

Dirección editorial

David Saravia

Diseño editorial

David Saravia

Proyecto Avanzado de Diseño

Diseño de Comunicación Visual

Asesor – Carlos Dussan

Cali - Colombia / 2015/2.

Índice.

06. Introducción

08. Desarrollo

09. ¿Que es?

09. ¿Para que?

10. ¿Por que?

11. **Profundizacion y explicacion** sobre:

11. *puntos de contacto frecuentes*

17. *puntos de contacto a largo plazo*

26. **Conclusión General**

28. Material

Material para el desarrollo de la solucion

01

Introducción

El Proyecto Avanzado de Diseño "Conexión Javeriana", trata sobre la comunicación inter-semestral estudiantil, al interior del programa de Diseño de la Comunicación Visual de la Pontificia Universidad Javeriana Cali.

Con su realización se busca establecer un canal que permita la interacción de información para mejorar la comunicación vertical que se tiene en estos momentos (2015 / 2); en el tiempo que lleva la carrera no se ha elaborado un proyecto que aborde de manera específica esta temática, lo cual es bastante pertinente. Adicionalmente a lo anterior, la carrera ha perdido ciertos espacios y momentos propicios para que los estudiantes se interactuaran e intercambiaran información. Es evidente el problema con el que se topa la comunidad de diseño javeriano, donde al parecer se ha olvidado la importancia de la comunicación multidireccional en cualquier institución.

Se expone a continuación el resultado de múltiples investigaciones y desarrollos en el campo de la comunicación interna, específicamente dentro del Programa de Diseño de la Comunicación Visual, los cuales permiten sustentar de manera sólida el desarrollo de este proyecto.

02

Desarrollo

2.1. ¿Que es?

El evento Concurso Intersemestral “Conectando”, es una actividad al interior del Programa de Diseño de la Comunicación Visual, en la cual participa un determinado número de grupos, escogidos al azar, con la única condición que deben estar conformados por estudiantes de todos los semestres. Dichos grupos trabajarán en la resolución de un problema general por medio del diseño. Posterior a su desarrollo, se abrirá un espacio dedicado a la presentación de los trabajos desarrollados, el cual permitirá a un grupo de jueces valorar y premiar a los 3 primeros puestos, destacados por un uso adecuado del diseño y el alcance de sus objetivos. Para finalizar, el día de clausura y premiación, se inaugurará la exposición de estudiantes de Diseño de la Comunicación Visual, la cual será un recorrido lleno del talento de los diseñadores con que cuenta el programa, siendo la convocatoria abierta y libre a cualquier trabajo que se quiera exponer. De esta manera se cerrará con broche de oro una actividad en pro del desarrollo de la comunidad del Diseño en la Universidad y en Cali.

2.2. ¿Para que?

El proyecto esta enfocado en lograr plantear un método para fortalecer los canales de comunicación intersemestral al interior de la carrera de Diseño de Comunicación Visual.

2.3. ¿Por qué?

La comunicación es de alguna manera inherente al ser humano y por lo tanto de gran importancia, somos una especie que vive y se desarrolla en y desde la sociedad, por esto la interacción y comunicación es cumbre para casi cualquier expresión humana, desde lo más primordial como nuestra misma evolución, hasta casos más profundizados y desarrollados como el éxito de una organización.

La comunicación es inherente al ser humano y por tanto de gran importancia. Somos una especie que vive y se desarrolla en y desde la sociedad, por esto la interacción y comunicación es cumbre para casi cualquier expresión humana. Desde lo más primordial como nuestra misma evolución, hasta casos más profundos y desarrollados como el éxito de una organización.

Partiendo de la premisa de que la comunicación es importante para el ser humano como tal, e indispensable en una organización para una distribución de la información realmente efectiva, logrando avances relevantes, el planteamiento de la solución a la falta de interacción intersemestral al interior de la carrera, a dirigido esta investigación hacia los estudiantes, público que se ve directamente afectado. Los resultados han logrado un acercamiento sólido a lo que se necesita en estas instancias.

A fin de estudiar un poco el fenómeno de la comunicación entre los estudiantes de diseño, fue necesario evaluar a los involucrados, para ello diferentes testimonios, entrevistas y encuestas fueron implementadas revelando importantes resultados.

Para un gran porcentaje de los encuestados resulta sumamente importante la comunicación entre los diferentes semestres, conocer los trabajos de otros compañeros y poder mostrar los propios. También los estudios revelaron que los egresados y personas de semestres más altos notan un notable deterioro en los medios para relacionarse con otros diseñadores de la carrera; esta desmejora es posible atribuírsela a diferentes factores, tales como: 1) La carrera era más nueva y por lo ende los semestres estaban más unidos; 2) eventos como la Semana del Diseño, diferentes conversatorios, exposiciones, talleres y monitorias, muchas dictadas por los mismos estudiantes, facilitaban efectivamente la interrelación, 3) el hecho de que la carrera se encontraba más concentrada en un solo edificio, permitía el encuentro de los estudiantes en sus pasillos e instalaciones. Un hecho que reafirma esto es confirmando el nivel de conocidos que tiene cada estudiante en los diferentes semestres, el cual es menor en semestres más bajos. Todo esto demuestra la pertinencia del presente proyecto.

