

Comunicación y Diseño en la Facultad de Diseño y Comunicación

Fecha de recepción: julio 2012

Fecha de aceptación: septiembre 2012

Versión final: noviembre 2012

Nicolás Sorrivas (*)

Resumen: El presente artículo desarrolla la memoria del Sector Comunicación y Diseño de la Facultad de Diseño y Comunicación integrado por las Oficinas de Diseño y Desarrollo Web, Diseño Gráfico, Redes Sociales y Blogs, y Campañas. En la búsqueda de una coherencia entre el Plan de Comunicación con la misión de la Institución, se desarrolla la serie de actividades de diversa índole que lleva adelante el área. A continuación, se detallan dichas tareas haciendo hincapié en la función principal: la difusión de las actividades que realiza la Facultad a públicos internos y externos. Finalmente, los números demuestran el crecimiento y la consolidación del área en los últimos años.

Palabras clave: Plan de comunicación - diseño web - desarrollo web - diseño gráfico - redes sociales - blog.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 125]

Como seres sociales, los humanos tenemos la inherente necesidad de comunicarnos, de ser oídos y, sobre todo, de interactuar con el otro en busca de una respuesta. En educación, la comunicación debe ser una de las estrategias fundamentales de toda institución educativa ya que el hecho educativo implica, en todas sus instancias, el correcto desarrollo de la cadena comunicativa. No es posible el acceso al conocimiento sin comunicación. Por eso, desde su fundación, la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo buscó diseñar y desarrollar un eficaz plan de comunicación que incluyera la mayor cantidad de públicos posibles: estudiantes, egresados, docentes, interesados en las carreras, asistentes a eventos, profesionales, instituciones educativas y empresas.

Hoy en día, el Sector de Comunicación y Diseño está conformado por cuatro oficinas complementarias desde las que se desarrollan las más diversas actividades, buscando abarcar los principales medios de comunicación digitales y gráficos existentes: Diseño y Desarrollo Web, Diseño Gráfico, Redes Sociales y Blogs, y Campañas. A través de estas vías de comunicación, el Sector difunde todas las acciones de la Facultad a públicos internos (docentes, alumnos y egresados) y externos (interesados en carreras, participantes a actividades gratuitas y aranceladas). A continuación, se desarrollará la trayectoria de cada una de las oficinas, así como también su presente laboral y sus proyectos a futuro.

Diseño y Desarrollo Web

Con la coordinación de Wenceslao Zavala, la oficina de Diseño y Desarrollo Web de la Facultad está encargada de diseñar y desarrollar todas las aplicaciones web alojadas dentro del dominio www.palermo.edu que pertenecen a la Facultad y a sus actividades académicas o de extensión. Ya en 2006, se registran acciones en torno a la oficina con el desarrollo del minisitio de Orientación al Estudiante donde se comienza a ofrecer de forma online información de interés para los alumnos sobre las cursadas y los exámenes (Zavala, 2009). Con el correr de los años, las tareas del equipo fueron incrementándose según el desarrollo de nuevas tecnologías. En la actuali-

dad, la oficina es la encargada del análisis del contenido de la Web de la Facultad, del posicionamiento en buscadores de sus sitios y minisitios, de la propuesta visual y el desarrollo de aplicaciones, de su publicación y mantenimiento.

Una de las actividades más significativas de la oficina es el desarrollo de la Intranet, sitio exclusivo para el personal académico y administrativo de la Facultad que además de presentar la información de todos sus integrantes y sectores, ofrece la plataforma de administración de los minisitios dinámicos de la Web de la Facultad. Por ejemplo, quien esté encargado de la administración del Portal DC (con novedades de los eventos gratuitos y arancelados de la institución, galerías de imágenes, noticias y un newsletter semanal) simplemente debe ingresar por la Intranet y cargar los nuevos contenidos que automáticamente aparecerán en el lugar correspondiente.

Dentro de los proyectos más significativos de la oficina se encuentra el sitio web del Encuentro Latinoamericano de Diseño, la *Home* de la Facultad de Diseño y Comunicación, el espacio de difusión y vinculación profesional para estudiantes y egresados Generación DC, los portales Estudiantes DC y Profesores DC, el minisitio de difusión de las Carreras DC, la revista digital UPPER • Tendencias en Palermo, el catálogo de Publicaciones DC, la web del Espacio Cabrera y el Portal DC, anteriormente mencionado.

