

Facultad de Artes de la Universidad Nacional de La Plata  
Dto. de Diseño en Comunicación Visual

Propuesta pedagógica  
para la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual

## **Seminario de prácticas integrales en diseño y comunicación**

Docentes:

DCV Damián Alberto Demaro

DCV María de los Ángeles Navamuel

Las prácticas integrales son un territorio de vinculación entre el aprendizaje académico y el ejercicio de la profesión, una transición directa a la vida profesional dentro de la formación proyectual en las carreras de diseño. Se constituye como una propuesta metodológica transdisciplinaria que propone transitar un escenario en la enseñanza-aprendizaje a partir de la praxis en un contexto real.

El seminario permite que estudiantes avanzadxs y docentes con experiencia profesional se encuentren con organizaciones para realizar un proyecto de comunicación en el que asumen el desafío de enseñar y aprender. Además, el enfoque disciplinar permite a docentes y estudiantes aprender de los distintos fenómenos sociales, contribuyendo al estudio y resolución de problemas, como así también tangibilizar el poder del diseño como herramienta de transformación.

Las prácticas integrales se conciben a partir de un diálogo e intercambio entre la sociedad y la universidad. Son una experiencia clave en la formación de las y los futuros profesionales, en tanto buscan favorecer la adquisición de los conocimientos formales propios de las incumbencias de prácticas del diseño, trascendiendo la mirada áulica instalada por una vinculación con el afuera, desde prácticas profesionales con interlocutores y escenarios reales.

## 1. FUNDAMENTACIÓN

El seminario se propone como un complemento a las prácticas de enseñanza y aprendizaje actuales, constituyendo un espacio que se nutre del recorrido pedagógico y profesional. Se parte de la concepción de la educación dialógica como “encuentro” (Freire, 2002) que favorece un diálogo constante en los procesos de enseñanza-aprendizaje, permitiendo poner en crisis esquemas ya aprendidos y promoviendo la creación cultural, el entendimiento y la liberación.

El carácter de este seminario define una mirada transdisciplinar en la construcción del conocimiento, pensado como un lugar de encuentro donde los límites se entrecruzan para dar lugar a una construcción nueva. Se busca reconocer a los procesos de formación como lugares dinámicos, complejos y simultáneos, que no son lineales y que están atravesados por la dimensión humana, individual y colectiva. En ese marco es que el/la estudiante adquiere experiencia, crecimiento y seguridad para enfrentar la vida profesional.

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 aula y esquemas de acompañamiento para trascender dicho espacio áulico.

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 trascienden la mirada disciplinar. Este engranaje de problemas en el que se desenvuelve la realidad sobre la que intervenimos, hace que debemos 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 ello son necesarias prácticas que cuenten con amplitud estratégica, política y experiencial, que permitan conocer el sentido que tiene para los otros lo que hacemos. 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. Parafraseando a Francis Bacon (2015) cuando afirmaba que *“el conocimiento es poder”*, para el objetivo del seminario *“la experiencia es poder”*.

## 2. OBJETIVOS

### 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.

### Propósitos

> Formar estudiantes para la transición a la vida profesional con una propuesta transdisciplinar y en un contexto colectivo.

> 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. METODOLOGÍA

### 3.1. Perspectivas Conceptuales

#### Formación desde un escenario colectivo

Se plantea un enfoque integrador enriquecido por la diversidad, el acompañamiento, el compromiso, la confianza y la motivación.

Estudiantes y docentes deberán ser protagonistas en el proceso de enseñanza-aprendizaje en una propuesta pedagógica donde no todo se aprende y donde no todos aprenden en un mismo estadio. Sin partir de premisas absolutas, para así fomentar en los y las estudiantes un espíritu de indagación, exploración, curiosidad y resignificación del error como un hecho positivo.

#### Construir a partir de la deconstrucción

Se propone una modalidad de intercambio de saberes y conocimiento que se transita desde la horizontalidad, con la premisa de partir desde los recorridos ya aprendidos. Esto desde un equipo que construye, dialoga, crea y experimenta para poder ser crítico al momento de transitar la práctica profesional.

