

Egresados de la Maestría en Diseño de la Universidad de Palermo. [Catálogo de Tesis. 5ª Edición. Ciclo 2014-2015]

Resumen: Esta publicación en particular forma parte del quinto Catálogo de Tesis, que comprende los años 2014 y 2015. La primera edición se refiere a las tesis presentadas en el ciclo 2004-2007, la segunda edición al ciclo 2008-2009, la tercera edición al ciclo 2010 y 2011 y la cuarta edición al ciclo 2012-2013. Los proyectos de Tesis, proponen una nueva mirada sobre la problemática del diseño y los campos que se cruzan con esta disciplina. Cada uno de los niveles de investigación trabajan en el resultado de una búsqueda intencionada de conocimientos y soluciones a interrogantes que pueden ser de carácter cultural y/o formativo disciplinar.

Palabras claves: conocimiento - cultura - diseño - educación - investigación - metodología - proyectos - Tesis.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 19]

La política de posgrado de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo formula a través de su Maestría en Diseño una categorización de las Tesis propuestas y defendidas durante los diferentes ciclos académicos.

La Maestría en Diseño se dicta desde el año 2001, promoviendo a los profesionales del campo del diseño, una completa formación en los aspectos metodológicos, técnicos y operativos conducentes a una mayor integración disciplinar. El concepto principal de la Maestría es permitir la vinculación estratégica aplicada al campo de la imagen, el diseño y las comunicaciones, logrando obtener resultados probados científicamente en el espacio profesional y académico.

El último requisito académico que conduce a los maestrandos al otorgamiento del título de Master es el desarrollo de una Tesis de Maestría de carácter individual que se realiza bajo la supervisión de un Equipo de Dirección de Tesis, y culmina con la defensa oral de la misma ante un Tribunal de Evaluación. La Tesis debe demostrar destreza en el manejo conceptual y metodológico, correspondiente al estado actual del conocimiento de la disciplina. El propósito del trabajo de Tesis de Maestría es lograr que el maestrando desarrolle habilidades y capacidades académicas que permitan identificar y diagnosticar problemas específicos dentro de su área de competencia evidenciando una actitud crítica e innovadora. La idea rectora es demostrar a través del estudio o la investigación por escrito, la claridad y los requerimientos formales propios del área investigada y del nivel de posgrado que implica la Maestría.

Esta publicación en particular, forma parte del quinto catálogo de Tesis, que comprende los años 2014 y 2015.

La primera publicación se refiere a las tesis presentadas en el ciclo 2004-2007, donde también se aplican diferentes temas con fundamento disciplinar y alto rigor científico-académico (ver: Maestría en Diseño de la Universidad de Palermo [Catálogo de Tesis. 1ª Edición. Ciclo 2004-2007]. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos]*, N° 31 (2010). Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo).

La segunda, compila las tesis de los años 2008 y 2009 (ver: Maestría en Diseño de la Universidad de Palermo [Catálogo de Tesis. 2ª Edición. Ciclo 2008-2009]. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos]*, N° 38 (2011). Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo).

La tercera edición, compila las tesis de los años 2010 y 2011 (ver: Maestría en Diseño de la Universidad de Palermo [Catálogo de Tesis. 3ª Edición. Ciclo 2010-2011]. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos]*, N° 46 (2013). Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo).

La cuarta edición, compila las tesis de los años 2012 y 2013 (ver: Maestría en Diseño de la Universidad de Palermo [Catálogo de Tesis. 4ª Edición. Ciclo 2012-2013]. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos]*, N° 55 (2015). Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo).

La articulación de todos los proyectos de Tesis, dan cuenta de la extensa y calificada labor científica, propuesta en la Maestría. Cada uno de los niveles de investigación actúa en el resultado final del proyecto, proponiendo una búsqueda intencionada de conocimientos y soluciones a problemas que pueden ser de carácter cultural y/o formativo disciplinar.

