

Taller de Diseño en Comunicación Visual 5B
tallerollie@gmail.com

Docentes

Ana Cuenya e Ignacio Desuk

CENTRO DE FORMACIÓN LABORAL 404 DE BERISSO

Educación en el presente. Trabajo en el futuro

Julio Alejo Andina | proyectoaestudio@gmail.com

El Centro de Formación Laboral N.º 404 es una institución estatal ubicada en Berisso, que articula con el Municipio, el Gobierno Provincial y el Nacional. Se encuentra erigida en antiguos galpones y edificios en zona portuaria e industrial, pertenecientes al ex taller Naval de YPF, que dejaron de funcionar con las privatizaciones de los años noventa. La finalidad principal de su actividad es capacitar personas en oficios relacionados a la industria regional, como así también a otro tipo de profesiones vinculadas a la informática, logística y medio ambiente. Finalizada la cursada, los egresados obtienen constancias oficiales que certifican los saberes aprendidos, y articula con empresas, bolsas de empleo y el Estado, para generar puestos laborales. La institución posee 10 años de existencia y se encuentra en evolución constante.

En el último año de taller, la Cátedra Rollié —Taller de Diseño en Comunicación Visual 2-5 B— orienta a los alumnos en la elección temática del Proyecto Final de Graduación bajo la consigna «bienes comunes de uso social en crisis o conflicto». La elección de comitentes vinculados al hacer público

desde la Universidad, las ONG o las cooperativas proponen la integración del alumno en un contexto con problemáticas que puedan resolverse desde la Comunicación Visual y cuyos resultados contribuyan a mejorar la calidad de vida de la población. Con este criterio, impulsé el desarrollo del Proyecto de Comunicación Integral del CFL N.º 404. A través de la investigación realizada comprobé la necesidad de una identidad visual, así como del desarrollo de una estrategia comunicacional.

Fue necesario realizar un proceso de investigación y análisis general de la institución y sus edificios, los cursos brindados y el material con el que cuentan para dictarlos, la cantidad y el tipo de alumnado, las características edilicias, cómo se comunicaba el centro con la ciudadanía y cuán efectivo era esto, el conocimiento que la gente tenía del CFL, y los lazos que se posee el Centro con empresas, instituciones y organismos del Estado.

Como conclusiones principales, las Fortalezas del CFL son: es el único Centro de Formación de la zona con capacitación laboral certificada en varios oficios industriales, todos los cursos son gratuitos y de calidad, cuenta con todas las maquinarias, herramientas y tecnología para el desarrollo educativo, apoyo constante estatal y de empresas, tanto a nivel administrativo como económico, sostiene un crecimiento constante en tipos de cursos y horarios de los mismos. Se caracteriza por un fuerte espíritu nacional, basado en su origen, ya que fue fundado por ex empleados de YPF despedidos en la privatización, lo que definió su identidad y se convirtió en una bandera institucional.

En este sinnúmero de oportunidades, no se deben ignorar una serie de debilidades: poseía una pobre y casi inexistente identidad visual y gráfica, el cupo de alumnos es pequeño en relación a la cantidad de solicitudes de ingreso, la promoción de la Institución en vía pública, colegios secundarios, cooperativas de trabajo y demás lugares que integran público potencialmente interesado en los cursos era escasa, el conocimiento de la ciudadanía en general del Centro generaba confusión con otros mas antiguos.

El proyecto integral partió de la realización de un signo marcario, que cumpliera a su vez la función de emblema, y en su fisonomía no podían estar ausentes rasgos nacionales, de producción, particularidades edilicias y certificación [Figura 1].



Figura 1. Signo marcario del Centro de Formación Laboral N.º 404 de Berisso en versiones color, grises y negro-blanco

Con el fin generar difusión de su existencia, así como de los beneficios de sus actividades las acciones en vía pública fueron: el diseño de cartelería urbana en portabanners de gran tamaño y columneros de lona en avenidas principales de Berisso, identidad vehicular de unidad de reparaciones ciudadanas móvil y estampado en prendas de operarios [Figura 2].