La deconstrucción origina la construcción de nuevos roles y la posibilidad de transitar las diferencias y los consensos potenciando las capacidades de lxs integrantes, con docentes que se nutren de un aprendizaje recíproco y

estudiantes que reciben un acompañamiento en el área profesional y viven una transición entre el universo educacional y el mundo laboral.

### **Sinergia**

Busca fomentar una relación de pares donde cada uno tiene experiencias diferentes puestas a disposición de un espacio en común. El concepto implica pasar a la práctica del co-manejo, la responsabilidad y el compromiso compartido.

Aludimos con ello a un necesario trayecto que habilite el reconocimiento pleno de las dificultades como sostén, reconociendo diferencias y encontrando coincidencias. Al trabajar en red se generan mayores sinergias, es decir, se integran elementos que dan como resultado algo mayor que la simple suma de las partes, se genera mayor legitimidad, se consideran e incorporan una mayor cantidad de puntos de vista y se capitalizan las experiencias individuales en beneficio de lo colectivo.

Los procesos de trabajo se complejizan en la medida que las instancias de intercambio evolucionan hacia instancias de planificación, colaboración, cooperación o co-gestión, dentro de estrategias de diseño y comunicación.

### **El juego como propuesta de aprendizaje**

Potenciar desde lo lúdico para explorar la creatividad y generar confianza dentro del grupo, poniendo énfasis en el proceso de construcción de espacios de diálogo, planificación y acción colectiva que aseguren la prevalencia de visiones compartidas con objetivos y metas comunes.

Se propone la utilización de dinámicas lúdicas, como juegos grupales, que estimulen la creatividad y nos permitan desarrollar un pensamiento crítico. Para ello utilizamos técnicas que faciliten crear un ambiente positivo en el grupo, especialmente cuando los participantes aún no se conozcan. La construcción de la confianza supone la creación de un clima favorable en el que el conocerse da paso a un sentimiento de correspondencia.

### **Espacios áulicos**

Atrevemos a encontrar nuevos lugares de tensión e implementación que nos enfrenten a lo inesperado y configuren aprendizajes que se vean profundizados por la experiencia del trabajo en una práctica real, como complemento de la documentación realizada en el aula y la experiencia sistemática del diseño en acción.

Buscamos en la incorporación de espacios áulicos una serie de mutaciones que se transformen en experiencias perdurables, que contagien y generen motivación en los estudiantes. El planteo de estos nuevos espacios requiere de lógicas distintas para su construcción. En ese sentido, es clave para este seminario pensar diferentes alternativas: dentro de las organizaciones, en estudios de diseño o agencias de comunicación, en set de filmación, en la dependencia de un ministerio, a partir de encuentros virtuales o en un café.

## **3.2 Modalidad y régimen de cursada**

La propuesta de este seminario es realizar un proceso de trabajo que vincule la realidad profesional y una práctica integral que llevarían adelante un grupo de estudiantes y profesionales.

Para esto es clave establecer la necesidad de relacionarnos con empresas u organizaciones que comprendan que efectivamente hay una vacancia en sus comunicaciones. Este proceso requiere de una premisa que es clave: entender que existe un **compromiso** de las dos partes para llevar adelante la vinculación entre la organización y la universidad de una manera profesional y fluida.

Hoy este proceso de enseñanza/aprendizaje queda incorporado a los escenarios reales, a los ritmos y las etapas que se construyen con la organización y su realidad económica, política, institucional, etc.

La utilización y organización del **tiempo** es otro de los factores determinantes, en tanto nos ajustaremos a los tiempos y escenarios determinados por el proceso que la empresa u organización necesite: así, el calendario y la agenda pasan a ser reales. En este sentido, será tarea del grupo de trabajo y del comitente establecer un cronograma de etapas, diferenciando claramente las necesidades y sus prioridades.

Es importante comprender que estas prácticas integrales se llevan adelante mediante un claro y comprometido **vínculo**, donde el beneficio de ambas partes se origina en el cumplimiento del mismo, respetando las integralidades de los participantes y fomentando el diálogo constante.

