

YO SOY EFI. Llamado de Auto-Identificación como Espacios de Formación Integral (EFI) 2017.

Se convoca a todos los equipos docentes de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Udelar (FADU), a presentar propuestas de Espacios de Formación Integral a desarrollarse durante 2017.

Definición:

“Los EFI son ámbitos para la promoción de prácticas integrales en la Universidad, favoreciendo la articulación de enseñanza, extensión e investigación en el proceso formativo de los estudiantes, promoviendo el pensamiento crítico y propositivo, y la autonomía de los sujetos involucrados. Las prácticas integrales promueven la iniciación al trabajo en grupo desde una perspectiva interdisciplinaria, donde se puedan vincular distintos servicios y áreas del conocimiento, reunidos por una misma temática, un territorio o problema.

De este modo, los EFI son dispositivos flexibles, que se conforman a partir de múltiples experiencias educativas en diálogo con la sociedad -prácticas, cursos, talleres, pasantías, proyectos de extensión y/o investigación- asumiendo diferentes formas de reconocimiento curricular según las características de cada servicio.”¹

Los EFI podrán ser de iniciación (sensibilización) o profundización. Los de **iniciación** constituyen una primera aproximación por parte de los estudiantes a territorios, programas, proyectos o actividades profesionales que descentren el proceso de aprendizaje del espacio del aula. Los de **profundización** son aquellas prácticas que se desarrollan a partir de una experiencia previa (investigación, extensión, enseñanza, actividades en el medio, EFIs anteriores)

Criterios:

- La integración de funciones universitarias constituye un criterio excluyente para la aplicación al presente llamado.
- Todas las propuestas deberán involucrar estudiantes de FADU de alguna manera.

De acuerdo a esto, se establecen los siguientes aspectos a valorar (no excluyentes):

- incorporación de abordajes interdisciplinarios,
- articulación con otros espacios universitarios (programas plataforma, servicios, unidades, cátedras, etc.).
- articulación con actores sociales,

Objetivo:

El llamado pretende, a partir de la identificación de los Espacios de Formación Integral desarrollados desde la FADU, orientar los esfuerzos para apoyar el desarrollo, difusión y promoción de los mismos. El Servicio de Investigación y Extensión (SIE) promoverá la articulación con otros espacios universitarios, tanto de FADU como a nivel central, profundizando la integralidad.

Apoyo: La Comisión de Extensión evaluará las propuestas presentadas y las solicitudes de apoyo económico, siendo posible la financiación total o parcial de las mismas.

Mecanismo de postulación y plazos:

Los equipos docentes podrán postular al presente llamado, completando el formulario adjunto y enviándolo por mail a sie@fadu.edu.uy hasta el **20 de marzo 2017**.

Consultas: sie@fadu.edu.uy

1 Universidad de la República, Rectorado (2010) Fascículo 10. Hacia la Reforma Universitaria. La extensión en la renovación de la enseñanza: Espacios de Formación Integral. Montevideo. Mas información: www.extension.edu.uy/publicaciones/documentos

