

# CAPÍTULO 4

## Construyendo identidades

*Beatriz Ramacciotti, María Adela Cañas, Laura Maiori,  
Juan Martín Fourcaud y Luis Miguel De la Cruz*

### Identidades en cuestión

La problemática de la identidad en sus varias dimensiones es algo que nos atraviesa de manera literal, en nuestro Taller A. Llegado al último nivel de la carrera, los estudiantes deben resolver su proyecto de graduación, instancia en la que se encuentran nuevamente con la temática de identidad en términos de visualidad, pero esta vez abordada desde la más alta complejidad, concepto que desarrollaremos más adelante. Además, la particularidad que se nos plantea a los docentes del quinto año es que el estudiante debe atravesar un último escalón de su carrera donde se empieza a poner en juego su propia identidad como profesional. Las posibles áreas temáticas que propone el plan de estudios<sup>14</sup> pueden perfilar una elección por parte del estudiante, una inclinación a profundizar en ciertos temas de su interés, resolverlos y verlos desde una perspectiva de alumno como última oportunidad de aprendizaje de grado, pero también la oferta laboral de la vida profesional misma, será un indicio para la construcción de un perfil, una identidad en términos de profesión. La pregunta que deben hacerse los estudiantes, *a qué me quiero dedicar cuando tenga el título de diseñador en comunicación visual*, es importante para perfilarse como profesional y aprovechar esta última instancia de la carrera.

Como cátedra del quinto año de la universidad pública y gratuita argentina nos interesa que los alumnos que egresen puedan insertarse laboralmente en su localidad, su provincia y su país sobre todo pudiendo hacer una lectura crítica de las problemáticas vigentes tanto a nivel social como económico, político y cultural, para poder pararse de cara a la realidad que les toque vivir.

El reconocimiento que cada uno haga de su ser como diseñador o diseñadora, como operador cultural, y la valoración de la incidencia de su labor como parte de la construcción de otras identidades es algo que deben tener presente y en claro a la hora del ejercicio profesional. Como creadores y/u operadores de los signos visuales de la cultura tenemos, tanto docentes como

---

<sup>14</sup> Al momento de escribirse este capítulo el plan de estudios formulado en 1997 se encontraba vigente. En el año 2021 se aprobó un nuevo plan de estudios que comenzó a implementarse en 2022.

estudiantes, una enorme responsabilidad sobre quienes sean interpelados por nuestros mensajes, quienes se encuentren con nuestras construcciones visuales portadoras de identidad, porque, en definitiva, cada acto de comunicación es un acto de identificación.

Desde el momento de la orientación en la elección de las temáticas a tratar, la cátedra perfila su propia identidad, una que busca en los estudiantes generar conciencia de su pertenencia a un país, su nacionalidad, que pueden construir desde su aporte profesional al fortalecimiento de su nación. Tenemos el propósito de formar profesionales y ciudadanos que se integren en una comunidad y que se realicen dentro de ella; de ahí que la enseñanza esté impregnada del necesario sentido social para que ellos reconozcan su participación en el logro del bien común.

## **El proyecto de graduación**

El Taller 5A es el espacio curricular correspondiente al último nivel del Taller de Diseño en Comunicación Visual según el plan de estudios vigente hasta 2021. En este espacio los y las estudiantes elaboran durante el año lectivo un proyecto de graduación de carácter individual que se lo puede conocer en ámbito de la facultad con diferentes nombres: tesis, proyecto final, proyecto de graduación. Pero que más allá de su denominación y siendo conscientes de lo que un nombre significa, desde esta cátedra es concebido como un proyecto final integrador, es decir que apunta a articular los contenidos aprendidos a lo largo de todo el trayecto universitario en esta disciplina.

Tiene como premisa la elaboración de una producción a partir de un comitente concreto de relevancia local, regional o nacional, de manera que el estudiante pueda observar, analizar y generar una propuesta adecuada a la realidad y con alto grado de factibilidad desde el punto de vista de su realización. La elección de dicho comitente es un aspecto clave para la cátedra que busca que los estudiantes inscriptos en este taller se comprometan con los actores tanto del sector público como privado, de la escena productiva, cultural y social de la región, con perspectiva de derechos humanos y de género, atendiendo a las demandas particulares del contexto actual. Como habíamos adelantado, es importante que a la vez la temática esté alineada con los intereses del estudiante para potenciar la consolidación de un perfil para su futuro ejercicio profesional.