En síntesis, son ejes centrales de la modalidad propuesta:

- Vínculo comprometido entre las partes
- Tiempo real
- Cronograma de etapas.
- Responsabilidad y cumplimiento

## **Régimen de cursada**

Se divide en cuatro tipologías de encuentros pensadas de manera combinadas y en simultáneo según las necesidades del proceso de cada proyecto: 1- cursada en días estables, 2- encuentros flexibles, 3- espacio de consulta y 4- puesta en común.

### **1- Cursada en días estables:** 24 h cátedra.

En el primer y segundo mes: un encuentro semanal. En el tercero y cuarto mes: un encuentro quincenal.

Estos encuentros obligatorios de 2 horas cátedra son bajo modalidad presencial o virtual y están pensados para la coordinación general de la cursada.

En ellos se abordarán los contenidos temáticos específicos de cada etapa, a partir de dinámicas de trabajo, clases teóricas, encuentros de intercambio con profesionales colaboradores, etc.

En estos encuentros semanales tendrán lugar las siguientes instancias:

- Inicio de la cursada
- Conformación de grupos
- Planificación y seguimiento
- Encuentros de todos los equipos donde estudiantes comparten su experiencia y se retroalimentan
- Evaluación y autoevaluación

## **2- Encuentros flexibles:** 32 h cátedra.

Los espacios de cursada con modalidad flexible son clave en este seminario. El lugar de encuentro, la fecha, el tiempo destinado o la modalidad (presencial o virtual) dependen de la organización convocada y de los integrantes del equipo. Se utilizarán principalmente para estos encuentros: los espacios físicos o virtuales de las mismas organizaciones u otros espacios a definir por el grupo.

La tipología de encuentro pueden ser:

- Reuniones externas: entre equipo de trabajo y organizaciones.
- Reuniones internas
- Encuentros de avance con docentes o profesionales que acompañan a cada grupo.

## **3- Espacio de consulta.** 5 hs cátedra.

Pensado para dar respuesta a situaciones inesperadas, ya sea de tensión o crisis, propias del proceso de trabajo. El equipo de consulta se compone por docentes, profesionales, colaboradores externos y especialistas en diferentes áreas o temáticas. Lxs estudiantes identifican el problema, solicitan acompañamiento a lxs docentes y juntxs definen el/la colaborador/a para esta problemática específica. Serán espacios de 30 minutos que estarán disponibles durante toda la cursada.

## **4- Puesta en común. Final de cursada.** 3 hs cátedra.

El Seminario finaliza con un encuentro entre los grupos de trabajo y las organizaciones en el que se desarrollará una puesta en común con el objetivo de nutrirse de los procesos del resto de los equipos y las experiencias en la vinculación con cada comitente.

## **Canal de encuentros.**

Además de las cuatro tipologías, que suman las 64 horas cátedra, se propone un espacio optativo que denominamos "Canal de encuentros" con el fin de concretar un diálogo entre organizaciones y lxs estudiantes que trascienda la experiencia de la cursada.

El objetivo es abrir un canal en el que lxs estudiantes puedan elegir en qué tipología de organizaciones comenzar su vida profesional y a su vez las organizaciones puedan encontrar futuros profesionales para incorporar a sus equipos de trabajo. Para este espacio se piensan diferentes metodologías: charlas, reportajes, encuentros, visitas guiadas a las empresas u otros.

### 3.3 Proceso de convocatoria y organización del trabajo

#### **Convocatoria de las organizaciones:**

La etapa previa a la cursada es el proceso de convocatoria y selección de las organizaciones. Se seleccionarán aquellas que consideren importante el vínculo con la universidad y quieran fomentar el intercambio de saberes.

En este proceso se busca diversidad de tipologías (empresas, estado y tercer sector) para que lxs estudiantes puedan elegir sobre qué organización realizar su práctica profesional a partir de sus intereses y capacidades.

El formato es de “convocatoria abierta”, busca una participación activa de la comunidad organizacional y un compromiso con la experiencia.

La inscripción se efectiviza a partir del llenado de un **documento guía** para la posterior realización de las entrevistas a las organizaciones inscriptas, y luego la confección de un acuerdo institucional en función con las normativas de la Facultad de Artes, en el cual se establecen los compromisos y beneficios para ambas partes, la modalidad de ejecución, los plazos y el esquema de trabajo.

