

cial de la asistencia y capacitación, estando este aspecto condicionado a un crédito horario mínimo, desarrollado en el mismo.

Un ejemplo de esta modalidad son los cursos especiales de Diseño de Indumentaria y de Diseño de Interiores preparados para la Universidad Duoc UC, de Viña del Mar, Chile. Se lo estructuró con una duración de dos semanas cada uno, el dictado estuvo a cargo de diez docentes de nuestra institución las materias afines al programa y fue generado con un presupuesto de veinte encuentros académicos por cada curso.

Para finalizar quiero decir que el Área de Vínculos Internacionales seguirá trabajando en este tema, ya que tiene frente a sí un panorama inconmensurable, que se agranda en el día a día. La Facultad lidera una Red de ciento setenta y cuatro instituciones de diseño en Latinoamérica, España y Portugal, y por otro lado tiene firmados veintidós Convenios Marco de Intercambio con instituciones del exterior, siendo estos datos un desafío para aquellas tareas que hay que sostener y acrecentar desde este programa.

## Memoria y balance. Sector Web 2008

Patricia Doria

El sector de diseño y desarrollo Web tiene por objetivo en paralelo la coordinación y la gestión de información interna de los distintos sectores involucrados en la construcción de la Facultad de Diseño y Comunicación. Cada uno de los distintos sectores de la Facultad posee diferentes líneas de acción que incluidas dentro de la Web configuran un orden general.

Este orden se estructura a partir de la selección y edición de imágenes, registro de las distintas actividades curriculares (planificaciones, contenidos, materias electivas, grillas de contenido, docentes, documentación y publicaciones, proyecto de graduación) y extracurriculares (eventos, seminarios, jornadas, conferencias, muestras).

A partir del desarrollo conceptual de la página Web y con el objetivo de aunar criterios y consolidar estilos se genera en paralelo a las imágenes utilizadas en la Web, piezas gráficas, *flyers* de promoción, imágenes para el portal de noticias y eventos, postales DC (venta de carreras en 8 imágenes), *slideshows* para presentaciones en desfiles, encuentro latinoamericano, eventos, muestras, y tarjetones de carreras, entre otros.

Este circuito requiere de una permanente actualización para estar en coincidencia con las nuevas tendencias y perspectivas del hacer del diseño multimedial, teniendo en cuenta el posicionamiento institucional de la Universidad de Palermo.

A fin de coincidir con el accionar innovador de la página Web y el funcionamiento de la misma, se constituyó un equipo conformado por diseñadores gráficos, diseñadores multimediales y artistas visuales determinando de este modo una homogenización de criterios y de respuestas necesarias para generar un avance significativo y una innovación genuina en los estándares Web.

En lo concerniente al desarrollo de las tareas efectuadas en el año 2008, para optimizar la usabilidad y funcionalidad del sitio Web:

- Se crea el concepto de minisitio con el fin de una mejor y más eficiente vinculación entre las diferentes áreas. Se generaron minisitios por áreas de acción.
- Se re-estructuraron las páginas HTML desde el código para mejorar el ranqueo de los buscadores y de este modo tener presencia jerarquizada en la Web.
- Se desarrollan también los contenidos históricos de las actividades y eventos realizados en la Facultad por los diferentes sectores involucrados.
- Se crean los *slides books* para un mejor registro visual de las publicaciones.
- Se crean los *slides shows* para registro de los eventos, muestras, *performances*, desfiles.
- Se cambió el diseño y la estructura de la Home de la Facultad de Diseño y Comunicación para una mejor distribución de la información teniendo en cuenta la jerarquización de las actividades y la incorporación del nuevo espacio Portal (Noticias y Eventos).
- Se cambiaron todos los textos de las carreras utilizando palabras claves para tener un mejor posicionamiento en los buscadores.
- Se optimizaron los títulos, las *keywords*, y las *descriptions*, siguiendo la línea de mejoramiento en el posicionamiento en los buscadores.
- Se generan tareas cotidianas de actualización de información y de imágenes y las de cambios estructurales que configuran una nueva búsqueda conceptual.

Se proyecta en el año 2009 continuar con el trabajo diario del equipo Web integrando el diseño con la informática y la tecnología, haciendo foco en la innovación, la creatividad y la comunicación.

## Ciclo Diseño y Comunicación en las Artes del Espectáculo

Dardo Dozo y Claudia Kricun

Dentro de nuestro proyecto se presentan encumbradas figuras del mundo del espectáculo que son entrevistados por nosotros dentro de la Cátedra Teatro y Espectáculo I y II que ambos dictamos.

