

guna duda irán generándose nuevos proyectos. Pero hay algunos objetivos cumplidos que vale la pena destacar:

- Conformación de un equipo de trabajo con los integrantes del Equipo de Gestión Académica.
- Diseño de la metodología de trabajo, y procedimientos de la misma.
- Implementación de las diferentes líneas de trabajo con los docentes.
- Difusión del Programa a partir de los docentes entrevistados.

A nivel cuantitativo las acciones se ordenan de la siguiente manera: Total de profesores entrevistados: 65; Entrevistas acordadas en la semana próxima: 7; Profesores citados que aún no han respondido a la misma: 15. Profesores entrevistados por Proyectos: Por irregularidades: 23 (Se logró bajar de 41 irregularidades en el mes de septiembre a 3 durante el mes de noviembre); por producción de los alumnos: 5; por devolución de encuestas: 36 y por casos académicos: 1.

A modo de conclusión resalto lo interesante de poder pensar un Programa, la dinámica operativa del mismo, y las dudas y aciertos de su implementación.

El trabajo fuerte será durante el próximo ciclo lectivo, pero se han sentado las bases del trabajo en equipo y de la articulación con los demás proyectos y responsables de Gestión Académica.

Se comenzó a difundir la labor entre los docentes convocados, con una muy buena respuesta de parte de todos. Se valorizó el espacio de intercambio y escucha. Se pudieron hacer señalamiento y sugerencias, tanto como reconocer las buenas prácticas.

Lo no dicho confunde, se presta a malos entendidos y aísla, por el contrario la comunicación construye puentes, desmitifica, consolida vínculos y permite acuerdos.

Programa ColegiosDC

Vanessa Schwarzbach

El Programa ColegiosDC es el vínculo con instituciones educativas, autoridades académicas y profesionales de orientación vocacional que se desempeñan en el nivel medio.

A principios de marzo de 2008 comenzó el Programa ColegiosDC de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. El objetivo es fidelizar, afianzar y comunicar las acciones y propuesta académica de la Facultad entre los directivos, profesores y orientadores de nivel medio que, en definitiva, son los referentes del estudiante al momento de orientar en la elección de su vocación como así también en guiarlos en la selección de la casa de altos estudios que elegirán para cursar su carrera de grado.

Para el logro del objetivo inicial se delinearon principalmente tres acciones: el envío postal de publicaciones académicas que muestran los logros de sus ex alumnos en la UP, la realización de eventos exclusivos para colegios en conjunto con editoriales y consultoras educativas y jornadas de orientación universitaria para alumnos de quinto año.

Descripción de cada una de las acciones:

- Envío de Periódico DC y Publicaciones: La decisión de enviar el periódico y las publicaciones surge por la diversidad de material editorial de la Facultad, del enriquecedor contenido que despliega y fundamentalmente por informar las acciones, menciones y premios logrados por nuestros alumnos.

De esta manera, el directivo del colegio secundario recibe publicaciones que le permiten conocer la producción de un ex alumno y simultáneamente puede tener una amplia visión de las acciones y propuestas de la Facultad fortaleciendo nuestro posicionamiento.

El proceso de trabajo para cada uno de los de los casos es el siguiente:

El primer paso consiste en solicitar al alumno el nombre del colegio secundario del que egresó para luego poder comunicarnos telefónicamente con el rector o director del secundario y solicitarle autorización para enviarle el periódico o publicación en donde se resalta el trabajo del estudiante. Las misivas van acompañadas por una carta personalizada del Decano de la Facultad de Diseño y Comunicación.

Pasado cierto período de tiempo se contacta vía *e-mail* al directivo/orientador vocacional para confirmar la recepción del material.

Los colegios no dudan en mostrar su gratitud, en ocasiones no llamados telefónicos, cartas o con *e-mails*. Tal es el caso del colegio Master College que textualmente expresó “Mi agradecimiento y mis felicitaciones por esta iniciativa, que nos permite a los colegios disfrutar de los logros de nuestros ex alumnos”

La satisfacción del colegio en algunos casos se materializa enviando un *e-mail* a todos los padres de sus estudiantes o replicando la buena noticia arribada de UP en sus newsletters.

El material enviado a los colegios en el transcurso de 2008 ha sido: Premio Estímulo 2007 (Periódico diciembre 2007), Libro Imágenes 2006, Premio Banco Río, Concursos de julio 2007, diciembre 2007 y julio 2008 (Periódico de mayo, junio, julio, agosto, septiembre, octubre y noviembre), Ganadores de “Eventos Jóvenes”, Cuadernillo 15 y Cuadernillo 16 “Creación y Producción en Diseño y Comunicación” y el Cuadernillo 46 “Escritos en la Facultad”.

- Jornadas de Orientación para estudiantes: La Facultad realiza las Jornada de Orientación Universitaria para estudiantes del último año del secundario.

Una vez que el colegio manifiesta su interés en participar se le solicita el listado de alumnos y carreras de interés para luego planificar la actividad.

Definido el día, los estudiantes son recibidos en la sala de reuniones Facultad donde se les entrega folletería y publicaciones de la Unidad Académica junto con material exclusivo de la carrera en la que están interesados. Luego un profesional responsable del área de interés comparte una charla informativa sobre la carrera y los hace partícipe de la propuesta académica “Otra Forma de Estudiar”.

