

Departamento  
de Diseño  
en Comunicación Visual

 FACULTAD  
**DE ARTES**



SEMINARIO OPTATIVO

# Pr\_in

## **Prácticas integrales** en diseño y comunicación

Carreras en que se inscribe:

**Licenciatura en Diseño en Comunicación Visual**  
**Profesorado en Diseño en Comunicación Visual**

Profesor titular  
DCV **Damián Demaro**

Profesora adjunta  
DCV **Ángeles Navamuel**

seminario@prin.com.ar  
www.instagram.com/prin\_FDA  
**www.prin.com.ar**

## Pr\_in **Prácticas integrales** en diseño y comunicación

El seminario está pensado para estudiantes que deseen desarrollarse desde la praxis, comprometerse individualmente y en equipo, con ganas de construir soluciones de diseño y vivir experiencias reales de trabajo con organizaciones y empresas.

### **Modalidad:**

Seminario optativo. Modalidad teórico-práctica, con promoción directa.

### **Cursada cuatrimestral:**

64 horas cátedra, con 4 horas semanales en una misma jornada.

### **Destinatarios:**

Estudiantes de la Licenciatura en Diseño en Comunicación Visual y Profesorado en Diseño en Comunicación Visual que estén cursando 5to año o se encuentren en la última etapa de la carrera.

### **Promoción directa:**

80% de asistencia con participación en clase y 100% de los trabajos prácticos presentados y aprobados con un mínimo de 6 puntos.

## **1- Propuesta**

El seminario propone desarrollar un proceso de trabajo con organizaciones reales, que vincule la realidad profesional con las **prácticas integrales** que llevarán adelante los y las estudiantes y docentes de la cursada.

El vínculo con organizaciones es una experiencia clave para la formación de las y los futuros profesionales, en tanto favorece la adquisición de los conocimientos formales propios de las incumbencias de las prácticas de diseño trascendiendo la mirada áulica instalada y promoviendo una relación directa con el afuera. La propuesta, en ese sentido, persigue el desarrollo de prácticas profesionales con interlocutores y escenarios reales.

La cursada incorpora experiencias, tiempos y la realidad económica, política, institucional y social de las organizaciones participantes. Es importante destacar que estas prácticas integrales se llevan adelante mediante un **vínculo comprometido**, donde el beneficio de ambas partes se origina en el reconocimiento y cumplimiento del mismo, respetando la integralidad de los y las participantes y fomentando el diálogo constante.

En síntesis, son ejes centrales de la modalidad propuesta:

- El vínculo comprometido entre las partes
- Dinámicas en tiempo real
- Desarrollo de un cronograma de etapas.
- La responsabilidad y cumplimiento mutuos.

## **2- Objetivo principal**

Que el/la estudiante construya saberes que hacen al rol profesional en un contexto organizacional, identificando desde la praxis la potencia del diseño como transformador social.

### **2.1- Propósitos**

> Brindar herramientas a los y las estudiantes para la transición a la vida profesional, desde una propuesta transdisciplinar basada en el intercambio colectivo en un contexto real.

> Generar un espacio que fomente el debate y la mirada crítica en torno al rol de las y los profesionales de la comunicación dentro un contexto social y productivo.

> Fomentar el trabajo en equipo, colectivo, colaborativo, la motivación y la autogestión en el grupo de estudiantes.

> Instalar un espacio que habilite la experiencia transdisciplinar entre las carreras de la Facultad de Artes: Plástica, Multimedia, Artes Audiovisuales, Diseño Industrial, Diseño en Comunicación Visual, Historia de las Artes, Música y Sonido.

## **3- Fundamentación**

Este seminario se enmarca en el concepto de “aprendizaje situado”, propuesto por los autores Lave y Wenger (1991), el cual se desarrolla en un contexto social, requiere ineludiblemente la pertenencia al mismo y se fundamenta en tres elementos de una comunidad de práctica: pertenencia, participación y praxis. Se sostiene, además, que resulta indispensable pensar un modelo de formación práctica con óptica integralista que incorpore *otros* saberes, así como seguir repensando los espacios de enseñanza, habilitar el desarrollo de proyectos por fuera del espacio áulico y esquemas de acompañamiento que trasciendan el mismo.

