

Sabaté, J. (2007). Paisajes culturales y proyecto territorial. En Nogué, J. (Ed.), Madrid: *La construcción social del paisaje*, (pp. 249-273). Editorial Biblioteca Nueva.

Taylor, D. y M. Fuentes. (2011). *Estudios avanzados de performance*. México D.F., México: Fondo de Cultura Económica.

Zusman, P. (2007). Perspectivas críticas del paisaje en la cultura contemporánea. En Nogué, J. (Ed.), Madrid: *La construcción social del paisaje*, (pp. 275-296). Editorial Biblioteca Nueva.

Abstract: This research is based on the concept of social landscape, from an empirical study of qualitative nature, from the daily field of social action, which through a phenomenological approach and life stories, seeks to investigate the understanding and construction of meaning that transgender students elaborate from their subjective experience in the daily interaction they live in the university, configuring in this process a social landscape from the dimensions of gender and sexual diversity. To achieve this, categories of analysis will be established from the data, using the semantic method of structural discourse analysis, which will provide a general framework for understanding the organizing principles that give meaning to the discourse that transgender students express in their daily lives, and as a structural method, will describe and build the structure that organizes the daily social relations of transgender students in the university social landscape.

Keywords: social landscape - gender studies - transgender - life narratives - higher education.

Resumo: Esta pesquisa fundamenta-se no conceito de paisagem social, a partir de um estudo empírico de natureza qualitativa, do campo cotidiano da ação social, que, por meio de uma abordagem fenomenológica e de histórias de vida, busca investigar a compreensão e a construção de sentido que estudantes transgêneros elaboram a partir de sua experiência subjetiva na interação cotidiana que vivem na universidade, configurando, nesse processo, uma paisagem social a partir das dimensões de gênero e diversidade sexual. Para tanto, serão estabelecidas categorias de análise a partir dos dados, utilizando o método semântico da análise estrutural do discurso, que fornecerá um quadro geral para a compreensão dos princípios organizadores que dão sentido ao discurso que os alunos transgêneros expressam em seu cotidiano e, como método estrutural, possibilitará a descrição e a construção da estrutura que organiza as relações sociais cotidianas dos alunos transgêneros na paisagem social universitária.

Palavras-chave: paisagem social - estudos de gênero - transgênero - narrativas de vida - ensino superior.

(*) **Jaime Ramírez:** Diseñador Gráfico, Magíster en Antropología. Facultad de Arte, Diseño y Arte Universidad UNIACC y Escuela de Diseño Universidad Diego Portales, Santiago, Chile. **Antonia Carrasco:** Historiadora, Magíster en Teoría e Historia del Arte. Universidad UNIACC, Santiago, Chile.

El lenguaje visual y la composición experimental desde el aula para la sociedad

John Arias Villamar, Franklyn Alume
Cusme y Mónica Acosta-Torres (*)

Actas de Diseño (2024, abril),
Vol. 45, pp. 204-208. ISSN 1850-2032.
Fecha de recepción: julio 2021
Fecha de aceptación: febrero 2022
Versión final: abril 2024

Resumen: Los procesos de enseñanza-aprendizaje del Diseño Gráfico, se enmarcan en diversas vertientes visuales para resolver problemas que la sociedad actual demanda. Una de esas vertientes a tratar en la presente investigación, es el cartel, y cómo el educando y docente, gestionan un análisis específico en sinergia, sobre el comportamiento que éste adquiere para emitir un mensaje. En la carrera de Diseño Gráfico – FACSO- Universidad de Guayaquil, se realizaron dos workshops experimentales sobre lenguaje gráfico y técnicas de comunicación visual, con el fin de desarrollar el nivel compositivo del educando y a su vez, evolucionar los conocimientos sobre la funcionalidad del cartel, desde la perspectiva no sólo conceptual, sino también estratégica para resolución de problemas gráficos.

Palabras claves: Cartel – composición visual – lenguaje gráfico – técnicas de comunicación visual – enseñanza – investigación.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 208]

Introducción

La carrera de Diseño Gráfico – FACSO – Universidad de Guayaquil – Ecuador, cuenta con una población de 700 educandos, de la cual fueron seleccionados 55 estudiantes, para ser parte de dos talleres experimentales enmarcados en las técnicas de comunicación visual, aplicadas en el proceso de diseño de carteles. Como resultado se generó una exposición de carteles no tangibles, y una estudiante Andrea Davis quedó seleccionada con la mención de honor, por el certamen Ecuador Poster Bienal, dicho evento fue dirigido por el cartelista reconocido, Christopher Scott en conjunto con Felipe Jácome y Mónica Acosta.

