



UNCUYO
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE CUYO

Universidad Nacional de Cuyo
Facultad de Filosofía y Letras

ESPECIALIZACIÓN EN DOCENCIA UNIVERSITARIA

TRABAJO FINAL DE ESPECIALIZACIÓN

***Diseño Gráfico en la era de la
Inteligencia Artificial: Proyecto Educativo
para acompañar y promover la formación
de diseñadores competentes, a través de
experiencias pedagógicas significativas,
en la carrera de Diseño Gráfico de la
Universidad Nacional del Nordeste***

Alumna: Cintia Maricel Slobodiuk
Supervisora: Romina Marianetti Cánovas

Fontana, Chaco - 2023

Dedicatorias y agradecimientos

El método es un discurso, un ensayo prolongado de un camino que se piensa. Es un viaje, un desafío, una travesía, una estrategia que se ensaya para llegar a un final pensado, imaginado y al mismo tiempo, imprevisto y errante. No es el discurrir de un pensamiento seguro de sí mismo, es una búsqueda que se inventa y se reconstruye continuamente. (Morin, Royer y Domingo, 2002: p.13)

Edgar Morín se vale de estas palabras e imágenes mentales para sintetizar la idea del proceso para llegar a un objetivo. No podría describir de manera más exacta mi experiencia en la Especialización.

El trayecto se me hizo largo, pasaron muchas cosas en el camino, y justamente por eso tengo muchos motivos y personas a las que estar agradecida.

A mi familia, por creer, por bancar, por ser incondicionales.

A mis amigos, por ser mucho más de lo que merezco.

A mis colegas, a algunos de los cuales también puedo llamarlos amigos; los admiro profundamente.

A las múltiples personificaciones del amor que me rodea.

A Romina, cada tutoría fue fundamental en mi proceso, gracias por el ánimo, la precisión y el cuidado.

A todos, gracias por acompañarme en el camino.

Índice

Dedicatorias y agradecimientos	3
Índice	4
Introducción	6
Contexto institucional y curricular	8
Problemática y justificación	16
Propósitos e intenciones pedagógicas	22
Mediación Pedagógica	30
Datos de inscripción curricular	30
Contenidos	31
Metodología	31
Propuesta de Enseñanza	33
Unidad 1: Comunicación y Diseño	34
Unidad 2: Planificación de la Comunicación	42
Unidad 3: Estrategias de Comunicación Visual	53
Propuesta de Evaluación	58
Fundamentos Pedagógicos	59
Evaluación de los aprendizajes	61
Unidad 2: Evaluación de la Planificación	61
Unidad 3: Evaluación de las Estrategias	63
Comunicación con la sociedad	65
Un pasado fabril y un relato colectivo	65
Una experiencia pedagógica decisiva	66
Fundamentos Teóricos	66
Acciones a realizar	67



Sentidos	68
Actores e instituciones intervinientes	68
Posibles Resultados	70
Investigación Pedagógica	71
Problema de Investigación	74
Referente empírico	74
Propósitos	74
Enfoque epistemológico	75
Marco Teórico	75
Anticipaciones de Sentido	76
Recogida de Información	77
Equipo de Investigación	78
Cierre	79
Bibliografía	80
Anexo	84
Mapa de Prácticas	84
Rúbrica de Autoevaluación grupal	85
Rúbrica de Coevaluación	86

Introducción

La invitación del Prof. Daniel Prieto Castillo es “*hacer pedagogía en todas las direcciones*”. Este proyecto se compone de tres propuestas que, en su conjunto, reflejan los propósitos e intenciones pedagógicas que he internalizado en la Especialización en Docencia Universitaria.

La primera dirección es hacia la Enseñanza y Evaluación. La planificación se desarrolla en la asignatura Comunicación II, donde se plantean los interrogantes acerca del rol y la relevancia del diseñador gráfico en el contexto actual. Luego se procede a guiar a los grupos de estudiantes en el desarrollo de un proyecto de Comunicación Visual, partiendo de sus saberes y experiencias. Se pretende ejercitar sus capacidades de comprensión y expresión, educando para la incertidumbre y abrazando la complejidad como método.

En dirección a la pedagogía en la Comunicación con la Sociedad, el proyecto propone ejecutar procesos de diseño como medio para generar espacios de diálogo, participación y transformación social. El objetivo es promover la valoración del patrimonio fabril de la localidad de Fontana provincia del Chaco, mediante un proceso de reconstrucción del relato colectivo y el diseño e implementación de un sistema de identidad visual.

Por último, en dirección a la Investigación Educativa, se elabora una propuesta que interroga la propia práctica docente, donde se plantean preguntas pertinentes y valiosas en relación al diseño de las Guías de Lectura que se utilizan como acompañamiento del material bibliográfico en Comunicación II. En este sentido, se indaga sobre las características que

deberán tener para facilitar el desarrollo de las funciones ejecutivas en los estudiantes, de acuerdo a los objetivos y el nivel de aprendizaje esperado

Contexto institucional y curricular

Universidad Nacional del Nordeste

La UNNE tiene una rica historia que se ha formado a lo largo de varios momentos clave. Uno de los primeros antecedentes se remonta a 1841, cuando el Brigadier Pedro Ferré, Gobernador de la Provincia de Corrientes, fundó la Universidad Superior de San Juan Bautista, que fue la primera institución educativa de nivel superior en el noreste de Argentina.

Entre los años 1920 y 1955 se establecieron algunas Facultades, Carreras e Institutos como extensiones de las Universidades Nacionales del Litoral y de Tucumán en la provincia de Corrientes. Estas instituciones fueron fundamentales para sentar las bases de la creación de la Universidad Nacional del Nordeste el 14 de diciembre de 1956. Este hecho se enmarca en los procesos de provincialización de los Territorios Nacionales de la región noreste del país, como ser Misiones (1953), Chaco (1955) y Formosa (1955).

La UNNE desde sus inicios se estableció como una universidad *“geográficamente descentralizada, pero cuyas finalidades generales de cultura superior e investigación científica debían vincularse fundamentalmente a la región y a sus habitantes”*, según lo establecido por el Ing. José Babini, quien fue nombrado rector organizador en 1957. La universidad también se caracteriza por su integración regional, recibiendo estudiantes de diferentes latitudes del Noreste argentino y funcionando extensiones áulicas en las provincias de Chaco, Corrientes, Formosa y Misiones.

Facultad de Arquitectura y Urbanismo

En 1956 se fundó el Instituto de Vivienda y Planeamiento, Arquitectura y Tecnología en la provincia del Chaco, con el fin de establecer una Escuela de Arquitectura y promover la educación superior en la provincia.

Posteriormente, en 1957 se creó la Universidad Nacional del Nordeste y el Instituto de Vivienda y Planeamiento se transfirió a la UNNE, convirtiéndose en la Escuela de Arquitectura de la universidad.

En 1960 se formó la Facultad de Ingeniería, Vivienda y Planeamiento que incluía las carreras de Arquitectura e Ingeniería, y más tarde en 1973 se dividió en dos facultades: la de Ingeniería y la de Arquitectura y Urbanismo. Durante mucho tiempo, la única carrera de grado ofrecida fue la de Arquitectura, a la que se le fue sumando una amplia oferta de posgrados relacionados a la disciplina.

Diseño Gráfico

Durante los años 90, empezaron a surgir en Argentina nuevas carreras universitarias “no tradicionales” que respondían a nuevas demandas sociales y económicas, y a la consolidación del *mercado de servicios*. La “*economía del conocimiento*”, y la importancia de las tecnologías digitales son factores claves que impulsan la necesidad de comunicación visual, así como también la necesidad de visibilizar problemáticas sociales.

En este contexto, el 18 de diciembre de 1996 se aprobó el proyecto para crear la carrera de Diseño Gráfico en la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la UNNE, en línea con la política de la universidad de ofrecer nuevas oportunidades académicas.

En la carrera de Diseño Gráfico pueden identificarse, en términos generales, tres etapas o trayectos bien diferenciados:

- 1. Primeros pasos:** Durante los primeros ocho años, la dirección de los Talleres de Diseño fueron conducidos por docentes externos; en principio por profesores de la Universidad Nacional del Litoral, luego de la Universidad de Buenos Aires y una última transición con titulares de la Universidad Nacional de la Plata.

2. Autonomía: Finalmente, en el 2005, diseñadores y arquitectos locales egresados de la FAU y formados con la tutoría de los docentes externos, comenzaron a conducir los talleres.

3. Consolidación: la carrera se encuentra en un momento histórico de consolidación respecto a la regularización de los concursos docentes y la implementación de un nuevo plan de estudios.

Respecto a esta última etapa, en el año 2017 se realizó un estudio preliminar con el fin de sentar las bases para evaluar el Plan de Estudios de la Carrera, tendiente a su actualización y optimización. Se realizaron tareas de recopilación, revisión e investigación de documentos, detección de requerimientos y definición de parámetros, y se concluyó en una definición del contexto, en los ámbitos disciplinar, académico, institucional y laboral.

El diseño está cambiando hacia nuevos escenarios de acción que requieren una actualización del campo disciplinar. Se está posicionando el concepto de *design thinking* como abordaje sobre los procesos orientados a resolver problemas de manera creativa y descubrir nuevas oportunidades.

Otra reorientación del perfil del diseñador tiene que ver con la consolidación del Diseño de Comunicación, corriéndose de lo estrictamente gráfico. Esta tendencia se ve reflejada en la formación de los nuevos profesionales en la educación superior en Latinoamérica y el resto del mundo.

La oferta académica en Europa y Estados Unidos reflejan de manera clara este nuevo escenario en el que se mueve el diseño en el mundo con el crecimiento de las tecnologías digitales de comunicación, e impulsaron la creación de carreras pensadas para este campo.

Algo similar sucede en algunas universidades de Latinoamérica, aunque con menor profusión: Diseño Multimedia (Universidad ORT, Uruguay),

Animación y Arte Digital (Tecnológico de Monterrey, México), y Diseño Gráfico y Digital (Universidad La Salle, México), por citar algunos. En el caso de nuestro país fueron las universidades privadas las que más se han hecho eco de esta tendencia (Maimónides, UM, Champagnat, UCP, UADE, UNSTA).

Por otra parte, la gran mayoría de las carreras de grado, tanto en países angloparlantes como en toda Latinoamérica, están orientadas a la comunicación visual, dejando al Diseñador Gráfico como una titulación intermedia o de formación técnica.

Existen aún carreras que mantienen el título de Diseño Gráfico pero lo hacen incorporando los medios audiovisuales e interactivos en sus programas o incluso combinando ambos perfiles (por ejemplo, Graphic Communication Design en el Reino Unido); esto se puede observar mayormente en Europa y Estado Unidos.¹

En Argentina existe una amplia oferta de 34 de carreras de grado vinculadas al diseño y la comunicación visual, entre universidades públicas y privadas; con diversos perfiles, abordajes, orientaciones y modelos de titulación.

A fines del año 2016 se comenzó a implementar el Sistema Nacional de Reconocimiento Académico, donde 56 universidades públicas y privadas argentinas adherentes al convenio marco comenzaron a trabajar coordinadamente para acordar la instrumentación del mismo.

Esta iniciativa del Ministerio de Educación de la Nación se implementa con lo que dieron en llamar “familias de carreras”, donde Diseño Gráfico está inscrita en la familia de “Arquitectura y Diseño”(…). En pos de unificar parámetros de estudio de este gran espectro de carreras se determinó organizarlas según su objeto de estudios en tres subfamilias:

- 1. Espacial : Arquitectura y Diseño de Interiores.*
- 2. Objetual : Diseño Industrial, de Indumentaria y Textil.*

¹ Estudio preliminar. Bases para una evaluación de la carrera de Diseño Gráfico. FAU – UNNE. Marzo 2018

3. Comunicacional : Diseño Gráfico, Multimedia y de Imagen y Sonido (Audiovisual).

En el mes de noviembre del año 2017 la UNNE suscribió al mencionado sistema, por lo que la Facultad de Arquitectura y Urbanismo estuvo participando desde entonces con miembros de otras universidades nacionales, públicas y privadas, para concertar un conjunto de parámetros de equivalencia entre las carreras que permitan la movilidad de los estudiantes por las diferentes unidades académicas participantes.

Este escenario planteó una nueva dimensión de análisis del plan de estudios de la carrera y propuso nuevos parámetros de evaluación del mismo.

El documento elaborado a partir del relevamiento y análisis de toda esta información, aportó a la construcción de una perspectiva más amplia y actualizada sobre la disciplina y la formación de los diseñadores de la UNNE. En consonancia con esta evaluación, durante el 2018 se realizaron Jornadas Institucionales con el fin de elaborar un Informe y compartir propuestas para el nuevo plan.

El 24 de Octubre, día del Diseñador Gráfico, se aprobó el Plan de Estudios 2019 de la Carrera de Diseño Gráfico; y tuvimos dos grandes motivos para festejar.

Todo esto sucedía en nuestra institución, mientras en el contexto mundial se producían continuos cambios, que impactaban directamente en los paradigmas y contextos de la educación. Según Pérez Lindo (1998):

- El desarrollo de los medios de comunicación social y de la informática han creado nuevas alternativas para el aprendizaje que desplazan progresivamente los cursos tradicionales por sistemas de educación a distancia o de autoaprendizaje.
- El surgimiento de un nuevo paradigma productivo fundado en la utilización intensiva del conocimiento así como el desarrollo de

nuevos mecanismo de transmisión de información, obligan a revalorizar la gestión del saber y de la información en las universidades.

- Los cambios en los modelos culturales, en los paradigmas científicos, en las ideologías, filosofías y creencias impulsan una revisión de las bases teóricas que constituyeron hasta el presente los planes de estudios de las diferentes carreras.

Justamente estas cuestiones vinculadas al desarrollo de los medios, las tecnologías, las nuevas formas de transmisión del conocimiento y la revisión de los marcos teóricos, alcances, vinculaciones y fundamentos de la disciplina, fueron temas recurrentes la autoevaluación de la Carrera, y fueron considerados para reformular el nuevo Plan de Estudios.

En la etapa de Consolidación mencioné la regularización de los concursos docentes, que comenzó en el 2014. Después de casi 20 años funcionando con un plantel docente con designaciones interinas, aún está en proceso el concurso de cargos Auxiliares, quedando pendiente los de Adjuntos y Titulares.

Esta situación repercute en muchos aspectos. Sin carrera docente, muchas dimensiones de la tarea docente fueron invisibilizadas, no hay estímulos significativos para la formación pedagógica y actualización disciplinar, escaso incentivo a la formación en investigación y poca participación en proyectos de extensión.