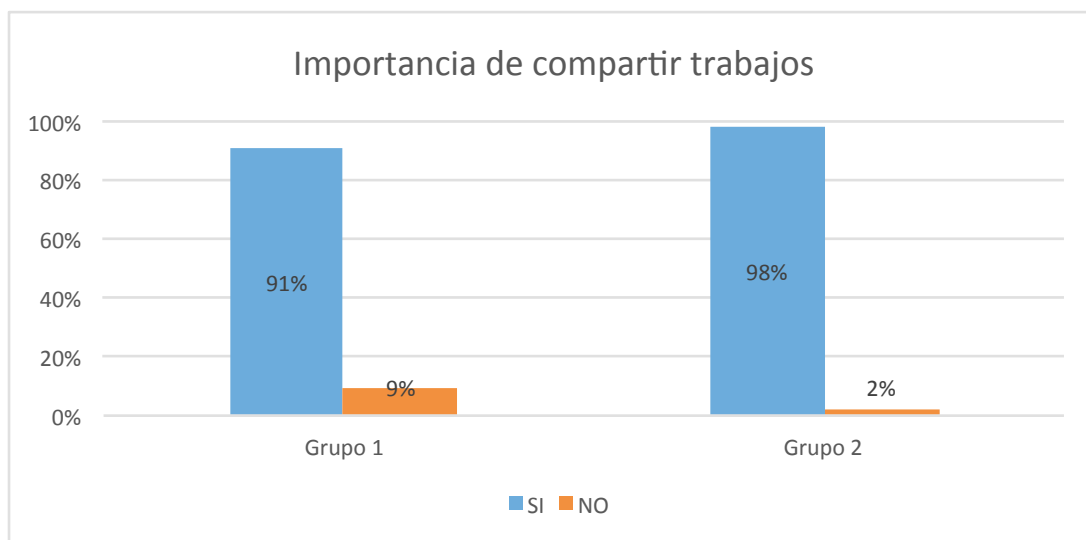
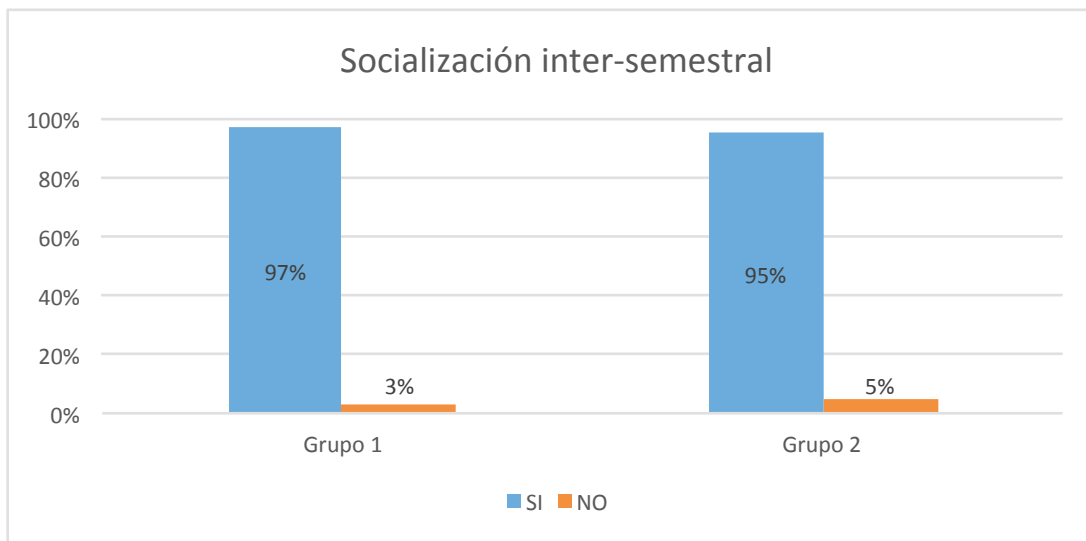
Tras obtener los resultados del estudio realizado entre los alumnos de la carrera estos se contrastaron con una investigación en la cual se revela como problemas similares de comunicación interna se han resuelto en diferentes organizaciones.

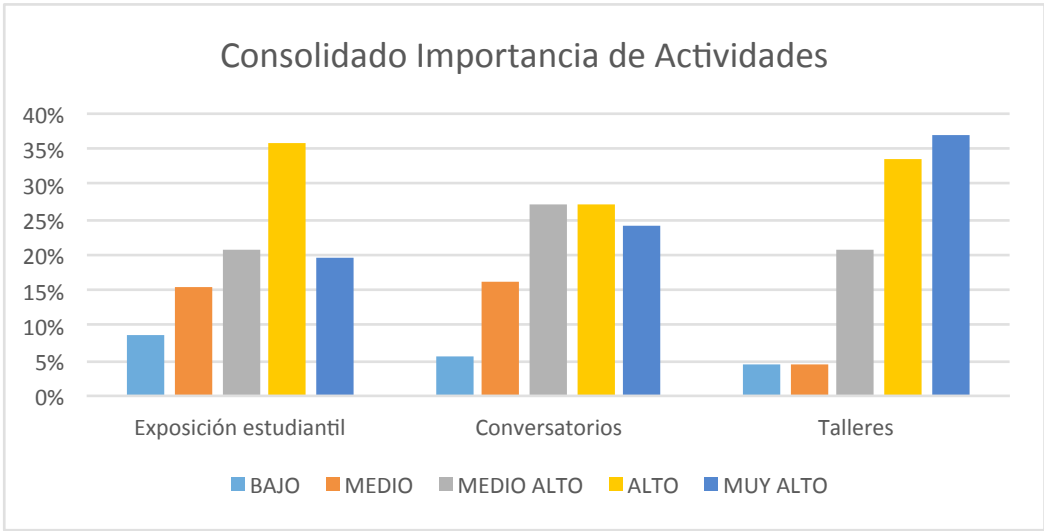
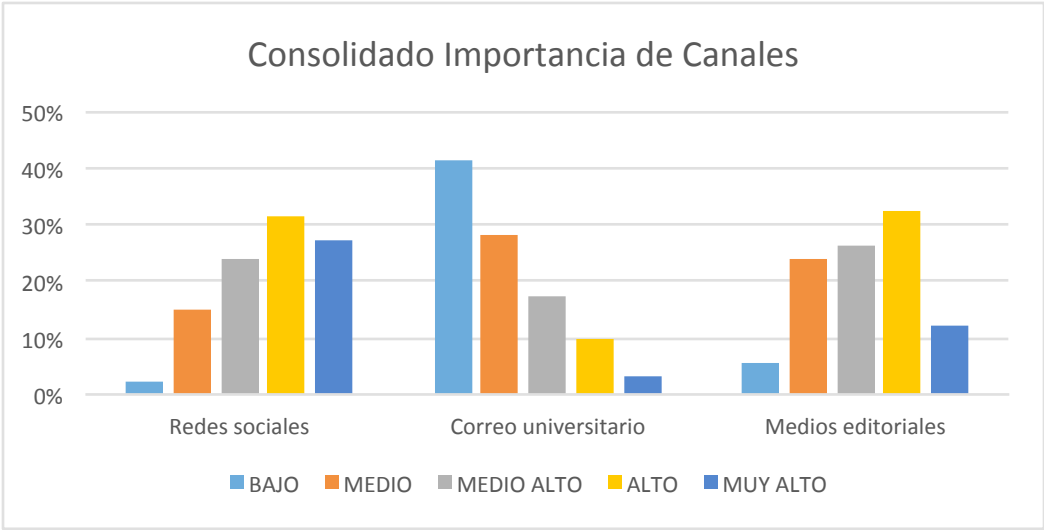
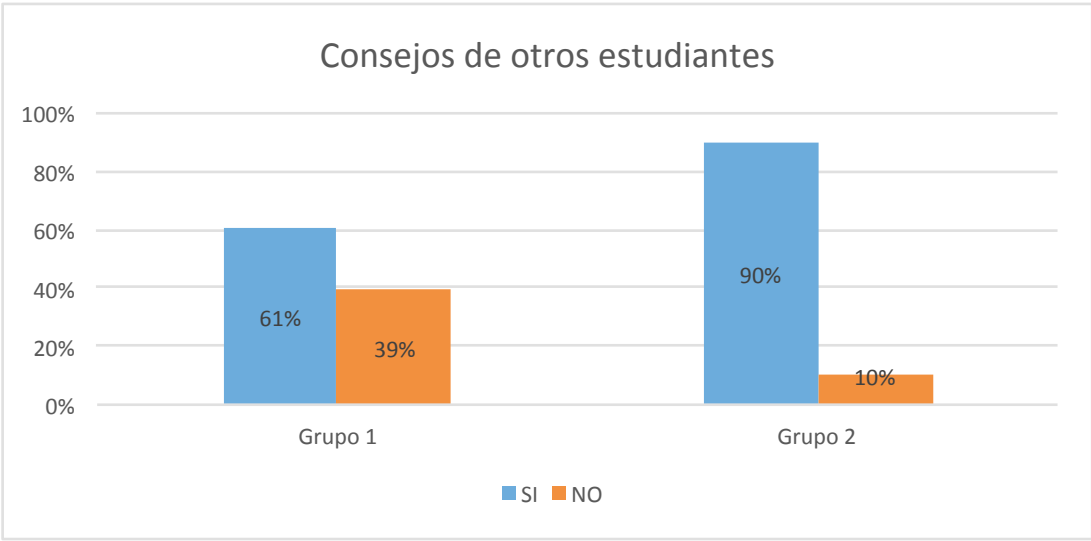
Las conclusiones dieron como resultado que era necesario generar un espacio teniendo en cuenta los diferentes touch points (puntos de contacto) a través del tiempo, diario, semanal, mensual, semestral y anual. Para facilidad del estudio estos fueron divididos en dos; Frecuente (diario, semanal, mensual) y largo plazo (semestral, anual). Una estrategia estaría dirigida a generar una solución por medio de un canal de uso más habitual, que sirva como meca de información, y un evento dirigido a propiciar un momento de gran socialización, interacción y construcción de comunidad.