Durante los dos años de investigación, se trabaja de manera exhaustiva en cada proyecto, cimentando un proceso que va desde la construcción de una idea rectora, hacia el desarrollo de una investigación científica que posibilita nuevas lecturas y diferentes resultados. Cada maestrando va descubriendo a lo largo del proceso de investigación un espacio que transforma las propuestas abordadas en el orden de lo empírico, hacia un camino de rigor científico, llegando a diversas interpretaciones de los resultados y de los fenómenos que agenciaron esos resultados.

La Facultad de Diseño y Comunicación ha organizado la producción académica que se realiza en su ámbito, en siete grandes áreas, denominadas Líneas Temáticas:

1. Empresas y marcas.
2. Medios y estrategias de comunicación.
3. Nuevas tecnologías.
4. Nuevos profesionales. Diseño y producción de objetos, espacios e imágenes.
5. Pedagogía del diseño y las comunicaciones.
7. Historia y tendencias.

Estas Líneas Temáticas abarcan la producción académica de la Facultad en su conjunto: publicaciones e investigaciones, producciones áulicas y desarrollos profesionales, obras y proyectos de académicos, profesores y estudiantes.

La producción académica de los maestrandos que culmina en la Tesis de Maestría se enmarca en estas siete grandes Líneas Temáticas. Es imprescindible que cada maestrando ubique su Tesis en una, o en más de una. En la introducción de cada Tesis debe explicarse el campo disciplinar, profesional y temático de pertenencia, haciendo referencia a la producción desarrollada en dicho campo, con anterioridad.

A continuación se hace una breve referencia a cada una de las Líneas Temáticas:

1. Empresas y marcas. La empresa representa uno de los organismos vitales del acontecer socioeconómico.

Ha sido siempre una puerta para el acceso de los avances científicos, tecnológicos y culturales. En los últimos decenios, las organizaciones han establecido nuevos sistemas de gestión para satisfacer las demandas y expectativas destinadas a hacer más eficiente el aparato productivo. Estas acciones se organizan simultáneamente con la disposición de nuevas fórmulas de funcionamiento en estrategias de gestión y comunicación para la proyección de la organización. Entre ellas, la marca constituye actualmente uno de los elementos más significativos, tanto en lo referente al mercado de producción, como a los procesos de circulación y de significación en el ámbito cultural. Como generadora de valor, la marca es considerada como unidad de análisis sintetizadora de cuestiones referidas al mercado, a las prácticas culturales, a la construcción de identidades y a los patrones estéticos. La agudeza de estas problemáticas, proporciona un campo de estudio de innovaciones, paradigmas y estructuras, cuyo análisis permite orientar la producción creativa del diseño y las comunicaciones aplicadas.

2. Medios y estrategias de comunicación. Los medios son los principales actores comunicacionales que determinan las prácticas sociales, políticas, económicas, culturales del mundo contemporáneo. Su presencia modela las demandas y difunde modos de vida y expresiones culturales. La televisión, la gráfica, la radio, el cine y los nuevos entornos digitales, son soportes privilegiados de reproducción de saberes, de concepciones estéticas, de información, y de múltiples estrategias que determinan la idea de mundo y su transformación. Estos procesos deben estar acompañados por una buena estrategia de comunicación. Los pasos más correctos de una estrategia de este tipo, se inician en el momento que encontramos las razones para comprar, buscamos las situaciones claves para que el consumidor visite el punto de venta y aprovechamos los mensajes que más ayudan a corregir falsas impresiones. El estudio integral del repertorio de procesos artísticos, estéticos, creativos, funcionales de los medios y sus efectos y el análisis de una buena estrategia de comunicación que lo apunte permiten la construcción de un valioso conocimiento, para avanzar en el pensamiento crítico y en la renovación constante de la formación de profesionales del diseño y las comunicaciones.

3. Nuevas tecnologías. La explosión tecnológica ha generado una serie de cambios importantes en el mundo del diseño y las comunicaciones aplicadas. Los recursos digitales considerados como herramientas de trabajo han aportado nuevos lenguajes y posibilidades de creación. Esta instancia innovadora de las nuevas tecnologías, afecta a su vez, la vida cotidiana de la sociedad en su conjunto, determinando nuevos procesos de circulación de la información, y de las prácticas de producción y creación. La difusión tecnológica aporta estilos novedosos en los modelos organizativos de las empresas, y un cambio en las modalidades de producir y consumir. En su conjunto las nuevas tecnologías constituyen un campo para el estudio y el análisis necesario para la actualización creativa, la selección y aplicación de nuevos criterios en la producción y creación del diseño y las comunicaciones.