Hoy por hoy se comienzan a ver avances en varias de estas cuestiones, sobre todo en el área de docencia a partir de una progresiva regularización general del plantel docente acompañada de un mejoramiento incipiente y progresivo en la capacitación pedagógica y disciplinar. Aún así esta deuda institucional de tantos años impacta en la calidad de la educación que pretendemos dar.

En este escenario de nuevos contextos y paradigmas, nuestra carrera tiene el enorme desafío de estar a la altura de estos tiempos; con una visión transdisciplinaria, currículo flexible, con un cuerpo de profesores más capacitado, desarrollando funciones de investigación, enseñanza y extensión.

Comunicación II

La propuesta de enseñanza y evaluación que propongo está basada en el programa y los contenidos de la asignatura Comunicación II de la Carrera de Diseño Gráfico, que también es el contexto en donde emergen los interrogantes sobre mi propia práctica docente, y desarrollo una propuesta pedagógica de comunicación con la sociedad.

Comunicación II es una asignatura promocional, cuatrimestral, ubicada en el segundo año de la carrera y correlativa con Comunicación I. Su propuesta pedagógica fue concebida en el contexto de la pandemia, en el que fuimos conscientes de que la realidad había cambiado significativamente y debemos adaptar nuestras estrategias educativas a este nuevo escenario signado por la tecnodemia² y la infodemia.

Los contenidos de la materia se desarrollan alrededor de la construcción de un Proyecto de Comunicación Visual, que a la vez es parte de una propuesta interdisciplinaria donde intervienen otros actores y organismos de la Carrera. Se vinculan también otras disciplinas del campo de las ciencias sociales, de la tecnología, del diseño, estableciendo también lazos con Institutos y Secretarías de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo.

² Término creado por la profesora titular de la Cátedra, Lic. Adriana Inés Echeverría, en un artículo para la revista Arquitecno de la FAU, con el fin de proponer y explicar la designación de un nuevo fenómeno emergente: la Tecnodemia. Se lo concibe como exceso de tecnología, en donde todos los vínculos están saturados por la misma. La novedad del fenómeno que describe la palabra tecnodemia en su relación con el aprendizaje, está determinada por el contexto en que aparece durante la pandemia de COVID-19. Los ejes de análisis que lo explican son globales, como la tecnología, y la necesaria construcción de nuevas mentalidades para poder adaptarse a situaciones de incertidumbre y cambio permanente.

El Proyecto consiste en la producción de ecomensajes enmarcados en los [Objetivos de Desarrollo Sostenible](#) de la CEPAL para apoyar la implementación y el seguimiento de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible en los países de América Latina y el Caribe, y que serán difundidos a través de las redes sociales.

Problemática y justificación

La comprensión lectora es un aspecto clave en el desarrollo académico de los estudiantes, ya que su capacidad para entender lo que leen está directamente relacionada con su capacidad para expresarse de manera clara y coherente. De hecho, se considera que la comprensión lectora es una habilidad fundamental en el proceso de adquisición del lenguaje y el desarrollo cognitivo, ya que es a través de la lectura que se amplía el vocabulario, se mejora la capacidad de análisis y se fortalece la capacidad para la comunicación escrita y oral.

En este sentido, Lev Vygotsky propuso la Teoría del Aprendizaje Socio-Cultural, en la que sostiene que el aprendizaje se produce a través de la interacción social y el uso del lenguaje. Según esta teoría, la adquisición del lenguaje y el desarrollo cognitivo dependen en gran medida de la capacidad del individuo para comprender y utilizar el lenguaje en contextos sociales y culturales diversos.

Es imprescindible entonces que los estudiantes se ejerciten en la comprensión lectora para poder adquirir habilidades comunicativas adecuadas y una buena capacidad de expresión.

Sin embargo, la realidad que hemos comprobado como docentes de asignaturas ubicadas en los primeros años de la carrera es que a menudo los estudiantes no cuentan con hábitos de lectura, comprensión y reflexión sobre los textos.

En un interesante artículo sobre enseñar a leer a los estudiantes universitarios, Cazas y otros (2008) consideran que:

"Es preciso re-conceptualizar los "problemas" de lectura de muchos alumnos universitarios. Su dificultad para comprender lo que leen en la

universidad no se debe únicamente a que carecen de una habilidad o técnica elemental y generalizable, sino que al ingresar a los estudios superiores se ven enfrentados a nuevas culturas escritas, correspondientes a los distintos campos disciplinares." (p.182)

Los autores plantean que hay un modo diferente de construir el conocimiento en los estudios superiores, y que por más que los estudiantes ingresantes a la universidad cuenten con algunas habilidades lectoras, existe una gran brecha con respecto a sus modelos anteriores.

Según Carlino (2005; citado en Cazas, F., Federman L. y Feld J, 2008), *“para pertenecer a estas nuevas culturas [escritas] los alumnos (...) deberán cambiar su identidad como pensadores y analizadores de textos”*. En este aspecto, afirman Cazas y otros, se manifiesta la brecha mencionada. Un aspecto clave para el aprendizaje es la lectura y escritura de textos académicos. Los estudiantes no solo desarrollan nuevas prácticas lectoras sino también se constituyen en esta nueva identidad.

“Aprender a escribir un escrito es aprender a desarrollar la práctica social correspondiente” (Cassany; 2006 citado en Cazas, F., Federman L. y Feld J., 2008). El pasaje del nivel secundario al universitario implica el desafío de aprender a construir el conocimiento de un nuevo modo, de acuerdo a este nuevo contexto. La nueva identidad de los estudiantes es ser los protagonistas de su propio aprendizaje.

Cito las conclusiones preliminares a las que arriban los autores del artículo, en su experiencia del taller que proponen como práctica de lectoescritura:

“En ocasiones nos preguntamos si es posible que los estudiantes universitarios no entiendan bien lo que leen, cuando parece que leen normalmente. Hèbrard, (2006) explica que: “la comprensión no es una actividad automática, sino una actividad de nivel muy alto y

esencialmente cultural”. Entonces, entendemos bien un texto cuando hemos desarrollado nuestra competencia cultural, en el campo en el que está inscripto ese texto. La verdadera dificultad para los alumnos –que están entrando en un campo de conocimiento nuevo– consiste en construir esa cultura, ese conocimiento, para poder leer textos de ese campo. O sea que lo esencial del trabajo del docente no es tanto hacer que los estudiantes lean para que sepan cosas, sino prepararlos para la lectura, y para ayudar a entender algo nuevo no hay nada mejor que el diálogo. Creemos que lo esencial para preparar al lector es no dejarlo embarcarse solo en los libros de textos sin una preparación previa oral muy buena.”

(...)

La lectura es una actividad social, supone grupos humanos que comparten entre sí las significaciones, por lo cual el papel del profesor es preponderante, ya que los contenidos cognitivos se construyen con la ayuda de personas de mayor experticia. Por este motivo es necesario asistir la transición de un lector heterónimo al de un lector autónomo.
(p.183)

Estas ideas se apoyan en las teorías del aprendizaje y desarrollo y de la Zona de Desarrollo Próximo de Lev Vygotski, sobre la cual Bruner desarrolla su teoría del andamiaje.

Vygotski plantea el concepto de “zona” como la distancia entre el nivel de desarrollo real y el nivel de desarrollo potencial. Lo que propone es que los docentes puedan ir planteando pequeños desafíos que permitan al estudiante pasar de su estado inicial, donde es capaz de realizar ciertas tareas o procesos por sí solo, al siguiente nivel, con ayuda de los demás.

Esa “ayuda” es lo que Bruner denomina metafóricamente como andamiaje, y consiste en proporcionar a los estudiantes los andamios necesarios para que puedan avanzar en el desarrollo de sus habilidades de manera autónoma, convirtiéndose justamente en el propio protagonista de su

aprendizaje, y al docente como guía que ofrece las herramientas necesarias para que éste pueda resolver los trabajos planteados a través de la experimentación, la búsqueda y la investigación.

En relación con esto, desde los primeros textos de esta Especialización hemos abordado la cuestión de la comprensión, la significación y la construcción del sentido como un desafío para nosotros, los educadores. Edgar Morin (1999) afirma al respecto:

*“La comprensión es al mismo tiempo medio y fin de la comunicación humana. Ahora bien, la educación para la comprensión está ausente de nuestras enseñanzas. El planeta necesita comprensiones mutuas en todos los sentidos. **Teniendo en cuenta la importancia de la educación para la comprensión en todos los niveles educativos y en todas las edades, el desarrollo de la comprensión necesita una reforma de las mentalidades. Tal debe ser la tarea para la educación del futuro.**” (p.79)*

El desarrollo de la comprensión es una competencia transversal que se debe desarrollar a lo largo de todo trayecto formativo. En el contexto de una carrera de Diseño, las asignaturas referidas a la comunicación tienen la particular responsabilidad de ejercitarla.

“La escuela y la universidad están montadas sobre el discurso: si alguien egresa sin capacidad en esa herramienta, tenemos el contrasentido de un espacio que trabaja con discurso y no puede desarrollar la capacidad discursiva en quienes pasan por él” expresa el Prof. Daniel Prieto Castillo (1995).

Dos de las principales habilidades que los estudiantes deberán desarrollar son la comprensión y la expresión. Comprender significa que los estudiantes cuenten con la capacidad para obtener la información esencial sobre temas importantes, pero también sepan cómo utilizar esa

información, de qué manera establecer relaciones con su realidad, para que esa información les resulte relevante.

Por otro lado, también es importante que exploren alternativas para la expresión, ejercitándose gradualmente en la oralidad, la escritura, en el intercambio de sus opiniones en grupos pequeños y en la exposición ante auditorios masivos. Es importante alentar formas de expresión discursiva claras, coherentes, seguras, con riqueza y belleza en el manejo de las distintas formas de lenguaje.

Estas problemáticas de raíz pedagógica se plantean en un escenario de constantes y vertiginosos cambios. En la década de 1960, el valor del Diseño era cuestionado y se consideraba como una disciplina subordinada al arte, sin una clara función social y práctica. La pregunta fue, por mucho tiempo: “¿Para qué sirve el Diseño?”.

En estas últimas décadas, la importancia del diseño fue siendo reconocida ampliamente. Se convirtió en un componente esencial, desde la mejora de productos y servicios hasta el impacto positivo en la experiencia del usuario y satisfacción de los clientes. Hoy día el valor del diseño es incuestionable.

Actualmente, los avances tecnológicos están teniendo un impacto disruptivo en diversas esferas de la vida humana. La irrupción de las inteligencias artificiales nos sorprenden con resultados asombrosos y una impresionante capacidad de optimizar procesos; a la vez que nos plantean nuevas incertidumbres. La pregunta que nos hacemos es: “¿Para qué sirve el Diseñador?”

Lejos de buscar simplificar esta problemática, el interés de esta propuesta pedagógica es abordarla en su complejidad, interrogando la realidad y nuestra propia práctica docente.

Nos preguntamos cuáles serán los nuevos desafíos, y qué habilidades y competencias deberán desarrollar los diseñadores para ser competitivos e integrar las inteligencias a los procesos de diseño. En esa construcción del nuevo rol del diseñador gráfico, es posible que surjan algunas ideas referidas a la responsabilidad social y el desarrollo del pensamiento estratégico.

Como educadores, nos interpela la necesidad de considerar los aprendizajes específicos que debemos acompañar y promover para la formación de diseñadores competentes en el contexto actual; y diseñar estrategias pedagógicas que nos permitan realizar esta tarea de manera efectiva.

Esta propuesta pedagógica se fundamenta en la importancia de que los estudiantes adquieran las herramientas necesarias para analizar y procesar la información de manera efectiva, para elaborar ideas, comunicarlas, desarrollar habilidades de pensamiento estratégico y fomentar la responsabilidad social en los procesos de diseño.

Propósitos e intenciones pedagógicas

El graduado de la carrera de Diseño Gráfico de la FAU UNNE se caracterizará por su actitud tanto reflexiva y crítica como intuitiva y creativa en el desarrollo de la profesión, con conciencia de su rol y responsabilidad social.

Este enunciado es uno de los aspectos del perfil del graduado de la carrera de Diseño Gráfico. En consecuencia, el segundo año de Comunicación se caracteriza por integrar las disciplinas relacionadas con la comunicación poniendo especial énfasis en el diseño de comunicaciones visuales como un medio que puede contribuir, en alguna medida, con la solución de ciertos problemas sociales.

La transformación de nuestros estudiantes en el tipo de profesionales que la sociedad demanda, no es espontánea. Como educadores tenemos la tarea acompañar y promover ese desarrollo, mediante el aprendizaje. A continuación, expongo los principios que fundamentan el desarrollo de la presente Propuesta Pedagógica:

PROMOVER EL DESARROLLO DE LAS FUNCIONES EJECUTIVAS

Estas son las características que los materiales de estudio, actividades y guías deberán reunir para promover un mejor desempeño de los estudiantes:

→ **Partir desde el estudiante**; esto es, desde sus intereses, conocimientos previos y experiencias anteriores. Es importante que las propuestas educativas sean adecuadas para la edad y nivel

curricular de los estudiantes, y que su abordaje respete las creencias personales y culturales.

→ Las actividades, materiales de estudio y las guías para de trabajo deben ser **comprensibles** en su contenido y también en su forma; **atractivos y claros**, además de favorecer la integración sensorial de al menos dos sentidos.

→ El material debe ayudar a **que el estudiante señale, nombre y describa las relaciones** entre los elementos de la actividad, reconocer diferencias y similitudes, hacer asociaciones, agrupaciones y clasificaciones según los criterios aportados por el docente.

→ En el proceso de aprendizaje deberán haber **instancias donde el estudiante pueda manifestar su aprendizaje**, siendo capaz de describir lo que hace y para qué, reconocer sus errores en su proceso, explicarlos y corregirlos. Además podrá identificar los errores de sus compañeros, explicarlos y utilizarlos para su propio aprendizaje.

→ El material deberá proponer **ejemplos observables y analizables**; de los cuales el estudiante pueda inferir detalles y lineamientos generales, y asociar los nuevos conocimientos con los adquiridos anteriormente.

→ **Alternar instancias grupales e individuales** les permitirá nutrirse de la diversidad. Lograr una adecuada gestión del trabajo grupal requerirá que las actividades estén planificadas, calendarizadas y monitoreadas.

FAVORECER EL DESARROLLO DEL POTENCIAL DE CADA ESTUDIANTE

Como educadores tenemos la inmensa responsabilidad de impulsar el ser de nuestros estudiantes, de apoyarlos en la construcción de su estima, de respetarlos y de colaborar en la edificación de su dignidad.