Caracterización de la propuesta del EFI

1. Datos de la propuesta.

Nombre del EFI: Unidades Económicas Vulnerables
Tipo: Profundización
Ubicación geográfica: Montevideo – localidades y barrios variables en función de los emprendedores que se inscriban a través de la Unidad Mypes.
Resumen (250 palabras): El Seminario Interdisciplinario de Producto de la Licenciatura en Diseño de Comunicación Visual, reúne a estudiantes de la carrera, docentes de otras disciplinas, profesionales y pequeños productores que por distintas razones -pueden considerarse- se encuentran en situación de vulnerabilidad. El objetivo es generar en conjunto una estrategia de diseño de comunicación visual en 6 jornadas de trabajo, que dismantelen el consenso creado acerca de la “inevitabilidad” de la situación económica actual. Al tiempo que desde la órbita del estudiante pone en crisis el discurso hegemónico, aumentando la capacidad de crítica. Permite valorar el intercambio, poder opinar, entender un contexto más amplio y escuchar otra realidad. Además nos hace entendernos como consumidores y replantearnos decisiones que damos por “naturales”. El Seminario genera un sistema de trabajo horizontal entre estudiantes y productores, basado en el co-diseño con un perfil transdisciplinar y propone una experiencia de educación no-formal permitiendo a los emprendedores nuevas aproximaciones a la educación universitaria a partir de la construcción de nuevos trayectos, desde prácticas que incluyen otras posibilidades.
Palabras Clave (hasta 3): Diseño de comunicación estratégico; emprendimientos productivos; educación no formal.
Antecedentes: La Licenciatura de Diseño en Comunicación Visual (LDCV) se ha vinculado desde 2013 con la Coordinadora Nacional de Economía Solidaria (CNES) a través del Seminario Interdisciplinario de Producto (SIP). Desde el ámbito académico y a través de trabajos en aula, la asignatura ha explorado distintos aspectos de la Economía Social y Solidaria (ESS) como uno de los referentes que reúne a Unidades Económicas Vulnerables, en 2015 incursionó en la experiencia de invitar a 3 emprendedores de ESS a participar del seminario, 2016 y a través de la Unidad Mypes de la Intendencia de Montevideo se aumentó a 10 la lista de participantes en una modalidad de trabajo horizontal y co-diseño. Trabajando en 11 equipos y proporcionando a los emprendedores invitados un seminario-taller denominado Estrategias de Comunicación y Comercialización de Productos realizado los días sábados de 9:00 a 12:30 y de 13:30 a 16:00 horas del 17 de setiembre al sábado 19 de noviembre inclusive. Al finalizar el seminario se les entregó a los emprendedores un certificado de asistencia y la carpeta con el trabajo realizado por su equipo correspondiente. Comenzando así una experiencia de educación no-formal permitiendo a los emprendedores nuevas aproximaciones a la educación universitaria a partir de la construcción de nuevos trayectos, desde prácticas que incluyen otras posibilidades, provocando intercambios interpersonales entre los emprendedores y los estudiantes y docentes.
Objetivos: Analizar en profundidad las características proyectuales implicadas en un trabajo de extensión para la comercialización de servicios y productos, especialmente aquellos relativos a espacios efímeros, espacios virtuales y puntos de venta de terceros. Aplicar y familiarizarse con las distintas metodologías estructuradas para la realización de un proyecto. Articulando los distintos enfoques metodológicos trabajados por los invitados en la generación de un único proyecto. Manejar conceptos referentes a instalaciones comerciales, integrando aspectos programáticos, de una imagen visual y comercial, en espacios efímeros.

Planificar estrategias de comunicación que fortalezcan a unidades económicas vulnerables, particularmente en la visibilidad de sus productos y servicios y en la comunicación de la participación en ferias como espacios de comercialización.

Entender del ecosistema de medios digitales y el nuevo paradigma de comunicación asociado de cara a su inclusión en una estrategia de comunicación amplia

Concebir el rol y la responsabilidad del diseñador de comunicación visual en proyectos que favorezcan el incentivo y el fortalecimiento de estructuras económicas vulnerables a partir de un poseso de co-diseño.

Desarrollar metodologías proyectuales desde el Co-diseño y profundizar la capacidad para trabajar en equipo, siendo partícipe de la diversidad de procesos de trabajo, desde los cuales, pensar y compartir diferentes posiciones, considerando varias alternativas.

Generar una postura crítica y reflexiva en la construcción de la figura profesional, comprometida con la realidad socio-cultural en la que se encuentra inmersa.

Proporcionar experiencias de formación a personas que -por distintas razones- no se han vinculado con la Universidad siendo en algún momento de su formación excluidos del sistema educativo formal.

Descripción de actividades. Caracterización general, ¿Qué actividades realizan?, ¿Que modalidades de participación se plantean?, tipos de actividad, modalidad pedagógica, roles esperados, entre otros.

-A través de la modalidad Taller en equipos integrados por emprendedores y estudiantes se realizarán distintas actividades cuyo objetivo será acercar los contenidos de cada fase del seminario (descritos a continuación en el cronograma) a los casos particulares de cada emprendedor.

-Las experiencias y los resultados serán registrados en una bitácora del seminario y las herramientas empleadas formarán parte de la carpeta técnica a entregar a cada emprendedor una vez finalizada la experiencia.

Equipo Docente: el seminario cuenta con recursos para invitar a docentes de otros servicios y a profesionales que sin ser docentes universitarios aporten significativamente al taller. Los invitados son elegidos en cada ocasión. Hasta ahora hemos vinculado a la Unidad de Estudios Cooperativos – Servicio Central de Extensión y Actividades en el Medio de la Universidad de la República, docentes de otras disciplinas de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo así como Facultad de Información y Comunicación y a profesionales que sin ser docentes participan como asesores en diferentes temáticas.

Población: La convocatoria a productores se realiza a través de distintas instituciones que trabajan en el medio. Hasta el momento los vínculos fueron generados con la coordinadora de la Economía Social y Solidaria y con la Unidad Pymes de la Intendencia de Montevideo. En el 2016 participaron de esta manera 10 productores, se espera para el 2017 aumentar a 20 el número de participantes para lo cual se pretende generar vínculos con otras organizaciones que nucleen productores vulnerables, como Procoop de Inacoop.

Modalidades de Evaluación previstos. (¿cuales?)