Si bien el proyecto estará enmarcado dentro de las áreas temáticas enunciadas en el plan de estudios para los Talleres 2-4, no estará estrictamente acotado a una de ellas, sino que articulará las áreas necesarias según el caso con el objetivo de construir un proyecto de alta complejidad.

Una particularidad de este nivel es que el alumno debe elegir un comitente para encarar su trabajo, es decir que al no ser este asignado por la cátedra como en los niveles anteriores, esta instancia se transforma en una posibilidad más de compromiso y responsabilidad para ellos. Aquí comienza el proceso de construcción de identidad y autonomía que buscamos en este nivel. En el momento de la elección del tema los docentes debemos equilibrar varios aspectos, orientar a

los estudiantes dentro de sus intereses en la construcción de temáticas que habiliten posibilidades interesantes de aprendizaje, que además expresen la visión de problemáticas de actualidad, pero que no queden simplemente y porque sí en cuestiones relacionadas a gustos y consumos habituales, que es una tendencia visible últimamente.

Otra característica diferenciadora del nivel es que el proyecto final integrador es concebido como una totalidad y no como una sumatoria de trabajos prácticos independientes o encadenados, a diferencia de los modos de trabajo de los niveles precedentes. Entonces, para este nivel, a propósito de la meta de autonomía que queremos que alcance el estudiante, hemos desarrollado una guía de proyecto que se entrega al inicio del ciclo donde se explicitan las etapas para la realización del mismo, donde el alumno puede darse una idea de la totalidad de tareas involucradas para la concreción de su proyecto. La guía, además de establecer las tareas, estipula tiempos posibles para su realización y representa en sí misma un instrumento de trabajo.

Cuando decimos que el proyecto debe tener carácter de alta complejidad, nos referimos no solo a una cuestión cuantitativa. Esperamos el armado de un plan de intervención lo suficientemente vasto en cantidad de medios, piezas de comunicación e instancias de contacto del mensaje con su público y además, apuntando a una dimensión cualitativa, la elaboración de una estrategia de comunicación coherente para el comitente, profundidad en el desarrollo de contenidos y el diseño en cada uno de esos puntos programados, factibilidad de la propuesta ajustándose a la realidad en todos sus aspectos y desarrollo de las capacidades del estudiante de contacto con el comitente como si fuera su verdadero cliente.

Una vez que las y los alumnos hayan aprobado su proyecto final integrador, la cátedra incentiva la construcción de antecedentes y el armado de un curriculum vitae con aval institucional. En el inicio de la trayectoria profesional se torna más difícil encontrar un puesto de trabajo u ofrecer los servicios profesionales sin tener antecedentes validados que mostrar. Para ello, la cátedra, a través del Departamento de Diseño en Comunicación Visual, instrumenta la incorporación voluntaria de los proyectos finales al repositorio denominado Servicio de Difusión de la Creación intelectual (SEDICI) perteneciente a la Universidad Nacional de La Plata (UNLP) como así también al banco de tesis de la Facultad de Artes (FDA) y a otros espacios no institucionales en las redes sociales de mayor circulación para promoción y visibilización de profesionales, contribuyendo de esta manera al puntapié inicial de las y los diseñadores en comunicación visual.

## Entre la simulación y la realidad

El modelo pedagógico que se trabaja en quinto año se acerca más bien a la idea de *practicum*, palabra acuñada por Donald Schön (1992), que refiere al diseño de una situación de enseñanza-aprendizaje pensada y dispuesta para la tarea de aprender una práctica. La reflexión en la acción es lo que se privilegia de esta metodología. Aquí, el estudiante, al interactuar racional y emocionalmente con el objeto de trabajo, en este caso el comitente elegido por él y su problemática particular, deberá ajustarse a las necesidades reales de la demanda y proponer soluciones a

medida —tanto desde el punto de vista cultural, social, estético, económico como tecnológico— y factibles de ser llevadas a cabo.

Según Schön (1992):

Un practicum es un mundo virtual. Persigue representar rasgos esenciales de una práctica que debe ser aprendida mientras que ofrece posibilidades a los estudiantes para experimentar con poco riesgo, variar el ritmo y foco de su trabajo, y volver a revisar las cosas cuando resulte beneficioso hacerlo así (p. 156).