Es fundamental poder relevar cuál es la necesidad específica que la organización busca resolver y determinar si la misma se enmarca dentro de la temática con la que se espera trabajar durante el proyecto.

¿Cuál es el aporte de la universidad a las organizaciones y viceversa?

- > Conocimiento mutuo entre la Universidad y la organización.
- > Confianza entre ambas instituciones.
- > Prestigio.
- > Compromiso.
- > Voluntad compartida (interés mutuo).
- > Oportunidad para establecer nuevas formas de retroalimentación entre la universidad y las organizaciones.
- > Mejorar la formación de los estudiantes a partir de una mirada integralista.

#### **De lo singular a lo grupal:**

La primera etapa consiste en la presentación de cada integrante de la cursada ante sus pares. A partir de la exploración individual se acompaña a lxs estudiantes en la búsqueda de una mirada interna para descubrir su potencial y, paralelamente, promover el intercambio grupal. Se pretende que, a través de los encuentros, identifiquen sus fortalezas y reconozcan los aspectos a mejorar, profundizando su autoconocimiento desde el intercambio con otrxs.

Pasada la primera etapa llega el momento de la conformación de equipos: cada estudiante se postula para uno de los proyectos y luego tendrá la mirada de sus compañeros para analizar en conjunto la mejor conformación de grupo. En este momento es clave que lxs docentes solo moderen, para que la experiencia de lxs estudiantes sea enriquecedora. La definición de cada función y rol dentro de los equipos por parte de lxs estudiantes es un eje central en los objetivos del seminario.

Para la realización de los proyectos toda la cursada se organiza como un espacio estudio-escuela dividido en equipos de trabajo. Dentro de cada equipo se definirán sub-grupos con tareas específicas que se complementarán entre sí.

El equipo propone los roles de cada uno de los integrantes. También se define la interacción con otros equipos a los que intercambiarán información según las tareas asignadas.

Cada área y cada equipo estará integrado por estudiantes y al menos un docente. Es recomendable que los estudiantes con funciones de coordinación tengan un perfil proactivo y un fuerte espíritu de equipo.

### **Propuesta de trabajo:**

Exponemos una propuesta modelo de temáticas abordadas en un proyecto de diseño o comunicación. Entendemos que las acciones, cronograma, entregables y tiempos serán modificados a partir de la realidad, la praxis, la organización y los estudiantes participantes del proyecto.

Proceso de trabajo modelo de 4 etapas:

1) Conocimiento del sector y tendencias: es el primer acercamiento que hacen los estudiantes al sector en el que la organización se desenvuelve y tiene como objetivo analizar los comportamientos y ubicar a la organización dentro del mismo. Es la información previa y necesaria para el encuentro con el comitente.

2) Análisis situacional: en esta instancia se trabaja con 3 ejes de análisis: el mercado, la competencia y la organización. El objetivo es definir un marco de situación y el campo de acción comunicacional desde una perspectiva multidireccional.

Algunos de los puntos a analizar son: Historia, atributos genéricos y diferenciales de su identidad. Recursos y medios de comunicación. Contexto marcario y comunicacional. Sector en el que participa y próximos. Marcas, comunicación u organizaciones análogas. Propuesta para la identificación óptima. Características estilísticas. Requisitos técnicos y funcionales reales. Propuesta escrita para la intervención de diseño.

3) Propuesta de trabajo: La elaboración de un proyecto de diseño y comunicación propiamente dicho.

4) Evaluación. Cada proceso de trabajo finaliza con una retrospectiva grupal e individual. Se piensa este espacio como un lugar de intercambio entre los estudiantes y docentes, colectiva e individualmente.

Desde las organizaciones participantes se busca que se involucren en los procesos de evaluación, para aportar mejoras en experiencias futuras.

## **4. PARTICIPANTES**

El seminario tiene como principales destinatarios a los estudiantes de Diseño en Comunicación Visual y al resto de las carreras de la Facultad de Artes que deseen transitar por una experiencia de aprendizaje vivencial.