Es importante destacar el aumento del tráfico Web en los últimos años. Únicamente de 2010 a 2011, las visitas a los sitios de la Facultad crecieron un 34% superando, en el mes de diciembre, las 11 millones de visitas. Además, a través de diversas estrategias de posicionamiento en buscadores y velocidad de carga de las páginas, se logró aumentar en un 75% el número de páginas visitadas por usuario y en un 134% el tiempo de permanencia en la página.

Diseño Gráfico

La oficina de Diseño Gráfico, coordinada por Constanza Togni, realiza el diseño, la programación, el desarrollo y la producción de las piezas gráficas y editoriales para la comunicación de las Actividades y Programas de la Facultad. Además, atiende el seguimiento de dichas

piezas en la imprenta y los proveedores. Finalmente, el área participa en la producción editorial de la Facultad, Publicaciones DC, que ya tiene 12 años de trayectoria. Desde fines de la década del '90, la producción editorial acompaña el desarrollo institucional y plasma la consolidación académica y pedagógica de la Facultad. A efectos de presentar la riqueza del proyecto editorial se pueden organizar las publicaciones en grandes tipologías: Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, Creación y Producción en Diseño y Comunicación (trabajos de estudiantes y egresados), *Reflexión Académica en Diseño y Comunicación*, *Escritos en la Facultad* y *Actas de Diseño*. Además, periódicamente se edita una serie editorial bajo el nombre genérico de Imágenes DC. Cada publicación tiene muy bien definido su objetivo académico e institucional, las características de sus artículos, los autores que en ella participan y la estrategia de difusión.

El equipo de Diseño Gráfico también lleva adelante una serie de publicaciones periódicas de carácter informativo: el Periódico DC/Diseño y Comunicación con su Dossier de Imágenes: Experiencias (ambos con una tirada mensual de 8000 ejemplares que se reparte de forma gratuita en las sedes), y dos newsletters internos, *La Info*, destinada al claustro académico-docente, y *Estudiantes Online*, dirigido a los estudiantes.

Así, cada edición, desde la más pequeña pieza gráfica, valora la producción académica de los diferentes actores institucionales testimoniando y difundiendo la trayectoria de la Facultad en su conjunto, documento invaluable.

DC 2.0 - La Facultad en las Redes Sociales

Las Redes Sociales han revolucionado la forma en la que se vive, en la que se trabaja, la forma de hacer negocios, de comunicarse, de vivir el ocio y ha supuesto una importante modificación en la forma en la que los alumnos pueden acceder al conocimiento. En este contexto, resulta inevitable, en el ámbito académico-pedagógico, diseñar un plan de comunicación que contemple estrategias en el uso de las redes sociales como herramientas pedagógicas. DC 2.0 es el espacio de interacción virtual que busca integrar a todas las comunidades de la Facultad de Diseño y Comunicación en una misma gran red, siendo la principal actividad del área el *Community Management*: la gestión de comunicación online a través de diferentes herramientas del Social Media en torno a dos ejes centrales, el *Social Media Marketing* y el *Social Media Learning*.

Durante el segundo cuatrimestre del año 2010 se crea y pone en funcionamiento el proyecto DC 2.0.

Se diseñan las primeras páginas con el objetivo de difundir a través de las redes sociales las novedades de la Facultad de Diseño y Comunicación a la comunidad online. Las primeras experiencias exitosas se corresponden con el V Encuentro Latinoamericano de Diseño y Moda en Palermo Noviembre 2010, aunque no quedan resultados cuantitativos registrados.

Para 2011 se propone insertar el proyecto dentro de la estructura de la Facultad sumando nuevas páginas a las ya existentes. Sin embargo, se observa cierta dificultad en el desarrollo de un Plan de Comunicación eficiente

que encuentre un tono discursivo propio del universo 2.0 y que emplee herramientas del *Community Management*.