Si bien es virtual, según el autor, porque no es una práctica preprofesional integradora ni mucho menos una práctica profesional real, desde la cátedra se hace un esfuerzo a favor del realismo de la misma y se carga a los estudiantes con limitaciones reales del caso para darle este carácter de trabajo en el mundo profesional. Por eso apuntamos siempre a la factibilidad de los proyectos, aunque estos nunca se lleguen a implementar porque nunca han sido encargados por los comitentes, sino que siguen en el plano de la simulación.

La posibilidad de una práctica preprofesional integradora en el último nivel de la carrera ampliaría ese espacio de formación más allá de las aulas, constituyéndose en una experiencia de articulación entre teoría y práctica, de carácter formativo y transicional, cuyo escenario pasaría a ser el contexto concreto donde ocurren las prácticas profesionales. En esta carrera no se las implementa como es el caso de otras profesiones, entonces la graduación del estudiante queda limitada a una simulación con el mayor grado de realismo y compromiso posible. Este aislamiento de los estudiantes de la posibilidad de realizar prácticas preprofesionales integradoras, los conserva ajenos y extraños al mundo del desempeño laboral, negando una parte del proceso de formación, produciendo y enfatizando un corte abrupto entre formación académica y desempeño profesional.

En general, hacerlas se trata de aprendizajes inéditos, casi iniciáticos, con efectos duraderos en la socialización y construcción de la propia identidad.

En cuanto a su finalidad, las experiencias de formación en la práctica suelen ser pensadas como instancias que ofrecen la posibilidad de incorporar aprendizajes y saberes que permitirán, una vez recibido, atravesar tres difíciles transiciones: la transición de la universidad al ámbito del desempeño, la de alumno a profesional y la de la teoría a la práctica (Contreras, 1985, en Andreozzi, p. 2).

La cátedra de quinto año hace un esfuerzo para favorecer esta transición y pone especial énfasis en lograr la mayor autonomía posible de los estudiantes respecto de los docentes durante el transcurso del proyecto de graduación.

## Sobre la metodología de trabajo

El Taller 5A ofrece un marco de trabajo con una fuerte impronta en el diagnóstico de situación, donde el estudiante previamente releva, analiza y reflexiona sobre la problemática de la entidad con la que está trabajando para poder estar en condiciones de proponer una *estrategia de identidad y comunicación* y un *plan de intervención* con foco en la identidad visual que es el eje transversal que une todos los niveles del Taller A.

La cátedra propone dos tipos de abordajes de diseño: uno para el caso de entidades con trayectorias consolidadas, que por ello cuentan con suficiente material de comunicación disponible para su análisis, donde el proyecto deberá superar todos aquellos aspectos considerados deficitarios y/o erróneos. El otro es el caso de entidades que estén iniciando su actividad, por lo tanto, el material a relevar es insuficiente. Esta segunda posibilidad pone al estudiante en el lugar de pensar al comitente en función de futuro, en relación con expectativas de crecimiento planteadas por el propio comitente. En ambas opciones es indispensable la posibilidad de contacto con las mismas, tal y como lo realizarían en su actividad profesional real. La aprobación del tema a abordar se pondrá a consideración del equipo docente de la cátedra.

Con respecto al trabajo en el aula y los roles que adoptará el equipo docente, se formarán comisiones reducidas de estudiantes a cargo de un auxiliar docente que oficiará de director de cada proyecto, es decir que seguirá el avance de cada uno, acompañado y supervisado por la profesora titular y la profesora adjunta que rotarán por todas las comisiones. La modalidad de encuentros grupales estará pautada con una frecuencia suficiente que permita equilibrar el avance esperado en la elaboración de los informes o propuestas, y que a la vez fomente la autonomía del estudiante en el desarrollo del proyecto y en su camino hacia la consolidación de un profesional. A diferencia de los niveles anteriores, el encuentro con cada estudiante es quincenal y en la tercera etapa del desarrollo del proyecto se le suma la dificultad de que el alumno debe decidir qué llevar a cada clase para mostrar y corregir según el plan de trabajo que haya generado. Esta circunstancia de toma de decisiones es crítica y abona al proceso de aprendizaje.