En el proceso de construcción visual, se estructuró en 3 etapas, la primera, en donde se analizan los signos, símbolos, el sentido del cartel y el impacto que éste ha tenido en la sociedad, desde el ámbito político, social, político, económico y cultural.

La segunda etapa se enmarca en las herramientas de composición visual, cuya función es adoptar criterio espacial y adaptarlo al concepto gráfico del tema para el cartel. Las herramientas de composición gráfica, nacen del estudio del libro de D.A. Dondis, para establecer coherencia, fluidez visual y funcionalidad.

La tercera etapa, se basa en la exposición de los carteles, gracias a la colaboración de Alianza Francesa – Guayaquil – Ecuador y su gestor cultural Galo Arteaga, se logró gestionar la exhibición con la prensa presente, el diario Expreso publicó el evento cultural y su objetivo.

Las técnicas de comunicación visual, ayudan a materializar un mensaje de forma estratégica, si bien es cierto éste es un tema muy visto en el medio gráfico, también cabe destacar que son muy útiles para desarrollar la creatividad del estudiante.

55 estudiantes fueron expuestos a retos relacionados con resolución de problemas, de las cuales 22, lograron componer de forma asertiva y coherente, y los 33 educandos restantes, presentaron problemas para sectorizar el espacio de trabajo y a su vez, tuvieron dificultades para seleccionar elementos relacionados con el concepto. El sujeto de estudio, al exponerse al problema de composición, tuvo dificultades en primera instancia con relacionar el concepto con elementos icónicos o simbólicos, incluso, se percibió la confusión entre ambos términos y su funcionalidad. Sin embargo, el grupo de 22 estudiantes, logró establecer criterios más realistas, en donde se evidenció que su inteligencia espacial fue más maduro al momento de interpretar el reto visual. Este grupo, fue más realista y estratégico al momento de componer un cartel y su respectivo mensaje. Los 55 estudiantes, lograron aprender sobre composición estratégica en función del mensaje meta.

El sujeto de estudio, experimentó con mucha frecuencia, las técnicas de fragmentación, yuxtaposición y predictibilidad, luego, decidieron arriesgar con la aplicación de la técnica de inestabilidad, simetría, asimetría, exageración y simplicidad.

Metodología

La metodología experimental, fue el recurso investigativo que se aplicó en el sujeto de estudio, con el fin de analizar las debilidades que éste presenta al momento de exponerse a problemas de composición visual.

Los 55 estudiantes fueron analizados y entrevistados de forma personalizada, desde un diálogo corto, hasta la intervención de profesionales en el proceso de materialización de un cartel conceptual. El sujeto de estudio cursó entre el 3ero y 4to semestre, y presentó dificultades en las áreas de composición específica de elementos relacionados con el tema expuesto, sin embargo, lograron materializar el cartel en diferentes ritmos de desenvolvimientos. La entrevista personalizada evidenció la razón de ser de las debilidades del estudiante, las cuales se relacionan con limitaciones en: conocimientos sobre la funcionalidad del cartel, interpretación de concepto del cartel, problemas con relacionar elementos realistas con el mensaje meta, aplicación de elementos en exceso al momento de diseñar un cartel.

Cada causal conlleva una consecuencia, esta fue el desvío del concepto visual; en los dos workshops se trataron temas conceptuales como políticos, económicos, sociales y culturales, para aterrizar la estructura del cartel, las debilidades se convirtieron en fortalezas, a medida que el diálogo con el sujeto de estudio fue constante.

La experimentación fue disruptiva, ya que se rompió esquemas paradigmáticos en el sujeto de estudio, para que este desaprenda y aprenda una vertiente diferente para resolver problemas de composición.

El sujeto de estudio, estuvo expuesto al análisis de 5 aspectos a tratar para la composición de un cartel, estas son; idea asociada al concepto, color, tipografía, forma y estructura ya sea convencional o no, fueron las rutas de estudio para establecer un lenguaje coherente para comunicar.

Howard Gardner, en sus investigaciones sobre inteligencias múltiples, menciona que la inteligencia espacial se enlaza con el desarrollo creativo; el sujeto de estudio, mejoró su desenvolvimiento lógico y creativo, al momento de ser parte de un problema para luego solucionarlo.