Los campos problemáticos y los análisis complejos ponen en tensión las miradas y las lógicas disciplinares. En este sentido, la transversalidad en las intervenciones nos obliga a pensar en prácticas que trasciendan la mirada disciplinar. Este engranaje de problemas en el que se desenvuelve la realidad

sobre la que intervenimos hace que debamos dejar a un costado el saber específico y nos veamos obligados a ampliar la mirada e incorporar saberes de otras prácticas. Animándonos a entender que la calidad profesional se alcanza navegando sin certezas, arriesgándose a no saber y buscando herramientas que no siempre se poseen de antemano.

Para lograr estos objetivos, son necesarias prácticas que cuenten con amplitud estratégica, política y experiencial, que permitan conocer el sentido que tiene lo que hacemos para las y los otros. Y así, generar las condiciones para un mercado laboral responsable y ético que valore el compromiso del diseño en todas sus dimensiones.

Resulta clave pensar este seminario como un espacio de encuentro entre la universidad y la sociedad.

## **4- Contenidos**

### **LO INDIVIDUAL. CONCERNOS PARA PRESENTARNOS.**

**Atravesados/as por lo humano.** Emoción y comunicación. El lenguaje y la conversación, la convivencia, la confianza. Autoconocimiento: fortalezas y debilidades. Análisis de las distintas potencialidades. La escucha. Conocimiento emocional.

**Tipos de aprendizajes.** Canales y modalidades representacionales. Crecimiento, crisis y desarrollo personal. El error como vehículo para el aprendizaje.

**Presentarnos, relacionarnos.** Presentaciones y oratoria. Elaboración de un CV. Desarrollo de un portfolio profesional. Cómo preparar una entrevista para buscar trabajo. Características que nos definen como comunicadores/as.

### **LO GRUPAL. TRANSDISCIPLINA. CONSTRUIR CON OTROS Y OTRAS.**

**Equipo.** Definir roles en un grupo de trabajo. Equipos autónomos. Diversidad. Herramientas para formar equipos. Equipos colaborativos. Clasificación: cooperativo, colectivo y grupal. Construcción de redes. Dinámicas de grupos.

**Interactuar.** Multidisciplina: equipos con otras carreras. Transitar crisis de equipos de trabajo. Procesos de trabajos colectivos.

**Metodologías y herramientas** para la organización, seguimiento y comunicación de procesos de trabajo junto al cliente y/o organizaciones.

**La importancia del juego en los procesos de trabajo.** Dinámicas vivenciales presenciales: experimentar a partir de distintas metodologías, herramientas, técnicas y talleres.

## **VÍNCULO CON LAS ORGANIZACIONES.**

**Modelos organizacionales.** Modelo autoritario, jerárquico y meritocrático. Sentido de propósito individual. Introducción al cambio de paradigmas en los modelos organizacionales. Contexto de cambio: autogestión, plenitud y propósito evolutivo.

**Relación equipo de trabajo / cliente.** Cronograma de trabajo. Cómo iniciar un proyecto o servicio una vez aprobado. Seguimiento. Expectativas de la organización versus las del equipo de trabajo. Primer contacto. Clasificación y diferenciación de entrevistas. Diseño y objetivos en la planificación. Cómo preguntar. Retrospectiva. Mapa de actores/as que influyen en cada proyecto.

**Presupuestar diseño.** Incorporar conocimientos para presupuestar. Conformación de costos en proyectos de diseño. Definición del precio en relación al valor de mercado. Estrategias para la comercialización de proyectos. Herramientas para documentar procesos con la finalidad de definir costos y rentabilidad.

**Acuerdos implícitos y explícitos.** Elaboración de propuestas de comunicación. Estrategias y acuerdos comerciales. Diseño de presentación de proyectos. La importancia de cerrar un proyecto. Acuerdos y entregables. Contrato escrito y contrato explícito.