Dentro de las charlas hemos entrevistado a:

- Durante 2004 estuvieron presentes: Ana Acosta, Alfredo Alcón, Agustín Alezzo, Alejandra Boero, Héctor Calmet, Calvo Julia, Roberto Carnaghi, Pepe Cibrián Campoy, Mauricio Dayub, Vivian El Jaber, Carlos Elía, Fabián Gianola, Gabriel Goity, Carlos Gorostiza, Los Macocos (Daniel Casablanca, Javier Rama, Martín Salazar, Gabriel Wolf, Marcelo Xicarts), Claudio Martínez Bel, Ana María Monti, Boy Olmi, Natalia Oreiro, Julieta Ortega, Sebastián Ortega, Blanca Portillo, Claudio Quinteros, Carola Reyna, Carlos Rottemberg, Ernesto Schoo, Renata Schussheim, Kive Staiff, Sucesos Argentinos (Paula Broner, Víctor Malagrino, Bernardo Sabbioni, Marcelo Savignone) y Romina Znaider.

- Durante 2005 estuvieron presentes: Julio Chávez, Alejandro Dolina, Pablo Echarri, Claudio Gallardou, Paola Krum, Adelaida Mangani, Sergio Renán, Miguel Angel Rodríguez, Cecilia Roth, Martín Seefeld, Gerardo Sofovich, Jorge Suárez, Vicentico, Soledad Villamil, Mauricio Wainrot y China Zorrilla.
- Durante 2006 estuvieron presentes: Sebastián Borensztein, Damián De Santo, Nancy Duplaà, Guillermo Francella, Joaquín Furriel, Jorge Guinzburg, Claudia Lapacó, Jorge Marrale, Oscar Martínez, Ricky Pashkus, Lino Patalano, Gastón Pauls, Diego Peretti, Roberto Pettinato y Adriana Varela.
- Durante 2007 estuvieron presentes: Alfredo Arias, Cristina Banegas, Graciela Borges, Luis Brandoni, Ricardo Darín, Julieta Díaz, Alejandro Doria, Andrea Frigerio, Pancho Guerrero, Víctor Laplace, Marilú Marini, Mercedes Morán, Tommy Pashkus, Raúl Portal, Horacio Roca, Fabián Vena y Eleonora Wexler.
- Durante 2008 estuvieron presentes: Julio Bocca, Lucía Cedrón, Federico D'Elía, Inés Estévez, Daniel Hendler, Karina K, Luisa Kuliok, Florencia Peña, Horacio Peña, Andrea Pietra, José Sacristán y Juan Bautista Stagnaro.

El proyecto surgió a partir de evaluar con el Decano de la Facultad sobre la importancia de incluir el espectáculo dentro del ámbito universitario.

El arte en cualquiera de sus expresiones es una necesidad, podemos decir inherente a la vida, que la engrandece, la ilumina y nos abre un ángulo amplísimo de observación que nos instala, al mismo tiempo en el lugar del placer y la reflexión.

Nuestro proyecto contribuye estratégicamente dentro del área de la comunicación desde la convocatoria que genera cada uno de los artistas que ambos invitamos personalmente el ciclo y que representan las más diversas áreas del mundo del espectáculo. Asimismo, el eje pedagógico apunta a que converjan miradas y pensamientos heterogéneos que los alumnos que cursan la cátedra podrán atender como esa gran variable de caminos que se pueden generar dentro del desarrollo académico y profesional. Los alumnos deben investigar la historia de cada invitado para poder, dentro de la entrevista y del espacio que la cátedra les otorga, preguntar al invitado sobre ítems fundamentales dentro de su camino artístico para luego desarrollar informes que contengan los hechos que los hagan reflexionar sobre el trabajo en la vida profesional. También dentro del área que involucra el campo profesional sabemos que muchos alumnos se han logrado vincular con algunos invitados para poder profundizar áreas de conocimiento.

Este ciclo, que nació a fines del año 2003 concretándose con la firma del convenio de Cooperación Académica entre la Universidad de Palermo y el Complejo Teatral de Buenos Aires, lo hemos desarrollado pensando en acercar los grandes hacedores del espectáculo, atendiendo a toda la diversidad de los sujetos que lo componen, para que los alumnos puedan acercarse a pensamientos y reflexiones de artistas que han forjado su carrera con seriedad y profesionalismo. Hemos convocado y seguiremos convocando a prestigiosos artistas. De esa manera los alumnos pueden conocer a esos seres que hacen la historia del espectáculo. Así podemos decir que han

tenido, muchos de ellos, de haber podido conocer y disfrutar de la presencia de tanta gente del espectáculo a la que no es fácil acceder.

“Todos, absolutamente todos los invitados nos respondieron lo que deseábamos que los alumnos escucharan. Hablaron sobre el trabajo, el saber que lo que uno desea lo puede lograr, el no dejarse influenciar por los contratiempos del medio, y el no creerse nunca seres superiores. Pensar que se logra estar donde se está por mucho trabajo y convicción. Por el placer de llevar adelante una profesión que se ama con todo el corazón. Porque nada se da mágicamente. Todo trata sobre una permanente construcción. Esa pasión que pone todo aquel que vive de lo que ama.” (Producción del ciclo de entrevistas de Teatro y Espectáculos, 2007).

