

DESENVOLUPAMENT D'UNA COMUNITAT VIRTUAL DINÀMICA D'INTEGRACIÓ ACADÈMICO-LABORAL EN CREATIVITAT PUBLICITÀRIA DINS EL PLA PILOT DE PUBLICITAT I RELACIONS PÚBLIQUES

AUTOR

Nom: David Roca Correa
Departament: Comunicació Audiovisual i Publicitat
Centre: Facultat de Ciències de la Comunicació
E-mail: david.roca@uab.es

COAUTORS

Nom: Daniel Tena Parera
Departament: de Comunicació Audiovisual i Publicitat
Centre: Facultat de Ciències de la Comunicació
E-mail: daniel.tena@uab.es

Nom: Jordi Fernández Cuesta
Departament: Comunicació Audiovisual i Publicitat
Centre: Facultat de Ciències de la Comunicació
E-mail: jordi.fernandez.cuesta@uab.es

RESUM DE L'EXPERIÈNCIA

El projecte ve motivat per l'absència en l'actualitat d'una eina tecnològica que lligui el món acadèmic amb el professional per a perfils especialitzats que genera el Grau en Publicitat i Relacions Públiques. És a dir, la creació d'una COMUNITAT VIRTUAL DINÀMICA (CVD) pretén facilitar als alumnes de Publicitat i Relacions Públiques la seva incorporació al món laboral com a culminació del seu aprenentatge, a través de vincular dos tipus de públics: alumnes i ex-alumnes que ja estan inserits al món laboral.

La primera fornada de graduats ha estat al 2007 i la COMUNITAT VIRTUAL DINÀMICA esdevindrà una eina per assolir la màxima integració laboral d'aquests alumnes.

Actualment aquest projecte s'està construint amb un programari lliure (Joomla!) especialitzat en la creació de comunitats virtuals. El disseny d'aquesta comunitat està permetent crear uns perfils professionals i de competències coincidents amb els perfils treballats en la titulació. Alhora, s'han fet accions de telemàrqueting per generar i ampliar una base de dades d'ex-alumnes de fins a 24 promocions per tal d'integrar-los posteriorment.

La funcionalitats de l'entorn virtual d'alumnes i ex-alumnes contempla la possibilitat de visualitzar els perfils personals i professionals dels altres membres (com per exemple currículums), posar-se en contacte entre ells, d'inscriure i consultar ofertes d'inserció laboral en el sector, trametre notícies personals als contactes seleccionats i també de conèixer l'actualitat i notícies de les activitats relacionades amb la facultat.

ABSTRACT

This project tries to solve a current lack of technological tools that allow to link the professional with the academic world, according the specific profiles of graduates that the career in Advertising and Public Relations is providing. The creation of the COMUNITAT VIRTUAL DINÀMICA (CVD - Virtual Dynamical Community) pretends to facilitate to these students their incorporation to the professional world as final goal of the learning process. This link will result from joining in the community the current students with the former ones that are already working. For the first promotion of graduated students in 2007, the CVD should become a very valuable tool for their next steps.

This project is using a free software solution (Joomla!) specialized in Virtual User Community Management. This is the best way to create different profiles according the career. At the same time, some telemarketing actions were conducted to enhance the students' database of till 24 former promotions.

The functionality of this virtual environment for students and former students gives the possibility to visualize the personal and professional profiles of every registered user (e.g. Curriculums), to contact other users, inscribe and read new job vacancies in advertising, send messages to a group of students and to get updated information of the career and the university faculty.

PARAULES CLAU

Comunitat virtual / xarxa d'exalumnes / publicitat i relacions públiques

ÀMBIT GENERAL D'INTERÈS DE LA INNOVACIÓ

Aquest projecte pot interessar per aquests temes:

- creació de xarxes relacionals acadèmiques i professionals
- sortides professionals dels perfils acadèmics del nou EEES
- seguiment de promocions en publicitat i relacions públiques

DESENVOLUPAMENT

1. Introducció

En el present projecte podem definir com a COMUNITAT VIRTUAL DINÀMICA un "lloc virtual viu" que pretén vincular a diferents individus (alumnes de Grau i ex-alumnes de la Llicenciatura de Publicitat i Relacions Públiques de la UAB) per tal que els proporcioni beneficis "acadèmico-laborals".