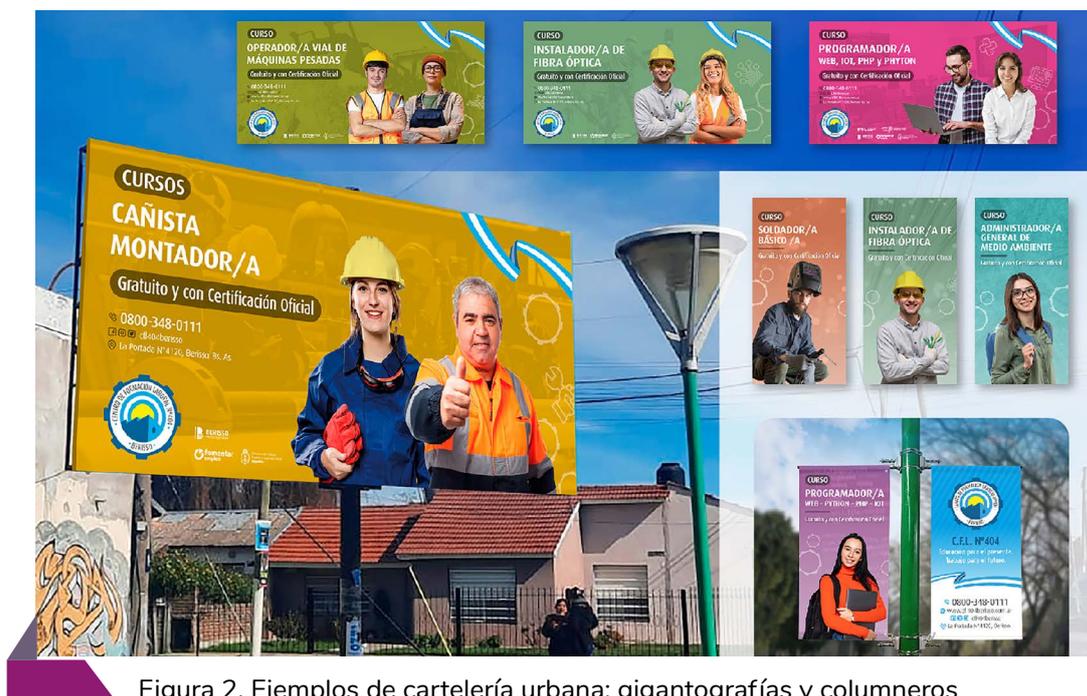


Figura 2. Ejemplos de cartelera urbana: gigantografías y columneros

En cuanto a piezas promocionales para la ciudadanía se realizaron, volantes para su distribución interna en colegios e Instituciones así como banners de formato vertical móvil, de lona impresa [Figura 3].



Figura 3. Carpeta institucional, tríptico informativo y volantes 10x15 cm. Individuales de cada curso brindado

Para aumentar la presencia en espacios públicos y eventos se desarrolló un stand, en el cual se informa de la institución, y se entregan piezas gráficas informativas y promocionales. Se desarrolló la página web y sistema visual en sistema en redes sociales [Figura 4 y 5].



Figura 4. Página web responsive funcional en cualquier dispositivo

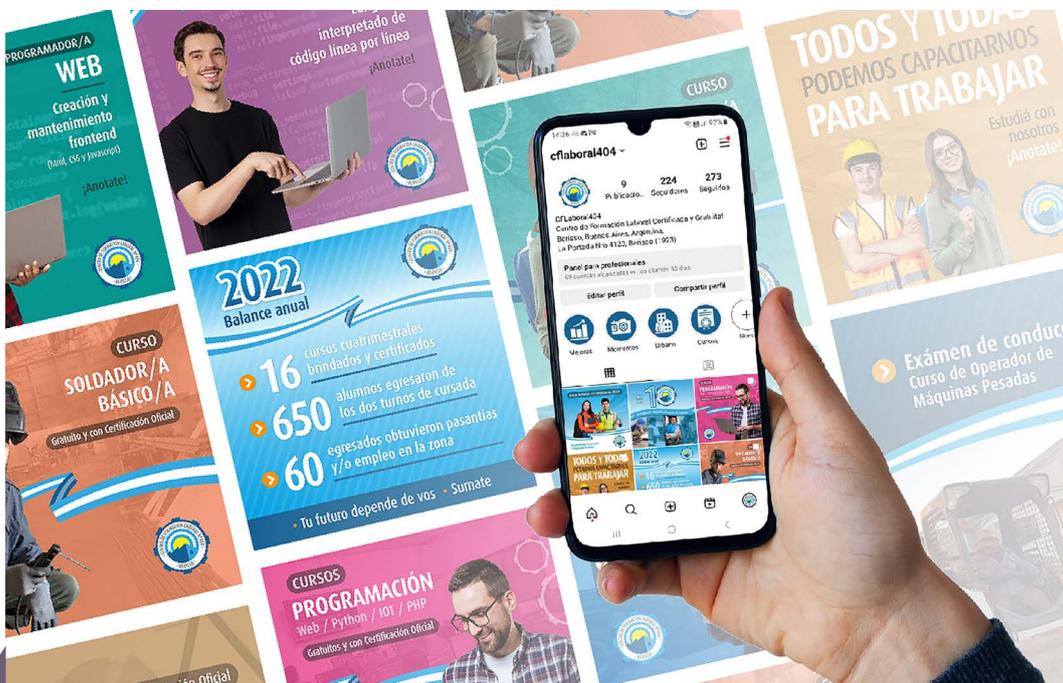


Figura 5. Desarrollo de identidad en la red Instagram

Para promocionar el CFL en instituciones y empresas, se desarrolló una revista informativa integral sobre el Centro, carpeta institucional, tarjetería y papelería.

Finalmente, y no menos importante, se diseñó un sistema señalético, ya que por las dimensiones y la estructura del lugar el problema de la ubicación, la orientación y la circulación requería atención. La propuesta contempló el espacio interno y externo así como la inclusión de murales y aplicaciones de gráfica impresa con fines identitarios y de generación de pertenencia.

El proyecto estratégicamente buscó potenciar la propia identidad y la misión institucional. Formar ciudadanos con capacidades específicas para el trabajo, reconocer el origen local y la historia vinculada a la industria nacional de la cual Berisso fue cuna, certificar y de esa forma validar socialmente la capacitación como forma de acceso al trabajo fueron los ejes trazados para llevarlo adelante. Generar reconocimiento y vinculación con el medio productivo para la inserción concreta de egresados constituye el cierre circular de la tarea. El trabajo fue implementado en 2024 y comenzó a aplicarse tanto en los sistemas identificatorios como en su propuesta promocional.