Continuar con este proyecto, año tras año, cuatrimestre tras cuatrimestre sin repetir nunca un invitado es un desafío constante de pre producción.

## Departamento de Eventos y Comunicación 2008

El texto de la presente memoria de las actividades del Departamento de Eventos y Comunicación 2008 fue elaborado por integrantes del mismo: Gabriela Bordoy, Sol Echevarría, Valeria Limonoff, Natalia González, Andrea Pontoriero, María Laura Rodríguez, Alcira Serna, Elisabet Taddei y Silvana Virgilio.

Los textos elaborados por Andrea Pontoriero, Alcira Serna y Elisabet Taddei se especifican oportunamente.

El Departamento de Extensión, Eventos y Comunicación se encarga de la organización de actividades relacionadas a las carreras de la Facultad de Diseño y Comunicación. Anualmente organiza jornadas, seminarios, *workshops*, espacios de muestras fotográficas y ciclos abiertos a la comunidad, libres y gratuitos.

Desde el área se produce una agenda semanal con las actividades realizadas por los distintos departamentos de la Facultad de Diseño y Comunicación. Esto genera un vínculo constante con las áreas las cuales informan sobre sus próximas actividades. Por este motivo es fundamental producir un vínculo fluido y una buena comunicación interna entre los departamentos, ya que a su vez de esta información depende el Departamento de Marketing el cual realiza la parte operativa de los mismos.

En los eventos los expositores completan una ficha con sus datos donde se les consulta por su interés en ser parte del cuerpo docente, esta información se le suministra al área de Desarrollo Docente.

Debido al gran crecimiento del área, actualmente está conformada por distintos gestores los cuales se encargan de disciplinas específicas, todas bajo una misma coordinación.

Entre las actividades que también realiza el departamento se pueden destacar las dirigidas a estudiantes de la Facultad, como las entregas de premios, Trabajos Reales para Clientes Reales, Diálogos con Profesionales. Y las abiertas a la comunidad, como los concursos, presencia en eventos externos, Cursos Living. Y la publicación de

notas tanto para la web, como para el periódico de la Facultad, y el envío del *newsletter*.

A su vez, bajo el nombre de campaña de fidelización, se mantiene el vínculo con los profesionales que participaron en eventos de la Facultad.

#### **Eventos nuevos**

El origen fue como respuesta a nuevas carreras y para captar nuevos profesionales que formen parte del cuerpo docente.

El objetivo es generar movimiento de gente nueva en la Facultad, promover nuevos contactos y difundir novedades en distintos ámbitos para los estudiantes de las carreras de la Facultad de Diseño y Comunicación UP.

Logrando una vinculación al campo profesional, desarrollar prácticamente los conceptos teóricos vistos en las aulas y actualizar los contenidos profesionales.

Dichos eventos son conferencias que responden a temáticas específicas con distintas modalidades: Jornadas, Seminarios, Observatorios Temáticos, Laboratorios, Ciclos.

Los logros significativos fueron: Lanzamiento del Fashion LAB, que mostró la producción de modas desde todas sus perspectivas de desarrollo. Seminario de Comunicación Interna, Jornadas de Entornos Digital, Cool Hunter, charlas de Search Marketing y la Fotogalería.

A futuro se desarrollará el Joyas LAB, laboratorio que sigue los lineamientos del Fashion LAB pero orientado a Joyas. Fotogalería con nuevos y jóvenes fotógrafos. Y la Feria de empresas, orientada a la vinculación profesional en diseño y comunicación.

#### **Eventos históricos**

El origen fue traer profesionales a la Facultad en las distintas disciplinas de enseñanza. Contar con la presencia de destacados profesionales en las áreas de Diseño y Comunicación, dar valor agregado a los contenidos académicos y captar nuevos mercados.

Con el objetivo de crear una vinculación al campo profesional, desarrollo práctico de los conceptos teóricos vistos en las aulas y difusión de la imagen de la Facultad.

Estos eventos consisten en conferencias que responden a una temática específica con distintas modalidades: Jornadas, Seminarios, Observatorios Temáticos, Laboratorios, Ciclos.

Los logros significativos fueron la organización con éxito de los distintos eventos y crecimiento en la cantidad de inscriptos.

A futuro se busca mantener los eventos para cada una de las disciplinas que se enseñan en la Facultad actualizando los contenidos y variando los exponentes.

#### **Concursos**

El origen fue la necesidad de las empresas de desarrollar estrategias que mejoren la cadena de valor de sus negocios y captación de nuevas ideas y talentos. A su vez generar réplicas en los medios por la producción realizada por los concursantes.

Se busca la vinculación con las empresas y captación de nuevos valores en el diseño.