A lo largo del ciclo lectivo los estudiantes transitan tres etapas. La primera corresponde al *análisis y diagnóstico*, donde se identifica y aproxima a la caracterización de un tema con el propósito de llegar a un diagnóstico de situación. La segunda corresponde a la definición de una *estrategia de identidad y comunicación* y la elaboración de un *plan de intervención*. La tercera y última etapa es la *visualización del proyecto*, instancia en que se diseñan la totalidad de los ítems pautados en el plan de intervención y se elaboran los prototipos para su testeo en usuarios. Culmina con la entrega del proyecto completo.

## Etapas del proyecto

Como se ha adelantado, la primera etapa corresponde al *análisis y diagnóstico*. Al tomar contacto con un problema de diseño es probable que el estudiante elabore conclusiones guiadas por la intuición. Ahora bien, estas conclusiones deben estar sustentadas por un análisis más profundo y por herramientas metodológicas que sistematicen la investigación. Así, el estudio de la problemática puede dividirse entre aquellas cuestiones que se relacionan con el comitente, su inserción en el rubro o sector y las que se vinculan con el público objetivo. El entrecruzamiento de estos datos y su interpretación en contexto, puede denominarse diagnóstico de situación.

Es necesario entonces conocer al comitente, la realidad intrínseca de la entidad elegida, para poder caracterizarla, distinguir en ella los rasgos propios del sector en que se inscribe y los matices particulares que la singularizan. Se obtiene a partir de la observación y análisis de la dimensión operativa y la dimensión simbólica. Para ello se deberá realizar un relevamiento de la totalidad de las piezas comunicacionales en cada medio utilizado para evidenciar su discurso textual y visual, y las entrevistas necesarias a directivos y/o usuarios para conocer su apreciación. Esto permitirá visualizar de manera panorámica el estado de situación de la estrategia de identidad y comunicación del cual partirá el proyecto de diseño.

Ampliando la mirada, se deberá indagar el sector donde la entidad se inscribe. Como el comitente seguramente no es el único que desarrolla esta actividad, es indispensable agregar datos provenientes de la realidad externa o contexto de actuación haciendo un relevamiento ponderado de sus pares o situaciones paradigmáticas en el sector. Luego, un análisis comparativo permitirá detectar las variantes e invariantes de la actividad, insumo que será fundamental para arribar a una conclusión y encontrar los rasgos estilísticos pertinentes, así como confeccionar un listado de las características favorables y desfavorables, detectando en qué reside la fortaleza y la debilidad de este comitente respecto de los otros, tanto en la dimensión operativa como simbólica.

Posteriormente, será necesario identificar y caracterizar al público objetivo al cual el comitente dirige sus esfuerzos de comunicación, encontrar las motivaciones respecto a la relación que establece con su público y/o usuarios, las necesidades físicas o de uso, necesidades emocionales que los vinculan, las expectativas o deseos, el universo de consumo de sus usuarios, el uso o encuentro que tienen con él, como así también la percepción que tienen respecto del tema. Además, conocer su perfil psicográfico (estilo de vida, personalidad, valores, creencias e ideologías) aportará densidad a la caracterización.

El último paso de esta primera etapa consiste en la interpretación y evaluación de los datos obtenidos para la confección del diagnóstico de situación, el cual proporciona un conocimiento de la realidad concreta, permite la identificación de necesidades no satisfechas, aspectos problemáticos, aspiraciones y áreas de oportunidad; su magnitud, su génesis y la manera en que se manifiestan y/o su grado de relevancia. Permite interpretar la situación y jerarquizar las problemáticas según su naturaleza e importancia en ese contexto, a fin de establecer los parámetros que orienten una intervención programada cuyo objetivo principal sea dar respuesta eficazmente a las distintas problemáticas detectadas.



**Figura 1.** La detección de focos de intervención en la instancia de diagnóstico permite definir los objetivos para el plan de intervención. Los ejemplos pertenecen al trabajo de graduación de Ailín Lezcano.