→ **La actividad propuesta debe presentar un nivel adecuado de dificultad.** Si fuese demasiado fácil no representará ningún desafío para el estudiante, que caerá en la apatía o repetición; por el contrario si el planteo es demasiado complejo, puede resultarles desalentador.

→ **Introducir la actividad**, explicitando los contenidos y objetivos, y qué relevancia tiene ésta en el marco de los objetivos generales de la materia. El docente deberá proporcionar un modelo de trabajo, ser claro en cuanto a la orientación y modo operativo; y cuáles son las etapas y pautas que debe seguir para cumplir con el trabajo.

→ Así como es necesaria la planificación, en ocasiones también es necesario ir haciendo **ajustes y modificaciones sobre la marcha**, atendiendo a la respuesta de los estudiantes. Estas intervenciones requieren una observación y sensibilidad ante lo que están haciendo o diciendo los estudiantes.

→ Tener en cuenta que los estudiantes se desarrollan en contextos culturales y cuentan con conocimientos y experiencias previas que pueden ser utilizadas para promover los nuevos aprendizajes. Es tarea docente **hacer explícitas las relaciones entre los distintos contenidos** que el estudiante adquiere a lo largo de su proceso de aprendizaje.

→ Lograr que cada estudiante pueda profundizar y hacer uso de manera autónoma de lo que está aprendiendo. En el **desarrollo gradual de esta autonomía**, podemos prever espacios o momentos en los que los estudiantes deban recurrir a sus aprendizajes, con poca ayuda o asistencia.

APRENDER CON OTROS

En la participación en actividades compartidas con otros, ya sea tareas grupales, interacción informal, trabajos en grupos y colgadas de prácticos

de taller, se desarrollan ciertos procesos psicológicos superiores referidos a la gnosis, praxias, atención y el lenguaje.

→ **El aprendizaje cooperativo** permite que esas relaciones se establezcan de manera positiva. Trabajando juntos y coordinando esfuerzos obtienen mejores resultados y completan una tarea de una manera más satisfactoria. Esto requiere de planificación y monitoreo constante.

→ Favorecer la **participación de todos los estudiantes**. Plantear clases donde se trabajen los contenidos conceptuales con diversos materiales de apoyo y actividades en las que los estudiantes puedan plantear diferentes escenarios y elegir entre múltiples modos de resolución. Se podrán configurar espacios de trabajo en grupos pequeños o buscar la relación y el contacto personal entre estudiantes en momentos puntuales del desarrollo.

ATMÓSFERA PROPICIA

El rol de cada docente es clave en la creación de un ambiente pedagógico, que promueva un intercambio fluido, respetuoso y empático. Es importante que pueda manejar un buen ritmo; motivando la participación, las ocurrencias, la búsqueda de alternativas y la profundización de conceptos e ideas.

Considero oportuno mencionar los aspectos que perfilan al educador como mediador, como un ideal al que aspirar: la escucha, la relación empática, el ritmo, la personalización, la interlocución, la comunicabilidad, la apelación a la experiencia, y la coherencia.

Es imprescindible la creación de un ambiente pedagógico basado en la confianza, la seguridad y la aceptación mutua. Es tarea del docente

construir un entorno que favorezca la creatividad, la comunicación, la curiosidad y el interés por el conocimiento.

VER, PENSAR Y HACER DE FORMA DIFERENTE

Proponer soluciones visuales a problemas de comunicación implica entender la naturaleza de los problemas actuales; son abiertos, complejos, dinámicos y están interconectados; lo que pone a prueba los supuestos detrás en nuestra forma convencional de resolverlos. No es posible sostener la visión del método como receta, como un orden preestablecido de pasos, fases o etapas, sino como un proceso reflexivo.

Si se pretende aportar en la construcción de un sujeto de aprendizaje, reflexivo, crítico y pensante en un proceso lleno de aventura, de esfuerzos, errancias, rupturas y crisis; es inevitable prever estrategias que se enfoquen en el proceso de diseño como objeto de aprendizaje; abrazando la complejidad como método.

EXPERIENCIAS PEDAGÓGICAS DECISIVAS

La experiencia pedagógica decisiva es aquella que va más allá de la adquisición de conocimientos y habilidades específicas, involucra una transformación en la forma en que el estudiante percibe y actúa en el mundo.

Para el prof. Daniel Prieto Castillo (2007), algunos de los principios que fundamentan este tipo de experiencias son la contextualización, es decir, el reconocimiento de las condiciones socioculturales de los estudiantes, el acompañamiento adulto, el diálogo entre saberes y experiencias, la mediación pedagógica, la comunicación, la productividad y la solidaridad.

Es tarea del educador crear las condiciones para que este tipo de experiencias se den de manera frecuente y significativa, a través de

estrategias pedagógicas que fomenten la reflexión crítica, la participación activa, la creatividad y la colaboración.

PARTICULARIDADES DE LA DISCIPLINA

La evolución de la disciplina del diseño requiere una actualización permanente; ya que es un fenómeno que avanza y evoluciona de forma paralela con la tecnología. El diseño de comunicación se ha convertido en una profesión que incorpora cada vez más las expresiones y los enfoques de otras disciplinas en la producción de soluciones visuales para problemas de comunicación.

EL DILEMA DE LA TECNOLOGÍA

Aprender a manejar una computadora y utilizar los programas de diseño hoy día es fundamental para diseñar. El aprendizaje del diseño siempre está acompañado con el desarrollo de habilidades en relación a los instrumentos y herramientas.

Los avances tecnológicos con respecto a hardware y software han ampliado infinitamente el campo de acción de los diseñadores, y posibilitan la exploración de un gran abanico de posibilidades para la resolución de un problema de diseño. Pero esto no es algo que la máquina realice de manera automática, sino que exige un involucramiento total por parte del diseñador que, utilizando sus experiencias, conocimientos y siendo guiados por la teoría, crea cursos de acción destinados a cambiar situaciones existentes, con el fin de mejorar los espacios, las formas comunicacionales y los productos que han contenido nuestra cultura.

Por un lado, los diseñadores piensan a través de dibujos, esquemas y bocetos. Ese tipo de representaciones permiten desarrollar el pensamiento proyectual, y constituyen la única manera que el diseñador tiene para exponer sus ideas. Sólo a través de este proceso creativo es posible la innovación. De este modo el diseño garantiza la originalidad de las

respuestas, superando lo conocido y las restricciones de cualquier situación existente; al permitir proponer nuevas estrategias, formas de ser y de relacionarse. Esta instancia del proceso de diseño se ha ido perdiendo gradualmente, en parte por el uso incorrecto de la tecnología.

Por otro lado, el diseño avanza paralelamente con la tecnología, hacia el futuro. La llegada de nuevas tecnologías ha ampliado el modo en que los diseñadores se expresan y generan contenido, lo que ha aumentado la complejidad de los problemas de diseño. El panorama actual presenta nuevos desafíos para los diseñadores, educar para la complejidad significa no reducirlos o simplificarlos, sino abordarlos desde la complejidad que representan.

Nuestros adolescentes y jóvenes se están formando en un contexto cambiante, donde las nuevas tecnologías relacionadas a la inteligencia artificial están en constante evolución. La puesta en experiencia como estrategia pedagógica busca mediar con ese nuevo universo, y utilizarlo como herramienta para el juego del aprendizaje.

Comprender y capacitarse en utilizar herramientas y tecnologías es una de las competencias que debe desarrollar un diseñador. El dominio de nuevos medios constituye uno de los principales objetivos en la formación de los universitarios. En este escenario mutante, es importante educar para la incertidumbre, es decir, brindar herramientas para interrogar de forma permanente la realidad; con un actitud creativa, relacionando los conocimientos adquiridos y buscando otros nuevos.

Es fundamental enfocar la definición de estrategias de enseñanza y aprendizaje en potenciar los efectos positivos que se producen CON la tecnología, es decir, cuando trabajan colaborativamente el estudiante y la computadora

Respecto a los efectos DE la tecnología, el enfoque estará puesto en estimular el desarrollo de estrategias del pensamiento orientadas a idear procesos de diseño que se adecúen a los nuevos escenarios planteados por la aparición de los constantes avances.

Mediación Pedagógica

Datos de inscripción curricular

Carrera: Diseño Gráfico (Plan de Estudios 2019)

Asignatura: Comunicación II

Área de las Ciencias Sociales

Equipo docente:

› *Profesora Titular:*

Lic. Adriana Inés Echeverría

› *Auxiliares:*

DG. Alicia Acosta

Lic. Raúl Duarte

DG. Belén Quiñones

DG. Cintia Slobodiuk

DG. Cristian Vastik

Contenidos

UNIDAD 1: Comunicación y Diseño

- 1.1. Comunicación y diseño. Intervención en soportes y espacios diversos.
- 1.2. Elementos del sistema comunicacional. El destinatario del diseño: grupos sociales. La cuestión del referente en diseño. El perceptor contextual del diseño. Los efectos: tipología.
- 1.3. Áreas de Responsabilidades del Diseñador Gráfico: profesional; ética; social y cultural. Nuevos paradigmas sociales.

UNIDAD 2: Planificación de la Comunicación

- 2.1. Inserción del comunicador visual en proyectos sociales.
- 2.2. El proyecto de Comunicación Visual - Instancias.
- 2.3. Diagnóstico Comunicacional: algunas propuestas. Variables fundamentales.
- 2.4. Participación de los actores del proyecto. El equipo de trabajo.

UNIDAD 3: Estrategia de Comunicación Visual

- 3.1. Pensamiento estratégico y pensamiento creativo: concepto e idea.
- 3.2. Estrategias de Comunicación Visual y Estrategia de medios.
- 3.3. Prototipado, testeo, implementación y análisis de resultados.

Metodología

Los estudiantes de Comunicación II trabajarán en el diseño y producción de ecomensajes gráficos para publicar en la red social [Ecomunidad FAU UNNE](#), que informen y sensibilicen sobre diferentes temáticas ecológicas, con la finalidad de generar conciencia responsable en una franja que debería constituirse en la ecocivilización del futuro. Con la premisa “Participación,

Motivación y Circulación por las Redes”, los estudiantes y docentes contribuirán a la construcción de una comunidad de sentido, de pertenencia y de identificación.

La materia tiene por objetivos que el estudiante logre conocer e internalizar los procesos y sistemas de comunicación y conozca el uso y funciones de la comunicación visual en la sociedad actual. En este contexto, podrá descubrir y recrear estrategias de comunicación visual, analizar e interpretar mensajes visuales, y desarrollar actitudes perceptivas, científicas, críticas, analíticas y creativas en relación con su entorno. En el desarrollo de estas capacidades, acompañaremos al estudiante a que pueda concebir el campo de la comunicación visual desde una perspectiva interdisciplinaria.

La Cátedra pone a disposición un [Cuadernillo Virtual](#) con el Programa de la Materia, el Proyecto de Comunicación Visual, las guías de Trabajos Prácticos, los Documentos de lectura, material complementario y enlaces a artículos, instituciones y comunidades relacionadas a las temáticas propuestas.

Propuesta de Enseñanza

La propuesta pedagógica se diseña a partir del programa de la Cátedra a lo largo de sus tres Unidades Temáticas. Con el fin de obtener una visión de la totalidad de las prácticas dentro del desarrollo de la asignatura, elaboré un [mapa de prácticas](#) que especifica el título de las práctica correspondiente a cada contenido, las prácticas de aprendizaje, las instancias, y los "educar para" específicos de cada trayecto. Además de un apartado con los recursos necesarios para llevarlas a cabo. Las actividades propuestas se desarrollan durante el cursado de la materia en su modalidad presencial, en las aulas designadas por la institución.

En el mapa se visualizan las 10 prácticas pedagógicas que se implementarán a lo largo de la materia; el desarrollo y validación de los aprendizajes en cada una de ellas son hitos importantes en el proceso de cada estudiante. Se pretende que al completar el recorrido por todas las prácticas, el estudiante adquiera los conocimientos y desarrolle las capacidades que se han establecido como objetivos para esta asignatura.

Del total de diez prácticas, se presenta el desarrollo de la Secuencia y guía didáctica de tres prácticas, correspondientes a cada Unidad Temática.

UNIDAD 1: Comunicación y Diseño

1.3. Áreas de Responsabilidades del Diseñador Gráfico: profesional; ética; social y cultural. Nuevos paradigmas sociales.

UNIDAD 2: Planificación de la Comunicación

2.2. El proyecto de Comunicación Visual - Instancias.

UNIDAD 3: Estrategia de Comunicación Visual

3.2. Estrategias de Comunicación Visual y Estrategia de medios.

Unidad 1: Comunicación y Diseño

ESCENARIO APOCALÍPTICO

Contenidos: Áreas de Responsabilidades del Diseñador Gráfico.
Nuevos paradigmas.

La práctica de aprendizaje se ubica en la primera Unidad de la materia: “Comunicación y Diseño”; donde se abordan las Áreas de Responsabilidades del Diseñador Gráfico en lo referido a lo profesional, a la ética, su responsabilidad social y cultural; y los nuevos paradigmas sociales.

Partiendo de la base de que en educación no hay nada "in-significante", nos sumergimos en una práctica que sondea los diversos sentidos que pudo haber adquirido la disciplina para cada uno, como punto de partida.

Como estrategia de entrada utilizaremos el relato de experiencias, relacionadas a las reacciones de nuestro entorno en relación a la decisión de estudiar Diseño Gráfico. El objetivo es despertar el interés de los estudiantes, generando un clima de apertura y participación. Con esta breve charla y los aportes de los estudiantes pretendemos evidenciar los estereotipos de la profesión, los mitos más comunes y el campo de acción que los estudiantes consideran que tienen.

Luego introduciremos al tema con una práctica de significación, “de los términos a los conceptos”. El término en cuestión es “Diseñador Gráfico” y deberán explicarlo con sus propias palabras, relevar por mensaje de texto las ideas de su entorno y hacer un listado de sinónimos.

Nos introduciremos a la problemática de las Inteligencias Artificiales haciendo uso de los medios y la tecnología. Proponemos tres *tiktoks* que expliquen brevemente en qué consiste la inteligencia artificial, cuáles son los generadores de imágenes más eficaces y de qué manera se los puede utilizar en el diseño. Daremos espacios para que los estudiantes puedan compartirse contenidos referidos al tema que hayan captado su atención en estas últimas semanas. Educamos **para convivir**, reivindicando el valor de la interacción, generando oportunidades para el intercambio de experiencias y de información.