Para decidir cual seria el método adecuado en estas dos grandes familias dedicadas a atacar puntos diferentes en el tiempo, fue necesario su estudio y análisis para así llegar a una solución optima.

Encuestas

Algunas encuestas resultan bastante reveladoras y tienen datos sumamente importantes que reafirman la información expuesta, a continuación los resultados de algunas encuestas.





Puntos de contacto frecuente.

Los puntos de contacto frecuente, diario, semanal, mensual, son aquellos en los cuales el traspaso de información es más coloquial y no tienen el interés de generar grandes reflexiones. También están los medios de difusión más informativos, que pretenden dar a conocer sucesos de manera rápida, sin necesidad de entrar a profundidad. Lo que se busca es mantener al día a las personas involucradas en cierta actividad, para lo cual contamos con:

- Carteleras informativas
- Circulares
- Medios editoriales
- Mails

También encontramos otros canales que se diferencian por que el porcentaje de información relevante o directamente relacionada con el campo de acción es más bajo, acercándose incluso a cero. Son medios más corrientes, que tienen una importancia inmensa ya que permiten la construcción de comunidad y por tanto, el fortalecimiento de los otros canales y de la estructura organizacional como tal. En estos vemos, por ejemplo:

- Conversaciones de pasillo
- Intranet
- Redes sociales

Darle importancia a los touch points más frecuentes es indispensable no solo para generar una comunicación más natural y efectiva, si no para fortalecer la organización como comunidad y lograr un método para que otras actividades perduren en el tiempo y no se pierdan.

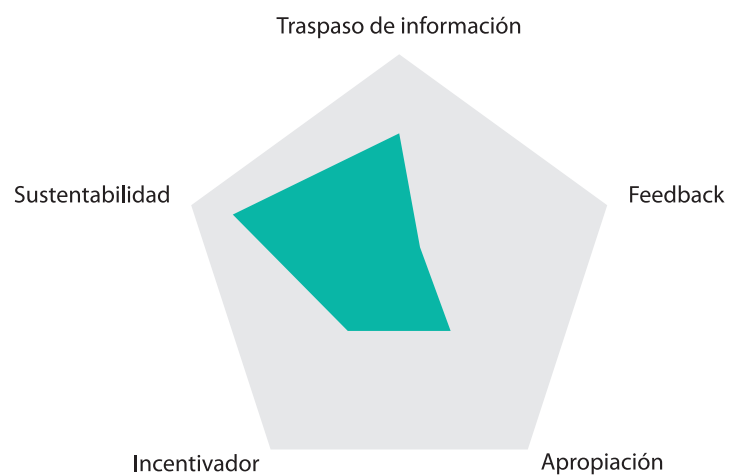
Después de definidos los diferentes canales que suplen las necesidades de comunicación más inmediatas de sus usuarios, fue necesaria una investigación a fondo de cada uno de ellos y un análisis de las diferentes características que cada uno puede brindar en pro del proyecto.

Los diferentes medios fueron analizados y estudiados a partir de las siguientes características:

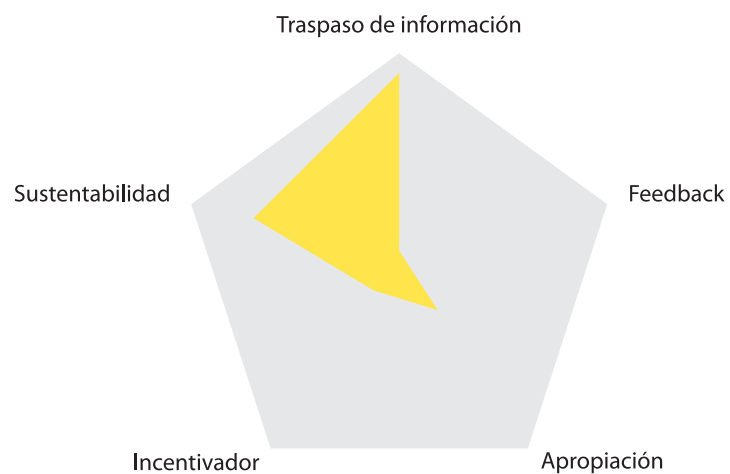
- Traspaso de información – Que tanta información transmite.
- Feedback – Si hay posibilidad de responder el mensaje.
- Apropiación – Que tan aceptado es por los usuarios, que tanto uso le dan.
- Incentivador – Tiene capacidad de incentivar otros valores y generar comunidad.
- Sustentabilidad – Que costo implica tanto implementarlo, como mantenerlo.