La situació inicial entre els nostres titulats és la següent:

1. Baixa inserció laboral del perfil "Creativitat, disseny i gestió de la producció". A partir de les dades d'un informe de la "Unitat d'Avaluació i Qualitat" (UAB, febrer 2005), se'n desprèn que només un 10% d'ex-alumnes recents treballen com a creatius en agència de publicitat, mentre que un 34,6% treballen en tasques administratives, no relacionades ni amb la publicitat ni amb la creativitat.

2. Incorporació al mercat laboral de manera "informal" a través de la figura del tutor de pràctiques externes de la Llicenciatura: "ex-alumnes truquen al tutor

demanant alumnes novells".

3. Dificultat d'assoliment d'inserció des de l'oficina Treball Campus de la UAB o d'altres iniciatives privades (www.laboris.net, www.monster.es, etc.) a causa de l'especificitat del perfil de creativitat, disseny i gestió de la producció.

4. Existència d'experiències positives prèvies a les escoles de negocis amb més renom de Barcelona (www.iese.edu i www.esade.edu), i experiències en comunitats virtuals a nivell de xarxa professional (www.econoce.com, www.inusual.com i www.publircidad.com).

2. Objectius

La finalitat del projecte és:

1. Fomentar la integració entre la teoria (món acadèmic on es troben els alumnes) amb la pràctica professional (on es troben els llicenciats).

2. Relacionar els alumnes de Grau de Publicitat i Relacions Públiques amb Llicenciats en Publicitat i Relacions Públiques UAB que ja es troben integrats al mercat laboral.

3. Permetre crear un espai web propi d'interrelació als alumnes de Grau de Publicitat i Relacions Públiques, -i especialment a aquells que es formen en el perfil de "Creativitat, disseny i gestió de la producció"- . Aquest espai web permetrà als alumnes gestionar el seu cv virtual i fonamentalment "penjar el seu "book creatiu".

4. Crear una COMUNITAT VIRTUAL DINÀMICA a través d'un espai web, que permeti assolir les finalitats d'un espai comú després de la carrera per participar amb la vinculació contínua a la universitat.

3. Descripció del treball

3.1 - Necessitats i perfils de vinculació professional i universitària

Actualment la Facultat de Ciències de la Comunicació està implantant la prova pilot DURSI/EEES, que dóna lloc al títol propi de la UAB de Graduat en Ciències Socials (Publicitat i Relacions Públiques). La primera fornada de graduats sortirà al 2007 i la COMUNITAT VIRTUAL DINÀMICA esdevindria una eina essencial per assolir la màxima integració laboral d'aquests alumnes.

La titulació de grau defineix cinc perfils professionals de formació:

1. Estratega. Consultor en comunicació comercial i en relacions públiques.
2. Creatiu, dissenyador i gestor de producció en publicitat i en relacions públiques.
3. Gestor de comptes en publicitat i en relacions públiques.
4. Planificador de mitjans.
5. Investigador del consumidor i del mercat.

Aquest projecte es vol centrar en el perfil de Creativitat, disseny i gestió de la producció (2), car és aquí on s'observa una menor inserció laboral, i és aquí on el modus de fer tradicional per cercar llocs de treball (borses, anuncis en premsa...) no funciona per a la incorporació de creatius novells al teixit empresarial i social.

3.2 - Preparació

El projecte es dividia en quatre grans línies d'actuació o fases:

- 1) Preparació: confecció de les bases de dades.
- 2) Desenvolupament: de la web de la comunitat virtual.
- 3) Difusió: donar conèixer la nova comunitat als ex-alumnes, empreses i mitjans.
- 4) Consolidació: afiliació dels ex-alumnes, recerca d'altres vies de finançament per la garantia de la continuïtat del projecte, transferència de l'experiència.