Composición en el cartel

La composición de una imagen, de una representación, supone manipular los elementos gráficos fundamentales, como la línea, la textura y el color, de manera coherente, en un espacio apropiado para transmitir un mensaje visual. La composición es el proceso creativo del espacio. Los elementos visuales se combinan de diferentes maneras según un orden compositivo que tiene como resultado una determinada significación plástica (García, 2014). En definitiva, para obtener excelentes composiciones se deben colocar varias figuras de manera ordenada visualizándose así una imagen estética. Esta imagen debe producir el efecto deseado y se debe poder leer de forma fácil y agradable. La composición visual tiene un lenguaje comunicacional, elemento relevante para expresar significados y vivencias. Su principal función es la de estimular la memoria

sensorial. En toda composición, los elementos que se sitúan en la parte derecha poseen mayor peso visual, y nos transmiten una sensación de avance (Carreño, 2015).

Técnicas de comunicación y cartelismo

La comunicación visual es una necesidad humana. Así que, no solo se considera los objetos del diseño gráfico y las técnicas usadas para producirlas, sino que también es necesario examinar el rol del diseñador gráfico y los métodos que utiliza, a la vez que analiza la naturaleza de la comunicación (Frascara, 2006). Cada variación que realiza el diseñador modifica el mensaje de alguna manera, puede ser que la comunicación funcione mejor debido a los ajustes que se obtiene de la interacción con el público objetivo.

Desde esta óptica concreta, profundizar en el concepto de comunicación visual nos desplaza fuera de la esfera del diseñador gráfico: en ese entorno de construcciones, objetivos y mensajes que nos rodea. Es aquí donde el diseño está vivo cuando entra en interacción con la gente (Costa, 2012). Las personas como emisores y receptores de comunicación visual cotidiana como un anuncio de una promoción en un pliego de cartulina escrito a mano con un marcador indeleble, o el menú del restaurante cambiado cada día sobre la pizarra de tiza que se exhibe en los exteriores. Se debe considerar que los artistas fueron quienes primero crearon carteles con mensajes sociales, informativos y publicitarios.

La comunicación visual es un medio esencial que cuenta con el diseñador para una expresión compositiva de una idea. Así la comunicación visual también articula como un nuevo método de enseñanza no basada en los criterios de lo que es bello y no bello, sino de lo que es acertado o equivocado según un determinado principio formativo (Munari, 2016). El valor de la comunicación visual es el soporte de la imagen que tiene un criterio objetivo.

El cartel es un canal de comunicación específico y más humano, que a su vez es aprovechado por medios frecuentes como el marketing político.

El diseñador gráfico como autor del cartel social

El cartel es una pieza visual concebida para transmitir una información con el objetivo de llegar a un número elevado de receptores de manera instantánea. Cumple una funcionalidad múltiple: comunicativa, exhortativa e icónica. Es así que, es un medio de comunicación poderoso que continuará más allá de la era digital, en un mundo donde los medios como los libros y revistas están desapareciendo progresivamente, el cartel aún vive y continúa en la pelea (Scott, 2016) En el momento que el cartel intenta captar la atención del observador y atraerlo hacia su contenido, se convierte en un soporte publicitario.

Los carteles cumplen la función de medios gráficos de comunicación, porque al fin y al cabo su misión es comunicar algo: una publicidad, un mensaje, una ideología

política, etc. El propósito principal de un cartel publicitario es informar, presentar y hacer recordar la marca y el producto al consumidor, con un mensaje que los cautiva (Olaheca, 2013). Los buenos carteles poseen un gran atractivo visual y fuerza emotiva, y es por esto que lo vuelven uno de los medios de comunicación de mensajes más eficaces. Los carteles son empleados en la política, el comercio, la educación, la industria, la salud, etc.; y como es un medio eficaz de comunicación, debemos planearlo, realizarlo y saber difundirlo.

Algún tiempo atrás el costo de la producción de carteles era desmesurado, por tanto, la mayoría de los carteles eran producidos en bloques de madera (xilografía) o grabados de metal con poco color o diseño. Es importante destacar que el cartel es la forma más tradicional de diseño y ha sido parte de la sociedad desde antes de que lo consideremos una forma de comunicación visual (Scott, 2016). El cartel sigue su evolución y se adapta a los nuevos soportes tecnológicos, que están revolucionando las comunicaciones en el siglo XXI.