Canales frecuentes sin feedback

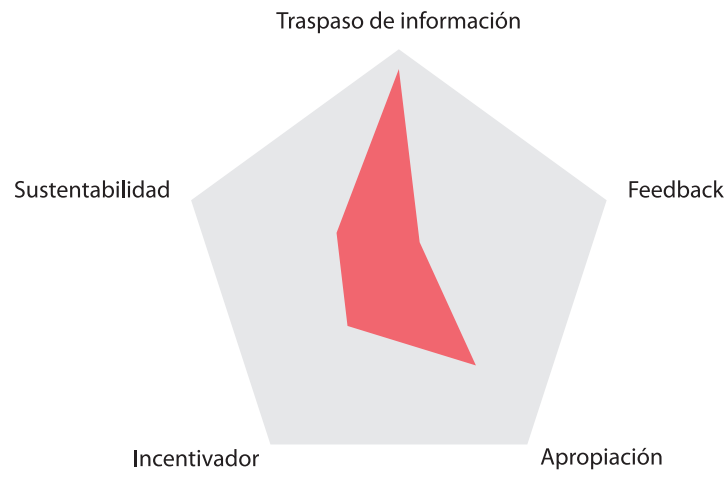
Cartelera informativa.



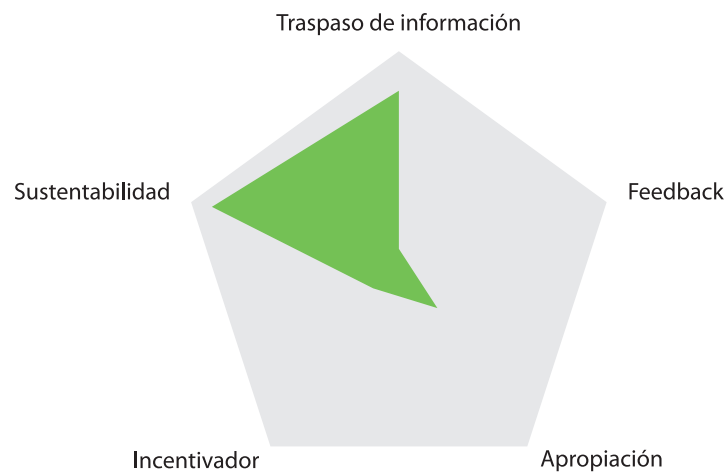
Circulares.



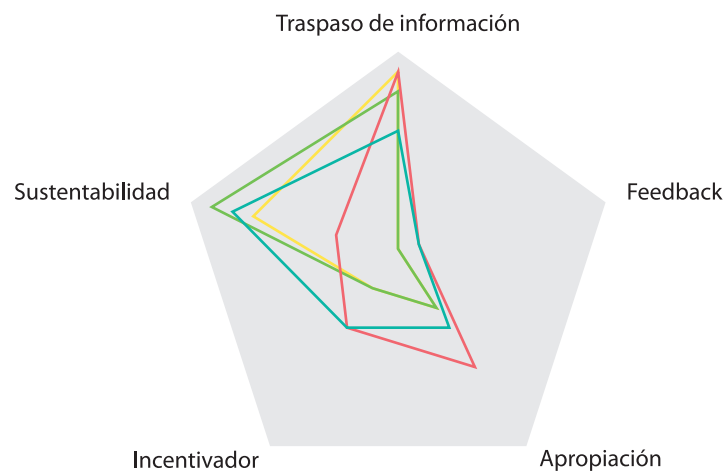
Medios editoriales.



Mails.



Resumen.

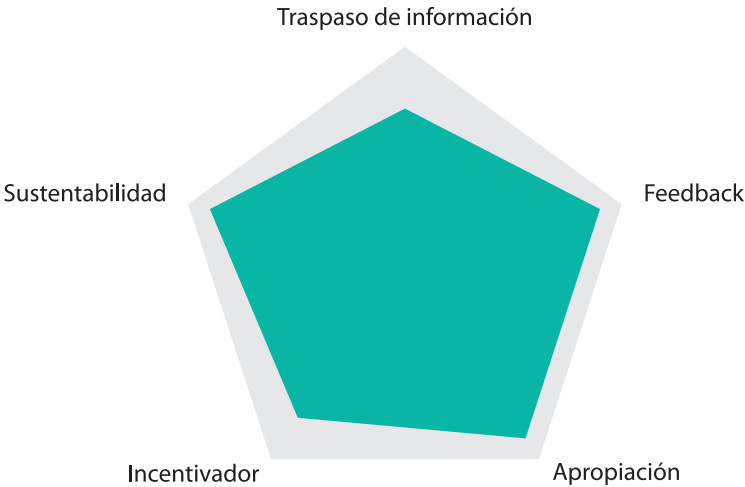


Conclusión

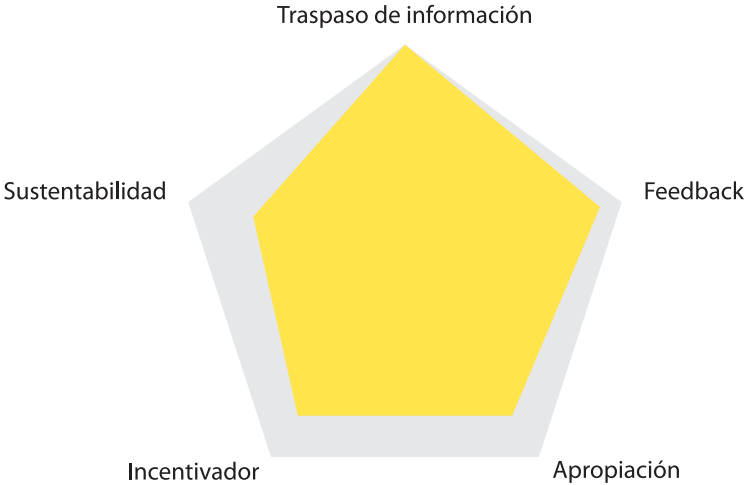
Estos canales no permiten mucha interacción, ya que no son propicios para la intervención de los receptores del mensaje, por tanto la apropiación, feedback y el incentivar otros valores, es bastante bajo. Son sobretodo utilizados por su facilidad de implementación y por ser exclusivamente informativos ya que no buscan ni necesitan un feedback.