La segunda etapa corresponde a la definición de una *estrategia de identidad y comunicación* y la elaboración de un *plan de intervención*. A partir de las conclusiones y las problemáticas detectadas en el diagnóstico, se llega a la etapa en que la propuesta comienza a delinarse. Para ello es necesario definir los objetivos generales y específicos del proyecto, así como la idea rectora o concepto organizador que guiará la manera en que tomarán forma los distintos aspectos de la propuesta, los cuales serán detallados en un *plan de intervención*. Es decir, lograr, por un lado, establecer la cuestión conceptual y, por el otro, delinear la cuestión estructural. La idea rectora o concepto organizador es el modo conceptual de abordar el proyecto; la idea que guiará, no solo la elaboración del discurso identitario, sino también las tomas de decisión dentro de la propuesta. Opera en el plano simbólico

de la intervención. Es el lugar donde deberán recurrir los alumnos permanentemente durante el proceso de diseño. El plan de intervención es la columna vertebral del proyecto, contiene el desglose de cada uno de los puntos de intervención en que se basa la estrategia de identidad y comunicación.

Se sugiere a los alumnos confeccionar un cronograma de trabajo, abordado desde lo general o transversal a lo particular para la mejor organización del tiempo dada la complejidad del proyecto, factor que impactará directamente sobre el aprendizaje de la autonomía esperada.