4. Nuevos profesionales. La idea de un profesional capaz de planificar creativamente las acciones de diseño y comunicación, es posible desde un enfoque activo de indagación de la realidad.

Las nuevas tecnologías demandan perfiles profesionales con distintas competencias. En muchos casos la cambiante realidad exige expertos que dominen actividades hasta el momento insospechadas. En este marco, la formación de profesionales en las áreas de diseño y comunicación, incorpora el estudio de las necesidades y demandas de la sociedad en relación con la práctica de diseñadores y comunicadores consustanciados y comprometidos con el presente y el futuro. El estudio de las tendencias de la práctica profesional, sus modalidades, los requerimientos en capacitación y manejo de habilidades, constituye un campo de análisis necesario para promover perfiles variados, dinámicos, creativos y con alta capacidad de innovación.

5. Diseño y producción de objetos, espacios e imágenes. Las imágenes, los objetos y los espacios, con los que trabajan los profesionales del diseño, constituyen un sistema de relaciones protagonizado por una compleja trama de requerimientos formulados en un determinado momento histórico. En este proceso están involucrados, de modo directo, intereses y expectativas de las relaciones con la sociedad que los crea. Las relaciones entre la función, la expresión estética y la tecnología aplicada van variando con el transcurso de los años, desplazando los ejes de atención profesional en cada época. El concepto 'calidad de diseño' se hace cada vez más complejo e intrincado. El estudio de los procesos de formación y de las cualidades de objetos, espacios e imágenes, tales como movilidad en el tiempo, condiciones de serialidad y aún de obsolescencia, constituyen un campo propio de la reflexión, análisis y la producción teórica del diseño y la comunicación.

6. Pedagogía del diseño y las comunicaciones. La originalidad y movilidad permanente de las disciplinas del diseño y la comunicación, requiere de acciones continuas orientadas a enriquecer la relación enseñanza-aprendizaje. La constante producción académica en la elaboración de herramientas metodológicas solidifica la actualización de los campos disciplinares, permite actualizaciones curriculares y valida las innovaciones en las tareas propias de la formación universitaria. La evaluación de programas y estrategias pedagógicas para el área de diseño y comunicación debe ser un proceso constante y cada vez más riguroso. La elaboración de bases de datos para el acceso a la información, la realización de estados del arte de las disciplinas del diseño y la comunicación, la generación de recursos didácticos de diversa índole, constituyen un conjunto valioso de producciones destinadas a facilitar progresivos y eficaces avances en la formación de los estudiantes del diseño y la comunicación.

7. Historia y tendencias. Un relevamiento terminológico implica delimitar los alcances de cada lengua especial y distinguirla de esta forma del lenguaje corriente. Las actividades profesionales se caracterizan por el uso de vocabularios propios caracterizados por la internacionalidad, estabilidad y expansión, tanto en el orden teórico como técnico. Los relevamientos de experiencias en cada campo y práctica, permiten la elaboración de herramientas organizacionales que se convierten en contribuciones para la consolidación de las especificidades, teórico-técnicas de las distintas disciplinas del diseño y la comuni-

cación. Las características de cada práctica profesional se conjugan, a su vez, en campos institucionales propios. La identificación y registro de las instituciones del Estado, de las organizaciones del mercado y de la sociedad civil, relacionadas con el ejercicio profesional de las disciplinas del diseño y las comunicaciones, constituye la posibilidad de elaborar herramientas que sitúen a los estudiantes en los contextos y alcances de la práctica profesional real. Finalmente, el análisis de las tendencias de estas tres variables: terminología, experiencias y realidades institucionales, plantea a los maestrandos el desafío de encontrar una lógica de evolución que lo ayude al protagonismo en la generación de nuevas líneas de desarrollo.

