido vinculado a los aportes personales que el estudiante puede realizar.

En esta parte del PG se enumera solo la bibliografía consultada y utilizada. No se trata de buscar fuentes sobre el tema, sino de incluir en este capítulo solo aquella documentación (libro, artículo, película, diseño, etc.) al que se hace referencia explícita en el desarrollo del PG.

De los artículos (papel o digital) e imágenes que se citen en la bibliografía y que no sean de fácil localización, debe incluirse una copia de los mismos en el cuerpo de los Anexos.

Debe hacerse referencia en la bibliografía cuando se incluye esta copia para que los evaluadores puedan consultarla.

(Nota: Ver apartado de Normas de Estilo y citas bibliográficas construido en el marco de las Normas APA).

C: Anexos

En este cuerpo se estructuran los elementos que acompañan la producción del cuerpo B y que deben estar correctamente citados en el mismo.

Este momento cobra importancia por su relación con el cuerpo principal sea a través de la presentación de documentación en papel o bien por el objeto o caso proyectual (imágenes o fotos de maquetas de estudio, búsqueda de texturas, documentación específica como catálogos, otros) que se añaden para una mejor comprensión. Es el cuerpo que cierra la totalidad formal del PG. Los diagramas, cuadros, encuestas, cuestionarios y elementos comparativos que fortalecen la interpretación del desarrollo del PG se presentan anillados en este cuerpo. Se debe respetar la calidad de la presentación, ya que por ser anexa al cuerpo principal será ordenada para el seguimiento de los evaluadores frente a las dudas o consultas.

Luego de la portada que hace referencia al cuerpo que se presenta del PG, se ubica el índice de contenido de la misma.

En este cuerpo se incluyen los videos, DVD, CD solo cuando se trata de producción original del estudiante.

También se incluyen las producciones fotográficas o de imagen necesarias para interpretar el núcleo principal.

Sugerencias sobre el PG

Es necesario recordar que no se aceptarán Proyectos de Graduación:

- Que no hayan presentado la ficha de inscripción y registro en tiempo y forma
- De baja calidad en la composición, presentación y desarrollo de cualquiera de los tres cuerpos
- Con errores ortográficos y de puntuación
- Que no respeten la normativa APA que la Universidad de Palermo ha adoptado

- Incompletos o que no respeten la organización:
 - Carpetas anilladas con tapa transparente y contratapa de color negro
 - Versión digital de los cuerpos A y B
 - Copia en video o digital (si se trata de una obra audiovisual o similar)
 - Caja contenedora de (26x37x9 cm) de color negro, rotulada en la tapa y ambas caras
- Fuera de los plazos establecidos por la Facultad formalmente planteado en este documento

Formalización técnica del PG

Las formas técnicas generales a todos los cuerpos y el estilo de escritura permiten poner en línea el PG con las producciones académicas de la Facultad.

A continuación se presentan características formales generales a todos los cuerpos:

A. Materiales / Papel

1. La calidad de papel para la remisión de la copia final del PG es blanca, de 90 gramos, tamaño A4. En algunos casos se pueden incluir materiales de mayor tamaño (gráficos, planos, dibujos) pero en su presentación deben doblarse y respetar el módulo base A4.
2. Se debe usar el mismo tipo de papel a lo largo de todo el texto, inclusive páginas preliminares, apéndices y curriculum vitae.

B. Preparación de las copias

Se entregarán copias de calidad:

Para el cuerpo A: 2 copias, anilladas e identificadas con su correspondiente portada

Para el cuerpo B: 2 copias, anilladas e identificadas con su correspondiente portada

Para el cuerpo C: 1 copia, anillada e identificada con su correspondiente portada

El estudiante tiene la responsabilidad de revisar el texto para comprobar que no tenga errores tipográficos o de contenido antes de remitirlo al Comité de Evaluación. No están permitidas correcciones escritas a mano, inserciones o interlineados. No se acepta el uso de corrector líquido. No se aceptan copias que contengan sombreado oscuro, líneas o cualquier otra marca causada por el proceso de copiado.

C. Conjunto de caracteres

El texto debe escribirse en un procesador de textos con tipografía de tamaño número 12. Las tipografías aceptadas son: Courier, Times y Times New Roman.

Sólo pueden usarse cursivas -en lugar del subrayado- para los nombres científicos, para palabras extranjeras, o para dar énfasis a algunas partes del texto. El tipeado completo debe hacerse con la misma tipografía. Si es necesario, los mapas, figuras y tablas extensas pueden tipearse en una tipografía diferente.