Los estudiantes reglamentados al seminario deberán entregar las siguientes piezas las cuales serán evaluadas por el equipo docente:

-Bitácora del Seminario: registros fotográfico de los distintos procesos, análisis y conclusiones del desarrollo etapa por etapa. Los procesos desarrollados en el Seminario deberán ser registrados fotográficamente, generando una bitácora junto con los esquemas, collages, diagramas y cualquier otro insumo construido en clase.

-Estrategia de comunicación que refuerce los objetivos del comitente

-Diseño de las piezas necesarias para entender la estrategia desarrollada, criterios de aplicación, ejemplos en variedad de soportes y materiales.

A los emprendedores participantes del seminario, se les hará un seguimiento de la asistencia al curso y si cumple con un 75% de asistencia se le entregará un certificado.

Resultados esperados y proyecciones a futuro / Cronograma de ejecución

-Como ya mencionáramos este proyecto surge de las experiencias acumuladas por el Seminario Interdisciplinario de Producto en el período comprendido entre el 2012 y el 2016, sin embargo pretende convertirse formalmente en una línea de trabajo a partir del resultado arrojado por la elaboración de diagnósticos e informes elaborados a través de esta experiencia que permitan trazar las características de las Unidades Económicas Vulnerables de cara al desarrollo de estrategias específicas de Diseño en Comunicación Visual.

-Fortalecer los vínculos con Inacoop y la Intendencia de Montevideo

-Comenzar a trabar un plan de Educación no-formal para adultos que no han tenido la posibilidad de contar con educación universitaria.

-Generar junto con FIC audiovisuales Testimoniales, que transmitan los valores de ESS desde la experiencia de los propios productores.

Cronograma de ejecución

Módulo 01 Estrategia de Comunicación (dos jornadas)

Fase 1- Desarrollo de Brief

Fase 2- Estrategias de comunicación

Qué comunicar

A quiénes

Con qué objetivo

Por que medios

Con qué recursos

Módulo 02 Instalaciones Comerciales (1 jornadas)

Se plantea proyectar propuestas de instalaciones comerciales y equipamientos para los productos.

Fase 1 Investigación previa y propuesta programática.

Productos comercializados, su proyecto, su producción, su venta y su consumo. Presentación del resultado del ADN de la marca

Fase 2 Manual de Marca

Incluye recaudos gráficos y escritos para las instalaciones comerciales.

Fase 3 Instalación

Diseño, montaje y presentación de una instalación efímera pensada para la exhibición y venta de productos y servicios incluyendo materiales, colores, texturas y gráfica.

Módulo 03 Estrategia de Comunicación Digital (dos jornadas)

Fase 1. Síntesis de fundamentos y conceptos claves:

Nuevo paradigma de la comunicación –I, We, They–.

Fase 2. Presentación del ecosistema de medios digitales:

Medios propios, medios pagos medios ganados.

Sistemas de presencia online –del sitio web a las redes sociales–.

Fase 3. PRÁCTICO: Orientación para crear un Plan de Social Media Marketing (SMM)

1. Análisis de la empresa y su competencia.
2. Fijación de objetivos para Social Media.
3. Definición de estrategias y acciones a realizar
4. Inclusión de métricas para medir los resultados (KPIs)
5. Creación de un calendario editorial "mes tipo"

Módulo 04 (una Jornada)

Presentación final de cada equipo

La Metodología es trabajo de Taller, en equipos con elaboración del tipo laboratorio-creativo.

Financiamiento: ¿Que tipo de financiamiento tiene? (Udelar, CSEAM, FADU, etc). Especifique.

Apoyo solicitado: (Describa que apoyo solicita, en cuanto a recursos, materiales, apoyo logístico, traslados, horas docentes, apoyo en las gestiones, etc.)	Sueldos	Gastos	Otros
Apoyo para la divulgación del trabajo realizado, desde participación en congresos hasta publicación del material recopilado.		\$36,00	
Horas docentes, para continuar con el trabajo de coordinación inter-institucional y para diseñar el material de la publicación	Extensión horaria de 12 a 16h para G2 durante 3meses Extensión horaria de 16 a 20h para G3 durante 2meses		

Articulación de funciones (250 palabras): ¿Qué tipo de articulación de funciones se prevé desarrollar? (Enseñanza – Investigación - Extensión). Explique cómo.