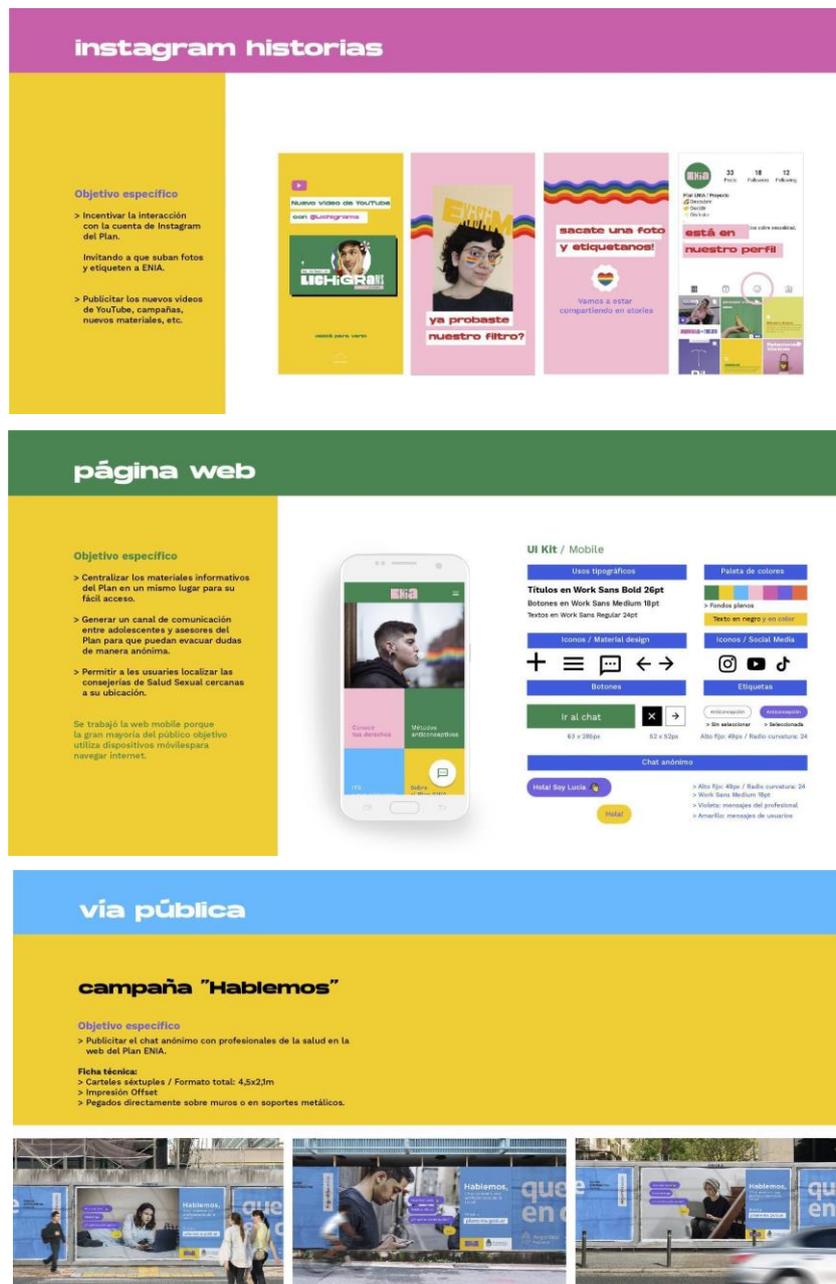
| DÓNDE                 | PARA QUÉ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | QUÉ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | CÓMO                                                                                                       |
|-----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>Signo marcario</i> | Tener un signo marcario pregnante, legible, fácil de reproducir y versátil que tenga compatibilidad semántica con la propuesta del Plan ENIA.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <b>Nuevo signo marcario.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | > PDF con variaciones cromáticas y usos del signo                                                          |
| <i>Sitio web</i>      | Centralizar los materiales informativos del Plan en un mismo lugar para su fácil acceso y vincular a las redes sociales del Plan.<br><br>Generar un canal de comunicación entre adolescentes y asesores del Plan. Para que puedan evacuar dudas de manera anónima.                                                                                                                                                                                                               | <b>Web responsable / Mobile first</b><br>Diseñada teniendo como punto de partida la navegación en teléfonos.<br>> Mapa interactivo indicando centros de salud que provean anticonceptivos gratuitos.<br>> Chat anónimo con profesionales de la salud.<br>> Secciones:<br>- Información sobre métodos anticonceptivos<br>- Infecciones de transmisión sexual y su tratamiento<br>- Derechos de Salud Sexual y Reproductiva<br>- Información sobre identidades de género<br>- Derechos de la comunidad LGTBIQ+<br>- Descarga de materiales educativos (PDF)                                                                                                                                | > Prototipo navegable en Figma<br>> Vídeo con un ejemplo de navegación<br>> Arquitectura de la información |
| <i>Televisión</i>     | Informar al público objetivo de sus derechos de Salud Sexual y Reproductiva e invitarlo a visitar la web para conocer más derechos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <b>3 spots televisivos</b> informando de tres derechos de Salud Sexual y Reproductiva que tienen les adolescentes.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | > Vídeos en mp4<br>> Montaje del vídeo en el contexto del canal de la Tv Pública / Canal Encuentro.        |
| <i>Vía pública</i>    | Informar al público objetivo de sus derechos de Salud Sexual y Reproductiva y promocionar el chat anónimo con profesionales de la salud.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | <b>Serie de 3 afiches</b> informando de tres derechos de Salud Sexual y Reproductiva que tienen les adolescentes.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | > Afiches en jpg<br>> Montaje de los afiches en contexto<br>> Reducción impresa a escala                   |
| <i>YouTube</i>        | Tratar con mayor profundidad temas relevantes para el público.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | > Foto de portada del canal<br>> <b>Foto de perfil</b> del canal<br>> <b>Vídeo de un influencer, comunicador, o profesional de la salud</b> hablando de una temática relacionada a sexualidad.<br>> Intro y outro del vídeo<br>> Zócalos<br>> Intervenciones gráficas (textos, inserts de vídeos, ilustraciones)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | > Vídeo en mp4<br>> Canal privado de YouTube                                                               |
| <i>Instagram</i>      | Mantener a les adolescentes al tanto de las diferentes actividades del Plan.<br><br>Difundir información sobre anticoncepción, sexualidades y derechos de adolescentes.<br><br>Invitar a la reflexión a partir de noticias del momento, efemérides o fechas especiales.<br><br>Fomentar la interacción del público con el Plan e incentivarlo a compartir sus experiencias personales.<br><br>Promocionar contenido de Tik Tok y Youtube para redirigir al público a esas redes. | > <b>Foto de perfil</b><br>> <b>Portadas</b> para las historias destacadas<br><br>> <b>Flyers en feed e historias</b> para los eventos del Plan. (Hackathones y Jornadas Tren Sanitario)<br><br>> <b>Posteos e historias en fechas especiales</b><br>Mes del orgullo, Día de la Mujer, Día de concientización sobre el VIH/SIDA.<br><br>> <b>Vídeo para ICTV</b> Teaser, vídeo promocional del vídeo que se sube a YouTube.<br><br>> <b>Carrusel/slide de posteos infográficos</b><br>- Sobre métodos anticonceptivos, sus características, ventajas y desventajas.<br>- Género y sexualidades<br>- Derechos de les adolescentes<br>- Infecciones de transmisión sexual y su tratamiento | > Flyers y posteos en jpg<br>> Vídeos en mp4<br>> Perfil privado de Instagram con todo subido              |

**Figura 2.** Vista parcial de la construcción del plan de intervención en función de los objetivos generales, particulares e idea rectora. Los ejemplos pertenecen al trabajo de graduación de Ailin Lezcano.