El objetivo es la proyección institucional, latinoamericana y presencia en medios. Vinculación al campo pro-

fesional. Desarrollo práctico de los conceptos teóricos desarrollados en las aulas. Actualización de contenidos profesionales

El área realiza la coordinación y difusión de los concursos abiertos al alumnado y al público en general, en alguna disciplina del diseño o comunicación, con el apoyo de un sponsor que entrega los premios monetarios.

Los logros significativos del proyecto de este año fueron el Concurso Paolini (91 inscriptos) y el Concurso Stone (112 inscriptos).

A futuro se organizarán el Concurso Nube, sobre el incentivo en el diseño con tejidos y concurso Caibyn, orientado a la ropa de bebés y niños y el Concurso Puro Diseño: cortos.

#### **Trabajos reales para clientes reales - TRCR**

El origen fue la necesidad de captación de nuevas ideas y talentos. Con el objetivo de vincular al alumno con la demanda del mercado actual y a las empresas con los futuros profesionales.

Generar la vinculación al campo profesional y el desarrollo práctico de los conceptos teóricos vistos en las aulas.

El TRCR son concursos internos dentro del aula que responden a los requerimientos específicos de una empresa.

Los logros significativos del proyecto fueron la realización de presentaciones para las empresas Hong Kong FC, CGE Metropolitana y Paolini SAIC.

A futuro se implementarán nuevos TRCR y se sumarán nuevas iniciativas.

#### **Campaña de fidelización**

El origen fue crear lazos con los disertantes y empresas de los distintos eventos, crear un grado de identificación con la Universidad y reforzar la comunicación de los eventos en el ámbito profesional.

La necesidad que cubre es reconocer a los exponentes de los distintos eventos y fortalecer la relación establecida.

El desarrollo de líneas estratégicas de la Facultad son la proyección institucional, latinoamericana y la difusión de la Facultad en medios profesionales

Consiste en envíos de *e-mailing* a los expositores con un certificado que acredita la charla en la que participó, la reseña del periódico con la nota del evento, el envío del periódico de fin de año e invitaciones a eventos relacionadas a su área.

Los logros significativos del proyecto fueron la participación de conferencistas en los lanzamientos de libros y participación en el espacio Diálogos con Profesionales.

A futuro se planeará organizar un evento de reconocimiento a quienes apoyaron nuestras actividades, el lanzamiento de un libro de imágenes con los expositores más importantes que visitaron la Facultad y regalos a quienes facilitaron nuestras producciones (Teatro Regio, Complejo Teatral de Buenos Aires, etc.)

#### **Portal de noticias**

El origen es informar a la comunidad los eventos que se realizan en la Facultad y actividades y noticias vinculadas a los profesores y alumnos DyC. La información es dinámica y constantemente actualizada.

Con el objetivo de lograr una proyección institucional,

latinoamericana y la difusión de la Facultad en medios profesionales. Se publican reseñas de los eventos realizados por la Facultad y noticias trascendentes relacionadas a docentes y alumnos. Los logros significativos del proyecto es la realización de notas semanales que promueven la navegación de la página de la Facultad y la creación de un sentimiento de comunidad DyC. A futuro se planeará la realización de una versión del *newsletter* multimedia (foto, grabación e imágenes).

### Periódico

El origen es informar a los estudiantes de la Universidad los eventos que se realizan y realizaron en la Facultad de Diseño y Comunicación.

Con el objetivo de difundir las actividades realizadas por medios gráficos, con notas de contenidos académico y editorial, unificando el estilo editorial y dándole mayor desarrollo de contenidos, mayor cobertura periodística y un seguimiento de los lineamientos de la Facultad en la elaboración de notas.

Los logros significativos del proyecto fueron la formalización del área de redacción con la inclusión de dos personas de letras y periodismo.

A futuro se seguirá manteniendo el contenido de las notas y su cobertura.

### Cursos Living

El origen fue atender las necesidades de un nicho de mercado, tener presencia en un medio de diseño de interiores y en un periódico de tirada nacional, para así lograr abarcar nuevos nichos de mercado de alto poder adquisitivo. Logrando una proyección institucional y presencia en medios especializados

Los cursos consisten en 4 Módulos de 3 horas de distribución semanal durante 6 semanas, donde se inicia a los alumnos en el estudio del diseño de interiores. El Taller de Microproyecto consta de 12 clases de 3 horas por semana donde se aplican prácticamente los conceptos aprendidos.

Los logros significativos del proyecto fue el egreso de 77 alumnos del Curso Básico de Diseño de Interiores y 10 egresados del Taller de Microproyectos. La presencia en la revista Living mensual y en el Diario La Nación y en lanacion.com

A futuro se buscará mantener los cursos con módulos flexibles, los talleres de Microproyectos y abrir un seminario específico cada dos meses con el apoyo de la revista.

### Sponsorio académico

El origen fue incentivar la presencia de la Facultad en los eventos destacados de Diseño y Comunicación externos para generar difusión de la Facultad a un público externo, proyección institucional, presencia en eventos específicos y crear lazos con organizadores de eventos. Consiste en tener presencia en eventos sin auspicio monetario.