Canales frecuentes con feedback

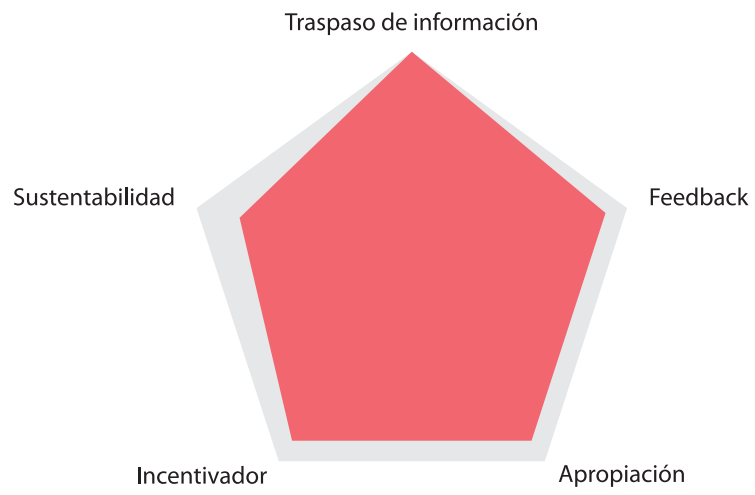
Conversaciones de pasillo.



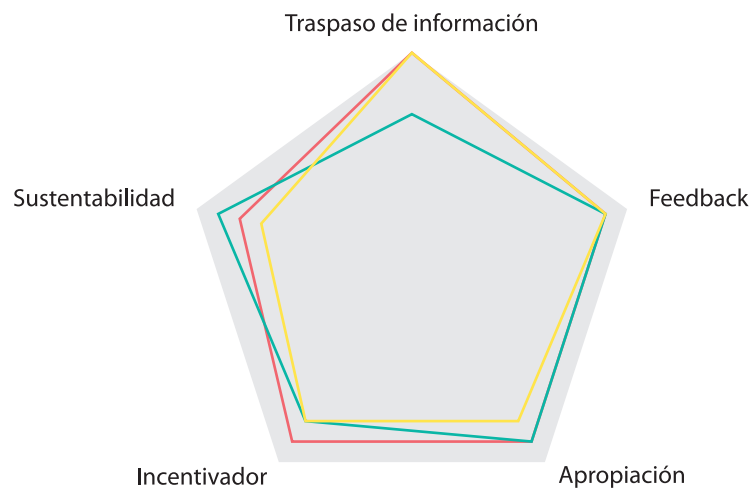
Intranet.



Redes sociales.



Resumen.



Conclusión

Estos canales son bastante equilibrados, al ser un medio con gran carga informática que logran incentivar la comunidad y apropiación, ya que la posibilidad del feedback con tal inmediatez permite un intercambio de opiniones que termina siendo bastante constructivo. Además es sustentable, ya que en el peor de los casos solo hay que montar la plataforma, la cual crecerá sola a partir de la intervención de sus integrantes.

Conclusión general

Los medios informáticos sin feedback, están diseñados de esa manera justamente por el desinterés en recibirlo, ya que los mensajes enviados no requieren una respuesta o no pretenden llenarse de "spam". El mayor poder de este medio radica en su distribución más inmediata, con información de un alto porcentaje de relevancia de manera informativa, sin embargo para esto se requiere de un personal activo, lo cual reduce su sustentabilidad.

Los medios informativos con feedback, permiten la distribución de información relevante y al mismo tiempo de conversaciones coloquiales que no pretenden llegar a reflexiones profundas; son un excelente generador de comunidad, si se potencian adecuadamente y albergue de todo tipo de mensajes. No dependen de un personal dedicado, sus costos de publicación son cero y el tipo de información tiene cualquier naturaleza. Su mayor desventaja, es que si algún mensaje no es del interés del público general, su difusión será mas lenta y quizás poco efectiva. Sin embargo son un excelente espacio, donde todos tienen el mismo poder de adquirir o publicar cualquier contenido. Sin duda se adaptan mejor a la idea del proyecto y se ajustan por completo a las necesidades del mismo.

Una de las encuestas realizadas demuestra también que las redes sociales tienen mayor aceptación, seguidas por los medios editoriales informativos y por último el correo universitario.

Efectivamente, la mejor solución al tema de puntos de contacto más frecuentes es la de generar un espacio donde se congregue la comunidad de diseño y puedan publicar y adquirir todo tipo de información. Para esto una red social es la decisión más adecuada.

Puntos de contacto a largo plazo.

Los puntos de contacto a largo plazo son semestrales y anuales. Comprenden aquellas estrategias dedicadas a generar una distribución de información de manera masiva, de crear espacios y momentos en los cuales una inmensa cantidad de personas se congregue para una actividad en común, la cual tiene alguna finalidad comunicacional. Estos, además de generar bastante interacción entre los asistentes, multiplican ideales y crean un ambiente bastante propicio para generar comunidad y lazos que resultan bastante fuertes en comparación con otras estrategias de integración. Esta integración es posible ya que en si no es un canal

de comunicación, si no un conjunto de los mismos, donde se puede encontrar interacción verbal en conversaciones coloquiales o discursos, apoyo visual y medios editoriales impresos, además de un impacto en redes sociales antes, durante y después de su realización. Estas particularidades hacen que al unirse en un espacio generen un gran impacto en la comunidad.

Suelen ser bastante efectivas y muy variadas, dependiendo del público y los realizadores, sin embargo se pueden dividir en cuatro (4) grandes familias, que contienen particularidades. Estas "familias" son tipos de eventos que se realizan normalmente en una universidad, cada uno tiene sus características y se moldean de acuerdo a las necesidades. Los tipos de eventos adecuados a las exigencias de la carrera son:

- Taller.
- Conversatorio.
- Concurso intersemestral.
- Exposición estudiantil.

Taller

El taller es un espacio similar a las clases donde un profesional en cierto tema de interés común reúne un grupo para transmitir la mayor cantidad de información en el menor tiempo por medio de actividades. Su nivel de socialización es bajo, ya que la comunicación esta centrada en el tallerista y las conversaciones aledañas en pocas ocasiones son aceptadas o hacen parte de la dinámica.

Conversatorio

En el conversatorio se pretende dar a conocer diferentes puntos de vista de sus participantes sobre un tema en común. Este normalmente esta dirigido por algún experto en la temática y se toman todos los puntos de vista para generar y debatir las diversas opiniones al interior del mismo. La socialización en esta actividad es bastante, pero esta dedicada a una temática muy específica y normalmente no es conveniente que se pierda esta idea; sin embargo se conocen diferentes puntos de vista, aunque el ritmo comúnmente lento hace que tenga poca acogida y no tenga mucho éxito.