Como estrategia de desarrollo proponemos el aprendizaje con los materiales, proporcionando a los estudiantes un texto bibliográfico acompañado por una guía de lectura diseñada para acompañar a los estudiantes en la lectura reflexiva y proveer orientación en la comprensión de los textos. Esta guía consiste en una serie de afirmaciones y preguntas relacionadas al contenido del texto, que el estudiante irá respondiendo a medida que avanza en la lectura. Esta instancia será de carácter individual. Educamos **para la comprensión**, proporcionando a los estudiantes las herramientas necesarias para obtener la información esencial sobre temas importantes.

Posteriormente, **en una instancia de aprendizaje con el grupo**, los equipos se reunirán a intercambiar ideas en relación a lo leído. Como producto de esa interacción y colaboración, se espera que elaboren un mapa conceptual. Cuando finalicen la lectura del material, se planteará una práctica de prospección referida a la inteligencia artificial y el diseño. Se planteará un escenario futuro inmediato, donde se les comunique a los estudiantes (ya profesionales) que gracias a la AI se prescindirá de sus servicios. En respuesta a este comunicado, los estudiantes deberán elaborar argumentos que validen la importancia de su rol como diseñadores de comunicaciones visuales en la sociedad actual, valiéndose de la bibliografía.

Educamos para la comprensión, en tanto acompañemos a los estudiantes a encontrar la relevancia de la información, y puedan utilizarla para establecer relaciones con su realidad.

Como conclusión del tema, utilizaremos la estrategia de proyección a futuro. Cada estudiante redactará un breve párrafo en donde exprese sus intenciones en relación a su formación actual y ejercicio de su profesión futura.

DISEÑA TU PROPIA AVENTURA

¡Hola a todos! Esperamos que estén listos para concluir los aprendizajes de esta primera Unidad de la materia, donde exploramos la relación entre la comunicación y el diseño.

Hemos aprendido sobre la intervención del diseño en diferentes soportes y espacios, identificamos los elementos clave de un sistema comunicacional y exploramos sus complejas interrelaciones.

Sobre esta base estamos en condiciones de hacernos algunas preguntas muy importantes en cuanto a nuestro rol como diseñadores. Estamos seguros que las respuestas que construyamos juntos serán sumamente significativas para cada uno de ustedes.

Diseñamos una Hoja de Ruta que consiste en 3 trayectos; a medida que vayamos avanzando descubriremos el siguiente. Esperamos que puedan disfrutar de la experiencia ¿Comenzamos?

Parte 1. Indagación y descubrimiento

1.1. Introducción

Queremos proponerles un tópico para conversar en nuestro encuentro presencial. Cuando nosotros, sus docentes, elegimos estudiar Diseño Gráfico, nuestro entorno manifestó diversas reacciones. En ese entonces no se conocía mucho acerca de la carrera y sus posibilidades laborales, por lo que recibimos comentarios bastante curiosos. Queremos compartirlas con ustedes, y a la vez que nos cuenten cómo fue su experiencia.

¡Les compartimos esta intención para que hagan memoria y tengan preparadas sus anécdotas!

Ahora sí, les planteamos un ejercicio que puede resultar muy revelador. Cada uno de ustedes tomará las palabras “Diseño Gráfico” y las explicará según las siguientes miradas:

- a. Exprese con sus propias palabras qué es el Diseño Gráfico.
- b. Envíe mensajes de texto a por lo menos, tres personas de su entorno y registre las respuestas a esta pregunta: *¿Qué es para vos el Diseño Gráfico?*
- c. Intente reemplazar las palabras DISEÑO y GRÁFICO por sinónimos, haciendo un listado de cada una.

Registren cada una de estas expresiones en una hoja A4, compartiremos estas expresiones y reflexionaremos sobre estas cuestiones en nuestro encuentro.

1.2. Lectura reflexiva

Entonces ¿Cuál es la respuesta correcta? ¡Necesitamos algunas certezas!

La propuesta es valernos del documento bibliográfico de [Jorge Frascara \(20024\) “Diseño gráfico para la gente”](#) para traer un poco de luz a las cuestiones que charlamos. La lectura de este material también nos abrirá el panorama a otros aspectos de la profesión que aún no pusimos en discusión.

La bibliografía está acompañada por una breve [Guía de Lectura](#), que les servirá como acompañamiento para la comprensión del texto.

Esta actividad es individual. Tienen 45 minutos para leer el texto y responder las preguntas de la Guía.

1.3. Mapa conceptual

En un segundo momento, les proponemos que se agrupen entre 4 a 6 estudiantes, para intercambiar las ideas que les hayan resultado más relevantes. La producción concreta consiste en elaborar un mapa conceptual que presente los conceptos principales del texto de manera sintética.

Parte 2. Escenario Apocalíptico

2.1. Las inteligencias artificiales

Felicitaciones por el compromiso y atención que dedicaron a la lectura. Ahora, miremos juntos unos tiktoks, a ver qué hay de nuevo.

[Tiktok1](#) *Crea con AI*

[Tiktok2](#) *Herramientas AI*

[Tiktok3](#) *Pidámosle “más diseño” AI*

Ahora que estamos en tema, pueden compartir con sus compañeros de equipo otros videos o artículos de inteligencia artificial que hayan visto en estas últimas semanas.

2.2. ¿Estamos en peligro?

¡Vamos a jugar! Les proponemos una simulación.

El escenario es el siguiente. Ustedes ya están recibidos y trabajando muy comprometidamente como diseñadores en un proyecto en el cual nosotros, sus docentes, somos los empleadores. Hoy los reunimos a todos para darles un comunicado:

Bienvenidos al futuro.

Estamos emocionados de presenciar los grandes avances en las tecnologías de inteligencia artificial. Estas innovaciones están cambiando el mundo en formas que antes parecían imposibles. Los últimos desarrollos en inteligencia artificial están permitiendo la automatización de procesos y la optimización de tareas que antes eran extremadamente laboriosas.

Gracias a eso, a partir de mañana todos están despedidos.

Como se imaginarán, esta decisión es muy difícil para nosotros; por lo que

decidimos darles un derecho a réplica.

Continuarán siendo parte del proyecto aquellos profesionales que sean capaces de argumentar y defender su rol como diseñador en este contexto de manera convincente.

¿Cómo responderán a semejante comunicado?

En equipos de 4 a 6 estudiantes deberán elaborar argumentos que validen su rol como diseñadores de comunicaciones visuales en la sociedad actual, valiéndose de la bibliografía.

Esperamos que puedan presentar esos argumentos en un documento de entre dos y tres páginas.

Parte 3. Proyección a futuro

3.1. Qué quiero ser

El sentido de este recorrido se completa en una reflexión de cada uno consigo mismo. En función a todo lo que pudimos compartir hasta el momento, les pedimos que redacten un breve párrafo donde expresen sus intenciones en relación a su formación actual y el ejercicio futuro de su profesión.

Pueden utilizar como disparadores las siguientes preguntas:

¿En qué áreas del diseño me gustaría profundizar?

¿Qué conocimientos quiero adquirir?

¿Qué prácticas me gustaría ejercitar?

¿Con qué otras disciplinas me gustaría desarrollar proyectos?

¿En el desarrollo de qué sectores de la sociedad o del mercado me gustaría estar involucrado?

Esperamos que el texto que redacten les inspire y puedan emocionarse ante la idea de explorar nuevos horizontes. Les animamos a que se comprometan con su propio aprendizaje y buscar oportunidades para crecer y desarrollarse. A que

busquen activamente los recursos que necesitan y a que se rodeen de personas que los estimulen y los motiven a alcanzar nuevas metas.

En definitiva, les proponemos un camino de autodescubrimiento, en el que cada paso dado les lleve a encontrar nuevas y apasionantes oportunidades de aprendizaje. ¡Les invitamos a comenzar hoy mismo!

Unidad 2: Planificación de la Comunicación

PLANIFIQUEMOS EL VIAJE

Contenidos: El proyecto de comunicación visual. Instancias

Esta práctica de aprendizaje está ubicada en la segunda Unidad de la materia “Planificación de la Comunicación”, donde se desarrolla la primera parte del Proyecto de Comunicación Visual, realizando relevamientos de información, definiendo concepto del proyecto y sus objetivos.

El trayecto inicia con una *práctica de inventiva*, partiendo de una experiencia cercana como lo es la organización de un viaje. En esta **instancia grupal** se definirán todos los aspectos clave del viaje por consenso: destino (que puede ser real o ficticio); y a partir de allí medio de transporte, equipaje, entre otros.

Uno de los propósitos de este juego es movilizar con entusiasmo a los docentes y estudiantes en una aventura compartida, donde se alienten la participación de todos, los aportes originales y la imaginación; generando un ambiente alegre; estamos educando **para gozar de la vida**.

El resultado de la actividad de entrada será tomada como ejemplificación. Es decir, se trazará un paralelo conceptual entre realizar un viaje y un proyecto. Se tomarán como eje los conceptos de PROYECTO y PLANIFICACIÓN; y se trasladará la idea al campo del diseño.

Al citar un autor referente en el tema, se incluye un término más a la cuestión: ESTRATEGIA, el cual será trabajado con una *práctica de significación*, donde los estudiantes buscarán en la definición, sentidos y

acepciones del término.

Como cierre preliminar de esta instancia, se concluirá en el ordenamiento y relación de las ideas, de modo tal que se condiga con esta afirmación: *“Cuando hablamos de una planificación estratégica nos referimos a establecer cursos de acción, lo que implica investigación, búsqueda, descubrimiento, y reflexión”*.

El objetivo de esta unidad es la Planificación de un proyecto de Comunicación Visual, por lo cual la siguiente gran *práctica de inventiva* acompañará a los estudiantes en la definición de cada uno de los aspectos esenciales para hacerlo, desde la identificación del problema hasta la definición de objetivos.

La Cátedra presentará el tema general y los cinco subtemas, que serán asignados a los equipos de estudiantes.

El acercamiento al territorio de la temática asignada será mediante una práctica de observación donde los equipos de estudiantes utilizarán los **medios y la tecnología** para para relevar artículos, noticias, organismos, cuentas en redes sociales, comunidades e influencers. Con esa información podrán describir el tema, su contexto y situación actual.

El estudiante se encontrará con un panorama complejo, de múltiples actores, escenarios, causas y efectos; en tanto que los animemos a no simplificar esa realidad sino abordarla tal cual es, estamos **educando para la complejidad**.

La definición del PROBLEMA se realizará mediante una práctica de reflexión sobre el contexto, donde analizarán la información relevada y se pondrán de acuerdo en tomar uno de sus aspectos para desarrollar el proyecto.

Trabajaremos con **preguntas** que les orientarán a identificar en qué aspectos difieren la situación actual con la situación deseada.

Para identificar y definir el PÚBLICO, se propondrá un *juego de observación*. Cada grupo recibirá un disco de música de diferentes estilos, y se les pedirá que identifiquen a quiénes van dirigidos y realicen una descripción de ese público, pensando en características demográficas, hábitos de consumo y comportamiento. En este intercambio **con el grupo** también estarán **apropiándose de la cultura**, generando un clima de intercambio y entusiasmo para **gozar de la vida**.

Una última instancia de esta práctica es la definición de OBJETIVOS. Una vez definidos qué son y qué no son los objetivos, se procederá a una práctica de *planteamiento de preguntas* que les irán orientando a identificar cómo quieren que reaccione el público e indicaciones para la redacción de los mismos.

Al guiar a los estudiantes en la redacción de estos objetivos de manera que sean claros, precisos y coherentes, estamos **educando para la expresión**.

El cierre de esta instancia se realizará recuperando la experiencia presentada al inicio de la práctica de aprendizaje, retomando la idea del proyecto del viaje, que requiere una planificación estratégica.

Para finalizar la práctica se plantea una **Evaluación de Seguimiento**, donde equipo preparará una exposición con los avances de su proyecto. Luego de que todos los equipos hayan expuesto sus presentaciones, se les entregará una rúbrica de **autoevaluación**.

PLANIFIQUEMOS EL VIAJE

¡Muy buenas! Ya construimos juntos la base de conocimientos necesarios para involucrarnos de lleno en lo que es el espíritu de esta materia: el desarrollo de un Plan de Comunicación Visual.

Esta práctica está orientada a la planificación, es decir, vamos a reconocer las instancias y trabajar sobre todos los aspectos no visibles del proyecto, pero que sin duda son la clave de que éste sea efectivo o no.

Parte 1. Viajemos

1.1. ¿Viajamos?

¡Pongámonos de acuerdo y planifiquemos un viaje!

No será el momento ideal del año para hacerlo, pero hagamos el esfuerzo de imaginarlo. En primer lugar, ¿A dónde vamos? viajar de por sí es una gran experiencia, pero tener en claro a dónde queremos llegar es fundamental. El destino puede ser real o ficticio.

Una vez que definamos el punto de llegada, necesitamos hacernos muchas preguntas más. Les pedimos que las respondan utilizando toda su imaginación:

- *¿Cómo vamos a llegar? ¿Qué medios de transporte utilizaremos?*
- *¿Qué cosas no pueden faltar en nuestro equipaje? pensemos en el clima, características de las actividades que realizaremos, el tiempo que estaremos fuera, etc.*
- *¿Nos podemos adelantar a algunas particularidades de la estadía en ese lugar?*
- *¿Sabemos qué cuestiones pueden poner en riesgo nuestra travesía?*

Si bien todos tenemos alguna que otra experiencia, ningún viaje es igual a otro. Cada uno tiene sus particularidades y debemos tenerlas en cuenta. **El viaje, como PROYECTO, necesita PLANIFICACIÓN.**

1.2. ¿De verdad vamos a viajar?

¿De verdad vamos a viajar? No literalmente, pero podemos encontrar algunos aspectos en común entre la planificación de un viaje y el proyecto de Comunicación Visual que desarrollaremos. Afirmamos que el viaje, como proyecto, necesita planificación; comprendamos mejor estos conceptos:

PROYECTO. Es una actividad concreta que uno va a realizar o que desea en algún futuro. Para que ese proyecto se concrete es necesario que exista una PLANIFICACIÓN previa.

PLANIFICACIÓN: La planificación es un proceso orientado a facilitar la toma de decisiones y actuar sobre una realidad, un problema o una situación, para producir un cambio hacia una situación deseada. Organiza los pasos, medios, recursos y tareas para alcanzar el objetivo deseado.

Según Jorge Frascara (2004), “todo trabajo de diseño requiere planificación a nivel de **estrategia** comunicacional, visualización y producción”.

Frascara está subiéndole un nivel a la idea, literalmente dice “planificación a nivel de estrategia”.