Los logros significativos del proyecto fueron Expotoons, PuroDiseño, MALBA, Noche de los museos y Día de la Historieta.

A futuro se evaluará la presencia en nuevos eventos para analizar las ventajas de auspicio.

### Entrega de premios

El origen fue reconocer a los estudiantes por sus trabajos finales, generar reconocimiento y crear sentimiento de pertenencia y comunicación con las familias y amigos de los estudiantes de la Facultad.

El reconocimiento consiste en eventos de entrega de diplomas y premios de *sponsors* para los alumnos.

Los logros significativos del proyecto fueron: 2437 diplomas realizados, 525 de Diseño, 199 de Fotografía, 318 de Cine y Video, 274 Presentaciones Profesionales, 433 Proyectos Jóvenes, 258 Eventos Jóvenes, 281 Nuevos Profesionales, 40 Ensayos sobre la Imagen, 77 Certificados Living, 32 asistentes académicos.

A futuro se buscará perfeccionar el circuito de información de los premios a los estudiantes para evitar problemas futuros. Generar una mejor comunicación entre las áreas encargadas de suministrar los nombres de los estudiantes premiados al Departamento de Eventos y contactar a nuevas empresas para la entrega de premios.

### Diálogo con profesionales

El origen fue la inclusión de la temática de desarrollo profesional para que el alumno a través del expositor conozca el mercado y su experiencia, acercando a los profesionales y su experiencia al aula. Buscando generar un enfoque en el contenido práctico de las materias y la difusión de la Facultad en medios profesionales

Los Diálogos con Profesionales consisten en visitas de profesionales al aula o de los alumnos a una empresa/institución de interés para la cátedra.

Los logros significativos del proyecto fueron la presencia de destacados profesionales y reconocidas empresas/instituciones. A futuro se busca lograr mayor cantidad de visitas de profesionales y empresas/instituciones.

### Lanzamiento de libros

El origen fue dado por la gran cantidad de material realizado por los alumnos con el objetivo de llegar al público en general.

La necesidad que cubre es mostrar a la sociedad y a los profesionales la capacidad de desarrollo del alumno. Generando una proyección institucional y latinoamericana y la presencia en medios.

Los libros son la recopilación de trabajos presentados por los alumnos con eje en Diseño y Producción de Moda, Fotografía, trabajos de Diseño.

Los logros significativos del proyecto fueron los lanzamientos de los libros Moda en Palermo, Miradas, Actas de Diseño número 6, los cuales tuvieron una gran repercusión en los diferentes medios y contaron con la presencia de destacados exponentes en la disciplina, como presentadores y/o visitantes.

A futuro se realizarán las presentaciones en lugares destacados con profesionales relacionados a la temática de la publicación.

Los siguientes textos correspondientes a Escena Creativa, Fragmento en escena (Teatro Regio) y Proyecto Escénico fueron elaborados por Andrea Pontoriero.

### Escena creativa

El origen fue desarrollar las carreras de Espectáculos y

armar una base de datos de profesionales e interesados en el área de Espectáculos.

El objetivo es acercar a profesionales de primera línea y de gran prestigio a la Facultad y relevar las necesidades del medio y las tendencias en el espectáculo para incorporarlas a las carreras.

Generar interés en profesionales en las nuevas carreras, lograr una imagen de la Facultad como un lugar de movimiento en el ambiente artístico, unir la marca UP a una de las instituciones más prestigiosas en el campo teatral, como es el Complejo Teatral de Buenos Aires.

Consiste en el relevamiento del campo para traer a aquellos profesionales que tienen una trayectoria indiscutida o a los nuevos que están surgiendo y que logran premios o un alto grado de exposición en los medios, la convocatoria a profesionales, la escritura de contenidos, promoción (Marketing y Mundo Teatral). La asistencia a los seminarios, incorporación de contenidos, reflexión y escritura sobre los mismos y la creación de vínculos con los expositores.

Los logros fueron la incorporación de los expositores a la estructura académica de la Facultad (Betty Gambarter, Norberto Laino, Carlos Palacios, Gustavo Schraier). También los asistentes se han transformado en alumnos de la carrera de Dirección (Andrea Marrazzi).

A futuro se continuará en la línea de lograr un lugar de prestigio en el medio a través del trabajo sobre contenidos brindados por profesionales de gran trayectoria.

### **Fragmentos en escena (Teatro Regio)**

El origen fue el convenio con el Complejo Teatral de Buenos Aires para mostrar las producciones de los estudiantes y enmarcar las asignaturas en el desarrollo profesional. Vincular las carreras con la práctica profesional, unir la marca UP a una de las instituciones más prestigiosas en el campo teatral darle visibilidad a la producción de los estudiantes y profesores.