Enseñanza – Investigación – Extensión:

El objetivo de generar una actitud crítica y reflexiva en profesionales comprometidos con la realidad sociocultural en la que se encuentran inmersos, se vuelve más asequible al vincular la investigación y la teoría en el estudio de casos reales. La Extensión desde el aula admite abordar experiencias concretas de intervención, permite el aporte de soluciones y diagnósticos específicos, la transferencia y capacitación de conocimientos concretos. La Investigación nos brinda el relevo de situaciones de contexto e historicidad, trabajar en programas de necesidades, el registro y análisis de atributos identitarios y discursivos y el estudio de condiciones de producción por fuera de la idealización o la tranquilidad aportada por la simulación. La vinculación de estas dos dimensiones habilitan a una educación donde se trabaja en soluciones proyectuales integrales, a construir conocimiento colectivo, a generar experiencias de formación interdisciplinarias y por supuesto, colaboran con el desarrollo de metodologías de investigación y de proyecto. Pero a su vez, desde un punto de vista pedagógico, la formación se enriquece, resultando más estimulante ya que permite evidenciar los objetivos del curso, ayuda a visualizar las diferencias que surgen entre el método de trabajo y su aplicación y admite desarrollar habilidades interpersonales y de relacionamiento más amplias. Es así que concebimos a SIP como una unidad curricular que trabaja tanto en la extensión, enseñanza e investigación abordando Problemas de vulnerabilidad de Unidades Económicas productivas desde el Diseño de Comunicación Visual.

Articulación y abordajes disciplinarios:	No	Si	¿Cuál/es?
¿El EFI se realiza con otros servicios universitarios (Facultades, Institutos, etc.)?		x	-Facultad de Información y Comunicación -Unidad de Estudios Cooperativos – Servicio Central de Extensión y Actividades en el Medio de la Universidad de la República
¿Involucra otras disciplinas?		x	Taller de Publicidad FIC Área tecnológica LDCV
¿Tiene vínculo con algún Programa Plataforma (APEX, PIM)?	x		

2. Reconocimiento curricular

Reconocimiento curricular:	No	Si	¿Cuál/es?
¿El EFI tiene reconocimiento curricular?		x	SIP
¿Tiene créditos?		x	Los correspondientes a SIP

3. Participantes

Cuadro resumen del total de participantes universitarios:			
Carrera / Curso	Docentes	Estudiantes	Egresados
LDCV / SIP	Beatriz Leibner María Emil Saldaña	Los inscriptos al seminario*	

En función a los estudiantes que pueden cursar la unidad curricular en 2017

Integrantes del equipo universitario que llevará adelante la propuesta					
Nombre y Apellidos	CI	Teléfono	Correo electrónico	Servicio/Área	Rol (grado docente, estudiante, egresado)
Beatriz Leibner				Área Proyectual LDCV	G3
María Emil Saldaña				Área Proyectual LDCV	C!

Alejandro Barreiro				FIC	G3
Jessica Berón	-			Área tecnológica LDCV	
Cecilia Basaldua				7 rofesor asistente (G2) Área proyectual / Taller Transversal de Diseño	
Milton Torrelli		-		Unidad de Estudios Cooperativos – Servicio Central de Extensión y Actividades en el Medio de la Universidad de la República	

Articulación con actores no universitarios:	No	Si	Tipo (gubernamental, no gubernamental, colectivo, etc.)
Laura Nuñez		x	Dupla, consultoría en comunicación
María Laura Rocco		x	Dupla, consultoría en comunicación

Referentes no universitarios:			
Nombre y Apellidos	Teléfono	Correo electrónico	Institución/ Organización
T.A. Virginia Larrosa	Tel.: s		Área Formación Empresarial Unidad Mypes - Intendencia de Montevideo
Camila Falkin	-		Área Promoción y Formación Cooperativa INACOOP

Observaciones: se adjunta carta de la Unidad Mypes - Intendencia de Montevideo, donde expresan su satisfacción frente a la experiencia realizada en 2016 y sus intenciones de repetir la experiencia en 2017

“En el marco del Programa ABC, participan en el taller 10 microemprendedores vinculados a empresas formalmente inscriptas, con actividad comercial vinculada a los sectores artesanías, servicios y comercio en general.

Al finalizar el proceso, la Unidad Mypes comienza a recibir por parte de los emprendedores participantes palabras de elogio respecto al taller, demostrando un alto nivel de satisfacción. En tal sentido, se valora el trabajo de docentes y alumnos enfocados a la situación de cada emprendimiento buscando diversas alternativas de acción adecuadas a cada realidad y novedosas para su entorno.

Cabe destacar que este trabajo se materializa con la entrega al emprendedor de una carpeta de excelente calidad técnica, con contenidos como planificación estratégica, manual de marca y uso de medios digitales para comunicación de la idea empresarial, entre otros.”

“Se deja constancia por la presente, nuestro firme interés en participar en SIP 2017 convocando a más y nuevos emprendedores a participar en un proceso de enseñanza-aprendizaje que sin duda dejará huella en sus acciones de gestión empresarial cotidianas y contribuirá con los procesos de mejora que se impulsan desde la Unidad Mypes.”