D. Material no tipeado

Todo material no tipeado -como dibujos de línea, símbolos escritos a mano, fórmulas y marcas- deben estar en tinta negra para su clara reproducción.

Las inserciones manuscritas sólo son aceptables cuando el programa de la computadora no puede hacer los símbolos o cuando los símbolos manuscritos son superiores en calidad.

E. Espaciado

El texto debe tener doble espacio. Las citas largas y las tablas pueden tener simple espacio, las citas largas (más de cuarenta (40) palabras) se incorporan en un bloque independiente, sangrado a cinco (5) espacios, sin comillas dobles.

Las citas cortas (menos de cuarenta (40) palabras) se incorporan en el texto y se encierran entre comillas dobles. Las referencias y notas deben tener simple espacio, pero espacio doble entre párrafos. El texto dentro de un capítulo debe ser continuo. No se aceptan páginas cortas, a menos que sea la última página de un capítulo, o si hay una tabla o figura en ella.

F. Márgenes

Debe respetar los siguientes márgenes:

Superior: 2,54 cm.

Inferior: 3,17 cm.

Izquierdo: 3,81 cm (este margen es más ancho debido a la encuadración y otros requisitos)

Derecho: 2,54 cm.

Con la excepción del número de página, todo el texto debe mantenerse dentro de estos márgenes. Esto incluye tablas, figuras, gráficos y apéndices.

Cuando se usan hojas de mayor tamaño, se deben mantener los mismo márgenes.

G. Número de página

Los números de página deben centrarse en la parte inferior de la página. Ubicar el número entre 1,27 cm. del borde inferior del texto y no más alto que 1,9 cm. sobre el borde inferior de la página. Ninguna tachadura, espacio en blanco u otras marcas pueden aparecer antes, después o bajo el número de página. Los números de página deben aparecer a la misma altura a lo largo de todo el documento.

Si se utiliza el modo apaisado para imprimir mapas o tablas, el número de página puede ponerse en el centro del margen derecho. Fondo de texto 3,17 cm. y 1,27 cm. el número de página

H. Paginación

Deben numerarse todas las hojas del documento, salvo la página de la portada. Esto incluye referencias, apéndices y curriculum vitae. La página de la portada se cuenta, pero no se numera.

Para todas las páginas se usa numeración arábiga (incluidos referencias, apéndices y curriculum vitae).

Para que el manuscrito sea aceptado, la paginación debe ser correcta, no debe haber ninguna página perdida, ningún número o página duplicados, ninguna página en blanco.

I. Escritura

El estilo de escritura debe ser formal no artificioso, con los detalles necesarios para la interpretación y evitando abreviaturas molestas que interfieren en la comprensión.

Se escribe pensando en el lector y teniendo en cuenta amplitud del vocabulario, empleando incorporación de significados técnicos definidos, una correcta diagramación de imágenes y cuadros, incorporación de infografías y bocetos de calidad, observando la concordancia de las imágenes con el texto.

La claridad en la redacción y diagramación de cada uno de los cuerpos del PG es un elemento fundamental que permite que el trabajo sea entendido completamente y que no se produzca confusión por la forma de redacción o por la organización de la documentación presentada.

Por esta razón no se debe caer en la ilusión que el texto se escribe o dibuja de una sola vez y definitivamente.

Uno de los problemas que se plantean a la hora de destacar el valor, el grado de innovación y el aporte del PG desarrollado es la redundancia. La redundancia puede en algunos casos reforzar los argumentos, sin embargo también puede complicar la comprensión.

Es necesario en la redacción optar por palabras sencillas y buscar las palabras precisas cuando se desea transmitir un significado concreto. Los calificativos son útiles en el ámbito de una afirmación pero son innecesarios si no añaden valor al contenido del texto dificultando el entendimiento y la comunicación.

Siempre es bueno leer el texto varias veces para depurarlo de errores y pedir una lectura crítica sobre el contenido, la redacción y la concordancia de las imágenes que describen el proceso de desarrollo de la idea.

Presentación del material digital

La Facultad determina criterios básicos para la presentación digital y/o audiovisual que integra la producción del Proyecto de Graduación.