Se busca comprometer a los profesores y los estudiantes en el desarrollo de sus producciones, realizar una práctica profesional de difícil acceso para los jóvenes realizadores, contener y enmarcar a los estudiantes para que logren llevar a cabo sus proyectos. Supervisando todas las instancias de producción, la coordinación de todos los participantes y lograr una buena comunicación del evento.

Los logros fueron la presencia de la Universidad en un Teatro oficial de gran prestigio, el aumento del nivel de producción de los estudiantes y docentes, la difusión del trabajo en las aulas entre posibles interesados (actores, familiares y amigos de los estudiantes que asisten a las funciones) y la asimilación de la idea de práctica escénica permanente a la forma de estudiar en la UP.

A futuro se intentará lograr una mayor interrelación entre los estudiantes de las distintas carreras y generar más compromiso de los estudiantes y profesores.

### **Proyecto escénico**

El origen fue las producciones de los estudiantes de 4to año de las carreras de Espectáculos.

Se busca realizar un soporte institucional a asignaturas que constituyen una carta de presentación de nuestros egresados y comunicar la forma de trabajo de la Facul-

tad de Diseño y Comunicación.

Consiste en conseguir un espacio para la realización del primer proyecto, funcionar como nexo entre los "productores" del hecho artístico y la Facultad y coordinar las distintas áreas involucradas: marketing, producción, eventos, docente y alumnos.

Los logros significativos del proyecto fueron marcar presencia de la Universidad en un Teatro oficial. Aumentar el nivel de producción de los estudiantes y los docentes. Lograr una difusión del trabajo en las aulas entre posibles interesados (actores, familiares y amigos de los estudiantes que asisten a las funciones) y asimilar la idea de práctica escénica permanente a la forma de estudiar en la UP.

A futuro se profundizará la línea en la que se trabaja.

Los siguientes textos correspondientes a 3 días de creatividad, Espectáculo Palermo, 5 días de teatro y espectáculos, Programas de becas de espectáculos y Coordinación de las carreras de Espectáculos fueron elaborados por Alcira Serna.

### **3 días de creatividad**

El origen fue la creación de las carreras de Creatividad publicitaria, Dirección de arte y Redactor publicitario. Se crearon para generar un diálogo directo entre los creativos en el medio publicitario y los alumnos, jóvenes e interesados en la Publicidad. Lograr una comunicación entre el medio publicitario, alumnos y posibles estudiantes y marcar presencia en el medio acompañando la vanguardia e innovación en el área.

3 días de creatividad son jornadas donde se aborda un eje o temática por día.

Profesionales de las distintas áreas de publicidad y agencias, debaten sobre temas actuales en creatividad, áreas, temas y tendencias. También se realizan *workshops* para acercar a los asistentes a la práctica profesional.

Los logros fueron el incremento de la matrícula en las carreras relacionadas, la difusión de las Jornadas en el medio publicitario y la comunidad en general, el desarrollo de nuevos contenidos, tendencias y reconocimiento de la actividad por parte de los asistentes y prestigio institucional.

A futuro se seguirán organizando buscando lograr un incremento de los asistentes y de los posibles alumnos de las carreras relacionadas al área.

### **Espectáculo Palermo**

El origen fue la sistematización de la producción de los alumnos, acercándolo al desarrollo profesional y así elevar la excelencia de la producción de los alumnos y la estandarización de la misma.

Se busca obtener una visión de los niveles de los alumnos a lo largo de toda la carrera, ya que muestra la producción de los alumnos de 1ero a 4to año.

Comparación de la producción por parte de los alumnos con sus pares, compañeros de cursada y de otros años. Elevar el nivel de las producciones y tener un rol activo con respecto a la realización y cuelgue de la muestra: desde la idea hasta su colgada.

Espectáculo Palermo consiste en realizar una exposición donde se vea la producción del área de Espectáculos y el

alumno cumpla un rol activo en todo el proceso. Que el docente realice un seguimiento donde el alumno logre vivenciar el proceso y reflexionar sobre su producción.

Se logró un entusiasmo desparejo pero en ascenso con respecto a la muestra interna y foro del 5 de diciembre de 2007. Se logró ver toda la producción de los alumnos y su estandarización de manera progresiva julio – octubre y un prestigio institucional.

A futuro se buscará un incremento del nivel de producción.

### 5 días de teatro y espectáculos

El origen fue el trabajo de las becarias del área de Espectáculo. Para consolidar el vínculo entre los profesionales del quehacer espectacular, los alumnos y la comunidad y tener un diálogo directo entre los artistas, los alumnos, jóvenes e interesados en el área de espectáculos.

Se busca lograr la comunicación entre el medio artístico, alumnos y posibles estudiantes y mantener la presencia en el medio acompañando la producción, vanguardia e innovación en el área.