Dos instancias académicas que acompañan el proceso de Maestría son el Foro de Investigación y el Plenario de Evaluación, ambos momentos curriculares responden a complementar el proceso de elaboración de Tesis Final.

Foro de Investigación de la Maestría en Diseño

La Maestría en Diseño desarrolla anualmente el Foro de Maestría como medio de exposición y debate sobre el grado de avance de los Proyectos de Tesis en desarrollo. Su objetivo radica en articular la reflexión para diagnosticar, desde el debate integrado, el desarrollo y evolución de cada proyecto de Tesis. Es una herramienta pedagógica previa a la Defensa Oral.

El Foro de Investigación se desarrolla en el mes de mayo de cada año en forma ininterrumpida desde el 2005. En el Foro se reúnen los profesores de las asignaturas del Ciclo de Investigación con todos los maestrandos regulares de la Maestría. Cada maestrando presenta oralmente a la comunidad académica de la Maestría el avance de su proyecto de Tesis. Con la coordinación de los profesores se organiza el debate entre todos los asistentes. Antes de comenzar cada Foro se entrega la reedición correspondiente de Escritos en la Facultad que contiene los *abstracts* de los proyectos de Tesis, presentados en el Foro.

Plenario de Evaluación

El Plenario de Evaluación de Maestría es un espacio donde maestrandos y docentes de todos los niveles de investigación se reúnen para dar el cierre a cada ciclo académico. En el Plenario cada profesor del ciclo de Investigación informa a la comunidad académica de la Maestría la situación de cada maestrando y el grado de avance de su proyecto de tesis. Cada docente presenta, de manera pública, las condiciones en las que cada maestrando pasa al nivel siguiente de investigación. La documentación presentada queda en la Facultad para posibles consultas. Los *abstracts* de esos trabajos son publicados posteriormente en *Escritos en la Facultad* y presentados en el siguiente Foro de Maestría. Las fechas previstas para el plenario son, la última semana de junio para las cursadas del primer ciclo del año y la última semana de noviembre para las cursadas del segundo ciclo del año.

Política editorial de la Maestría en Diseño

La facultad de Diseño y Comunicación integra la producción de los maestrandos (investigaciones, ensayos y reflexiones) en las diversas publicaciones académicas que conforman su política editorial. Esta producción se plasma en dos de las publicaciones académicas periódicas de la Facultad: *Escritos en la Facultad* (ISSN 1669-2306) que transcribe los *papers* presentados por los maestrandos en los Foros de Investigación de la Maestría, y *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos]* (ISSN 1668-0227), que transcribe las Tesis aprobadas completas y/o resúmenes.

La tarea de la Facultad es impulsar y sostener en forma permanente la calidad de cada publicación, promoviendo la investigación y la formación constante de nuestros estudiantes y docentes.

En este marco, la publicación académica *Escritos en la Facultad*, vuelca el resultado de las síntesis de los Proyectos de Tesis. Estas publicaciones son un instrumento de transferencia al ámbito de la investigación científica y del tejido de reflexiones, aportando riqueza y multiplicidad de perspectivas de abordaje sobre las áreas de diseño estratégico, sustentabilidad, estética, metodología e innovación. Ambas instancias, la exposición oral y su correspondiente publicación académica, se estructuran como presentaciones de los resultados parciales de cada etapa de avance de los Proyectos de Tesis desarrollados en el Foro de Investigación de la Maestría. La serie *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos]* se define como una publicación periódica que reúne *papers*, ensayos y estudios sobre tendencias, problemáticas profesionales, tecnologías y enfoques epistemológicos en los campos del Diseño y la Comunicación.

Esta línea se edita desde el año 2000 en forma ininterrumpida, relacionándose con las diferentes disciplinas de la Facultad y encuadrando cada artículo dentro de las variadas temáticas que encierra el diseño y la comunicación.

Desde el año 2006 el CAICYT - CONICET, incorporó la serie *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos]*, al Núcleo Básico de Publicaciones Periódicas Científicas y Tecnológicas, dentro de la categoría de Ciencias Sociales y Humanidades.