Estos criterios incluyen dos clases de materiales audiovisuales y/o digitales:

- a. Producciones originales que integran el cuerpo B del PG (películas, CD, CD interactivo, registro de obra de teatro, recorridos virtuales, otros)
- b. Archivos digitales de los cuerpos A y B.

Producciones originales:

En el caso de las producciones audiovisuales originales se deben presentar tres copias en Video VHS y tres copias en Video CD o Video DVD.

Las copias en Video se presentarán bajo formato VHS (independientemente del formato de cámara utilizado), con las copias del trabajo audiovisual editado en norma PAL y en sus correspondientes cajas plásticas rotuladas.

Las copias en videos CD o videos DVD, se presentarán de acuerdo a la duración resolución y peso y en sus correspondientes cajas plásticas.

Al comienzo del videocasete se grabarán 60 segundos de barras color seguidos de 15 segundos de negro.

Cada trabajo deberá incluir al comienzo (luego de los 15" de negro), tres placas con la siguiente información:

1. Universidad de Palermo.
Facultad de Diseño y Comunicación
Año. Buenos Aires. Argentina
2. Título de la Obra
3. Nombre/s y Apellido/s del/los autor/es

Al finalizar la obra, se incluirán las placas necesarias con los nombres de todos los profesionales, técnicos, actores y demás colaboradores que participaron en la producción, especificando su rol y/o contribución.

En los casos de los Videos DVD, podrá presentarse la capitulación en escenas, el menú correspondiente y una sección de extras con backstages y otros agregados que permitan una mejor apreciación y evaluación del trabajo realizado.

Archivos digitales:

El producto final, es decir la elaboración completa de cada uno de los cuerpos del PG, debe presentarse no sólo en formato papel, sino en formato digital que permita establecer un recorrido organizado por cada una de las partes constitutivas y sus correspondientes archivos. La digitalización del PG es necesaria a efectos de su comunicación y difusión por parte de la Facultad.

Se deberán entregar 2 copias en CD de los cuerpos A y B, en tanto que las copias del cuerpo C son opcionales.

Se generará en cada CD una carpeta principal denominada Proyecto de Graduación cuya forma de titulación será :

- PG_nombre y apellido del alumno.
Ej: PG_MaríaLópez

Dentro de esta carpeta se incluirá el armado de tres subcarpetas correspondientes a los cuerpos del PG, las mismas se denominarán:

A. Fundamentación

B. Desarrollo

C. Anexos (opcional)

Cada una de estas tres carpetas contendrá los archivos correspondientes a la presentación de texto y de imágenes, colocando los siguientes nombres de archivos:

Para la subcarpeta A: Fundamentación

- Se presentará el archivo de texto bajo el siguiente nombre o título:
FUND_apellido del alumno.doc
Ej: FUND_López.doc
- Se presentarán las imágenes bajo el siguiente nombre y número de orden consecutivo:
FUND_apellido del alumno_01.JPEG
Ej: FUND_López_01.JPEG
FUND_López_02.JPEG

Para la subcarpeta B: Desarrollo

- Se presentará el archivo de texto bajo el siguiente nombre o título:
DESA_apellido del alumno.doc
Ej: DESA_López.doc
- Se presentarán las imágenes bajo el siguiente nombre y número de orden consecutivo:
DESA_apellido del alumno_001.JPEG
Ej: DESA_López_001.JPEG
DESA_López_002.JPEG

Para la subcarpeta C: Anexos (opcional)

- Se presentará el archivo de texto bajo el siguiente nombre o título:
ANEX_apellido del alumno.doc
Ej: ANEX_López.doc
- Se presentarán las imágenes bajo el siguiente nombre y número de orden consecutivo:
ANEX_apellido del alumno_001.JPEG
Ej: ANEX_López_001.JPEG
ANEX_López_002.JPEG

Todos los archivos de imagen realizados bajo formato JPEG se presentarán en alta calidad y en 300dpi de resolución. Las propiedades de imagen pueden ser RGB y CMYK para las representaciones en color.

Los proyectos trabajados originalmente en programas que permiten exportar archivos en JPEG o PDF deben presentarlos manteniendo alta resolución. De no ser posible pasar la producción a estos formatos, se podrá enviar el archivo en el programa que se trabajó, adjuntando las tipografías e imágenes. Se deberá especificar en la carátula del CD el programa y la versión utilizada.

Los CD se presentarán en su correspondiente caja, con la portada institucional y con un índice de su contenido.

Las definiciones de las tomas fotográficas digitales no deberán ser menores a 2 Mg Pixeles.