5 días consisten en jornadas donde los profesionales de las distintas áreas del espectáculo y agencias debaten sobre distintos temas actuales, preocupaciones, medios de producción, estéticas, estilos, temas y tendencias. Se organiza una temática por día, donde los asistentes no sólo escuchan y participan de las charlas, sino también vivencian técnicas o asisten a breves espectáculos

Los logros significativos del proyecto fueron el incremento de los asistentes, la difusión de las Jornadas en el medio artístico y la comunidad en general, el desarrollo de nuevos contenidos y tendencias, el Reconocimiento de la actividad por parte de los asistentes y el prestigio institucional.

A futuro se continuarán realizando de las Jornadas, se buscará un incremento de los asistentes y de los alumnos de las carreras relacionadas al área.

### Programas de becas de espectáculos

El objetivo es el incremento del alumnado, el intercambio de saberes y tareas y por último el ejercicio de diversas prácticas profesional para el alumno/becario. Abriendo la carrera a alumnos que de otra forma no podrían acceder a esta formación, recibe a cambio la ejecución de tareas que la Facultad necesita, desarrolla la difusión y el conocimiento de la carrera (en los últimos tres años de la carrera de Dirección teatral) y genera un incremento de la matrícula.

Consiste en crear un espacio de intercambio entre los alumnos becarios que cursan la carrera de Dirección Teatral por un servicio para la Facultad por 15 horas semanales. Para los alumnos de la convocatoria 2005 se los coordina en sus actividades (5 días de Teatro y Espectáculo) Los logros significativos del proyecto fueron el incremento de la matrícula y mayor conocimiento en el medio de las carreras.

A futuro se busca continuar incrementado la matrícula y generar mayor conocimiento en el medio de las carreras.

### Coordinación de las carreras de Espectáculos

- Clases fuera de la Facultad: El origen fue la falta de un

espacio específico para el desarrollo de diversas materias. Se generó este espacio para que el alumno pueda realizar su práctica profesional en el ámbito adecuado y desde la formación específica que necesita. Y generar un diálogo y difusión en teatros de las carreras mediante el alquiler del espacio.

Allí se desarrollan las clases de Taller de dirección 1, Taller de dirección 2, Dirección 1, Dirección 2, Dirección 3, Dirección 4, Iluminación 2.

Los logros significativos del proyecto fueron la práctica profesional por parte de los alumnos y la mejora de su producción, sumado al prestigio institucional en circuitos teatrales.

A futuro se busca generar un espacio propio en la Facultad para el desarrollo de dichas clases para crear aún más prestigio en el medio y con los alumnos.

- Profesores: El origen fue las necesidades y propuestas de los docentes de Espectáculos para resolver de diversas situaciones áulicas. Poder orientar a los docentes y coordinar los contenidos y su transmisión a los alumnos. Logrando darle coherencia en el plan de estudio, contención a los docentes y resolución de posibles conflictos.

Los logros fueron un mejor clima de trabajo, que el docente sepa adónde acudir y se sienta acompañado. A futuro se continuará con el trabajo.

- Alumnos: El origen fue darle apoyo a las necesidades de los alumnos de Espectáculos, dándole resolución a diversas situaciones áulicas, respuestas, orientación y contención al alumno.

Los logros significativos del proyecto fueron que el alumno acude al sector correspondiente disminuyendo las quejas y se siente acompañado.

A futuro se continuará con el trabajo.

Los siguientes textos correspondientes a Rincón Gourmet, Búsqueda de espacios para eventos, Jornada Cool Hunter, Observatorio Temático: Diseño de interiores, Diseño de indumentaria, Organización de eventos, Diseño Industrial y Generación de nuevos contactos con empresas/marcas fueron elaborados por Elisabet Taddei.

### Rincón gourmet

Se realiza una vez al mes a partir de mayo. Se creó Rincón Gourmet como un espacio académico de vinculación, interacción, capacitación y actualización profesional.

El mismo está dirigido a los empresarios, emprendedores y profesionales de las áreas del eventos, diseño, negocios y todo lo nuevo en propuestas comerciales gourmet, quedando el acceso a este espacio reservado a profesionales del sector.

Las temáticas que se desarrollan en este ciclo van desde análisis de tendencias, propuestas de negocios del universo gourmet, productos *premium*, su comercialización, estrategias de branding, posicionamiento de productos de alta gama y delikatesen, entre otros. Esta actividad es libre y gratuita, requiere previa inscripción y envío de CV que acredite actividad relacionada al área específica.

Este programa se viene desarrollando exitosamente y permite fidelizar un público que es muy exigente y que busca lo nuevo, información y posibilidad de capacitación en temas muy específicos. Esto hace que estemos aten-

tos a las demandas de ese público y así vamos buscando nuevas temáticas e investigando cual es la tendencia en nichos muy específicos. De este modo vamos renovándonos con los temas y la manera de presentarlos, siempre se deja un espacio para la interacción con una degustación que genera el clima ideal para el feedback de los asistentes y así ver que se necesita mejorar e implantar.

En cada actividad se trabaja en conjunto con el Departamento de Marketing, quienes garantizan una mejor convocatoria y prolija acreditación de cada evento, armando las bases de datos con el perfil del público para cada actividad. Además se ocupan de lo referente a distribución del espacio y condiciones técnicas indispensables disponibles en cantidad y calidad.