La tercera y última etapa corresponde a la *visualización del proyecto*. La idea rectora o concepto organizador empieza a tener su correlato visual y es donde se evidencian los recursos gráficos y el tono del discurso. Se plantean las maneras en que esa idea toma cuerpo y se traslada a distintas aristas de la propuesta. Para poder dar inicio a este correlato visual, se les pide que realicen un muro de inspiración, y, paralelamente, un relevamiento de situaciones análogas donde otros comitentes han dado soluciones a problemáticas similares. A partir del muro se realizará la *hoja de estilos* que se completará con la definición de las pautas de uso de dichos recursos estilísticos dentro del sistema y que dará forma como instancia posterior a la *hoja de recursos sistémicos*.

En esta instancia se materializa la estrategia de identidad y comunicación planteada, se diseñan las piezas de comunicación de cada uno de los puntos del *plan de intervención* y se realiza el prototipado de aquellas que tengan interacción directa con los usuarios para su testeo e iteración. De esta manera se visualiza la sistematicidad del proyecto. Se prevé una instancia de entrega de avances, previa a la entrega final del proyecto de graduación, la cual deberá pensarse como la presentación ante el comitente, logrando una comunicación precisa y asertiva.

Por tratarse del proyecto de graduación muchos estudiantes se reciben con esta materia, lo que le da un carácter especial a la presentación final. Por tal motivo, la cátedra implementa un encuentro de exposición del trabajo de manera pública y abierta a familiares y afectos que quieran compartir ese momento.



**Figura 3.** Algunos ejemplos de la instancia de maquetado final. Los ejemplos pertenecen al trabajo de graduación de Ailín Lezcano.

## Autonomía del estudiante

En la relación pedagógica que el quinto año propone, los docentes harán el seguimiento de cada una de las etapas tratando de lograr la mayor autonomía por parte de los alumnos, observándolos como profesionales en su rol desde una perspectiva emancipadora. La confianza será un componente fundamental en el vínculo docente-alumno, una especie de apuesta que consiste en no inquietarse del no-control del otro y del tiempo, creer en sus capacidades, estableciendo una distancia suficiente con el otro (Cornu, 1999).

La relación pedagógica en los encuentros con modalidad de consulta debe mantener una actitud de seguimiento respecto de los alumnos, pero que esta no termine traduciéndose en comportamientos de sobrecontrol que jueguen en contra en el propósito de promover la autonomía. El docente debe cumplir una función de orientación y guía, facilitando los recursos y saberes para que los alumnos busquen las respuestas, graduando la ayuda en vistas a promover niveles crecientes de independencia, y brindando la posibilidad de integrar y afianzar sus conocimientos para afrontar con mayor seguridad e incidir positivamente en los espacios donde se proyecte a futuro.

En definitiva, se debe promover una relación pedagógica basada en la confianza y el reconocimiento mutuo.

## Evaluación

La estrategia de evaluación del alumno optará por un abordaje metodológico cualitativo y holístico que valore el proceso completo, desde el inicio hasta el final de la experiencia, en el camino a ser un profesional en su disciplina. Esta evaluación continua, valora no solo la calidad de las producciones, sino todo el proceso hecho por el alumno, su participación en clase, el funcionamiento en el grupo y su grado de involucramiento en la temática. Cada etapa entregada por el alumno tendrá una devolución escrita y personalizada por el docente que se focalizará en aspectos concretos de su trabajo.

Siguiendo el pensamiento de Juan Manuel Álvarez Méndez (2001), quien sostiene que evaluar no es un ejercicio neutro, este tipo de evaluación inspirada en la racionalidad práctica y crítica presupone la toma de posición ideológica a favor de la educación entendida como proceso de desarrollo de las personas. Se puede afirmar que la actividad de evaluar se entiende esencialmente como una acción valorativa y, como tal, el sujeto que evalúa y el sujeto evaluado están directamente implicados y comprometidos con una cuestión que debe orientarse por principios de justicia. Evaluar no es otra cosa que valorar y justipreciar, emitir un juicio de valor con base en la interpretación de la información obtenida por distintos medios.