No se aceptarán trabajos en archivos autoejecutables, ya que a través de la adecuación de la entrega a estos formatos se podrá acceder a la información contenida en el CD desde cualquier terminal con una adecuada definición y calidad de presentación. Se recomienda a los estudiantes tener en cuenta el tiempo que demanda este armado. En todos los casos se deberá garantizar el normal funcionamiento de los trabajos producidos.

Nota: Los profesores en cuyas asignaturas se produce material audiovisual digital, fotográfico, escénico u otros como núcleo del PG, podrán agregar una guía complementaria de presentación de dicho material.

Normas básicas para las citas bibliográficas

La cita bibliográfica otorga seriedad al trabajo, lo hace verificable y transparente a la crítica, y permite a los lectores profundizar sobre el tema tratado. Es conveniente no abundar en citas poco sustanciales y si hacerlo con aquellas que sean relevantes al trabajo. Existen normas de uso generalizado para citar y describir bibliografía, algunas de ellas internacionales, como las ISBD (Descripción Bibliográfica Internacional Normalizada), otras de uso específico en una disciplina o áreas disciplinarias, y otras de uso establecido en una disciplina pero que se han hecho extensivas a otras, como las normas contenidas en el Manual de estilo de publicaciones de la American Psychological Association (APA). Son éstas las normas que la Universidad de Palermo ha adoptado para las citas en los trabajos de investigación, las Tesis y Trabajos de Integración Final.

Basándose en las mismas, la Biblioteca de la Universidad ha elaborado, para los casos más frecuentes, las “Normas básicas para las citas bibliográficas” que se detallan a continuación. Para aquellos casos que no estén contemplados en estas normas se deberá consultar el Manual de la APA, antes citado, disponible en la Biblioteca.

Se debe documentar el estudio a lo largo del texto citando con el sistema autor / fecha los documentos que se consultaron. Este estilo de cita breve identifica la fuente para los lectores y les permite localizarla en la “Lista de Referencias Bibliográficas” al final del trabajo.

Citas textuales

Si se transcriben frases enteras de un trabajo se dice que es una cita textual. Si no se cita la fuente es plagio. Las citas textuales deben ser fieles. Deben seguir las palabras, la ortografía y la puntuación de la fuente original, aun si ésta presenta incorrecciones. Si alguna falta de ortografía, puntuación o gramática en la fuente original pudiera confundir al lector, inserte la palabra sic entre corchetes (ie. [sic]), inmediatamente después del error de la cita. Las palabras o frases omitidas han de ser reemplazadas por tres puntos.

Una cita textual corta (con menos de 40 palabras) se incorpora en el texto y se encierra entre comillas dobles.

Kouzes y Posner afirman: “No se puede encender la llama de la pasión en otras personas sin expresar entusiasmo por la visión del grupo”. (1997, p. 45).

Una cita mayor de 40 palabras se incorpora en un bloque independiente y se omiten las comillas. La cita se comienza en una nueva línea o renglón, sangrándola cinco espacios desde el margen izquierdo. Las líneas subsecuentes se escriben al nivel de la sangría.

Pero otros autores al parecer reflejan mejor el término visión con estas palabras:

Para escoger una dirección, el líder debe haber desarrollado primero una imagen mental del futuro posible y deseable de la organización.

Esta imagen, que hemos llamado visión, puede ser tan vaga como un sueño o tan precisa como una meta o como las instrucciones para cumplir una misión. (Bennis y Nanus, 1985, p. 61).

La cita debe acreditar la fuente proporcionando el autor, el año y número de páginas entre paréntesis.

(López, 1985, p. 93).

(González y Rubio, 1990, p. 110-111).

En el caso en que se nombre el autor en el texto, sólo se colocará entre paréntesis el año y las páginas.

Para más de cinco autores se usará el primer autor seguido por et al. abreviatura que significa y otros.

(Johnson et al., 1970, p. 25-26).

Para más de una obra del mismo autor y año:

(Alonso, 1988a, p. 126-128).

(Alonso, 1988b, p. 84).

Trabajos sin autor

“...relacionar una empresa con una causa solidaria de bien público”. (“El marketing”, 2001, p. 69).

Citar dentro del texto las primeras palabras de la entrada en la “Lista de referencias bibliográficas” (por lo común, el título) y el año. Utilizar comillas dobles en torno del título de un artículo o capítulo. Se incorporan las referencias completas en la “Lista de Referencias Bibliográficas” de la siguiente manera:

El marketing solidario. (2001). Apertura, 115, 69-71.