### **Búsqueda de espacios para eventos**

Se realiza esta búsqueda para la presentación de nuevas carreras, de libros, Actas, entre otros.

En primer lugar, dependiendo de las características del evento y de lo que deseamos transmitir, se ve cuáles son los espacios indicados. En el abanico de posibilidades se busca generar acuerdos/canjes que sean beneficiosos para ambas partes. De esta manera se logra presencia en lugares como el Alvear Palace Hotel, Malba, Espacio Telefónica, entre otros. Al mismo tiempo, en cada caso se piensa el perfil de invitados especiales para formar la mesa de referentes que siempre precede al festejo en sí mismo. Se los invita y se ve junto al profesional cuál será su charla. Para esto se busca entre los profesionales que son referentes en la disciplina en cuestión. En algunos casos son vínculos que ya tenemos y en otros son nuevos contactos que hay que establecer. Esto último resulta muy interesante a que amplia nuestra base de posibles nuevos docentes o profesionales para ofrecer charlas dentro de alguna actividad específica.

### **Jornada Cool Hunter**

Hace dos años se realizó por primera vez, la experiencia fue exitosa y se continuó implementando. El objetivo de la misma es analizar la situación actual sobre la investigación de tendencias e innovación en los campos concernientes al diseño y las comunicaciones. Se abordan los campos del diseño de indumentaria y la idea es continuar en el mismo sentido con los campos de los otros diseños.

A partir de esta jornada nos vinculamos con un grupo de jóvenes que tienen su emprendimiento llamado Cool Hunter y con ellos se planeó una nueva jornada llamada Tendencias, que está más abocada a mostrar lo que se viene en materia de Diseño de indumentaria. Se convoca a reconocidos diseñadores que ofrecen una mirada amplia sobre cómo iniciarse en un negocio de esas características, cómo posicionarse, qué hacer para vender su producción al exterior, el paso de la feria al negocio a la calle, etcétera. De esta manera se va armando una nutrida red de contactos que permiten estar más y mejor informados para realizar propuestas temáticas y armar actividades más ajustadas a lo que los estudiantes y el público en general desea encontrar.

### **Observatorio Temático: Diseño de interiores, Diseño de indumentaria, Organización de eventos, Diseño Industrial**

En cada caso todos los años se va observando lo que pasa en el mercado y así generar una propuesta temática que cautive, que sea convocante. También se escucha lo que los alumnos quieren y lo que los docentes sugieren.

Los Observatorios Temáticos son eventos parecidos a las jornadas pero de medio día y con un solo tema fuerte a desarrollar en detalle. Los temas van cambiando e intentamos ser creativos con el enfoque y mostrar lo nuevo en materia de diseño y comunicación.

### **Generación de nuevos contactos con empresas/marcas**

El objetivo es convocarlos a participar en el Encuentro Latinoamericano. En este caso se realiza una búsqueda de empresas que asistan en el área de alimentos y bebidas para la sala VIP, en el desayuno con profesionales y el vino de honor. Siempre se intenta fidelizar los vínculos que ya establecimos con anterioridad y en muchos casos a partir de este conocimiento surgen nuevas actividades, ya sea charlas dentro de una jornada, seminarios o participación de la marca por medio de sus productos en el marco de un Rincón Gourmet.

A partir del desarrollo del Ciclo Agenda Global se establecieron numerosas y fructíferas relaciones con las Embajadas a lo que se suma toda la relación que también fue alimentando el Encuentro Latinoamericano, esto sirvió para hoy contar con el prestigioso espacio que nos brindan las Embajadas para las presentaciones de libros de Actas, resultado de un trabajo que se viene realizando desde hace mucho tiempo.

También se realizan contactos con empresas para que sean sponsors en las entregas de premios que realiza la Facultad a los estudiantes.

## **Departamento de Planificación Académica**

### **Marcelo Fernández Rey**

La planificación de los cursos y las materias que componen la estructura académica de la facultad es, sin dudas, uno de los puntos neurálgicos de la organización. Ante una incesante demanda es fundamental poder responder de la manera más eficiente, y si nos referimos a la planificación de cursos a la Facultad de Diseño y Comunicación es una tarea bastante compleja. Es aquí donde entra en escena el área de Planificación Académica.

El área de Planificación Académica es la encargada de organizar el dictado de clases regulares de toda la facultad. Es el área a través de la cual se determina el quién, qué, dónde y cuándo del dictado de las asignaturas:

- **Quién:** se refiere al docente que dicta los diferentes cursos y materias que componen la planificación académica de la facultad.
- **Qué:** referido a qué materia o curso son dictados por los docentes.
- **Dónde:** se refiere al lugar o sede donde es dictada la clase.
- **Cuándo:** día y turno en el que se dicta la materia o curso referido.