Indaguemos en el término, buscando definición, sentidos y acepciones.



estrategia

nombre femenino

1. Arte de proyectar y dirigir las operaciones militares, especialmente las de guerra.
2. Serie de acciones muy meditadas, encaminadas hacia un fin determinado.
"la estrategia consiste en destacar en pantalla aquellos elementos que aportan las claves de la narrativa"

Llegamos a esta instancia comprendiendo varios conceptos fundamentales. ¿Podemos reunirlos a todos y relacionarlos en una frase breve que explique lo que es una planificación estratégica? Los leo:

Quizá estemos tentados a pensar en que existe un modelo establecido, recetas que no fallan, o un paso a paso para la elaboración de un proyecto. Pero lo cierto es que pensar estratégicamente implica investigación, búsqueda, descubrimiento y reflexión. Aún así, a las puertas de esta aventura, Jorge Frascara (2004) nos anima diciendo que hay *"algunos aspectos esenciales pueden ser delineados"*.

Hoy vamos a repasar estas instancias, que tomaremos como recursos para avanzar en el desarrollo de nuestro proyecto de comunicación.

a. Diagnóstico contextual

El tema general sobre el que vamos a trabajar es CONSUMOS CONSCIENTES. A cada equipo se les designó uno de los siguientes subtemas:

- **movilidad**
- **alimentación**
- **energía**
- **moda**
- **recursos naturales**

Al querer comenzar esta travesía puede que se sientan como en un territorio desconocido. Pero justamente la función de los métodos de diseño es la de proveer la posibilidad de **relevar el terreno** para planificar una acción.

Para realizar este relevamiento les proponemos que utilicen todos los recursos que tienen a disposición. Mediante una búsqueda en internet, pueden acceder a artículos, noticias, organismos, cuentas de redes sociales, comunidades e influencers que aborden el tema.

Esperamos que luego de haber reunido suficiente información del tema puedan analizarla para **describir** el tema, su contexto y situación actual.

b. Definición del problema

Encontramos un problema cuando la situación actual difiere de la situación deseada. Como equipo, intercambiarán ideas respecto a los problemas que estén detectando.

Es importante recordar que los problemas muchas veces no son evidentes, sino que tenemos la capacidad de descubrirlos y crearlos.

Estas preguntas les servirán para definir problemas que puedan ser abordados desde la comunicación visual:

- *¿Cuál es el problema principal que han identificado en el diagnóstico situacional? ¿Cómo se manifiesta este problema en la vida cotidiana de las personas?*
- *¿Cuál es la situación deseada o ideal en relación con el tema que están abordando? ¿Cómo se diferenciaría de la situación actual?*
- *¿Qué obstáculos o barreras impiden que se alcance la situación deseada? ¿Cuáles son las principales causas del problema identificado?*
- *¿Cómo podría la comunicación visual ayudar a superar los obstáculos o barreras y acercarse a la situación deseada? ¿Qué tipo de mensajes, imágenes o diseños podrían utilizarse para promover el cambio deseado?*

c. Público

Llegó el momento de definir un público para nuestro proyecto de comunicación visual. Es importante tener en cuenta que comunicaciones genéricas, que intentan llegar a todos, llegan solo a pocos.

Para ejercitarnos en la identificación de públicos, les proponemos un juego. Hemos distribuido en los grupos distintos discos de música, de diferentes estilos, dirigidos a distintos grupos de personas.

- "Nevermind" de Nirvana (grunge/rock alternativo)
- "Rebel Heart" de Madonna (pop)
- "21" de Adele (pop/soul)
- "La Síntesis O'Konor" de Él Mató a un Policía Motorizado (rock alternativo en español)
- "Ritual" de Los Pibes Chorros (cumbia villera)
- "Discovery" de Daft Punk (electro-house de Francia)
- "Atado a Tu Amor" de Chayanne (pop latino de Puerto Rico)
- "Tini" de Tini (pop latino de Argentina)

Lo que deberán hacer es observar y describir una variedad de características demográficas, hábitos de consumo y comportamiento de los consumidores del estilo musical que cada disco representa. ¡Por supuesto que pueden contar con internet para investigar aquellas cuestiones que desconozcan! Esperamos que disfruten la experiencia.

A partir de este ejercicio entendemos que no todo es para todos, y que es muy importante conocer el público al que apuntamos, para posteriormente definir las estrategias que utilizaremos para conectar con ellos.

¿Pueden hacer una descripción cualitativa de quiénes serían los destinatarios de la comunicación? tengan en cuenta no sólo las cuestiones demográficas sino también comportamientos y consumos.

d. Objetivos

Los objetivos comunican lo que se pretende alcanzar, orientan el desarrollo posterior del proceso de planificación y sirven de parámetros para medir el progreso del programa y sus logros finales. Deben ser claros y precisos. Y deben ser posibles, teniendo en cuenta el tiempo y los recursos disponibles.

Como equipo seguramente ya tienen algunas ideas para el proyecto, pero es fundamental que establezcamos los objetivos antes de continuar avanzando. Les proponemos estas preguntas para que los identifiquen y redacten de manera correcta.

¿Qué queremos hacer?

¿Para qué lo queremos hacer?

¿Cómo queremos que reaccione nuestro público?

¿Qué queremos que la comunicación haga en nuestro público?

. INFORMAR: pensar: difusión, comprensión, conocimiento

. PERSUADIR: sentir: gustos, preferencias, creencias

. MOTIVAR: actuar: comprar, utilizar

Algunos ejemplos de verbos que pueden considerar: informar, sensibilizar, crear comunidad, convocar a actividades específicas, etc.

Cuando logren redactar sus objetivos, verifiquen que sean claros y precisos, y respondan a estas preguntas:

¿Qué queremos hacer?

¿Para qué lo queremos hacer?

Pueden valerse de la presentación [Definición de Objetivos](#) para repasar los aspectos más importantes a tener en cuenta al momento de definir y redactar los objetivos.

1.3. Recapitulemos

Existen dos tipos de personas: los que disfrutan el viaje una vez que están en el destino, y aquellos que comienzan a saborearlo desde las primeras decisiones en la planificación.

¡Claramente para nosotros es muy importante el proceso previo! lo consideramos parte de la travesía.

Hoy estuvimos definiendo cuestiones fundamentales de los Proyectos de Comunicación Visual: Realizamos un diagnóstico contextual, la descripción del tema, la definición del problema, el público y los objetivos.

Para comprobar que todas las decisiones que hayan tomado hasta el momento sean pertinentes al proyecto, planteamos una instancia de Exposición.

Cada equipo deberá recuperar su producción referida a la descripción del tema, la definición del problema, el público y los objetivos, diseñar una presentación visual o audiovisual y exponerla ante sus compañeros, argumentando conceptualmente las decisiones tomadas en el proceso.

Les compartimos la presentación [Secuencia de un Proyecto de Comunicación- PARTE I](#) que utilizamos como guía en nuestro encuentro, para repasar las instancias clave que transitamos juntos.

Para evaluar las exposiciones tendremos en cuenta los siguientes criterios:

EN CUANTO AL PROYECTO

- descripción clara y concisa del tema
- planteo correcto del problema
- pertinencia en la definición del público
- claridad, coherencia y pertinencia en la definición y redacción de objetivos



EN CUANTO A LA EXPOSICIÓN

- exposición clara, vocabulario adecuado, coherencia en las ideas
- diseño de la presentación: legible, atractiva, imágenes descriptivas y acordes al proyecto, recursos que aporten estéticamente y no entorpezcan la lectura
- uso del vocabulario: precisión, claridad
- correcto uso del tiempo asignado

Podrán valerse de los recursos multimediales que consideren apropiados; la exposición no deberá durar más de 10 minutos.

Unidad 3: Estrategias de Comunicación Visual

ESTRATEGIAS PARA AVANZAR

Contenidos: Estrategias de Comunicación Visual. Estrategias de Medios

En la tercera y última Unidad de la materia se pretende que los estudiantes puedan tomar decisiones estratégicas que les permitan avanzar y concretar sus proyectos de Comunicación Visual. En una práctica anterior los estudiantes definieron la idea y el concepto, es decir, qué van a decir. En esta instancia se enfocarán en el cómo.

Para introducirnos a la práctica, retomaremos el discurso el paralelismo entre el proyecto de comunicación y un viaje. En esta línea, proponemos una “parada técnica”, para comprobar que todo lo definido hasta el momento sea pertinente y guarde una coherencia interna.

En base al diagnóstico y las decisiones tomadas en cuanto a la descripción del tema, la definición del problema, el público, los objetivos y el concepto, se propone una *práctica de prospección*. Los estudiantes se ejercitan en estrategias de visualización para determinar el contenido y forma de las imágenes que posteriormente diseñarán.

Se implementará una instancia de aprendizaje con los **materiales**, donde utilizarán un esquema que los guiará en el proceso de visualización, tomando decisiones en lo relacionado al contenido de la imagen y su presentación visual.

En esta instancia es fundamental la buena comunicación entre los integrantes del **grupo**; ya que se pretende que pongan en juego toda su imaginación, inventiva y capacidad de expresar ideas en imágenes; en una instancia que – abordada con el debido entusiasmo – puede significarles una experiencia de disfrute, al explorar todo su potencial creativo y comprobar cómo una idea va tomando forma con los aportes de todos los integrantes. La práctica del bocetado les permitirá ejercitar una valiosa herramienta para la expresión en el ámbito del diseño, que les permitirá comunicar ideas mediante formas, colores, trazos, composiciones.

Se implementará una instancia de **Evaluación de Seguimiento** del Proyecto de Comunicación mediante una “colgada”. En esta dinámica, los equipos recorren la totalidad de la exposición, realizan intercambios con sus compañeros, y obtienen un panorama general de lo elaborado por todos los grupos en la cursada. Luego se propone una actividad de coevaluación, para la cual utilizarán una rúbrica con los criterios explicitados.

Como cierre de la práctica se realizará una mirada hacia atrás, a modo de recapitulación de todas las instancias transitadas hasta el momento. Luego, una mirada al futuro, adelantando los próximos estadios de la materialización del proyecto.

ESTRATEGIAS PARA AVANZAR

Estamos en el trayecto final de nuestra travesía. Desde el momento en que se encontraron con el tema hasta esta instancia, les han surgido muchas ideas y han tomado muchas decisiones fundamentales.

Ahora es el momento de visualizar el horizonte, como si ya estuviéramos allí.

Parte 1. ¡Vamos!

1.1. ¿Estamos listos?

Como en todo viaje, antes de partir, necesitamos revisar que todo esté en orden; hacer una parada técnica. Por ejemplo, si hacemos un trayecto en auto necesitamos comprobar el aceite, el aire de las ruedas, el agua, la nafta ¿Qué otras cosas revisan antes de salir de viaje?

En nuestro Proyecto de Comunicación Visual ya hemos definido el problema, público y objetivos. También trabajamos sobre la idea y el concepto. En todo este proceso hemos tenido instancias de exposición y evaluación, donde recibieron valiosa información en relación al estado de avance de su proyecto, en relación a lo esperado. ¿Realizaron los ajustes pertinentes? ¿Estamos listos?

1.2. Visualización

Somos diseñadores, o están camino a serlo. Por eso entendemos que esta instancia les resulte un POR FIN gigante. Es el momento en que los datos, toda la información recolectada, los enunciados que redactaron como objetivos y las tantas páginas de producción escrita deben transformarse en imágenes.

Pero no podemos esperar que esa transformación suceda de manera espontánea, o que alguien en el grupo de repente se inspire y nos sorprenda con

una imagen nunca vista antes. Claro que puede pasar que la inspiración nos encuentre, pero nos encontrará accionando estratégicamente.

Como equipo, van a trabajar con la Guía [“Proceso de Visualización”](#), que les acompañará paso a paso en la toma de decisiones en las cuestiones relativas al contenido de la imagen y su presentación visual.

En el proceso van a descubrir cómo una idea imprecisa va tomando forma y puede reforzar su sentido, al considerar las infinitas posibilidades en cuestiones tan específicas como ambientes, estilo, tipo de composición... Tomen este ejercicio como un disparador para su creatividad.

Una vez que hayan explorado todas sus posibilidades en el proceso de visualización, nos valdremos de otra estrategia para el trabajo creativo: el bocetado.

En primer lugar, bocetar nos permite plasmar las ideas de manera visual; lo que también nos ayuda a entenderla mejor y comunicarla a los demás integrantes del equipo de manera más efectiva. Pero también tiene otros beneficios: nos ayuda a pensar, a refinar y mejorar gradualmente una idea, y a desencadenar la creatividad.

Les compartimos este [artículo](#) con las características de los bocetos que utilizamos en diseño gráfico.

1.3. Panorama general

Esta etapa creativa puede ser de profundo entusiasmo o frustración, puede pasar que las ideas no bajen al papel tan fácilmente. Pero estamos poniendo en funcionamiento estrategias que nos permitirán vencer la incertidumbre.

Vamos a dedicar un tiempo para que todos los grupos puedan compartir sus avances hasta el momento, en una dinámica de “Colgada”. Les pedimos que cada grupo pegue sobre la pared su producción completa; que consta de un

esquema que sintetice problema, público, objetivos y concepto, acompañado del o los bocetos realizados.

Esta será una instancia de evaluación fundamental para el avance de sus proyectos. Implementaremos una dinámica donde los grupos se evaluarán mutuamente utilizando una rúbrica con los criterios que deberán observar, tanto conceptuales como gráficos.

EN CUANTO AL PROYECTO

- descripción clara y concisa del tema
- planteo correcto del problema
- pertinencia en la definición del público
- claridad, coherencia y pertinencia en la definición y redacción de objetivos

EN CUANTO AL BOCETO

- claridad de la intención del mensaje
- responde a los objetivos propuestos
- es pertinente al público definido
- uso pertinente de los recursos gráficos y estéticos

Los iremos guiando paso a paso para que esta experiencia de aprendizaje y creación con otros les resulte inspiradora, productiva, y les genere nuevas ideas.

Propuesta de Evaluación

La propuesta de Evaluación se desarrolla teniendo en cuenta el Régimen de Promoción y los Criterios de Evaluación presentados en el Programa de la materia.

RÉGIMEN DE PROMOCIÓN

El programa de la Cátedra Comunicación II presenta los siguientes requisitos para regularizar la materia:

- Asistencia del 80% de las clases teórico-prácticas.
- 100% de Trabajos Prácticos entregados y aprobados el 80%.
- Aprobación de un examen individual escrito o su recuperatorio.
- Aprobación de un trabajo final de cátedra (Proyecto grupal).

Se consideran alumnos regulares aquellos que pudieron cumplir con las condiciones precedentes y obtuvieron un promedio final con calificación de aprobado 6 (seis) o superior.