Los participantes del seminario están divididos en 5 anillos

**Primer anillo:** Estudiantes y docentes de la Facultad de Artes.

Estudiantes con deseo de desarrollarse desde la praxis, que se animen a comprometerse con un equipo, con ganas de construir soluciones de diseño y vivir experiencias reales de trabajo. Docentes con la inquietud de deconstruir roles en la experiencia pedagógica y profesional, con el deseo de pensar una formación diferente.

**Segundo:** En esta dimensión se prevén acuerdos de trabajo entre cátedras de diferentes facultades y universidades. Estudiantes y docentes que deseen intercambiar y retroalimentarse de aprendizajes recíprocos.

**Tercero:** En esta dimensión invitamos a profesionales, ex alumnos, expertos, autodidactas que quieran intercambiar sus saberes con los equipos. Es fundamental que compartan la visión del seminario basada en la transdisciplina y en la práctica en contextos reales.

**Cuarto anillo:** Dependencias de la Universidad.

Propone la articulación con espacios o dependencias que pertenecen a la UNLP: Centro Regional de Extensión Universitaria, Radio y TV, Escuela de Oficios, Hotel de la Universidad, Centro de convenciones Karakachoff, museos, planetario, editorial, proyectos o programas de extensión, colegios de la universidad, entre otros.

**Quinto anillo:** Organizaciones participantes.

Sector productivo y de servicios, organizaciones sociales, sector cooperativo, economía social y solidaria, ministerios o empresas gubernamentales, entre otros.

Aportamos un listado preliminar de las organizaciones con posibilidades concretas de vinculación:

- POLO IT de La Plata. Empresas de la industria del software: Globant, Snoop, Fluxit, Celerative, Tecnom, Blue Drafts, Nanlabs, Tecnoap, QKStudio, Devsar, Grupo Angras, Freelogic, Bitgenia, Exacta, Infogestión, Avix, Xavier, Oxalde, Boostnet, Rmotr, Bridge, Intive FDV, Tinb Sys, Rodar electric, Wakke, Nuba, Tiendup, Mecaris, Unifield, Aero, Coder House, Frontini, Intrabytes, Snappler, Qwerty Soft, Traftecho, Mikro Ways, Ubykuo, Ensolvers, Go4clic, Global Logic y Wave Bi.

- Cámara de Empresarios Gastronómicos de La Plata (PULPA): Antares La Plata, Cervecería Modelo, Carne, Café Urquiza, Runnies, Los Fuegos de City Bell, Perla and Co., La Trattoria La Cocina del Club, Masse Boulangerie. Foodie Special Burger, Paesano, El Porteño, Johnny B. Good La Plata, Peñón Cervecería, Market Café y Cocina, Mute La Plata, Brava, Rincón Bell Restaurant, La Taquería, Baviera, Thionis Sabores Helados, Wilkenny Irish Pub & Restaurant, Ollas Espacio de Sabores, Abra Maestro, Green Garden -

La Plata, Berlina 10/49, Molly's beer house, Atelier I Cocina y Cava, Frawens, Boutique de pizzas La Vera New York Pizza Style, Füssen - Brewery CO, Atenas de La Plata, Cervecera Falkner, Restaurante Islas Malvinas, El Pasaje, Petit Crêpe Ciudad de La Plata, Chicha, Cortez Restaurant & Bar de Vinos, Bye Henry, POT Deli & Tea, Ara cocina al disco y Valttery

- CDU. Cámara Empresaria de Desarrolladores Urbanos.
- APYMECO. Asociación de Pymes de la Construcción.
- Carrera de Turismo de La UNLP.
- Cámara de Turismo de La Plata.
- La Plata Emprende.
- Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la PBA.
- Ministerio de Educación de la PBA.
- Asamblea de Niñez de La Plata, Berisso y Ensenada
- Clubes: Club Gimnasia y Esgrima, Club Banco Provincia, Club Tolosano y Club Villa Arguello.
- CPM - Comisión por la Memoria.
- Municipio de Berisso: Dirección de cultura. Polígono Industrial de Berisso. Asociación de amigos de la Calle Nueva York, Mercado de la Ribera, Asociación de Productores Familiares Isla Paulino. Cámara de turismo de Berisso. Covita (Cooperativa del vino de la Costa).