Paráfrasis o cita ideológica

Si interesa algún concepto de un autor y se lo resume en las propias palabras del que escribe un trabajo, se dice que parafrasea al autor original. Esto es legítimo siempre que se indique la fuente. Cuando se parafrasea o se hace una referencia a una idea contenida en otro trabajo, se coloca el apellido del autor y el año de publicación, los cuales se insertan dentro del texto en el lugar apropiado. No se requiere proporcionar el número de páginas. No obstante, es conveniente hacerlo para ayudar al lector a ubicar el pasaje pertinente.

Amor (2000) analiza los motivos para comenzar un negocio en línea y sostiene que hacerlo sólo por imitar a la competencia no es una estrategia apropiada.

Si el motivo para comenzar un negocio en líneas es sólo para imitar a la competencia, se puede considerar que dicha razón no es la estrategia adecuada. (Amor, 2000).

Como se puede ver en el primer ejemplo, en el caso en que se nombre el autor en el texto, sólo se colocará entre paréntesis el año.

Se incorpora la referencia completa en la “Lista de referencias bibliográficas”.

Citas de citas

Algunas citas, tanto textuales como ideológicas, pueden ser de segunda mano, es decir, el autor del trabajo de investigación hace una cita de una obra que a su vez aparece citada en otra obra. El autor no tiene contacto con la fuente original sino a través de la obra que la cita. En este caso debe quedar aclarado, indicando el

autor y la obra original, y el autor que la cita y en qué obra lo hace de acuerdo con las normas detalladas anteriormente.

La función de comparar y evaluar alternativas es sumamente compleja. Incluye evaluar los beneficios y costos, la aceptación de los afectados por la alternativa elegida y considerar los riesgos que conlleva. (Bass, 1983).

En la “Lista de referencias bibliográficas” se pondrá:

Bass, B. M. (1983) Organizational decision making. Homewood Ill.: Irwin. Citado en: Harrison, E. F. (1987) The managerial decision-making process. Boston: Houghton Mifflin.

Tablas y figuras

Cualquier tabla o figura reproducida o adaptada debe acompañarse de una nota al pie de la tabla o figura donde se dé crédito al autor original y al poseedor de la propiedad literaria.

Se utiliza el siguiente formato:

Material reimpreso del artículo de una revista:

De “Guía para lanzar un negocio virtual”, por E. Strout, 2001, Gestión, 6, p. 44.

Material reimpreso de un libro:

Adaptada de Producción: su organización y administración en el umbral del tercer milenio (p.159), por R. F. Solana, 1994, Buenos Aires: Ediciones Interoceánicas.

Lista de referencias bibliográficas

Todos los documentos citados en el texto deben ser incluidos en esta Lista. Las referencias bibliográficas no deben ser indicadas a pie de página. No se debe omitir ninguna obra utilizada por más parcialmente que se lo haya hecho. Debe cerciorarse que cada cita en el texto aparezca referida en la Lista y que la cita en el texto y la entrada en la Lista sean idénticas en su forma de escritura y en el año.

También se incluirán aquellas obras no citadas pero que conciernen directamente al tema tratado y los estudios de interés general del área del trabajo. En todos los casos deben incluirse solamente los documentos que se hayan leído o consultado. No abultar la Lista con títulos que se conocen apenas de nombre. En cada entrada en la Lista se hará sobresalir la primera línea y se sangrarán las siguientes a tres espacios. Cada entrada por lo común tiene los siguientes elementos: Autor, año de publicación, título y subtítulo, datos de la edición, si no es la primera, lugar de publicación (ciudad) y editorial. En el caso en que la cita se refiera a una revista los elementos y la secuencia de los mismos será la siguiente: Autor, año de publicación, título y subtítulo, título de la revista, volumen, número y páginas. Las entradas se ordenarán alfabéticamente por apellido del o de los autores invirtiendo el orden, es decir, presentando primero el apellido y luego las iniciales. Se lo hará en un solo orden, independientemente del tipo de documento (libros, revistas u otro tipo de material).

Ávalos, C. (2001). El futuro de las marcas. Diseño & Comunicación. 4 (33), 4-5.

Koontz, H. y Wehrich, H. (1998). Administración: una perspectiva global (11ª ed.). México: McGraw-Hill Interamericana.