- Los estudiantes que alcancen el 6 “aprobado”, se los evaluará con un examen final cuya modalidad será a convenir.
- Los estudiantes que obtengan una calificación igual o superior a 7 (bueno), están en condiciones de promocionar la materia.

Los que no reúnan estos requisitos serán considerados alumnos libres y por lo tanto deberán rendir la materia como tales en las fechas establecidas por el calendario académico, con la totalidad del Programa y entrega de un Proyecto de Comunicación Visual.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Manejo y aplicación de la bibliografía recomendada por la cátedra.
- Uso del vocabulario técnico de la disciplina científica y del área específica de la misma.
- Flexibilidad para la interpretación grupal y el trabajo individual.
- Cumplimiento de tareas y plazos.
- Uso correcto de la expresión escrita.
- Espíritu crítico y analítico.

Fundamentos Pedagógicos

En esta propuesta se desarrollan dos instancias de evaluación de seguimiento, o formativa, como lo refiere Sandra Del Vecchio (2012); concebida como una estrategia sistemática y continua que busca mejorar el proceso de aprendizaje de los estudiantes a lo largo de su trabajo.

Desde esta perspectiva, la instancia de evaluación implica al mismo tiempo una experiencia de estudio y de aprendizaje. La retroalimentación se convierte en un elemento fundamental en este proceso, ya que les brinda a los estudiantes información esencial sobre su desempeño y les permite tomar decisiones para avanzar.

La retroalimentación está presente; de modo tal que puedan utilizar esa información para tomar decisiones en el desarrollo del trabajo que están realizando y en su proceso de aprendizaje. Es importante generar los espacios y facilitar las herramientas para que los estudiantes reflexionen sobre sus aprendizajes en instancias de autoevaluación; fomentando la participación activa y el compromiso con su propio proceso.

EN RELACIÓN A LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Es importante abordar la evaluación en relación con el sentido. El sentido no aparece de manera espontánea, sino que se construye a base de reflexiones referidas al hacer y percibir con uno mismo y con otros, se plasma en documentos al que todos pueden acceder y se expresa en espacios de confianza y buenas intenciones.

La definición de los criterios de evaluación debe surgir del intercambio entre los docentes, donde se cristalicen las diferentes concepciones al respecto y se logre convenir tanto en la definición de los criterios como en la interpretación de los mismos. Los Criterios de Evaluación definidos deben estar en consonancia con estos dos interrogantes:

- *¿Cuáles son las características que esperamos que los estudiantes pongan en juego en el proceso de apropiación de los contenidos de la materia?*
- *¿De qué manera esperamos que lo expresen?*

INSTANCIA DE EVALUACIÓN DIAGNÓSTICA

Propongo incorporar una instancia de Evaluación Diagnóstica al inicio de la cursada, con el fin de conocer la situación de partida de los estudiantes en relación con sus aprendizajes en su trayecto en la carrera. Como instrumento se podrá utilizar una encuesta, que incluya preguntas referidas a intereses, ocupaciones, aficiones, y sus expectativas con la materia.

Con esta información se podrá adecuar la planificación de la cursada a la realidad de los estudiantes; además de proponer actividades donde ellos puedan enriquecer las dinámicas de la clase con sus experiencias y aprendizajes no académicos.

EVALUACIÓN DE SEGUIMIENTO

Considerar la práctica de la evaluación del seguimiento y explorar su potencial didáctico, proponiendo recursos que acompañen y promuevan el interaprendizaje

En cada encuentro podrán especificarse qué aspectos de los avances del trabajo en curso deberán observarse, con qué criterios orientarlos, y un enunciado cualitativo que dé cuenta del estado esperado en esa instancia del trabajo en curso.

Se podrán utilizar instrumentos de evaluación como rúbricas o escalas, para que el estudiante los grupos de estudiantes puedan realizar una autoevaluación de su aprendizaje: Las dinámicas que promueven el intercambio entre estudiantes también les proporcionan información valiosa respecto al avance en sus aprendizajes.

La implementación de la evaluación de seguimiento favorece al estudiante, que no sólo recibirá una calificación de su trabajo, sino también un acompañamiento en su proceso de aprendizaje, con guías claras y sin incertidumbres innecesarias.

Evaluación de los aprendizajes

En la propuesta de enseñanza se determinan dos instancias de Evaluación de Seguimiento correspondientes a la segunda y tercera unidad, que desarrollo a continuación.

Unidad 2: Evaluación de la Planificación

Al finalizar la práctica se plantea una **Evaluación de Seguimiento**, de modo tal que implique al mismo tiempo una instancia de aprendizaje para los estudiantes.

Cada equipo preparará una exposición con los avances de su proyecto. Para hacerlo deberán recuperar su producción referida a la descripción del tema, la definición del problema, el público y los objetivos, diseñar una presentación visual o audiovisual y exponerla ante sus compañeros, argumentando conceptualmente las decisiones tomadas en el proceso.

Esta dinámica de evaluación permitirá a los docentes detectar los errores a tiempo e intervenir en el desarrollo de los proyectos, con el fin de orientar a los grupos en el avance de sus procesos. A la vez, esta instancia nos permite comprender de qué manera los estudiantes se están enfrentando cognitivamente a la tarea propuesta.

Al término de cada exposición, los docentes realizarán una breve **devolución** con comentarios cualitativos, teniendo como parámetros los criterios de evaluación, con una actitud de apertura al diálogo.

Luego de que todos los equipos hayan expuesto sus presentaciones, se les entregará una [Rúbrica de Autoevaluación](#), instrumento que facilitará el

intercambio de puntos de vista en los grupo, en el cual tendrán la libertad de expresar sus juicios de valor respecto a cómo están aprendiendo y en qué grado de avance se encuentra el proyecto que están elaborando.

De esta manera se involucra a los estudiantes en el proceso de evaluar su propio trabajo, desarrollando una actitud autocrítica, visibilizando los logros alcanzados y reconociendo sus debilidades y fortalezas.

Para evaluar las exposiciones se tendrán en cuenta los siguientes criterios:

EN CUANTO AL PROYECTO

- descripción clara y concisa del tema
- planteo correcto del problema
- pertinencia en la definición del público
- claridad, coherencia y pertinencia en la definición y redacción de objetivos

EN CUANTO A LA EXPOSICIÓN

- exposición clara, vocabulario adecuado, coherencia en las ideas
- diseño de la presentación: legible, atractiva, imágenes descriptivas y acordes al proyecto, recursos que aporten estéticamente y no entorpezcan la lectura
- uso del vocabulario: precisión, claridad
- correcto uso del tiempo asignado

Unidad 3: Evaluación de las Estrategias

En una instancia avanzada del desarrollo del Proyecto de Comunicación visual, se implementará una instancia de **Evaluación de Seguimiento** mediante una “colgada”. Es decir, cada grupo pega a lo largo de una pared su producción; que consta de un esquema que sintetice problema, público, objetivos y concepto, acompañado del o los bocetos realizados.

Una vez que todos los trabajos estén colgados, se estipulará un tiempo para que los grupos puedan recorrer la totalidad de la exposición y realizar intercambios informales en relación a sus observaciones, tanto de aspectos conceptuales como gráficos.

Se pretende que en este recorrido los estudiantes puedan obtener un panorama general de lo elaborado por todos los grupos en la cursada. Esta instancia de observación permite también que los estudiantes puedan identificar sus aciertos, apuntar las observaciones y ocurrencias, y bocetar nuevas propuestas.

Luego de ese tiempo de observación y análisis, se propone una dinámica de **coevaluación de pares**, en la cual se asignarán aleatoriamente los grupos que se evaluarán mutuamente. Cada equipo recibirá una [Rúbrica de Coevaluación](#) y evaluará grupalmente el proyecto de sus compañeros valiéndose de los criterios explicitados. Se animará a los estudiantes a identificar no solamente las incoherencias o imprecisiones, sino también a destacar las fortalezas y proponer alternativas.

Cumplido el tiempo estipulado para la actividad, se reunirán los pares de equipos para intercambiar las rúbricas y observaciones respecto al trabajo de sus compañeros. En este intercambio se ponen en juego las capacidades

de expresión, además de alentar el respeto, la colaboración, la generación de nuevas ideas y el entusiasmo del trabajo y aprendizaje con otros.

Al finalizar la actividad cada grupo habrá podido obtener claridad en cuanto al nivel en que se encuentra su proyecto, cuál es el que tiene que alcanzar, y qué estrategias puede poner en funcionamiento para “reducir la brecha” entre el nivel actual y el deseado.

Los trabajos serán evaluados según los siguientes criterios que abarcan aspectos tanto conceptuales como gráficos.

EN CUANTO AL PROYECTO

- descripción clara y concisa del tema
- planteo correcto del problema
- pertinencia en la definición del público
- claridad, coherencia y pertinencia en la definición y redacción de objetivos

EN CUANTO AL BOCETO

- claridad de la intención del mensaje
- responde a los objetivos propuestos
- es pertinente al público definido
- uso pertinente de los recursos gráficos y estéticos

Comunicación con la sociedad

Un pasado fabril y un relato colectivo

A unos 8 kilómetros de la capital chaqueña se encuentra Fontana, una ciudad cuya actividad fabril fue un elemento clave en el desarrollo económico y social de la provincia del Chaco, y contribuyó a la diversificación de su economía, la creación de empleo, el crecimiento demográfico y la mejora de la infraestructura y servicios de la región. Durante la segunda mitad del siglo XX, la actividad fabril comenzó a decaer por diversos motivos. Hoy día, es considerada una “ciudad dormitorio”, ya que sus habitantes trabajan o estudian en Resistencia o localidades cercanas.

Es habitual que los “fontanenses” compartan recuerdos y anécdotas relacionadas con los tiempos de las fábricas en la ciudad. Muchos atesoran fotos y relatos de familiares que trabajaron en las fábricas, y estas historias suelen ser transmitidas de generación en generación. Estos recuerdos y anécdotas pueden ser una valiosa fuente de información para la reconstrucción de la historia y la memoria de Fontana, y pueden contribuir a la creación de un relato colectivo que refleje la importancia de la actividad fabril en la vida de la ciudad y sus habitantes.

*¿Qué herramientas el diseño puede poner a disposición de Fontana para reconstruir el relato colectivo, rescatar las anécdotas y revalorizar la memoria?
¿De qué manera la universidad puede propiciar un espacio de diálogo con la comunidad de Fontana?*

Una experiencia pedagógica decisiva

Para el Prof. Prieto Castillo, la experiencia pedagógica decisiva es aquella que tiene un impacto significativo en el desarrollo personal y académico del estudiante. Es decir, es una experiencia que va más allá de la adquisición de conocimientos y habilidades específicas, que involucra una transformación en la forma en que el estudiante percibe y actúa en el mundo.

Prieto Castillo destaca que la experiencia pedagógica decisiva no se puede planificar de antemano, ya que depende de múltiples factores, como el contexto, las relaciones interpersonales, las expectativas y los intereses del estudiante. Sin embargo, sí es posible crear las condiciones para que este tipo de experiencias se den de manera más frecuente y significativa, a través de estrategias pedagógicas que fomenten la reflexión crítica, la participación activa, la creatividad y la colaboración.

La participación de los estudiantes de Comunicación II en el proyecto de Comunicación con la Sociedad, puede ser entendida como una oportunidad para desarrollar sus habilidades de comprensión y expresión. A través de la participación activa en el proceso de relevamiento y construcción de las memorias colectivas referido al patrimonio fabril de Fontana, podrán poner en juego estas capacidades interactuando con la comunidad en un contexto real, colaborativo y significativo.

Fundamentos Teóricos

La propuesta se basa en un enfoque participativo y dialógico. Paulo Freire (1968) afirma que el diálogo es fundamental para la construcción de conocimientos y para el empoderamiento de las comunidades.

La participación activa de la comunidad es otro de los fundamentos de la propuesta, ya que se parte de los saberes y las memorias que guarda cada familia, transmitidas de generación en generación.

La comunidad de la universidad y la de Fontana no sólo entablarán un diálogo en torno a la reconstrucción de estos relatos colectivos, sino también en los procesos posteriores, de diseño de la propuesta gráfica y posterior implementación.

Acciones a realizar

- + **Relevamiento participativo:** el fin es recopilar información y conocimientos sobre la historia fabril de Fontana, de manera colaborativa y horizontal. Se utilizarán diversas herramientas y técnicas; como ser mapeos, recopilación y clasificación de fotografías, talleres y mesas de intercambio, entrevistas a grupos focales. De este relevamiento se pretende identificar los hitos históricos, lugares, edificios, elementos y personas destacadas.

- + **Diseño colaborativo:**
 - . Identificación de los espacios a intervenir
 - . Selección de técnicas y formatos (murales, instalaciones, señaléticas, exposiciones, entre otros)

- + **Prototipado:** docentes y estudiantes de la carrera de Diseño trabajarán en la creación de modelos o representaciones tangibles de las ideas y conceptos que se han desarrollado durante el proceso de diseño.

- + **Validación:** en esta instancia se plantea un diálogo entre universidad y comunidad en torno a la evaluación de los prototipos, para

asegurarse de que cumplan con los objetivos y requerimientos del proyecto.

El prototipado y validación son procesos iterativos, es decir, se pueden repetir las veces que sea necesario, hasta lograr un resultado que satisfaga a todos los participantes.

- + **Materialización:** implementación de la propuesta.

Sentidos

El objetivo general del presente proyecto es el de promover la valoración y conservación del patrimonio fabril de Fontana mediante un proceso de relevamiento, construcción y diseño participativo.

Para el desarrollo del mismo se plantean los siguientes objetivos específicos:

1. Realizar un relevamiento participativo de relatos, anécdotas y memorias relacionadas con el patrimonio industrial y fabril de Fontana
2. Fomentar la participación activa de la comunidad en el relevamiento de la historia y reconstrucción del relato colectivo
3. Prototipar y validar un sistema de Identidad Visual que permitan la puesta en valor del patrimonio fabril de Fontana, generando experiencias atractivas y significativas.
4. Materializar y emplazar el sistema de Identidad Visual.
5. Establecer vínculos y colaboraciones con instituciones y actores relevantes para la ejecución del proyecto.

Actores e instituciones intervinientes

- + **Comunidad educativa:**
 - Equipo docente: a cargo de la dirección y coordinación del proyecto
 - Estudiantes: involucrados en las actividades de relevamiento, diseño, prototipado, validación y materialización. Es importante involucrar no solamente carreras relacionadas al diseño gráfico, sino también a la arquitectura, el diseño industrial y humanidades.
 - Personal no docente: aportar como administrativos, técnicos o apoyo en la gestión del proyecto.