En primer lloc, per començar van recopilar totes les fitxes dels alumnes que havien assignatures de Creativitat, matèria obligatòria de la Llicenciatura de Publicitat i Relacions Públiques, amb el consentiment del professor. Com que les dades de les fitxes van ser lliurades a la Universitat Autònoma de Barcelona amb el consentiment dels alumnes, podien disposar d'elles lliurement. Una vegada es va tenir tot el llistat de noms i telèfons digitalitzat, va començar l'etapa de "telemarketing", quan els tècnics del projecte intentaven posar-se en contacte amb cadascun dels ex-alumnes de la base de dades. Com ja era previsible, la majoria d'aquestes dades eren totalment obsoletes i, per aquesta raó, s'havia de recórrer a intentar seguir el rastre de la persona i a la metodologia científica de la "bola de neu".

Amb la realització d'aquesta primera fase de recerca i la fase 2 d'implementació de la Comunitat a nivell gràfic i tecnològic ha estat possible la posada en marxa de la Comunitat amb una campanya publicitària dirigida als alumnes i ex-alumnes (i, per tant, també als professionals del sector), entre d'altres.

3.3 - Recerca de comunitats virtuals

Després de l'anàlisi d'un bon nombre de comunitats virtuals que es troben actualment a la xarxa, i d'haver-hi participat com a usuaris en les quals ens ha estat possible, s'aconseguí una idea bastant àmplia dels serveis, estructures i funcionament que ofereixen aquests tipus de serveis, tant en voga avui en dia.

La recerca s'ha basat en comunitats *online* de diversos camps i naturaleses que, d'una manera o altra pogueren servir de base per al projecte, ja sigui pels seus continguts (temàtica publicitària i de comunicació, com [publiricidad.com](#)), pel seu caràcter (col·lectius professionals o estudiantils) o pel seu funcionament i gestió de milions d'usuaris (comunitats generals o de relacions personals, com [meetic.com](#), [match.com](#) o [hi5.com](#)).

[Neurona.com](#) i [Xing.com](#) són les comunitats més ben estructurades, interessants i que ofereixen un servei molt complet; són llocs molt populars entre els professionals. Són, per tant, la base per crear la comunitat de la UAB. [Neurona.com](#) és la líder a Espanya, amb més de 700.000 usuaris actuals i [Xing](#) actua a nivell europeu. [Econozco](#), [Eacademy](#), [Joined-in](#) i [Publiricidad](#) són altres exemples però que presenten debilitats en alguns aspectes (mal disseny, preu excessiu, falta de popularitat, etc.)

S'ha de tenir en compte, però, que la comunitat d'ex-alumnes UAB és un lloc més restringit, en un principi, i que hi hauria un contingut emocional afegit i de base: la pertinença a un mateix lloc d'estudi. En aquest camí, també s'ha analitzat algunes de les nombroses comunitats i webs destinades tant a centres d'estudis

(universia.es) com les especialitzades en trobar antics companys de classe (quefuede.com). La valoració global d'aquests llocs online és força negativa, ja que sovint només es basen en aquest objectiu, estan mal estructurades, tenen una manca de serveis complementaris i acaben sent "un fracàs" en quant a participació. No cal oblidar que, en un sentit més informal i de relació entre alumnat en la UAB ja existeix el lloc web patatabrava.com, però la idea de la present comunitat dinàmica virtual no és aquesta.

3.4. - Desenvolupament tècnic

El desenvolupament tècnic de la comunitat ha estat a través de les diferents subetapes que ja s'han mencionat en els punts anteriors.