La visita culmina con un recorrido por las instalaciones y talleres de la Facultad. Al cierre de la actividad se le entrega a cada uno de los asistentes un certificado de participación.

Los colegios que nos han visitado son: Colegio Ward, Instituto Victoria Ocampo, Instituto Corazón de María y St. Mary of the Hills School.

- Participación en eventos: El Programa ColegiosDC participa en los eventos organizados por editoriales y consultoras de capacitación docente lo que nos permite un acercamiento directo y personal a los profesionales de nivel medio.

Para aproximar a los docentes al Programa se han diseñado folletos en los cuales se describe brevemente el objetivo del mismo y se le brinda al interesado un espacio para completar sus datos y así poder recibir las propuestas y actividades de la Facultad.

- Vínculo con Orientadores Vocacionales: A partir del contacto telefónico y el acceso a diversos centros de Orientación Vocacional se ha logrado el contacto con profesionales del área que se les informan que pueden acceder de manera directa al contacto del Programa ColegiosDC para realizar consultas, orientar a los jóvenes en proceso de elección vocacional, solicitar folletería y material para trabajar en sus consultorios

Siguiendo con este orden para el 2009 nos proponemos:

- Continuar con los proyectos mencionados y descriptos anteriormente puesto que los mismos permiten un acceso directo a los colegios y profesionales del área.
- Continuar con la organización de las jornadas para alumnos de nivel medio.
- Participar en eventos de capacitación para directivos y docentes de nivel medio.
- Invitar a los desayunos de centro de documentación a bibliotecarios de los colegios contactados.
- Realizar desayunos de “Nuevas tendencias en Diseño y Comunicación en el marco pedagógico de “Otra Forma de Estudiar” con el objetivo de invitar a directivos y orientadores vocacionales para dar a conocer las nuevas carreras, ámbitos profesionales y marco académico de la Facultad de Diseño y Comunicación.
- Participar y reconocer a los colegios de nivel medio en la entrega de “Premio Estimulo” considerando que al ser alumnos de 1er año de Facultad el estudiante aún mantiene un estrecho lazo con el colegio del que ha egresado.
- En el marco del programa de orientación a estudiantes en un colegio de la Ciudad de Buenos Aires se dictarán doce clases a cargo de un profesor de la Facultad con la modalidad de estudio y evaluación de la Facultad de Diseño y Comunicación.
- Generar un concurso para la categoría de alumnos de colegios de nivel medio que les permita a los estudiantes acercarse a la propuesta académica de la Facultad y difundir así su propuesta.

Como resultados podemos decir que en el marco del Programa ColegiosDC se contactó a 386 estudiantes, 273 colegios de nivel medio de la Argentina, 90 orientadores vocacionales, se enviaron 224 cartas adjuntando el periódico y publicaciones, 52 estudiantes compartieron la Jornada de Orientación y se participó de 11 eventos. El Programa ColegiosDC ha transitado en este 2008 su primer año de acciones que posibilitaron un vínculo personalizado y sostenido con orientadores y directivos.

Es el desafío de quienes comparten dicha propuesta, generar proyectos innovadores y de interés con el objetivo de afianzar, fidelizar y comunicar nuestras acciones y la propuesta académica de la Facultad.

Encuentro Latinoamericano de Diseño. Un año en 4 días

Violeta Szeps

El Encuentro Latinoamericano de Diseño es un evento libre y gratuito de contenidos de diseño y disciplinas relacionadas que reúne más de 4500 personas de 15 países de América Latina que participan de sus más de 350 talleres, conferencias y concursos.

La Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo organiza Diseño en Palermo 2009, la cuarta edición del Encuentro Latinoamericano de Diseño, destinado a crear un espacio para la formación, la vinculación y el intercambio de experiencias entre profesionales, académicos, estudiantes y empresas.

El Encuentro Latinoamericano de Diseño no es sólo un evento anual que reúne más de 4500 profesionales, académicos y estudiantes de toda América Latina. Es un evento que funciona como eje de una estructura satélite que lo rodea.

A medida que avanzan las ediciones de Diseño en Palermo se complejiza su estructura, su organización y los actores involucrados en las mismas. Cada año, los objetivos son distintos pero basados en los mismos conceptos de superación en la calidad y simplificación en los procesos.

Procesos y tiempos

Hay distintas facetas que se siguen de cerca en el día a día del trabajo hacia el Encuentro de cada año: el aprovechamiento al máximo de las habilidades de cada uno de los integrantes del equipo de trabajo y el seguimiento obsesivo sobre el manejo de los tiempos del calendario. Este último es uno de los pilares del éxito de este evento ya que cada subproyecto dentro del Encuentro tiene su fecha de comienzo, su desarrollo y su fecha de cierre. Es fundamental respetar estos tiempos, sirven para organizarse internamente, para que el público tenga claras las etapas de su participación en el Encuentro y principalmente para organizar la comunicación del mismo.

Una de las claves para poder economizar al máximo los tiempos de trabajo radicó año tras año en la estandarización de los procesos, administrador *online*.

Comunicación

El Encuentro auto genera y sustenta sus canales de comunicación y las piezas que en ellos se transmiten.

La comunicación principal entre el Encuentro y su público es a través de Internet. El sitio web del evento está en permanente actualización y sirve, no solo como medio de comunicación sino también como canal a través del cual inscribirse en el evento y en diversas convocatorias vigentes durante el año.

Además de la página web, -que cuenta también con una