Concurso intersemestral

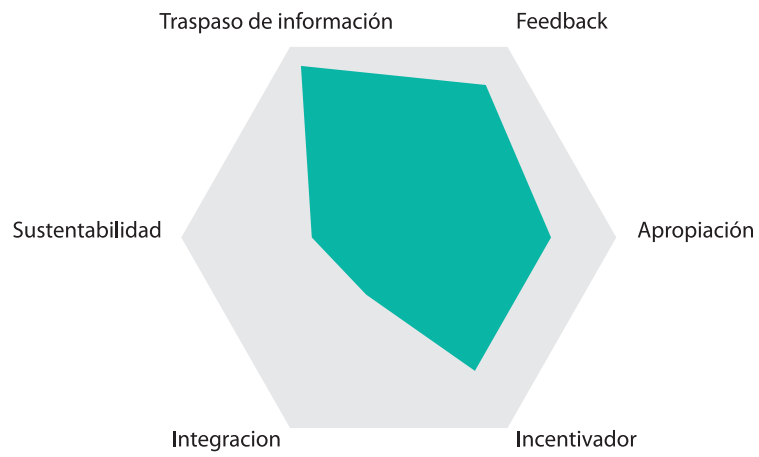
El concurso intersemestral, permite reunir personas desconocidas para el desarrollo de una problemática. Esto permite que al interior de los grupos el nivel de socialización sea significativamente más alto que en el resto de las estrategias. En el momento de la clausura, se realiza una especie de evento que permite una mayor comunicación entre todos los participantes. Es bastante dinámico y puede fortalecer lazos entre semestres, logrando una comunidad más familiar. Además, los productos procedentes de las creativas soluciones pueden ser bien aprovechados y la sustentabilidad es bastante viable. Su mayor defecto es que, si no es de carácter obligatorio, puede que no todos los invitados estén interesados en participar, en especial al principio.

Exposición

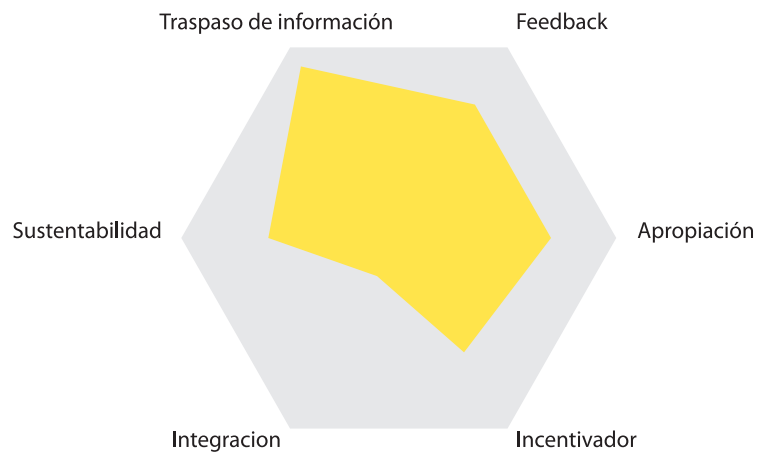
En la exposición, sobre todo en una carrera como el diseño, la información a comunicar es bastante relevante y muy apreciada por los participantes, ya que es notable la importancia que dan los estudiantes a mostrar sus trabajos y conocer el de los demás. Esta actividad es un evento que gira entorno a un canal de comunicación central, el cual contiene un mensaje bastante valorado y su nivel de socialización radica en que es un espacio propicio para generar diversas conversaciones e intercambios alrededor de un tema. Sin embargo, al ser tan abierto, es difícil encontrar nuevos vínculos entre personas comúnmente extrañas; su sustentabilidad no es muy exigente y es recalculable su potencial, en el valor del mensaje.

Los análisis de las diferentes estrategias anteriormente expuestas, se basan en las entrevistas, investigaciones, actividades, testimonios y encuestas realizadas.

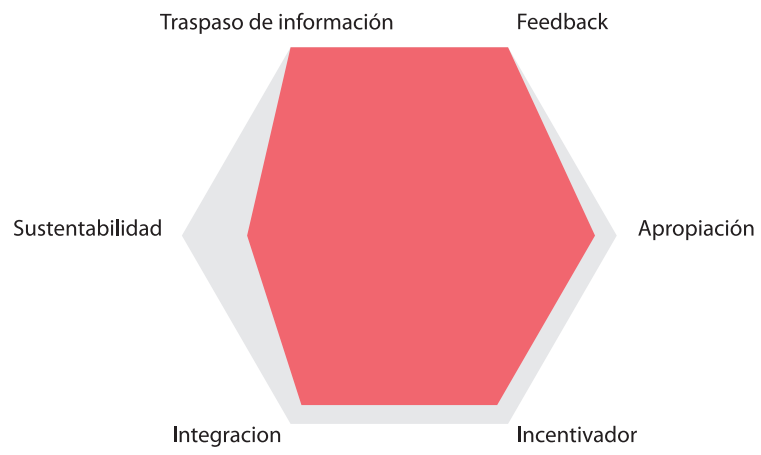
Taller.



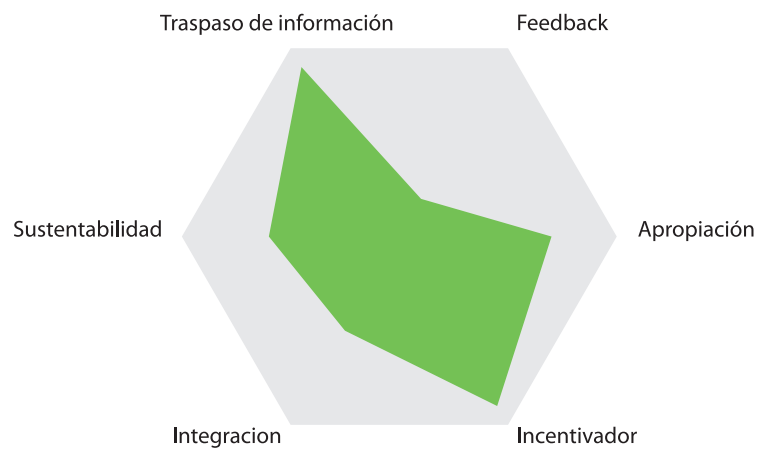
Conversatorio.