## **5- Participantes**

- Estudiantes de Diseño en Comunicación Visual y de otras carreras de la Facultad de Artes, que deseen transitar una experiencia multidisciplinar en proyectos de comunicación y diseño.
- Docentes y profesionales con la inquietud de deconstruir roles en la experiencia pedagógica y profesional.
- Organizaciones privadas del sector productivo y de servicios. Organizaciones sociales, sector cooperativo, economía social y solidaria. Organismos gubernamentales, entre otros.

## 6- Bibliografía

- Bacon, F.** (2015). *Meditationes Sacrae. English Edition.* Editorial: *The Perfect Library*
- Belluccia, R.; Chaves, N.** (2003). *La Marca Corporativa: Gestión y Diseño de Símbolos y Logotipos.* Paidós Ibérica ediciones S.A.
- Bonicatto, M.** (2022). *Prácticas universitarias integrales.* Prueba de Galera Editoras
- Cornu, L.** (2002) *La confianza en las relaciones pedagógicas. Construyendo un saber.pdf*
- De Bono, E.** (2003). *Seis sombreros para pensar.* Granica Ediciones S.A., 1988
- De Piero, S.** (2005) **Organizaciones de la sociedad civil: Tensiones de una agenda en construcción (1ra ed.)** Paidós Tramas Sociales. Buenos Aires.
- Dewey, J.** (1954). *Experiencia y educación.* Editorial Biblioteca Nueva. Madrid
- Dussel, I.** (2018). ¿Nuevas formas de enseñar y aprender? En Revista Perfiles Educativos, vol. XL, número especial, IISUE-UN.
- Frascara J.** (1997) *Diseño gráfico para la gente: Comunicaciones de masa y cambio social.* Ediciones Infinito. Buenos Aires
- Frascara J.** (2011) *¿Qué es el Diseño de Información?* Ediciones Infinito. Buenos Aires
- Frascara J.** (2018) *Enseñando diseño.* Ediciones Infinito. Buenos Aires
- Freire, P.** (2003) *Práctica de la pedagogía crítica y Elementos de la situación educativa.* En *El grito manso.* Argentina, Buenos Aires. Siglo XXI. Editores.
- Freire, P.** (2008) *Pedagogía de la autonomía. Saberes necesarios para la práctica educativa.* Siglo XXI Editores Argentina. Buenos Aires.
- Hatum A.; Marchiori E.** (2021) *Gestión De Personas En Organizaciones Innovadoras: Manual De Teoría Y Práctica Profesional.* Ediciones Granica
- Kastika, E.** (2013). *Las prácticas para la creatividad en las organizaciones, Estado del arte y análisis en organizaciones argentinas.* UBA. Facultad de Ciencias Económicas. Buenos Aires.
- Laloux, F.** (2015) *Reinventar las Organizaciones.* Arpa Barcelona
- Lave J., y Wenger E.** (1991). *Situated Learning: Legitimate Peripheral Participation.* Cambridge UK: Cambridge University Press
- Ledesma M.** (2003) *El diseño gráfico, una voz pública.* Argonauta
- Litwin, E.** (comp) (2003). *La Educación a Distancia. Temas para el debate en una nueva agenda educativa.* Amorrortu. Buenos Aires.
- Maggio, M.** (2018). *Reinventar la clase en la universidad.* Paidós. Buenos Aires.
- Morin, E.** (1999) *Los siete saberes necesarios para la educación del futuro.* Organización de las Naciones Unidas para la Educación. Francia
- Nassif, R.** *Las tendencias pedagógicas en América Latina (1960- 1980).*
- Schön, D.** (1998) *El profesional reflexivo. Como piensan los profesionales cuando actúan.* Paidós. Buenos Aires
- Yunus, M.** (2011). *Las empresas sociales: Una nueva dimensión del capitalismo para atender las necesidades más acuciantes de la humanidad”.* Grupo Planeta.