- + **Comunidad local de Fontana:** grupo de personas que viven y trabajan en el área donde se desarrolla el proyecto.

- + **Autoridades locales:** la intendencia y el concejo municipal pueden proporcionar apoyo financiero, recursos y permisos para la implementación del proyecto.

- + **Organizaciones culturales y turísticas**

- + **Empresas privadas:** Empresas privadas de Fontana pueden colaborar en el proyecto proporcionando recursos, o participando en la implementación del proyecto como patrocinadores o socios.

En este espacio de encuentro para la construcción colectiva, todos los actores involucrados aprenden entre sí.

La participación en actividades de relevamiento de la memoria y construcción de relatos colectivos, puede colaborar con que la comunidad reconozca y valore su propia historia y patrimonio cultural. Como aprendizaje personal, la experiencia en los talleres y actividades de intercambio pueden motivar el desarrollo de nuevas habilidades y capacidades.

Se desarrollan saberes técnicos, específicos de la disciplina, que son fundamentales para poder planificar y desarrollar el proyecto. Al ser un proyecto interdisciplinario, todos los involucrados se benefician de las perspectivas de cada especialidad para diseñar soluciones integrales que respondan a las expectativas de la comunidad.

La experiencia permite que los estudiantes y docentes de la universidad desarrollen un compromiso social y una visión crítica y reflexiva de su papel en la sociedad.

Posibles Resultados

El diseño puede ser una herramienta muy efectiva para reconstruir el relato, rescatar anécdotas y revalorizar la memoria.

A través de un proceso de diseño colaborativo, se diseñará un sistema de identidad visual coherente y atractivo para contar la historia fabril de Fontana, utilizando los escenarios donde ocurrieron los hechos como espacios significativos donde se emplacen elementos, murales, placas, carteles, instalaciones interactivas, experiencias de realidad aumentada, juegos, entre otros, que invitan a conocer y explorar la historia de manera memorable.

La participación en actividades colectivas fomenta el sentido de pertenencia, al sentirse parte activa del proceso de transformación de su entorno. Esto puede impactar positivamente en la valoración y cuidado de su patrimonio cultural e histórico.

Investigación Pedagógica

Como ya mencionamos, la comprensión lectora es indispensable para el desarrollo académico de los estudiantes, ya que su habilidad para entender lo que leen influye directamente en su capacidad para expresarse con claridad. La adquisición del lenguaje y el desarrollo cognitivo, la mejora en la capacidad de análisis y el fortalecimiento de la comunicación escrita y oral, son otras capacidades que se ven beneficiadas con la lectura.

Un interesante aporte en relación con la importancia de motivar a los estudiantes a la lectura y cómo esa tarea nos compete a los educadores, Fernando Vásquez Rodríguez expresa en el prólogo del libro “La lectura crítica, propuestas para el aula derivadas de proyectos de investigación educativa” (2014)

Propiciar y formar las nuevas generaciones con disposición hacia la lectura crítica es una tarea prioritaria de la educación. No podemos seguir avalando las actitudes conformistas y pasivas, o caer en el letargo de las actuales sociedades de la frivolidad. La educación está impelida a forjar en sus estudiantes espejos que refracten o filtren el mundo establecido. Y con esos lentes adquirir la valentía para cuestionar, resistir, oponerse u ofrecer otras alternativas de lectura a las ya establecidas. Con el prisma de la lectura crítica a las generaciones venideras les será más fácil desatarse de las ligaduras de la alienación y estar posibilitadas para reconstruir sentidos, reelaborar significados y participar activamente en la construcción de su cultura. (p.14)

Podemos asegurar que la tarea de acompañar y promover en los estudiantes la lectura y comprensión de los textos es de suma importancia y requiere de

una especial atención por parte de nosotros los docentes. En este sentido, la elaboración de materiales que guíen a la lectura es una acertada decisión pedagógica, que requiere ser revisada a la luz de los aportes teóricos para que satisfaga los objetivos para los cuales fueron diseñadas e implementadas.

Un aporte interesante para la formulación de competencias y propósitos de aprendizaje es el concepto de funciones ejecutivas:

Las funciones ejecutivas son actividades mentales complejas, necesarias para planificar, organizar, guiar, revisar, regularizar y evaluar el comportamiento necesario para adaptarse eficazmente al entorno y para alcanzar metas.

(Bauermeister, 2008).

Son el conjunto de habilidades cognitivas que le permiten a una persona funcionar con independencia, con un propósito determinado, con conductas autosuficientes y de manera satisfactoria. Estas funciones son fenómenos mentales susceptibles al aprendizaje. Existen diferentes clasificaciones de las funciones ejecutivas:

Blakemore y Frith (2007), ofrecen la siguiente lista de funciones ejecutivas: capacidad para inhibir conductas inadecuadas, planificar, seleccionar acciones, tener información en mente, hacer dos cosas a la vez, controlar emociones, tomar decisiones y resolver problemas.

A esta lista Carter (2002) agrega la flexibilidad, mientras que Meltzer (2007) resume que algunos elementos comunes entre las clasificaciones dadas por distintos autores son: el proponerse metas y la planificación para alcanzarlas, la organización de los comportamientos requeridos a lo largo de la consecución de las metas, la flexibilidad, los sistemas de atención y memoria que guían los procesos y los procesos de autorregulación tales como el automonitoreo.

Y, para Perea (2008) las funciones ejecutivas son subyacentes a las funciones superiores en las que encierra a los procesos mentales más complejos: razonamiento, juicio crítico, atención-concentración, orientación, lenguaje, memoria, praxia y gnosia.

Aunque Vygotski (1995), el defensor más claro del concepto de funciones superiores, las clasificó en: lenguaje, razonamiento abstracto, memoria lógica, atención voluntaria y capacidad de planificar y tomar decisiones.

Las funciones ejecutivas cumplen un rol fundamental en la comprensión de los textos, ya que permiten a los estudiantes procesar y organizar la información de manera efectiva. Algunas de las funciones ejecutivas que se relacionan con la comprensión de los textos son:

- + **La memoria de trabajo:** fundamental para la comprensión de los textos, ya que permite al lector mantener la información relevante en la mente mientras se lee el texto. Por ejemplo, un estudiante puede necesitar mantener en su memoria la idea principal del texto mientras lee los detalles específicos.
- + **La flexibilidad cognitiva:** permite cambiar su enfoque y adaptarse a diferentes tipos de textos, autores y estilos de escritura. Los estudiantes deben ser capaces de cambiar de una tarea a otra y ajustar su enfoque según las particularidades del texto que están leyendo.
- + **La inhibición:** lo que permite filtrar la información irrelevante y centrarse en lo que es importante para la lectura y comprensión del texto. Esto implica ignorar las distracciones y mantener el enfoque.
- + **La planificación:** ayuda a los estudiantes a organizar la información y a desarrollar una estrategia efectiva para comprender el contenido.
- + **La toma de decisiones:** esta habilidad permite que el estudiante decida qué información es relevante para comprender el sentido del texto y qué información puede ser ignorada.

En cada nivel, se espera que los estudiantes desarrollen una serie de habilidades cognitivas específicas. Para lograr este objetivo, es importante que los materiales que diseñamos como apoyatura a la lectura estén cuidadosamente planificados para asegurar que los estudiantes interactúen con los textos de manera adecuada y que las preguntas estén alineadas con los objetivos y el nivel de aprendizaje esperado.

Problema de Investigación

¿Las guías de lectura cumplen la función de acompañar a los estudiantes de la asignatura Comunicación II en el desarrollo de sus funciones ejecutivas?

Referente empírico

Esta investigación se realizará en las materias Comunicación II de la Carrera de Diseño Gráfico - UNNE.

La asignatura es promocional y cuatrimestral; están ubicadas en el segundo año de la carrera. Entre los requisitos para la regularización y promoción se encuentra la entrega del 100% de los trabajos realizados; esto comprende las actividades en clases, los trabajos prácticos y las guías de lectura.

Las guías de lectura consisten en una serie de enunciados, preguntas o breves ejercicios de reflexión que acompañan cada documento bibliográfico de lectura obligatoria, que los estudiantes deberán responder al término de la lectura de cada material.

Propósitos

El objetivo de la investigación es averiguar si las [guías de lectura](#) de la asignatura Comunicación II funcionan como una ayuda para que los

estudiantes puedan avanzar en el desarrollo de sus habilidades de manera autónoma.

Con el planteo de este propósito tengo intenciones de descubrir y describir estos tres aspectos específicos de la problemática:

- + *¿Qué características (de contenido y visuales) tienen las guías de lectura utilizadas en Comunicación II?*
- + *¿Cómo las perciben los estudiantes?*
- + *¿Qué características deberán tener las guías de lectura para facilitar el desarrollo de las funciones ejecutivas pretendidas en los estudiantes?*

Los resultados de esta investigación se verían directamente reflejados en el planteo de los objetivos y el diseño de las guías de lectura como ayuda o “andamiaje” para que los estudiantes puedan avanzar en el desarrollo de sus habilidades de manera autónoma.

Enfoque epistemológico

El abordaje del problema de investigación se realizará desde una perspectiva fenomenológica, partiendo de conceptos generales y proposiciones amplias que irán orientado la focalización del objeto y del problema. El proceso se irá construyendo en un diálogo entre la empiria y la teoría, que proporcionará las categorías de análisis y reflexión.

Marco Teórico

El sentido de esta investigación se encuentra en las ideas del Prof. Daniel Prieto Castillo en relación con la importancia del discurso en la universidad, y la responsabilidad de los educadores en promover el desarrollo de la capacidad discursiva en quienes pasan por sus aulas.

El proceso de investigación se apoya en las teorías del aprendizaje y desarrollo, y de la Zona de Desarrollo Próximo de Lev Vygotski.

Sobre las ideas de Vygotsky, Bruner desarrolla su teoría del andamiaje, metáfora que consiste en proporcionar a los estudiantes los andamios necesarios para que puedan avanzar en el desarrollo de sus habilidades de manera autónoma,

Los parámetros para evaluar las guías actuales y esbozar algunas características para su rediseño derivarán del análisis de las funciones ejecutivas relacionadas con la comprensión de los textos, como ser la memoria de trabajo, la flexibilidad cognitiva, la inhibición, la planificación, y la toma de decisiones.

Anticipaciones de Sentido

Las intenciones de la investigación están orientadas al diseño de las guías de lectura como ayuda para que los estudiantes puedan desarrollar sus habilidades de manera autónoma.

En un anticipo de sentido, mis inquietudes orientarán el proceso de investigación a descubrir las particularidades visuales y de sentido que tienen las guías que actualmente utilizamos como acompañamiento a la lectura de materiales bibliográficos; y si los estudiantes las consideran una ayuda para la comprensión o una demanda más de la cátedra para regularizar la materia.

Considerando el marco teórico propuesto, puedo anticipar que el proceso de investigación puede concluir en la descripción de las características que debería tener el replanteo de las guías, como ser; cuál es la organización visual de los materiales que facilite la lectura y atención de los estudiantes, de qué manera incorporar símbolos, indicadores, y otros recursos para que los estudiantes puedan anticiparse a la tarea, cómo estructurar las ideas, redactar los enunciados y preguntas de tal manera que el material les ayude

a desarrollar habilidades de organización, cuáles son los plazos de tiempo adecuados para cada tarea y cómo explicitarlos, entre otros.

Recogida de Información

En este procedimiento reflexivo de investigación cualitativa, el proceso de recolección y análisis de los datos es dialéctico, es decir, se retroalimentan permanentemente. Se utilizarán varias técnicas e instrumentos de recolección de datos, que permitirán tener una comprensión más completa y detallada del funcionamiento de las guías de lectura en el desarrollo de las funciones ejecutivas, y los factores que influyen en el proceso.

- + **Observación participante:** se realizará la práctica de la lectura de los textos bibliográficos junto con la guía de lectura en el tiempo y espacio del dictado de clase. El método implica que como investigadores, los docentes participemos observando de manera activa; pendientes de los detalles, situaciones, sucesos, eventos e interacciones. Algunas cuestiones a observar será cómo los estudiantes interactúan con los materiales, si realizan consultas, si las utilizan como guía en el momento de la lectura, y finalmente si las responden de manera individual o debaten sus interpretaciones con sus compañeros.
- + **Entrevistas:** se seleccionarán aleatoriamente un porcentaje de estudiantes para entrevistar; con lo que se pretende obtener información detallada, opiniones o creencias sobre la experiencia, se comprobarán las suposiciones o proporcionarán una nueva perspectiva del problema. La entrevista será de carácter semiestructurado.
- + **Análisis de documentos:** se analizarán tanto las guías de lectura como las respuestas de los estudiantes. En relación a las guías el análisis será descriptivo de sus características de forma, contenido y

función. El análisis de las respuestas de los estudiantes arrojará información útil para determinar el nivel de comprensión, análisis, ordenamiento y jerarquización de la información que alcanzaron los estudiantes.

Como resultado del análisis de la información obtenida, los datos empíricos entrarán en diálogo con la bibliografía para formular los parámetros con los que las nuevas guías de lectura deberán ser rediseñadas para cumplir sus objetivos.

Equipo de Investigación

El equipo de investigación estará compuesto por el cuerpo docente de Comunicación II: Prof. Titular Lic. Adriana Inés Echeverría, y los docentes DG. María Belén Quiñonez, DG. Alicia Acosta, DG. Cristian Vastik y Lic. Raul Duarte.

Cierre

La planificación de la Enseñanza y Educación desarrollada propone un escenario prospectivo creado a partir de las tendencias en los avances tecnológicos. Es necesario poner en cuestión el valor y el rol del diseñador gráfico en este contexto, así como su responsabilidad con la sociedad.

Esta inquietud no se resuelve en el desarrollo de una actividad, sino que debería convertirse en un motor para continuar trabajando en el análisis y la creación de experiencias pedagógicas que promuevan el pensamiento estratégico en la formación de los profesionales del futuro.

La Extensión Universitaria entendida como Comunicación con la Sociedad ofrece una oportunidad para el diálogo y la interacción entre la universidad y la sociedad. La acción del diseño implica siempre una transformación en la realidad; para que esta acción transformadora verdaderamente contribuya al bien común, se deben comprender las necesidades, demandas y deseos de la comunidad. Es en este diálogo horizontal el que tanto universidad como sociedad aprenden y se enriquecen mutuamente.

La Investigación Educativa plantea un desafío a vencer. Solemos encontrar preocupaciones o preguntas respecto a la realidad educativa posicionadas por fuera de nosotros mismos como educadores, ya sea en los estudiantes, el entorno social, o las instituciones. La propuesta de proyectarnos como docentes investigadores de nuestra propia práctica tiene el potencial de “mover las aguas” respecto a la forma que enseñamos, al permitirnos descubrir nuevas estrategias y enfoques que pueden transformar significativamente el proceso de aprendizaje de los estudiantes.