Se considerará, entonces, una evaluación de tipo formativa, es decir, con énfasis en el proceso y no solo en el resultado, que no esperará hasta el último momento en que el producto final sea presentado para darle una calificación al estudiante solo por entregar un objeto con buena

apariciencia, sino que la evaluación será también un proceso, que considere lo actuado durante todo el trayecto del proyecto de graduación.

## Glosario

**Dimensión operativa:** involucra todas las actividades que desarrolla el comitente, valor del producto o servicio que comercializa, rango o escala, infraestructura edilicia, espacio físico o virtual, equipamiento, logística, alcance geográfico, personal, perspectivas futuras, etc.

**Dimensión simbólica:** involucra todos los aspectos comunicacionales del comitente, incluyendo el discurso textual (contenido) y visual, es decir, la totalidad de la estrategia de identidad y de comunicación.

**Idea rectora o concepto organizador:** es la manera conceptual de abordar el proyecto; la idea que guiará no solo la elaboración del discurso identitario, sino también las tomas de decisión dentro de la propuesta. Opera en el plano simbólico de la intervención. No se trata de un término, sino de un concepto general; podría considerarse como la historia que se contará. Esta historia deberá ser definida de manera tal que sea lo suficientemente amplia para abarcar la mayor cantidad posible de variables y lo suficientemente específica para identificarse con la particularidad del comitente.

**Muro de inspiración:** es una lámina o muro formado por un relevamiento de material preexistente, que tiene por finalidad aproximarse al estilo general que tendrá la intervención en términos de diseño gráfico. Es una lámina que colecciona toda la imaginería visual que inspirará la dirección de arte del proyecto. Esta colección de recursos visuales estará formada por fuentes tipográficas, imágenes, colores, texturas o piezas de diseño que se corresponden con el clima o atmósfera que se le quiera dar al proyecto, por lo tanto, estará directamente ligada a la idea rectora o concepto a comunicar.

**Hoja de estilos:** a diferencia del muro, contiene elementos de generación propia que van desde el estilo de imágenes (fotográficas o ilustraciones), su tratamiento, elementos gráficos, patrones o paleta cromática y familias tipográficas. Constituyen un universo gráfico cuyos recursos serán luego empleados en acciones de diseño concretas y servirán para cubrir la esencia de la identidad visual del proyecto.

**Hoja de recursos sistémicos:** es una instancia superadora de la hoja de estilos, que, como su nombre lo indica, muestra las reglas de uso y relaciones de los recursos entre sí. Por lo tanto, será de vital importancia en la cuestión de la sistematicidad del proyecto.

**Plan de intervención:** herramienta que incluye el desglose de cada uno de los puntos a través de los cuales el comitente se vincula con su público, que constituyen la estrategia de identidad y comunicación, es decir el *dónde* se va a intervenir, el *para qué*, es decir la función u objetivo específico a cumplirse, y, por último, el *qué* o contenido y materialización de la idea.

## Referencias

- Álvarez Méndez, J. M. (2000). Evaluación cualitativa: delimitación conceptual y caracterización global y Métodos y técnicas de evaluación desde la perspectiva cualitativa. En *Didáctica, currículo y evaluación. Ensayos sobre cuestiones didácticas* (121-167). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Miño y Dávila.
- Andreozzi, M. (2004). *La Formación en la Práctica Profesional en el Grado Universitario. Acerca de Encuadres y Dispositivos de acompañamiento de los Estudiantes*. Trabajo presentado en el IV Encuentro Nacional y I Latinoamericano: La Universidad como Objeto de Investigación. Universidad Nacional de Tucumán, San Miguel de Tucumán, Argentina.
- Cornu, L. (1999). La confianza en las relaciones pedagógicas. En G. Frigerio, M. Poggi y D. Korinfeld (Comps.), *Construyendo un saber sobre el interior de la escuela* (19-26). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Ediciones Novedades Educativa.
- Lezcano, A. (2020). Proyecto de graduación: Plan ENIA. Taller de Diseño en Comunicación Visual 5A, Facultad de Artes, Universidad Nacional de La Plata.
- Schön, D. (1992). *La formación de profesionales reflexivos. Hacia un nuevo diseño de la enseñanza y el aprendizaje de las profesiones*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Paidós.