Durante 2011, se realizan modificaciones en el equipo incorporándose como coordinador el docente Nicolás Sorrivás que permanece hasta la actualidad en su cargo. Así, se logra consolidar el Plan de Comunicación existente insertando el proyecto a la estructura de la Facultad y desarrollando el ejercicio de *Community Management*: la gestión eficiente de la comunicación online con estudiantes, egresados y potenciales interesados en las actividades académicas de la Facultad a través de las diferentes herramientas sociales.

Dentro de las acciones del Programa DC 2.0 se encuentran:

- Promover las actividades académicas de la Facultad (carreras y otros proyectos educativos) buscando incrementar la matrícula de estudiantes.
- Comunicar eventos, actividades gratuitas y aranceladas buscando aumentar la cantidad de asistentes a los mismos.
- Difundir la producción académica y pedagógica de estudiantes, egresados, docentes y profesionales relacionados con la Facultad logrando que se visualice a la misma como una opción recomendable para formarse profesionalmente en el campo del diseño y la comunicación.
- Monitorear la información online de la Facultad con el fin de analizar el grado de satisfacción de los usuarios respecto a la misma.
- Interactuar con la comunidad online como portavoz de la Facultad de Diseño y Comunicación fomentando la participación de los usuarios.
- Resolver las dudas e inquietudes de nuestros usuarios buscando que la experiencia virtual enriquezca la experiencia real para con la Facultad.

El mapa completo del Programa DC 2.0 (que puede consultarse en bit.ly/dcdospuntocero) cuenta con 22 comunidades específicas divididas en dos grandes áreas: Carreras y Servicios. Durante 2012 se superaron los 150.000 seguidores en Facebook, los 20.000 seguidores en Twitter y se alcanzaron las 160.000 reproducciones en YouTube (con más de 450 videos compartidos).

Blogs DC

En paralelo con la actividad del programa DC 2.0, la Facultad de Diseño y Comunicación desarrolló a finales de 2011 un nuevo proyecto denominado Blogs DC. El programa consiste en estimular la visibilidad de la producción que los estudiantes realizan durante la cursada. Hoy, luego de un año de intenso trabajo de comunicación, Blogs DC se encuentra en plena etapa de consolidación con la incorporación de Claudia Mazza en el rol de coordinación. Trabajar con Blogs como estrategia pedagógica innovadora permite compartir experiencias, ideas y recursos educativos afianzando el vínculo docente-estudiante. Un Blog es un sitio Web que facilita la publicación instantánea de entradas. Escribir, editar y compartir contenidos vinculados a cada asignatura son alguna de sus principales funciones. Cada Blog está constituido por entradas o posts, divididos por categorías y ordenados cronológicamente, de tal manera que la información más nueva aparece en la parte superior de la pantalla. Dicha información es accesible mediante

índices temáticos o motores de búsqueda.

La principal acción de la oficina es la administración de los blogs, con la actualización periódica de contenidos y las actividades de recopilación, selección y publicación de dichos contenidos. El programa Blogs DC abarca dos líneas de desarrollo: los Blogs por Asignaturas y los Blogs Docentes. En los primeros, se publican las creaciones y producciones de los estudiantes de la Facultad, además de comunicarse noticias y eventos del área. Por otro lado, cada docente cuenta con su blog personal donde tiene la posibilidad de compartir los portfolios de cursada de las asignaturas a su cargo. Así mismo, existe la posibilidad de que el profesor utilice la plataforma como herramienta de interacción con sus estudiantes subiendo otros contenidos de interés.

El Programa Blogs DC se encuentra en pleno desarrollo y crecimiento. A la fecha, existen online más de 730 Blogs de Docentes y 336 Blogs de Asignaturas con contenidos significativos que alcanzan los 6100 posteos. Se aspira a que los Blogs, además de ser un espacio de exposición de trabajos y fuente de información, sean un medio de comunicación fructífero entre docentes y alumnos ya que es una plataforma óptima para interactuar que invita a opinar y expresarse.