Actividad gráfica ante el COVID-19

Los diseñadores crearon convocatorias individuales y grupales para llevar un mensaje positivo de apoyo y esperanza a la humanidad, mensajes en español, en inglés, en chino, en múltiples idiomas alrededor del mundo, en metalenguajes que combinan la imagen con el fondo o el texto literal. A continuación, se mencionan las convocatorias que se crearon a la comunidad gráfica para crear mensajes visuales, para crear carteles positivos en tiempos de COVID19.

Diseñadores con Corazón, su labor surgió desde el terremoto de 2016 y ante la crisis sanitaria de Covid-19 se ha reactivado, ahora hay la convocatoria “Reinicia para diseñar al mundo” que plantea ejes temáticos para que se comparta carteles entorno a la relación del ser humano con la naturaleza • La conservación de la naturaleza • La conservación de la biodiversidad • El cambio climático • La restauración de los ecosistemas • La soberanía alimentaria • Protección pueblos y nacionalidades indígenas • Respuesta de los pueblos y nacionalidades indígenas frente al Covid-19 • La producción y consumo de alimentos agroecológicos. (Diseñadores con Corazón, 2020). Esta convocatoria recibió 1700 carteles de más de 40 países, con premio económico al primer lugar de 1000 dólares para apoyar al sector creativo del Ecuador. Be human es un proyecto que nace desde Ibarra, mentalizado por Darwin Fernández que recibió 77 carteles sobre la pandemia y las situaciones vinculadas a esta crisis sanitaria. (Be human, 2020) Desde Cuenca surge “Hay algo que te quiero decir” como una invitación para crear carteles, también animaciones, videos entre otros; para enviar mensajes de apoyo y respaldo a todo el personal médico que labora incansablemente dando atención prioritaria salvando vidas. (Hay algo que quiero decir, 2020). Lápices Contra El Virus - Convocatoria Internacional propone una invitación para ilustrar y enviar stickers o historias “busca incentivar a creadores visuales, aficionados a las letras y a todos los que tengan una historia

por contar para evidenciar lo malo pero especialmente LO BUENO, que nos deja como personas y como sociedad el experimentar una pandemia” (Lápices contra el virus, 2020).

Comuniteca y Asociación de Comunicadores Sociales CALANDRIA desde Perú invitan a participar con carteles para un libro digital llamado Miradas de pandemia. “Consiste en un libro colectivo visual gratuito que reúne un conjunto de carteles (previamente evaluados y aprobados) que retrata la realidad vivida ante los cambios, nuevas situaciones y características que introdujo la aparición del coronavirus en el país y el mundo” (Comuniteca, 2020).

Discusión y resultados

La investigación evidenció no sólo las debilidades del sujeto de estudio, sino también su razón de ser. Asimismo, la hipótesis fue comprobada desde el diálogo personalizado con los 55 estudiantes, sin embargo es muy difícil llegar a una resolución específica para el problema planteado, ya que desde el inicio de su formación académica, los conocimientos relacionados con la composición visual de un cartel o para algún tipo de pieza gráfica, son diversos, esto hace que tanto teorías como prácticas sean superficiales ya sea por factores como; limitado contacto con talleres sobre composición visual, y bajo nivel de interacción entre educando y docente. Si bien es cierto un docente no puede abordar todas las dificultades que un estudiante presenta, sin embargo, puede abarcar las necesarias desde la interacción con la praxis experimental. Asimismo, el educando no podrá adquirir toda la información relacionada con el diseño y composición en un solo semestre, pero si logrará establecer las técnicas adecuadas para resolver problemas a menor o gran escala visual.

Conclusiones

El presente artículo, concluye en que la interacción humana desde la experiencia disruptiva, mejora el desenvolvimiento del estudiante, más aún si de composición visual se trata. Los procesos de enseñanza aprendizaje actual, basados en el diseño del cartel, necesitan el recurso del diálogo y taller experimental enmarcado en la prueba y error, para adquirir un mejor aprendizaje. No se sabe a ciencia cierta, cuál es el método más claro para enseñar al estudiante, sin embargo, la ruta más cercana es, la que se intenta en equipo y en sinergia. La estudiante Andrea Davis, de la Carrera de Diseño Gráfico – FACSO-Universidad de Guayaquil, demostró resolver el problema visual en corto tiempo, luego de muchos intentos, eso le llevó a ganar la mención de honor en el certamen Ecuador Poster Bial.