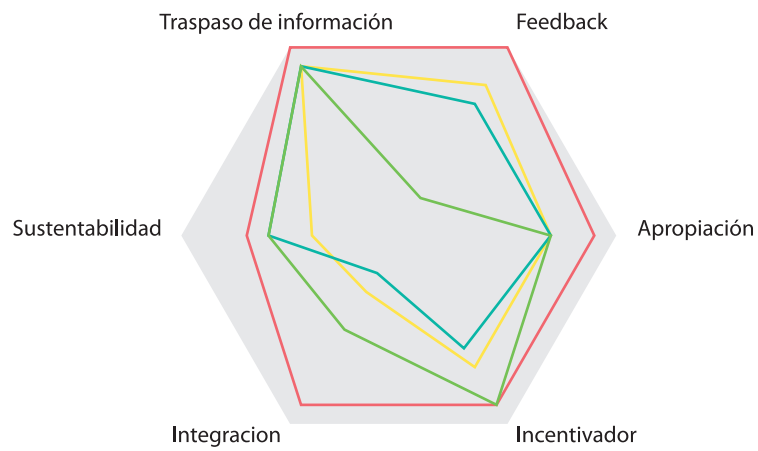
Concurso intersemestral.



Exposición estudiantil.



Resumen.



Para obtener resultados más cercanos a la realidad y poder medir el nivel de aceptación, integración y dinámica de cada una de las estrategias anteriormente mencionadas, se realizaron diversas actividades con los estudiantes de Diseño de la Comunicación Visual de la Universidad Javeriana Cali. Cada una de las mismas pretendía evidenciar los principales aspectos en las dinámicas específicas de las soluciones planteadas.

Taller.

Para evidenciar las características comunicacionales al interior de un taller. Se realizó un pequeño prototipo con algunos interesados.

Desarrollo.

Fue un taller de origami y los participantes tenían dos figuras para realizar, un corazón y un escarabajo. El escarabajo era de un nivel de origami más avanzado que el corazón y captó mucho la atención de los participantes por su gran atractivo visual, el inconveniente fue que para su elaboración se necesitaban 40 minutos y nadie disponía de ese tiempo. El corazón no generó interés en ningún participante.

La actividad no funcionó, entonces para evidenciar la dinámica al interior de un taller, se comparó con la metodología que llevan normalmente las clases, donde un profesional en un tema transmite sus conocimientos. También debido a experiencia en asistencia y gestión de talleres en eventos como la Semana del Diseño, es posible utilizar la importante información que se evidencia.

Conclusión.

- El primer intento con la actividad sentó las bases de que un taller debe tener una temática de total interés en sus participantes para asegurar su éxito.
- El nivel de socialización entre los participantes es muy poco, ya que las conversaciones no suelen hacer parte de la dinámica.
- Su sustentabilidad no es mucha, ya que el conseguir a los talleristas, los salones y la logística en general de la actividad, necesita de un gran esfuerzo, contar con un personal ciertamente numeroso, económicamente no es barato y logística es antes, durante y después del evento.

Conversatorio.

Para evidenciar las características en un conversatorio se realizó un Cadáver Exquisito. El objetivo era la dinámica alrededor de un tema en común y como, con la ayuda de todos los participantes, se crearía una obra.

En la actividad participaba un grupo de estudiantes sentado en círculo al cual se les entregaba una hoja y un lápiz. Algunos de los integrantes dibujarían cualquier cosa en un tiempo determinado y lo pasarían a su derecha, para que el receptor del papel, en el mismo tiempo, siguiera con la obra de una manera libre. Al final, después de pasar por todos los participantes, el producto sería puesto en consideración de todos, generando diversas reacciones.

Desarrollo.

La actividad resultó bien y en general no dio resultados impredecibles. Los grupos entendieron la dinámica enseguida y comenzaron a hacer sus intervenciones. Al no ser todos completos desconocidos, y como es común en actividades grupales, las personas que más se conocían se sentaron juntas. Al ser una construcción desde la individualidad y no tener la suficiente confianza para intervenir la opinión del otro, los resultados no dieron grandes indicios de una integración acertada. Algunas risas tímidas salían a la hora de exponer el resultado de la actividad que, desde muy temprano, intento tornarse divertida, sin mucho éxito. Los estudiantes no lograron profundizar mucho en el pensamiento de sus compañeros y no hubo intervenciones más que para ligeros comentarios que no generaban mucha discordia. El resultado de la actividad fue interesante, ya que deja ver un poco la timidez de los participantes; nadie resultó muy transgresor de la línea ya planteada por el director, algunos actos más extrovertidos llevaron las cosas hacia el humor, como una forma de romper la gruesa capa de hielo.

Conclusión.

- Al no tener un cierto nivel de confianza, los integrantes de la actividad acuden a formar pequeños grupos en los que se sientan más cómodos y no muestran mucho interés por conocer al otro.
- La falta de confianza hace que el espíritu de debate y transgresor se reduzca. No se generan grandes conversaciones a partir de un tema planteado.
- Después de la actividad no se nota un mejor ambiente de camaradería y la opinión de unos y otros no ayuda a forjar la misma.

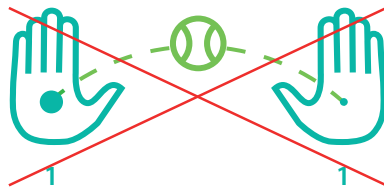
Concurso intersemestral.

Para evidenciar las características al interior de un concurso intersemestral, fue necesario pensar en cual es como tal la dinámica que este maneja. La actividad central en un concurso, es el trabajo en grupo por una finalidad. La idea era evidenciar cual es el nivel de integración al interior de este con un ejercicio que representara un reto para desarrollar en grupo y como se generarían dinámicas de comunicación durante su evolución.

La actividad se realizo con un grupo de estudiantes, en su mayoría desconocidos; a estos se les dio un problema a resolver que consistió de una pelota que se les entregaba, la cual tenía que pasar por todas las manos de los integrantes en un tiempo determinado. La única regla era que una persona no podía pasarla de una mano a la otra, sin antes pasar por la mano de uno de sus compañeros.

Ejemplo:

Las manos azules son la persona número 1, las manos naranjas son la persona número 2.