Campañas

Coordinada por Carlos Flores Till, la oficina desarrolla la comunicación digital a través de campañas de e-mail marketing y envíos masivos y segmentados de e-mails a públicos internos (docentes, alumnos y egresados) y externos (interesados en carreras, participantes a actividades gratuitas y aranceladas). Además, el equipo se encarga de la gestión de diseño y contenido digital de dichos envíos y de la administración de las bases de datos de la Facultad. El conjunto de acciones que se realizan en torno a esta oficina tiene como principales objetivos el incremento de la cantidad de inscriptos a las actividades de la Facultad, la consolidación y el fomento de la comunicación entre la Institución y sus públicos, la contribución a las campañas estratégicas de inscripción desarrolladas por la Universidad para las carreras de grado y posgrado en diseño y comunicación y, finalmente, la visualización de la Facultad como líder de innovación, generación de contenidos, capacitación y actualización profesional.

Si se ponen en comparación los números registrados en Flores Till (2010) con los números que se manejan actualmente, se evidencia un enorme crecimiento cuantitativo en la comunicación que en 2011 registró un total de 49000 inscriptos a actividades gratuitas (sin incluir al Encuentro Latinoamericano de Diseño), con un promedio de 300 inscriptos por actividad. El crecimiento, además, puede medirse cualitativamente: en el último año se optimizó la gestión del contenido y el diseño de los HTML (tanto en newsletters como en flyers), se perfeccionó el entorno Hopkins (con más de 1200 bases segmentadas) y se mejoró la interrelación con los sectores de la Facultad que requieren de la comunicación de sus actividades y novedades.

Diseñar y comunicar para la Facultad de Diseño y Co-

municación resulta de enorme responsabilidad si lo que se busca es la coherencia del Plan de Comunicación con la misión de la Institución. Desde hace un tiempo, la Universidad de Palermo se ha convertido en uno de los establecimientos líderes en el campo del Diseño y la Comunicación persistiendo en su constante capacitación y actualización profesional. Por eso, resulta imprescindible la correcta difusión de la imagen de la Facultad, ya sea a través de medios tradicionales como a través de nuevos canales digitales. Este es el principal desafío del Sector.

Referencias bibliográficas

- Flores Till, C. (2010) *Camino a la memoria de la Facultad de Diseño y Comunicación*. Claves para comunicar un evento exitoso. Reflexión Académica en Diseño y Comunicación XIV, p. 83-85.
- Zavala, W. (2009) *Historial de Proyectos del Departamento de Desarrollo Web*. Reflexión Académica en Diseño y Comunicación XII, p. 190-192.

Abstract: This paper develops the memory of the Communication and Design Department of the Faculty of Design and Communication composed of the Design and Web Development, Graphic Design, Social Media and Blogs, and Campaigns Offices. In the search for coherence between the Communication Plan with the mission of the institution, the series develops a range of activities being conducted by the area. Below are listed those tasks emphasizing the primary role: the dissemination of the activities carried out by the Faculty to internal and external audiences. Finally, the numbers show the growth and consolidation of the area in recent years.

Key words: Communication plan - graphic design - social networks - blog - web design - web development.

Resumo: O presente artigo desenvolve a memória do Setor Comunicação e Design da Faculdade de Design e Comunicação compostas pelos Escritórios de Design e Desenvolvimento de Site, Design Gráfico, Redes Sociais e Blogs, e Campanhas. Na busca de uma coerência entre o Plano de Comunicação com a missão da Instituição, desenvolve-se a série de atividades de diversa índole que leva adiante o área. A seguir, detalham-se ditas tarefas fazendo hincapié na função principal: a difusão das atividades que estão sendo realizadas pela Faculdade para o públicos internos e externos. Finalmente, os números demonstram o crescimento e a consolidação do área em os números demonstram o crescimento e a consolidação do área nos últimos anos.

Palavras chave: Plano de comunicação - memória - design gráfico - redes sociais - blog - web design - desenvolvimento web.

^(*) **Nicolás Sorrivas:** Licenciado en Enseñanza de las Artes Audiovisuales (UNSAM), Realizador Audiovisual (CIEVYC), Crítico de Cine (EL AMANTE/Escuela). Profesor de la Universidad de Palermo en el Departamento Audiovisual de la Facultad de Diseño y Comunicación. Coordinador del área Redes Sociales de la Facultad e integrante del Equipo de Docentes del Programa Tutorías.