

sentido, dejar huérfanos a los M. E. de la asistencia específica en una Cultura del Proyecto, en cuestiones productivas y de diseño significa, sin más vueltas, desaprovechar la totalidad de los saberes universitarios, un apoyo insuficiente y probablemente en muchos casos: Corta vida al emprendimiento. Sin contar que se realiza una nueva discriminación social, ya que todos estos saberes son los que se usan en las grandes empresas que pueden pagar por ellos para garantizar su inserción eficiente en el mercado.

En los siguientes apartados el trabajo desarrolla el programa pedagógico implementado para la formación de Tutores, una selección de los casos de sus tutorías en los microemprendimientos asignados, la metodología implementada y conclusiones teóricas preliminares sobre la marcha del proceso.

Notas

1. Proyecto de Extensión "Servicio de tutorías a microemprendimientos productivos. Programa operativo y de formación profesional" Ganado por Concurso y Aprobado por Disposición 55 /05 del Consejo Superior de la UNLP.
2. Las Tutorías que brinda el Ministerio de Trabajo a Planes Manos a La Obra propiciadas por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (tipología 6-2004/5) no son interdisciplinarias y sólo contemplan cuatro visitas (aprox. una vez por mes) de un (1) Tutor Generalista al Microemprendimiento de forma aislada. Sólo se puede convocar a un Tutor especialista en el rubro indicado por una única oportunidad. Pretende del tutor una labor esencialmente evaluativa y genérica.
3. Proyecto de Investigación S. de C. y T. UNLP 11/B 124: "Análisis e interacción de contenidos éticos y estéticos en el Proyecto de Diseño Industrial". Dirección M. Bernatene Alta. 1/5/2001 Baja 31/12/2005
4. Proyecto de Investigación 2006 "Metodología de gestión y evaluación de desempeño para emprendimientos productivos, patrimoniales y de diseño". Dirección M Bernatene
5. Habermas, Jurgen. *Escritos sobre moralidad y eticidad* Paidós, Pensamiento Contemporáneo 17 - Buenos Aires 1991 Pág. 108
6. Ver Bernatene, M. *El fetichismo de la mercancía*. Publicaciones Seminario Posgrado de Formación de Investigadores (Foindi) FADU - UBA.

* D.I.

Aprendizaje y práctica de la investigación para proyectos en la formación gráfica (a136)

Una modalidad formativa de autogestión del aprendizaje en la especialidad de Diseño Gráfico en la Pontificia Universidad Católica del Perú

Mihaela Radulescu de Barrio de Mendoza y Carmen García Rotger

La investigación es parte de la vida universitaria cotidiana. Investigar las condiciones de producción y recepción de la cultura visual actual es la matriz de

todo acto de creación gráfica, por lo cual es también una dimensión permanente de la formación del diseñador gráfico. Mucho más cuando se trata de comprender y producir cultura visual en la dinámica reciente de las interacciones ampliadas, donde los límites se diluyen, los conceptos se transforman y las formas se cargan de intencionalidad comunicativa. Este es el contexto en el cual surge y se desarrolla una modalidad formativa de amplios alcances: Los proyectos de investigación y creación, que se inician en la sala de clase y llegan a la comunidad a través de exposiciones, intervenciones urbanas, productos.

La especialidad de Diseño Gráfico de la Facultad de Arte de la Pontificia Universidad Católica ha implementado esta modalidad paulatinamente, a través de proyectos de comunicación gráfica artística que difunden los valores actuales del arte y diseño gráfico en la comunidad; desde hace tres años funciona en todos los niveles de la formación especializada. La Universidad la apoya y alienta, como parte de la nueva visión formativa de la universidad en el Tercer Milenio.

Sus actividades son significativas y relevantes para el desarrollo y la difusión de las ideas culturales y artísticas en nuestra comunidad. Se trata de proyectos que exploran en la capacidad del arte y diseño gráfico de provocar reflexión y reacción ante los diferentes aspectos de la cultura y sociedad actual. A partir de las tendencias actuales del arte y diseño gráfico, tales como se enfocan en la visión formativa de la especialidad, se entablan acciones, haciendo énfasis en un arte y diseño gráfico peruano, expansivo, creativo, representativo para los valores de nuestra identidad, y se propone una visión pluralista sobre la realidad, en la cual la diversidad encuentra y desarrolla modalidades de interacción.

Como ejemplo, presentaremos mediante esta ponencia, las actividades del colectivo denominado "Absolutamente Perú", las cuales comienzan a fines del año 2003 y cuentan, por el momento, con tres líneas de acción: Dos de ellas intervienen en la reflexión sobre la identidad peruana, en el territorio de las interacciones entre lo local y lo global (una línea trabaja las interacciones entre arte y publicidad; otra, las interacciones entre arte y moda); la tercera tiene que ver con la identidad y la acción del arte y diseño gráfico, como expresión artística comunicativa, en la cultura actual.

