

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