Elementos de la entrada

• Autor

Un trabajo por una solo autor:

Harris, M. (1999).

Dos a cinco autores:

Delacroix, S., Fouquier, A. y Jenda, C. A. (2000).

Más de cinco autores:

Smith, C., Kneip, R. C., Ismond, T., Milford., C., Salvia, L. y Fowers, J. E. (1998).

Pero cuando se cita en el texto se indicará de la siguiente manera:

Smith et al. (1998).

• Editor o compilador:

Diskin, M. (Ed.). (1993).

• Autor institucional:

American Management Association. (1991).

• Sin autor:

La cita comienza por el título y la referencia se alfabeticiza por el mismo.

Enciclopedia del management (4ª. ed.). (1998).

Cuando se citen varios trabajos de un mismo autor, se ordenarán cronológicamente por año de publicación y si hubiere varias referencias del mismo año se ordenarán alfabéticamente por título del trabajo agregándoles una letra minúscula.

Kaufman, J. R. (1998a). Control....

Kaufman, J. R. (1998b). Funciones...

Tener en cuenta que en los casos de apellidos compuestos se registra el apellido completo.

Alfaro Drake, T. (1993)

• Edición

Si no es la primera, se debe indicar: 2ª ed., ed. rev.

• Fecha de publicación

Si se trata de material sin fecha de publicación usar: s. f. y si fue aceptado y está en proceso de publicación usar: en prensa.

Formas de entrada según el tipo de documento

• Libro

Koontz, H. y Wehrich, H. (1998). Administración: una perspectiva global (11ª ed.). México: McGraw-Hill Interamericana.

• Capítulo de libro con editor/es o compilador/es

Fillmore, Ch. (1982). Scenes and frames semantics. En Zampolli, A. (Ed.). Linguistic structures processing (p. 55-81). Amsterdam: North-Holland.

• Artículo de revista científica

Lee, J. y Musumeci, D. (1988). On hierarchies of reading skills and text types. *Modern Language Journal*, 72 (2), 73-187. Está indicando: Volumen 72, número 2, de la página 73 a la 187.

• Artículo de revista no especializada

Lefort, R. (2000, junio). Internet, ¿Salvador de la democracia? *El Correo de la Unesco*, 53, 44-46. Está indicado: Volumen 53, de la página 44 a la 46.

Proporcionar la fecha mostrada en la publicación – el mes para las mensuales o el mes y día para las semanales. Dar el número de volumen.

• Ponencia y acta de congreso

No publicada

Thomas, B. (1989). *El desarrollo de la colección en bibliotecas públicas*. Trabajo presentado al II Congreso Latinoamericano de Bibliotecas Públicas, realizado en Montevideo del 5 al 10 de julio de 1989.

Publicada en actas:

Carsen, T. (1995). Derecho a la información: una aproximación hacia una ética y conducta profesionales. En Reunión Nacional de Bibliotecarios (29a: 1995: Buenos Aires). *Trabajos presentados* (p. 41-49). Buenos Aires: ABGRA.

• Manuscrito no publicado

Para distintos tipos de trabajos no publicados se debe aclarar: Manuscrito no publicado.

Spindler, G. (1993). *Education and reproduction among Turkish families in Sydney*. Manuscrito no publicado.

• Comunicación personal

Incluye cartas, mensajes de correo electrónico, listas y grupos de discusión, conversaciones telefónicas, y similares. Se debe citar en el texto pero no en la «Lista de referencias bibliográficas».

“Juan González sostiene (carta del autor, 10 de mayo, 1993) que ...”

• Recursos electrónicos

Siguen básicamente la estructura de la cita ya indicada (autor, fecha, título).

Cuando la información se obtiene a través de Internet, al final de la cita se agrega la dirección correspondiente.

Documentos en Internet:

Especificar la vía (el “URL”) para documentos obtenidos por Internet.

Lander, E. (Comp.) (1993). *La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales*. Buenos Aires: CLACSO. Disponible en: <http://www.clacso.org/www/clacso/espanol/html/fbiblioteca.html>

Para otro tipo de recurso, a continuación del título y entre corchetes, se agrega del tipo de recurso, por ejemplo CD-ROM, disquete, base en línea, etc.

Resumen en línea:

Percy, I. (2001). The best value agenda for auditing [En línea]. *Financial Accountability & Management*, 17, 351. Resumen de InfoTrac.