El colectivo investiga y produce arte gráfico como expresión artística y cultural dirigida a la comunidad, con poder comunicativo y comercial. Maneja un concepto de definición de arte donde los medios y recursos convergen, sin separaciones de género artístico. Considera la publicidad y la moda como dos modos de significación de la cultura contemporánea, en los cuales se vierten identidades y que actúan para formar identidades. Sus proyectos articulan los espacios formativos de la facultad y de la comunidad. Generan productos y acciones a través de las expresiones del arte digital, arte - electrónico, arte-objeto, instalación y performance, para llevar ante el público una reflexión lúdica sobre el poder de representación y comunicación del arte gráfico contemporáneo, renovado y reforzado por las interacciones con la cultura de masas. Manejan su visión del mundo, a través del concepto de "moda",

prestado a la cultura de consumo e introducido en el mundo de la comunicación artística, para representar y argumentar una manera de asumir el mundo, como respuesta tentativa - libre, aficionada al juego y a la interacción - a las muchas interrogantes sobre la identidad cultural actual.

Con este fin, sus intervenciones se despliegan en el espacio de la ciudad y en el espacio virtual, además de intervenir en galerías y museos, como espacio privilegiado para crear el Mundos Conceptuales, visión del mundo hecha realidad a través de objetos e imágenes. Sus intervenciones tienen un diseño temporal y un diseño espacial, variando su modo de expresión, para crear interés, motivación e implicación en el público. Los resultados de la intervención en la comunidad, evaluados en las salas de clase, intervienen activamente en un aprendizaje cada vez más autónomo, abierto a la permanente interacción de las diferentes situaciones de comunicación.

Negociación en el diseño (a137)

Leandro Javier Ortiz*

Evolución Visual, bajo su propia experiencia ha resumido un breve ensayo sobre el rol del diseñador frente a la negociación comercial.

Antropológicamente podríamos pensar que el diseñador está y ha estado en la vereda del frente de las ciencias económicas, podríamos pensar que no está capacitado íntegramente para cerrar adecuadamente un negocio sin que el D.G. pierda (dinero, tiempo y hasta prestigio). El diseñador frente al espejo: Sus prejuicios, su masoquismo y hasta sus vanidades son motores básicos para el fracaso comercial.

Evolución Visual hace un autoanálisis, sobre las cosas que hay que dejar a un lado a la hora de negociar.

1ra. Parte: El diseñador como tal

• Valores:

1. El valor del Diseño: ¿Qué papel cumple el dinero?
2. El valor del diseñador: Tiempo, capacitación, necesidades del mismo.
3. El valor profesional: ¿Cuándo nos transformarnos en profesionales?
4. El valor del portafolio.
 - El equilibrio I:
 1. ¿Qué debemos poner en la balanza? a que debemos renunciar, y que debemos asumir.
 2. Antes que diseñador: la persona.

2da Parte: El diseñador como vendedor

• La presencia:

1. La presencia una moneda con mucho valor
2. La palabra (responsabilidad en el momento de la negociación)
3. Puntualidad en todos los aspectos.
 - El equilibrio II:
 1. El cliente, el Diseño, el diseñador.

2. El gusto, la necesidad, la función.

3. No defender lo indefendible. Los caprichos del diseñador.

• Como conservar al cliente

1. Los clientes temporales
2. Clientes difíciles, ¿conviene la relación con clientes conflictivos?
3. Los servicios extras, merchandising y promociones.

3ra Parte: El diseñador frente a la sociedad

• La profesión

1. Arte o negocio: El diseño pan de cada día.
2. "Serás lo que debas ser o no serás nada"
3. Buscar soluciones y respuestas en tus colegas.

* Diseñador Gráfico - Dibujante Publicitario. Director Creativo de Evolución Visual Design Studio Córdoba. Director de Arte Proed (Programa de Educación a Distancia) Universidad Nacional de Córdoba).

Projeto Pedagógico do curso de graduação tecnológica em Estilismo em Moda (a138)

Germana Maria Fontenelle Bezerra*

O presente trabalho tem como objetivo apresentar o Projeto Pedagógico do Curso de Estilismo em Moda da Faculdade Católica do Ceará - Marista Fortaleza, nos seguintes aspectos: A presença da instituição Marista no País e no mundo; justificativa da oferta do curso; perfil profissional, organização curricular, fluxograma (módulos, unidades curriculares e eixos temáticos), estrutura física, práticas pedagógicas, dentre outros, bem como levantar a discussão do ensino tecnológico na referida área do conhecimento.

Os cursos superiores de moda surgiram no Brasil no final da década de 80 (oitenta) do século passado, coincidindo com a abertura dos mercados e a constatação de que não havia preparação adequada de nossas empresas e profissionais para enfrentar o novo cenário econômico que então surgia.

Especificamente no setor têxtil e de confecções, a melhoria do nível de qualificação e formação de novos profissionais foi impulsionada, proporcionando a evolução no conceito da moda como objeto de estudo. Atenta às transformações de natureza econômica, política, social, científica e tecnológica, a UNBEC - União Norte Brasileira de Educação e Cultura, Mantenedora da Faculdade Católica do Ceará, em acordo com o Plano de Desenvolvimento Institucional, ao propor a criação do Curso de Tecnologia em Estilismo em Moda mostra estar em sintonia com as novas demandas da sociedade na qual está inserida, pois colabora e interfere no desenvolvimento de seu meio sócio-cultural e econômico, na medida em que oferece sua estrutura e seus serviços e promove a inserção de profissionais capacitados para enfrentar a nova dinâmica do capital e do mercado de trabalho, conceituado como processo de globalização. Sua proposta de formação de profissionais em diversas modalidades está amparada pelos princípios da Lei de