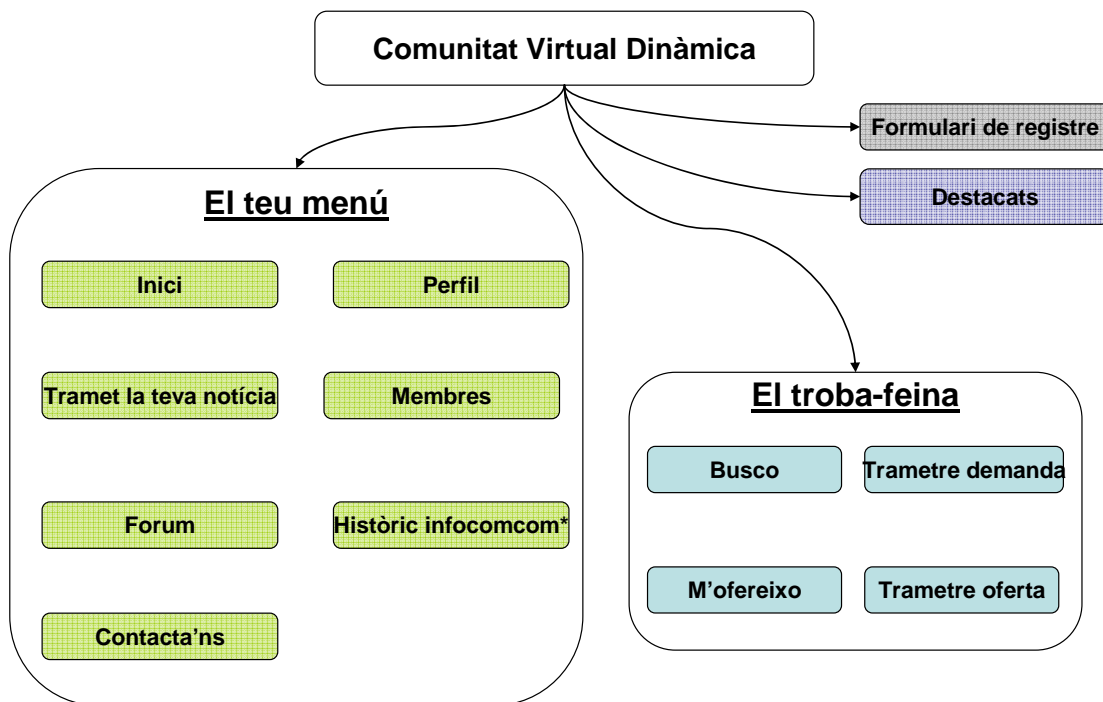
En primer lloc calia emsamblar totes les parts i paquets de què consta el programari lliure Joomla! Aquest programari es compon de diferents paquets desenvolupats de forma independent sobre una base comuna, que ben emsamblats permetrien aconseguir aquelles funcionalitats amb què havíem pensat la comunitat.

La segona fase d'aquesta etapa era fer tots els ajustaments. Calia construir les seccions de continguts, com es veurien els perfils dels usuaris, com es comunicarien entre ells, quins menús serien visibles o, fins i tot, quin seria el procés de registre per a la comunitat. Aquesta part va ser prou llarga ja que sempre sortien nous ajustaments per completar.

Per últim, la darrera fase del procés de producció es basa en donar el disseny i el color a la comunitat. Per a aquesta feina, un expert en disseny va ajustar les plantilles donades pel programari lliure a la imatge corporativa. Dintre de les limitacions que imposava el programari ja de per si, calia treure'n el màxim profit per la qual cosa es va treballar per fer-ho el més atractiu possible.

3.5. El lloc web: la comunitat virtual

Pensant en la finalitat que ha de tenir aquesta comunitat per als alumnes de darrer curs i per als ex-alumnes s'ha creat un entorn amb diferents àrees. Les àrees estan pensades en dos grups: el menú personal de l'usuari i el menú comú entre membres de la comunitat. Addicionalment, hi ha els continguts noticiables generals. Tot seguit es desglossen les característiques de cadascuna d'aquestes parts:



L'àrea del menú individual de cada usuari és concentra en:

MENÚ PERSONAL: El teu menú

- Inici
- Perfil
- Tramet la teva notícia
- Membres
- Fòrum
- Històric ComCom*
- Contacta'ns

Perfil

Amb el nom de "Perfil" es refereix l'apartat per tal d'editar les dades personals de l'usuari. O sigui, la informació amb la qual els altres membres de la comunitat el coneixeran. És amb aquest fi que és un dels apartats més personalitzables, perquè permet pujar una foto personal, introduir dades personals, del propi currículum, dades professionals. Fins i tot, és el lloc per gestionar els contactes i amics que s'ha creat al llarg de la participació en la comunitat.