En este camino, el último año se ahondó sobre los criterios de calidad editorial establecidos en los diferentes servicios de información, y de esta manera, hoy la publicación *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos]* está incluida en el catálogo y directorio de Latindex y pertenece a la colección de revistas científicas de SciELO.

Para la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo es imprescindible la construcción de un instrumento de consulta y metodología que pueda plasmar el trabajo de todos nuestros maestrandos, con la excelencia y exigencia que una publicación de esta índole merece. Desde este lugar, es que se piensa la articulación del material editorial de la Facultad y la producción académica de la Maestría.

La normativa vigente, que hace referencia a los temas provenientes de la Maestría en Diseño, se puede encontrar publicada en *Escritos en la Facultad*, N° 86.

Los puntos tácticos que hacen referencia a esa normativa institucional son: **La Maestría. Cursos y Evaluación. Tesis de Maestría. Estructura y Normas de Presentación. Normas Bibliográficas. Condiciones de Entrega. Proceso de Evaluación. Las Tesis en las Publicaciones Académicas de la Facultad. Mejores Tesis de Maestría. Reglamento Académico.**

Equipos Académicos. Criterios para Evaluación. Índice de Tesis (Aprobadas - Tesis de Honor - Líneas Temáticas). Calendario (ver: Documento de Maestría en Diseño de la Universidad de Palermo. *Escritos de la Facultad* N° 86. (2011). Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo).

Las tesis citadas en esta publicación se agruparon por temáticas similares para una mejor comprensión teórica (ver Índice de Tesis de la Maestría en Diseño de la Universidad de Palermo 2014-2015 organizado por líneas temáticas en ps. 191-193) y las mismas corresponden a los Magísters: David Correa, Adriana I. Iguina Molina, Liana M. Fonseca Porras, Valeria de Montserrat Gil Cruz, Caroline Horvarth Staggemeier, Natalie Vázquez Manzano, Constanza Castro, María C. Cárdenas Garavito, Marly A. Osuna Cordero, Daniele de Arruda Albertini, Andrea M. Piraquive Ruíz, Andrea P. Flórez Martínez, María C. Lombana, Eduardo Orozco Coba, Dely Brovo Donoso, José A. Tejada Gómez, Diego Jordán, Eugenia Aryan, Sara Arango, Martha Arroyave Vargas, Natalia Toro, Liza Rodríguez Pineda, Yurbi Alvarez, Carlos A. Castro Lugo, Laura P. Naranjo Pulido, Andrés Almiña Méndez, Juan S. Ceferino Cortés y Yuris Ahumada Jaramillo.

En las páginas 195-208 se incluye el listado completo de las Tesis aprobadas hasta el cierre de la edición, septiembre 2015. En sucesivas publicaciones se incluyen los resúmenes y las Tesis destacadas, recomendada su publicación, según el Comité de Coordinación y Evaluación de la Maestría.

Abstract: This publication is part of the fifth Thesis Catalog, covering the years 2014 and 2015. The first issue of the Catalog relates to the theses presented in the 2004-2007 period, the second edition covers the 2008-2009 period, the third edition gathers the theses of the 2010 and 2011 and the fourth edition covers those of the 2012-2013 period. The Thesis projects, propose a new approach at the problems of design and fields that intersect with this discipline. Each level of the research aims a deliberate search for knowledge and solutions to questions that may be cultural and / or educational in the frame of the discipline.

Key words: knowledge - culture - design - education - research - methodology - projects - Thesis.

Resumo: Esta publicação faz parte do quinto Catálogo de Tese, que compreende os anos 2014 e 2015. A primeira edição refere-se às teses apresentadas no ciclo 2004-2007, a segunda edição ao ciclo 2008-2009, a terceira edição ao ciclo 2010-2011 e a quarta edição ao ciclo 2012-2013. Os projetos de Tese propõem uma nova mirada sobre a problemática do design e os campos que se cruzam com esta disciplina. Cada um dos níveis de pesquisa trabalha no resultado de uma pesquisa intencionada de conhecimentos e soluções a perguntas que podem ser de caráter cultural e/ou formativo disciplinar.

Palavras chave: conhecimento - cultura - design - educação - pesquisa - metodologia - projetos - Tese.