Referencias bibliográficas:

- Arnheim, R. (2011). *El poder del centro: Estudio sobre la composición en las artes visuales*. España: Ediciones Akal.
- Bassat, L. (1999). *El libro rojo de las marcas. Cómo construir marcas de éxito*. España: Editorial Espasa Calpe.
- Be human. (4 de 2020). *BeHumanPoster*. Obtenido de <https://www.facebook.com/BeHumanPoster/>
- Biblioteca del Docente. (2014). *DE LAS CUEVAS AL E-BOOK: breve historia de la difusión de los conocimientos*. Buenos Aires: Buenos Aires Ciudad.
- Comuniteca. (04 de 2020). *Comuniteca*. Obtenido de <http://www.comuniteca.org/event/Libro-colectivo-carteles>
- Diseñadores con Corazón. (04 de 2020). *Índigo 480*. Obtenido de <http://www.indigo480.com/reinicia/bases-del-concurso-reinicia.pdf>
- Ghio, M. (2019). *Oxitobrand. Marcas humanas para un mercado emocional*. España: Experimenta Editorial.
- Hay algo que quiero decir. (4 de 2020). *Hayalgoquequierodecir*. Obtenido de <https://www.facebook.com/hayalgoquequierodecir>
- Heller, S., & Vienne, V. (2012). *100 ideas que cambiaron el diseño gráfico*. Londres: Laurence King.
- Isabel. (24 de Abril de 2013). *blogartesvisuales*. Obtenido de [blogartesvisuales: https://www.blogartesvisuales.net/disenio-grafico/cartel/tipografia-y-su-aplicacion-en-carteles/](https://www.blogartesvisuales.net/disenio-grafico/cartel/tipografia-y-su-aplicacion-en-carteles/)
- Jimena Aguirre, V. (2016). Saber ver, saber mirar: el afiche de propaganda política, comunicador y formador de opinión pública. *Huellas*, 123-124.
- Lápices contra el virus. (05 de 2020). *lapicescontraelvirus*. Obtenido de <https://convocatoriasticke.wixsite.com/lapicescontraelvirus>
- Marirrodriga, J. (16 de Enero de 2014). *El País*. Obtenido de [El País: https://elpais.com/internacional/2014/01/07/actualidad/1389098936_446317.html](https://elpais.com/internacional/2014/01/07/actualidad/1389098936_446317.html)
- Marquinez, F. (2016). La efectividad comunicacional en los carteles políticos porpagandísticos del Movimiento Alianza País en las elecciones generales del Ecuador, periodos 2006-2013. *(Tesis de grado)*. Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Esmeraldas.
- Martínez Torres, M. (2012). *Psicología de la comunicación*. Universidad de Barcelona, Barcelona.
- Morelos Villegas, J. (2017). El cartel político en México: memoria, reflexiones e inflexiones. *RChD: creación y pensamiento*, 9.
- Ortiz, R. (2 de Mayo de 2019). *ROC 21*. Obtenido de [ROC 21: https://www.roc21.com/2019/05/02/tipos-de-carteles/](https://www.roc21.com/2019/05/02/tipos-de-carteles/)
- Red Cultural del Banco de la República en Colombia. (s.f.). <https://enciclopedia.banrepcultural.org>. Obtenido de https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Los_medios_de_comunicaci%C3%B3n
- Rodríguez, A. (23 de Marzo de 2017). *PAREDRO*. Obtenido de [PAREDRO: https://www.paredro.com/6-distintos-tipos-cartel-segun-tipo-mensaje/](https://www.paredro.com/6-distintos-tipos-cartel-segun-tipo-mensaje/)
- Santos, D. (2012). *Fundamentos de la comunicación*. México: Red Tercer Milenio S.C. Obtenido de http://www.aliat.org.mx: http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Fundamentos_de_comunicacion.pdf
- Scott, C. (2016). El cartelismo social y la Ecuador Poster Bial. *Ecós de la Academia*, 178-181.
- Sexe, N. (2001). *Diseño.com*. En N. Sexe, *Diseño.com* (págs. 97-98). Buenos Aires: Paidós Iberica.
- Tecnographic. (14 de Octubre de 2015). <https://tecnographic.net/>. Obtenido de <https://tecnographic.net/>: <https://tecnographic.net/carteles-publicitarios-en-el-mundo-de-la-impresion/>