Tramet la teva notícia

Talment com si fos un blog personal, la comunitat ofereix un apartat per trametre una notícia. És aquesta la manera més fàcil de comunicar-se i deixar les darreres novetats personals a tota aquella gent que et visita. Quan es tramet una notícia, apareixen un quadres d'edició per tal d'escriure-hi tot el que s'hi desitgi. Tanmateix, el que s'hi escriu està referit només al perfil personal, per tant, només

es visualitzarà quan es visiti el perfil personal d'un altre membre de la comunitat.

Membres

És l'eina per conèixer la resta de la comunitat. En aquesta secció del menú personal, apareix un llistat amb tots els membres de l'actual comunitat. Aquests membres es poden ordenar per ordre alfabètic, per promocions, per nom d'usuari... És d'aquesta forma que l'usuari trobarà fàcilment les noves incorporacions de la seva promoció o bé pot trobar altres ex-alumnes a partir de compartir i saber-ne els noms d'usuari.

Un cop cercat a la llista, l'usuari es dirigeix a la pàgina del perfil personal del membre seleccionat de la llista de la comunitat.

Fòrum

Aquesta secció esdevé el lloc de trobada i debat per als membres de la comunitat. Lluny del contacte directe amb uns membres concrets, aquest espai de debat públic de la comunitat dona pas a comentar i discutir temes amb un abast més ampli de les converses més directes entre coneguts de la comunitat. A més, és una de les eines que ha de permetre fer més caliu i foment de la idea de comunitat, pel fet de tractar temes que a tots en general poden afectar.

Històric ComCom*

Els darrers successos i notícies al voltant del que és i ha estat l'àmbit de la carrera de publicitat i relacions públiques a la UAB formaran el contingut d'aquesta secció. Aquesta secció, amb l'històric de notícies relacionades, per exemple, amb la facultat i d'altres esdeveniments generals, dona molt de joc a que sigui un punt de retrobament entre la institució universitària i els ex-alumnes que retornen a estar informats del que hi succeix.

Contacta'ns

Aquesta secció és la funcionalitat de posar-se en contacte amb els organitzadors de la comunitat. Ja sigui per proposar millores, recomanacions, queixes o problemes tècnics que sorgeixin. És una manera també que l'usuari se senti acompanyat de l'experiència en la comunitat.

La finalitat d'unió del món teòric i el pràctic de la publicitat i les relacions públiques té lloc en el:

MENÚ GENERAL: El troba-feina

- Busco
- M'ofereixo
- Trametre demanda
- Trametre oferta

Busco

Talment com si fos un apartat de notícies, aquesta secció concentra totes les comunicacions per tal que ex-alumnes i empreses agermanades amb el projecte de la comunitat hi col·loquin les diferents ofertes de què hi disposen. Les ofertes estan classificades per perfils determinats de manera que permeti que els usuaris hi trobin les ofertes més relacionades amb el seu perfil personal i professional. Aquesta secció es nodreix de la vinculació directa amb la tramesa d'ofertes de la part del mateix menú "Trametre demanda".

M'ofereixo

Seguint la mateixa idea que l'apartat anterior, els estudiants poden trametre en aquest apartat la seva demanda de feina. D'aquesta manera, els empresaris que cerquin alguns alumnes i ex-alumnes poden dirigir-se directament aquí per tal d'aconseguir feina. Aquest apartat també està classificat per perfils professionals de manera que faciliti la cerca i alhora exigeix als alumnes que defineixin quin tipus de posició és el que estan desitjant.