Artículo de revista en línea, de una base de suscriptores:

Rapp. S. (2002). What advertising needs to rise again; hardly ‘dead’, a surprising convergence of techniques promises new day for admakers (804 words). *Advertising Age* [Revista en línea], 73, (43), 20. Disponible de: InfoTrac.

Artículo de revista en línea, acceso general

Boeing y United Airlines anuncian el despido de 50.000 empleados (2001, septiembre 19) [1 párrafo]. *intermanagers.com*

newsletter [Revista en línea]. Disponible en Correo electrónico: info@intermanagers.com

Hammersley, M. y Gomm, R. (1997). Bias in social research. *Sociological Research Online*, 2 (1). [Revista en línea]. Disponible en: <http://www.socresonline.org.uk/socresonline/2/1/2.html>

• Medios audiovisuales

Es la misma estructura de cita, especificando el medio entre corchetes inmediatamente después del título.

Crespo, J., Hermida, J.A. (1993). Marketing de la tercera ola [videocasete]. Buenos Aires: Marketing para el Crecimiento.

Ejemplo de Lista de referencias bibliográficas

Alfaro Drake, T. (1993). *El marketing como arma competitiva: cómo asegurar prioridades a los recursos comerciales*. Madrid: McGraw-Hill.

Amor, D. (2000). *La (R)evolución E-business: claves para vivir y trabajar en un mundo interconectado*. Buenos Aires: Pearson Education.

Ávalos, C. (2001). El futuro de las marcas. *Diseño & Comunicación*. 4 (33), 4-5.

Bass, B. M. (1983) *Organizational decision making*. Homewood Ill.: Irwin. Citado en: Harrison, E. F. (1987). The managerial decision-making process. Boston: Houghton Mifflin.

Bennis, W. y Nanus, B. (1985). *Líderes: las cuatro claves del liderazgo eficaz*. Bogotá: Norma.

Boeing y United Airlines anuncian el despido de 50.000 empleados (2001, septiembre 19) [1 párrafo]. intermanagers.com newsletter [Revista en línea]. Disponible en Correo electrónico: info@intermanagers.com

Carsen, T. (1995). Derecho a la información: una aproximación hacia una ética y conducta profesionales. En Reunión Nacional de Bibliotecarios (29a: 1995: Buenos Aires). Trabajos presentados (p. 41-49). Buenos Aires: ABGRA.

Crespo, J. y Hermida, J.A. (1993). *Marketing de la tercera ola* [videocasete]. Buenos Aires: Marketing para el Crecimiento.

Cunningham, R. M. (1961). Customer loyalty to store and brand. *Harvard Business Review*. 39, 137. Citado en Loudon, D. L y Della Bitta, A. J. (1995). *Comportamiento del consumidor: conceptos y aplicaciones*. México: McGraw-Hill Interamericana.

Fillmore, Ch. (1982). Scenes and frames semantics. En Zampolli, A. (Ed.). *Linguistic structures processing*. (p. 55-81). Amsterdam: North-Holland.

Hammersley, M. y Gomm, R. (1997). Bias in social research. *Sociological Research Online* [Revista en línea], 2 (1). Disponible en: <http://www.socresonline.org.uk/socresonline/2/1/2.html>

Koontz, H. y Wehrich, H. (1998). *Administración: una perspectiva global* (11ª ed.). México: McGraw-Hill Interamericana.

Kouzes, J. M. y Posner, B. Z. (1997). *El desafío del liderazgo*. Barcelona: Granica.

Lander, E. (Comp.) (1993). La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales. Buenos Aires: CLACSO. Disponible en: <http://www.clacso.org/www/clacso/espanol/html/fbiblioteca.html>

Lee, J. y Musumeci, D. (1988). *On hierarchies of reading skills and text types*. *Modern Language Journal*. 72 (2), 73-187.

Lefort, R. (2000, junio). Internet, ¿Salvador de la democracia? *El Correo de la Unesco*, 53, 44-46.

Loudon, D. L y Della Bitta, A. J. (1995). *Comportamiento del consumidor: conceptos y aplicaciones*. México: McGraw-Hill Interamericana.

El marketing solidario. (2001). *Apertura*, 115, 69-71.

Mercado y A.C./Nielsen. (1997). Radiografía del consumo en la Argentina. *Mercado*. (957), 52-136.

Percy, I. (2001). The best value agenda for auditing [En línea]. *Financial Accountability & Management*, 17, 351. Resumen de InfoTrac.