## **5. CONTENIDOS**

Los contenidos de este Seminario Optativo proponen enriquecer la práctica y el ejercicio profesional para poner en valor todos los aprendizajes específicos de la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual. Se busca hacer foco en el abordaje y acompañamiento de procesos de trabajo en proyectos de comunicación.

### **Introducción a los Modelos organizacionales a lo largo de la historia.**

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

### **Construcción de equipos.**

Autoconocimiento y autopercepción. Fortalezas y debilidades. La escucha. ¿Cómo definir roles en un equipo de trabajo? Análisis de las distintas potencialidades. Equipos autónomos para la toma de decisiones. Construcción de redes. ¿Cómo elegir una temática o un sector para vincularse? Características que nos definen como comunicadorxs. Armado de CV y carpeta de trabajo. Conocimiento emocional. Crecimiento personal. Crisis emocionales. Dinámicas de grupos. Conflictos. Mentoría. Exploración y autoconocimiento.

### **Gestión con la organización.**

Primer contacto. Clasificación y diferenciación de entrevistas. Cómo organizar, seleccionar y analizar diferentes dinámicas ¿Cómo preguntar? ¿Cuándo? ¿A quién? Mapa de actorxs que influyen en cada proyecto.

### **Elaboración de propuestas de comunicación.**

¿Cómo formularla? ¿Cómo presentarla? ¿Cómo realizar una cotización? Seguimiento. Cronograma de trabajo. ¿Cómo iniciar el proyecto o servicio una vez aprobado? Expectativas de la organización versus expectativas del equipo de trabajo. La importancia de cerrar un proyecto. Acuerdos y entregables. Contrato escrito y contrato explícito. Retrospectiva.

### **Creatividad. Dinámicas de trabajo.**

Lo lúdico como exploración y estímulo. ¿Cuánto tiempo hace que no jugamos en el aula? ¿Se nace creativos? ¿Se aprende? ¿Se estimula?. La importancia del juego en los procesos de trabajo. Experiencias digitales a partir de diferentes apps. Dinámicas vivenciales presenciales: experimentar a partir de distintas metodologías, herramientas, técnicas y talleres.

## **6. EVALUACIÓN**

### **Instancias formativas y creativas para definir criterios.**

Cada año, al comienzo de cada ciclo lectivo, estudiantes y docentes en conjunto definen objetivos a alcanzar al final del proceso y criterios propios de evaluación.

### **Evaluación a partir de la autoevaluación.**

Se propone acercar herramientas y metodologías para que la evaluación sea continua y creativa. Que los estudiantes valoren no solo sus producciones, sino todo el proceso: su participación en clase, la participación en los espacios no áulicos, el vínculo y contacto con el comitente, la relación con el material teórico, las producciones, el funcionamiento en el grupo y su grado de involucramiento en la temática y la producción del material escrito.

### **¿Qué hicimos? ¿Qué logramos? ¿Qué transformamos y qué aprendimos?**

Una vez finalizada la etapa de implementación y teniendo en cuenta los parámetros consensuados al inicio de la cursada, se realizará una evaluación de procesos, resultados e impacto, para comprobar si han habido cambios que puedan ser atribuidos al accionar en las organizaciones involucradas.

Se definen dos tipos de evaluación:

- Mirada individual**, desde la autoevaluación. Mirada personal y valoración.
- Mirada grupal**, a partir de una retrospectiva que proponga la evaluación grupal y entre pares.

**Nota de cursada:** Es única y de promoción directa. Se construye a partir de estas dos miradas individuales y grupales, más la devolución de docentes e integrantes de las organizaciones.

## **7. 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. (741.60
- Cornu, L.** 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.) Buenos Aires: Paidós Tramas Sociales.
- 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. Buenos Aires: Siglo XXI Editores Argentina.
- Hatum A. y 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 una voz pública” Argonauta
- Litwin, E.** (comp) (2003). La Educación a Distancia. Temas para el debate en una nueva agenda educativa. Buenos Aires: Amorrortu
- Maggio, M.** (2018). Reinventar la clase en la universidad. Buenos Aires: Paidós.
- Morin, E.** (1999) Los siete saberes necesarios para la educación del futuro. Publicado por la 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.