Trametre demanda i Trametre oferta

Aquests menús són per a l'edició de les notícies que van als apartats anteriors de "Busco" i "M'ofereixo". Aquí, a més de classificar l'oferta/demanda per categories professionals -tal com s'ha esmentat abans- es permet la introducció d'un títol i un text. La introducció d'imatges que acompanyin la notícia encara està en desenvolupament ja que s'ha d'estudiar abans la capacitat i limitacions del servidor.

3.6 - Assessorament legal extern

Per a aquest tipus de projecte, ha calgut un col·laborador intern del departament, exalumne de la Llicenciatura, qui va treballar per fer l'assessorament legal necessari. Aquest assessorament legal és degut a que tota base de dades a Internet ha de complir les lleis espanyoles referents a la protecció de dades personals (LOPD) i la llei de serveis de la societat de la informació (LSSI).

CONCLUSIONS

Les conclusions d'aquest projecte són provisionals, ja que no es tancarà la primera etapa fins a finals del mes de novembre de 2007. De totes maneres, podem afirmar que després d'un any llarg de feina:

1. Hem assolit a nivell inicial la primera versió de la comunitat (CVD 1.0) amb els següents apartats bàsics (comentats en detall amb anterioritat):
 - a. El teu menú
 - b. El troba feina
2. S'està intentant "depurar" certes limitacions informàtics relacionades amb l'autenticació dels membres, i altres temes menors.
3. Estem treballant en la interfície de disseny per tal de fer agradable la navegació.
4. Hem contactat fins ara amb uns 2.700 exalumnes. Aquesta tasca s'intentarà seguir durant l'any 2008.
5. A principis del mes de desembre s'espera poder obrir la comunitat a tots els

exalumnes de la Llicenciatura de Publitat i Relaciones de la UAB. Serà llavors quan s'iniciarà el vertader repte de dinamitzar-la.

REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

Díaz Fondón, M., Riesco Albizu, M. i Martínez Prieto, A. (2005) *Hacia el aprendizaje activo: un caso práctico en la docencia de Sistemas operativos*. Novática: revista de la Asociación de Técnicos en Informática, 174, pp. 54-58.

Jiménez Esteller, L., Estupinyà Giné, P. i Mans Alsina, C. (2006). Potencial d'un entorn virtual d'aprenentatge en assignatures ECTS semipresencials. La perspectiva del professorat. Madrid: CES Cardenal Spinola CEU.

Redondo, S. (2005). Estudio comparativo internacional sobre modelos estandarizados de evaluación y marcas de calidad de materiales educativos digitales. Madrid: Centro de Investigación y Documentación Educativa (CIDE).

Tena, D., Roca, D. i Fernández Cuesta, J. (2006). Cumplimiento de los indicadores y competencias del Perfil. Actas del 4º CIDUI: Congreso Internacional: Docencia Universitaria e Innovación. pp. 655. Barcelona.

Tena, D., Fernández Cuesta, J. i Tébar, N. (2006). Biblioteca virtual para el trabajo en ECTS. Congreso EDUTEC 2006: La educación en entornos virtuales. Tarragona

Teoría de la Educación. Educación y cultura en la sociedad de la información (s. d.) Recuperado mayo 2007, de <http://www.usal.es/~teoriaeducacion/>

Universitat Autònoma de Barcelona: Facultat de Ciències de la Comunicació. *Títol de Grau en Ciències de la Comunicació (Publicitat i Relacions Públiques)*. Edició julio 2005.

ENLLAÇOS D'INTERÈS

La webgrafia contemplada per a l'estudi previ sobre les comunitats analitzades va incloure l'anàlisi de comunitats virtuals model com:

<http://www.neurona.com>

<http://www.econozco.com>

<http://www.universia.net>

<http://www.meetic.com>

<http://www.xing.com>

<http://www.ecademy.com>

<http://www.publircidad.com>

<http://www.directivosplus.com>

<http://www.match.com>

<http://www.hi5.com>