Rapp. S. (2002). What advertising needs to rise again; hardly 'dead', a surprising convergence of techniques promises new day for admakers (804 words). *Advertising Age* [Revista en línea], 73, (43), 20. Disponible de: InfoTrac.

Spindler, G. (1993). *Education and reproduction among Turkish families in Sydney*. Manuscrito no publicado,

Thomas, B. (1989). El desarrollo de la colección en bibliotecas públicas. Trabajo presentado al II Congreso Latinoamericano de Bibliotecas Públicas, realizado en Montevideo del 5 al 10 de julio de 1989.

Normas de Estilo

Se indican a continuación algunas normas de estilo. Para los casos no contemplados aquí, se debe consultar el Manual de la APA.

Tablas y figuras

Las tablas exhiben datos cuantitativos que se disponen en una presentación ordenada de columnas y filas. La figura es cualquier tipo de ilustración distinta a una tabla: diagrama, gráfica, fotografía, dibujo u otro tipo de representación.

Las tablas y figuras deben ser tituladas, numeradas con números arábigos en secuencia diferente para tablas y figuras, y referidas en el texto por su número.

Comillas dobles

En general se usan para:

- Las citas de menos de 40 palabras dentro del texto
- Presentar una palabra como comentario irónico, como jerga o como expresión inventada
- Para resaltar el título de un artículo de revista o capítulo de un libro cuando se mencionan en el texto. No confundir con el título de una revista o el título de un libro.

No se usan para:

- Enfatizar.
- Presentar un término nuevo, técnico o clave. En vez de ello ponerlo en cursiva.
- Citas en bloque (citas de más de 40 palabras).

Cursivas

Como regla general se deben usar las cursivas sólo de manera excepcional.

Se usan para:

- Palabras de otro idioma. Cuando éstas estén asimiladas al castellano, irán en redonda y con la acentuación correspondiente (estándar).
- Títulos de libros y revistas.
- Presentar un término nuevo, técnico o clave.

Se usan dentro de una oración para indicar que se ha omitido material de la fuente original. No se deben usar al principio o al final de cualquier cita a menos que se necesita enfatizar que la cita comienza o finaliza en medio de una oración.

Paréntesis

Además del uso en las citas y en las referencias bibliográficas, se usan para:

- Introducir una abreviatura. Técnica del Grupo Nominal (TGN)
- Para resaltar letras que identifican los puntos enumerados en una serie. a), b), c).

Bibliografía recomendada

Obras sobre la preparación de trabajos de investigación, Tesis y Trabajos de Integración Final que pueden ser consultadas en la Biblioteca.

Aprile, O. C. (2001). *El trabajo final de grado: un compendio en primera aproximación*. Buenos Aires: Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo.

Ubicación: 001.43, APR

Bahena, J. T. (1992). *Técnicas de investigación documental*. México: McGraw-Hill. Ubicación: 001.43, BAH

Eco, U. (1993). *Cómo se hace una tesis: técnicas y procedimientos de estudio, investigación y escritura*. Barcelona: Gedisa. Ubicación: 001.43, ECO

Fragnière, J. (1995). *Así se escribe una monografía*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica. Ubicación: 001.42 FRA

Manganaro, R. D. (2002). *Pasos para una tesis doctoral*. Buenos Aires: Plus Ultra. (Colección para el tercer milenio). Ubicación: 001.43, MAN

Manual de estilo de publicaciones de la American Psychological Association. (1998). México: El Manual Moderno. Ubicación: R808.027 PUB y 808.027 PUB

Mombrú, A. y Margetic, A. (2002). *El hacedor de tesis*. Buenos Aires: Pragma. Ubicación: 001.43, MOM

Sabino, C. A. (1994). *Cómo hacer una tesis: guía para la elaboración de tesis y redacción de trabajos científicos*. Buenos Aires: Humanitas. Ubicación: 001.43 SAB

Taborga, H. (1980). *Cómo hacer una tesis*. México: Grijalbo. Ubicación: 001.43 TAB

Viroglio, A. y Fessia, R. (1993). *Cómo elaborar monografías y tesis*. Buenos Aires: Abeledo-Perrot. Ubicación: 001.43, VIR

Zorrilla Arena, S. y Torres Xammar, M. (1992). *Guía para elaborar la tesis*. México: McGraw-Hill. Ubicación: 001.43, ZOR