Bibliografía

AIGA, & ADOBE. (2007). Designer of 2015 competencias.
<https://www.aiga.org/aiga/content/tools-and-resources/designer-of-2015/designer-of-2015-competencies>.

Anijovich, R. (2017). La evaluación formativa en la enseñanza superior. Voces De La Educación, 2(3), 31.
<https://www.revista.vocesdelaeducacion.com.mx/index.php/voces/article/view/32>

BAQUERO, Ricardo (1997). Vigotsky y el aprendizaje escolar. Buenos Aires, Aique.

Burgos, C. La construcción del conocimiento proyectual en el diseño arquitectónico: dimensiones cognoscitivas y epistémicas implicadas en el proceso educativo - ADNea Revista de Arquitectura y Diseño del nordeste argentino - Vol. 4 N.º 4 - ISSN 2347-064X

Cazas, Fernando José, Federman, Liliana Celia y Feld, Jorge Salvador (2008). “¿Enseñar a leer a los estudiantes universitarios? estrategias de lectura de textos académicos.” XV Jornadas de Investigación y Cuarto Encuentro de Investigadores en Psicología del Mercosur. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Costa, J (2005). Cambio de paradigma: la Comunicación Visual. FOROALFA
<https://foroalfa.org/articulos/cambio-de-paradigma-la-comunicacion-visual>

Del VECCHIO, Sandra (2012) - Reflexiones en torno a la evaluación de los aprendizajes en la universidad

Frascara, Jorge. (2004). Diseño gráfico para la gente. Comunicaciones de masa y cambio social. Buenos Aires. Ed. Infinito

Freire, Paulo. (1970). Pedagogía del Oprimido. Siglo XXI Ediciones. Mexico

González López AD, Rodríguez Matos AA, Hernández García D. (2011) El concepto zona de desarrollo próximo y su manifestación en la educación médica superior cubana. Educ Med Super. 2011;25(4):531-9.

Kees Dorst (2017) Innovación y metodología, nuevas formas de pensar y diseñar. Madrid, España. Experimenta Libros.

Litwin Edith (2008) El oficio de enseñar. Buenos Aires, Argentina. Editorial Paidós

Llovet, Jordi (1979) Ideología y Metodología del Diseño. Una introducción crítica a la Teoría Proyectual. Barcelona. Editorial Gustavo Gili

Maison, F. (2008) El concepto y la idea. http://www.vitralesxxi.com.ar/publicidad_y_marketing/el_concepto_y_la_idea.htm

Mazzeo Cecilia (2017) Diseño y sistema. Bajo la punta del iceberg. Buenos Aires, Argentina. Ediciones Infinito.

Moles, A. & Costa, J. (2005). Publicidad y Diseño: el nuevo reto de la comunicación. Bs. As. Ediciones Infinito.

Moreno, Carlos. (2014). Apuntes sobre diseño gráfico teoría, enseñanza e investigación.
https://www.academia.edu/8272778/Sobre_las_competencias_en_diseño_gafico

Morin, E., Ciurana, E., Motta, R. (2002). Educar en la era planetaria. Universidad de Valladolid, UNESCO.

Naciones Unidas (2018), La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe (LC/G.2681-P/Rev.3), Santiago.

Páez Martínez, R, Alonso Malaver, R., Díaz Beltrán, A., Ospina Rodríguez P., Rojas Suárez, P., Rondón Herrera, G. (2014) La lectura crítica: propuestas para el aula derivadas de proyectos de investigación educativa. Bogotá: Universidad de La Salle,

Pérez Lindo (1998) Nuevos paradigmas y cambios en la conciencia histórica, Eudeba, Buenos Aires.

Pérez Lindo, A. y Prieto Castillo, D. (2019). La educación superior. (7ma. ed.) Especialización en docencia universitaria. Facultad de Filosofía y Letras. Universidad Nacional de Cuyo.

Prieto Castillo, D. (1994). Diseño y comunicación. México. Ediciones Coyoacán.

Prieto Castillo, D. (octubre de 2007) En torno a las experiencias pedagógicas decisivas. Ponencia presentada en el Encuentro de Maestros de Las Heras, Mendoza, Argentina.

Prieto Castillo, D. (2015). Elogio de la Pedagogía Universitaria. Mendoza: Facultad de Filosofía y Letras.

Prieto Castillo, D. (2019). La enseñanza en la universidad. (7ma.ed.) Especialización en docencia universitaria. Facultad de Filosofía y Letras. Universidad Nacional de Cuyo.

Prieto Castillo, D. (2020). El aprendizaje en la universidad. (9na.ed.) Especialización en docencia universitaria. Facultad de Filosofía y Letras. Universidad Nacional de Cuyo.

Prieto Castillo, D. y Guajardo, M. (2020) La pedagogía universitaria. (7ma.ed.) Especialización en docencia universitaria. Facultad de Filosofía y Letras. Universidad Nacional de Cuyo.

Rodriguez, Lady Meléndez (julio de 2009) Neurodidáctica y el desarrollo de las funciones ejecutivas. VIII Congreso Educativo: El sentido de la Educación en un Mundo en Crisis. Universidad Interamericana de Costa Rica

Roig, A. (1990). La universidad hacia la democracia. Editorial Universitaria de Buenos Aires: Buenos Aires.

Rondón Herrera et al., (2014) “La lectura crítica. Propuestas para el aula derivadas de proyectos de investigación educativa”, Editorial Kimpres. Bogotá DC

Saloma Ramirez, M. (2018). Técnicas de bocetaje. Universidad de Londres. [http:// www.pijaworld.com/docu/tecnicas_bocetaje.pdf](http://www.pijaworld.com/docu/tecnicas_bocetaje.pdf)

Salomon G., Perkins, D. y Globerson, T. Coparticipando en el conocimiento: la ampliación de la inteligencia humana con las tecnologías inteligentes. CL & E: Comunicación, lenguaje y educación, ISSN 0214-7033, N° 13, 1992, pp. 6-22.

Steiman Jorge (2008) Más didáctica (en la educación superior). Editorial Miño y Dávila. Madrid, España.

Vigotsky, L. S. (1984) Pensamiento y lenguaje: Teoría del desarrollo cultural de las funciones síquicas. Buenos Aires: La pléyade

Anexo

Mapa de Prácticas

Comunicación II				
MAPA DE PRÁCTICAS				
UNIDAD 1 – COMUNICACIÓN Y DISEÑO	TÍTULO	EDUCAR PARA	INSTANCIAS	PRÁCTICAS
1.1. Comunicación y diseño. Intervención en soportes y espacios diversos.	LA COMUNICACIÓN COMO SENTIDO DEL DISEÑO	la significación, apropiarse de la historia y la cultura	los materiales, medios y tecnologías, con el contexto, con el grupo	de observación, de interacción, de reflexión sobre el contexto
1.2. Elementos del sistema comunicacional. La cuestión del Referente / El perceptor contextual del diseño. Los efectos: tipología.	CÓMO FUNCIONA EL COMPLEJO SISTEMA	la comprensión, la significación	el educador, los materiales, el contexto	de significación (planteamiento de preguntas), de observación, de reflexión sobre el contexto
1.3. Áreas de Responsabilidades del Diseñador Gráfico. Nuevos paradigmas	ESCENARIO APOCALÍPTICO	la comprensión y la expresión, la significación, la incertidumbre y la complejidad	con el grupo, con el contexto, con los materiales y consigo mismo	de significación – de los términos a los conceptos, de prospección, de reflexión
UNIDAD 2 – PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN				
2.1. Inserción del comunicador visual en proyectos sociales.	DISEÑADORES EN PROYECTOS SOCIALES	convivir, complejidad, comprensión	consigo mismo, con el grupo, con el contexto	de observación, de interacción, de reflexión sobre el contexto
2.2. El proyecto de Comunicación Visual – Instancias	PLANIFIQUEMOS EL VIAJE	la incertidumbre, la comprensión y la complejidad	con el educador, con el grupo, con el contexto, con los materiales	de planteamiento de preguntas, de prospección, de interacción, de reflexión sobre el contexto, de inventiva, de aplicación
2.3. Diagnóstico Comunicacional: algunas propuestas. Variables fundamentales.	LA IMPORTANCIA DE UN BUEN DIAGNÓSTICO Y CÓMO HACERLO	significación, comprensión, apropiarse de la historia y la cultura	materiales, medios y tecnología, el contexto, con el grupo	de observación de reflexión sobre el contexto, de aplicación
2.4. Participación de los actores del proyecto. El equipo de trabajo.	ARMANDO EL EQUIPO			
UNIDAD 3 – ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN VISUAL				
3.1. Pensamiento estratégico y pensamiento creativo: concepto e idea.	PIENSO, LUEGO...	expresión, comprensión, complejidad	consigo mismo, con el grupo	observación, inventiva
3.2. Estrategias de Comunicación Visual. Estrategia de Medios	ESTRATEGIAS PARA AVANZAR	apropiarse de la historia y de la cultura, la significación, la comprensión y la expresión	con los medios y tecnologías, con el grupo	de reflexión sobre el contexto, de prospección, de inventiva, de aplicación
3.3. Prototipado, testeo, implementación y análisis de resultados.	LLEGADA AL DESTINO	expresión, convivir, gozar la vida	con el grupo, con el contexto, con los materiales, medios y tecnologías	de inventiva, de prospección, de observación

Rúbrica de Autoevaluación grupal

RÚBRICA DE AUTOEVALUACIÓN					
GRUPO:					
		COMPLETAMENTE RESUELTO	RESUELTO PARCIALMENTE	POCO RESUELTO	OBSERVACIONES
PROYECTO	DESCRIPCIÓN DEL TEMA	la temática está presentada de manera concisa, clara e ilustrativa	la temática está presentada de manera clara	la presentación de la temática es extensa, confusa y no se utilizan imágenes ilustrativas	
	PLANTEO DEL PROBLEMA	define con precisión el problema a abordar mediante la comunicación visual	la identificación del problema es correcto, pero requiere de ajustes en su precisión	el problema que plantea no corresponde a un proyecto de comunicación visual, el planteo es impreciso o confuso	
	DEFINICIÓN DEL PÚBLICO	la definición del público es clara y detallada	identifica al público pero la definición es poco clara o incompleta	no se identifica claramente el público objetivo, o su descripción es confusa.	
	REDACCIÓN DE OBJETIVOS	son adecuados al público, pertinentes, y están redactados de manera concisa y sin ambigüedades	los objetivos son pertinentes pero poco claros o confusos en su redacción	los objetivos no son pertinentes a un proyecto de comunicación visual y/o no son adecuados al público y/o están redactados de manera confusa	
EXPOSICIÓN	EXPOSICIÓN	Las ideas se presentan de manera coherente y lógica, con una estructura clara y organizada.	La exposición es mayormente clara pero hay algunas partes que necesitan más explicación o no están en coherencia con el resto	La exposición es confusa, no está bien estructurada, es incoherente y/o está incompleta	
	DISEÑO	La presentación es atractiva, legible, se ajusta al tema, las imágenes utilizadas son descriptivas, los recursos gráficos aportan valor estético y comunicacional.	La presentación es mayormente adecuada y legible pero puede ser más expresiva o descriptiva.	La presentación es difícil de leer y/o comprender, las imágenes no aportan información valiosa.	
	EXPRESIÓN	La comunicación de las ideas es precisa y fluida, enriquece la presentación utilizando recursos expresivos y demuestra comprensión del trabajo en desarrollo	La comunicación de las ideas es mayormente correcta y adecuada en su expresión y uso del vocabulario	No logra comunicar las ideas claramente, el vocabulario no es pertinente y/o preciso	
	TIEMPO	cumple con el tiempo asignado	se excede / no se apropia del tiempo asignado	no cumple con el tiempo asignado	

Rúbrica de Coevaluación

RÚBRICA DE COEVALUACIÓN					
GRUPO:		EVALÚA A GRUPO:			
		COMPLETAMENTE RESUELTO	RESUELTO PARCIALMENTE	POCO RESUELTO	OBSERVACIONES
PROYECTO	DESCRIPCIÓN DEL TEMA	la temática está presentada de manera concisa, clara e ilustrativa	la temática está presentada de manera clara	la presentación de la temática es extensa, confusa y no se utilizan imágenes ilustrativas	
	PLANTEO DEL PROBLEMA	define con precisión el problema a abordar mediante la comunicación visual	la identificación del problema es correcto, pero requiere de ajustes en su precisión	el problema que plantea no corresponde a un proyecto de comunicación visual, el planteo es impreciso o confuso	
	DEFINICIÓN DEL PÚBLICO	la definición del público es clara y detallada	identifica al público pero la definición es poco clara o incompleta	no se identifica claramente el público objetivo, o su descripción es confusa.	
	REDACCIÓN DE OBJETIVOS	son adecuados al público, pertinentes, y están redactados de manera concisa y sin ambigüedades	los objetivos son pertinentes pero poco claros o confusos en su redacción	los objetivos no son pertinentes a un proyecto de comunicación visual y/o no son adecuados al público y/o están redactados de manera confusa	
BOCETO	MENSAJE	comunica clara y efectivamente la intención del mensaje que se pretende dar	el boceto es mayormente comprensible, aunque puede haber algunas inconsistencias y/o falta de coherencia	el boceto no comunica la intención del mensaje, es incoherente y/o difícil de comprender	
	EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS	el boceto es coherente y responde a los objetivos del proyecto	el boceto tiene relación pero no responde con claridad a los objetivos del proyecto	el boceto no tiene relación con los objetivos del proyecto.	
	EN RELACIÓN AL PÚBLICO	El boceto demuestra una clara comprensión del público definido, y se adapta de manera efectiva y creativa a sus necesidades y preferencias.	el boceto muestra alguna comprensión del público definido, pero podría ser efectivo en su adaptación a sus necesidades y/o preferencias.	el boceto no parece tener en cuenta al público definido o no se puede determinar la relación con sus necesidades y preferencias.	
	ESTÉTICA	uso altamente efectivo y creativo de los recursos gráficos y estéticos. Es atractivo, y contribuye significativamente a la comunicación del mensaje del proyecto.	uso adecuado pero inconsistente y/o poco coherente de los recursos gráficos y estéticos, con alguna intención y coherencia, y mayormente atractivo.	uso poco efectivo de los recursos gráficos y estéticos, con poca intención y/o coherencia en su aplicación. Poco atractivo.	