Abstract: The teaching-learning processes of Graphic Design are framed in various visual aspects to solve problems that today's society demands. One of these aspects to be addressed in this research is the poster, and how the student and teacher manage a specific analysis in synergy, on the behavior it acquires to deliver a message. In the career of Graphic Design - FACSO- University of Guayaquil, two experimental workshops on graphic language and visual communication techniques were conducted, in order to develop the compositional level of the student and in turn, evolve the knowledge about the functionality of the poster, not only from the conceptual perspective, but also strategic for solving graphic problems.

Keywords: Poster - visual composition - graphic language - visual communication techniques - teaching - research.

Resumo: Os processos de ensino-aprendizagem do Design Gráfico estão enquadrados em vários aspectos visuais para resolver problemas que a sociedade atual exige. Um desses aspectos a ser abordado nesta pesquisa é o cartaz, e como o aluno e o professor gerenciam uma análise específica em sinergia, sobre o comportamento que ele adquire para passar uma mensagem. Foram realizadas duas oficinas experimentais sobre linguagem gráfica e técnicas de comunicação

visual no curso de Design Gráfico - FACSO - Universidade de Guayaquil, com o objetivo de desenvolver o nível de composição do aluno e, ao mesmo tempo, evoluir o conhecimento sobre a funcionalidade do cartaz, não apenas de uma perspectiva conceitual, mas também estratégica para a resolução de problemas gráficos.

Palavras-chave: Pôster - composição visual - linguagem gráfica - técnicas de comunicação visual - ensino - pesquisa.

(*) **MSc. John Arias Villamar:** Magíster en Educación Superior, docente en la carrera de Diseño Gráfico-FACSO- Universidad de Guayaquil-Ecuador y fundador de la Célula de investigación en Diseño Gráfico. johnarias84@gmail.com. **Franklyn Alume Cusme:** Máster en Diseño y gestión de marca, docente en la carrera de Diseño Gráfico-FACSO- Universidad de Guayaquil-Ecuador. franklin.alumec@ug.edu.ec. **Mónica Acosta-Torres:** Docente de Diseño Gráfico en Universidad Técnica del Norte. Fundadora de TINESTE, TYPE UNITE, CLUB DEL CARTEL UTN. Comité Ecuador Poster Bienal. soymisefora@gmail.com.

Enseñanza del Diseño de la Comunicación Visual: experiencias y relatos

Isabel Molinas, María del Carmen Albrecht,
Mercedes Nicolini e Ignacio Riboldi (*)

Actas de Diseño (2024, abril),
Vol. 45, pp. 208-211. ISSN 1850-2032.
Fecha de recepción: julio 2021
Fecha de aceptación: febrero 2023
Versión final: abril 2024

Resumen: En ocasión del 25 aniversario de la creación de la primera carrera de Diseñador Gráfico en Comunicación Visual en la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad Nacional del Litoral (1994-2019), la institución propone visitar la historia reciente y construir una agenda compartida sobre la enseñanza de Diseño en el Litoral. En dicha instancia se reflexiona sobre los procesos de ampliación, diversificación e integración curricular desde una perspectiva que focaliza en la proyectualidad como componente vertebrador y en la Didáctica proyectual como espacio en construcción. Nuestro trabajo aborda el análisis de dos propuestas transversales que se localizan en el inicio y en la finalización de los estudios de grado (Taller Introductorio y Muestra Anual de los Talleres de la LDCV) con el propósito de profundizar en la enseñanza del diseño de experiencias de comunicación visual desde una perspectiva interpretativa y proyectual

Palabras clave: Comunicación visual – Didáctica proyectual – Diseño de experiencias.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 210]

1. Marco institucional y dimensiones de análisis

Nuestra investigación sobre el diseño de experiencias educativas en el campo de la enseñanza del Diseño de Comunicaciones Visuales parte del estudio de un doble proceso de diversificación e integración curricular. Desde

la creación de la carrera de Diseñador Gráfico en Comunicación Visual en la Universidad Nacional del Litoral, en 1994, y su posterior transformación en Licenciatura en Diseño de la Comunicación visual, en 2001, las políticas académicas de la institución han orientado instancias de transformación y actualización curricular que han