Esta es la única condición con que cuenta la actividad, para hacerla más exigente. Además para su realización se dio un tiempo límite que varió dependiendo del número de integrantes. A grupos de quince (15) personas se les dio un tiempo límite inicial de quince (15) segundos, esto con la finalidad que se familiaricen con el movimiento. Posteriormente el lapso se baja a diez (10) segundos, lo que generará que el grupo empiece a unirse y a intervenir para ver formas de solucionar el reto, para finalmente darles tan solo cinco (5) segundos. En esta etapa la integración del grupo es vital y se ve como muchos que al principio no hablaban, de repente dan opiniones, se juntan y se ríen unos de los otros, entablando relaciones de confianza, enmarcada en una actitud dinámica y de escucha. La integración en la resolución del problema es muy superior a la de otras estrategias.

Finalmente, es sorprendente como los diferentes grupos analizados llegan a ideas bastante creativas, en donde la participación de todos es fundamental y se ve reflejada en el producto final.

Desarrollo.

La actividad resultó muy bien, de hecho fue sorprendente su acogida, tanto que para levantar el ánimo de algunos grupos sometidos a otras pruebas, se realizó esta al finalizar, lo cual también permitió contrastarlas de acuerdo a las opiniones de los estudiantes.

Inicialmente los grupos empezaban un poco tímidos, ya que se desconocían la mayoría de sus miembros. Fue un poco complicada la explicación de las reglas y costó unos cuantos intentos para que el movimiento fuera captado por todos y la dinámica pudiera funcionar de forma independiente.

El primer reto, de los quince (15) segundos, no resultó muy complicado en la mayoría de las veces y era fácilmente superado. Indujo a los participantes a una forma específica de abordar el problema, al pasar la pelota de un compañero a otro de manera lineal.

El siguiente reto de tiempo (10 segundos) normalmente fue abordado de la misma forma, solo que acelerando el traspaso de la pelota. Tras varios intentos y normalmente entre risas y muchos comentarios de todos, finalmente cambiaban la dinámica y se empezaban a juntar, perdiendo poco a poco la timidez y muchos que no habían hablado empezaban a opinar para buscar formas más creativas de solucionar el problema.

Al siguiente límite de tiempo (5 segundos) muchos se mostraron incrédulos, ya que terminar el reto anterior no resultó fácil. Los comentarios no se hicieron esperar, junto con bromas y algunas risas de complicidad. Las soluciones salían más rápido de lo esperado y al poco tiempo, y como equipo, solucionaron un reto que no se veía fácil, explotando el pensamiento creativo. Finalmente los comentarios sobre la actividad resultaron positivos y en todos se veía una actitud abierta a la socialización, orgullosos de su logro.

En algunas ocasiones esta actividad se realizó después de alguna otra que dejaba un poco decepcionado al grupo.

Al finalizar la actividad, las opiniones más comunes fueron que permitió mucho la socialización y al ser en grupo generó un espacio propicio para la comunicación que, en otros momentos y al no ser necesaria, no se hubiera dado. Para finalizar, esta resultó mucho más aceptada que las otras, cuando se pidió compararlas en su nivel de acogida e integración.

Conclusión.

- La comunicación es muy difícil de generar esporádicamente, pero cuando se crea un espacio y una excusa, se facilita enormemente.
- Cuando un grupo de personas trabaja en torno a una problemática, la integración es inmediata y casi indispensable para llegar a una solución.
- Después de muy poco tiempo de interacción, los integrantes tienen avances en cuanto a la socialización bastante sorprendentes, debido a que la resolución de un problema genera una pauta y un tema sobre el cual intervenir.

- Generar un tema central ayuda a que la comunicación se de más fácil y rápidamente, ya que el emisor no tiene que pensar en algo que sea compatible con las características del receptor.
- Un tema que reúne a un grupo ayuda a la comunicación durante la actividad, prolongándose una vez esta finaliza ya que algunos estudiantes se relacionaban posteriormente debido y en torno a la prueba, ya desarrollada.

Exposición estudiantil.

Para evidenciar las características relacionales al interior de una exposición estudiantil, se realizó un prototipo; la idea era analizar: 1) Como era el comportamiento de los integrantes, expositores y el público en general, 2) Cuál era la relación que manejaban unos con otros, 3) Como se relacionaban con las obras expuestas y 4) Que tan interesante y pertinente resultaba la opinión de un diseñador a través de un canal como lo es la pieza exhibida.

La actividad reunió un grupo de estudiantes, en su mayoría desconocidos, a los cuales se les brindaron materiales como hojas de papel, lápices, colores, etc... Después de la entrega de los materiales los estudiantes dieron el tema a graficar. Para su realización tenían un tiempo límite que variaba entre diez (10) y quince (15) minutos. Una vez finalizado el tiempo, cada uno expuso su obra hablando de la forma en la que expreso los conceptos. Cada uno de los espectadores tenía la libertad de opinar. Finalmente se hicieron unas preguntas sobre la experiencia como tal y recogieron las piezas realizadas.

Desarrollo.

La actividad resulto medianamente bien. Se empezó con la repartición de los materiales y los estudiantes parecían entusiasmados aunque tímidos ante la idea de expresar un concepto, propuesto por algún "valiente" que rompió el silencio y propuso un tema. Cada uno y de manera individual (aun cuando se incentivaba que la obra podría ser compartida) realizaba su pieza. Después que terminara el tiempo, los estudiantes tímidamente se acercaban nuevamente, esperando el voluntario que hablaría sobre lo realizado.

Una vez el primero habló, quien se ubicaba a su derecha o izquierda seguía con la dinámica. Durante la exposición de cada trabajo primo el respeto y el silencio y en algunos casos, caras de aprobación a representaciones que resultaron creativas o graciosas, pero los comentarios sobre la misma eran nulos. Al finalizar la actividad los estudiantes no tenían ningún signo de integración. Sin embargo, en el momento en que comentaban sobre la actividad, era frecuente que se resaltara la importancia de dar a conocer el trabajo propio y conocer el de los demás, hechos muy relevantes en el desarrollo profesional de un diseñador.

Conclusión.

- Los estudiantes no se socializan de manera esporádica si no hay una actividad específica que contribuya.
- Por mas que la actividad no era dinámica y no incentivaba la socialización, resulto muy importante para todos los estudiantes.
- Los estudiantes se mostraban bastante interesados en dar a conocer y conocer el trabajo de los demás.
- Las obras resultan un medio de comunicación que es muy apreciado en la comunidad de diseñadores y es un gran incentivador de próximos vínculos.

Conclusión General

Las actividades del taller y del conversatorio no resultaron eficientes a la hora de evaluar su nivel de integración. Son actividades que no manejan una dinámica muy activa y en las cuales la participación de sus integrantes resulta bastante baja. Además no son sustentables ya que desarrollar el taller conlleva un costo muy elevado y el conversatorio también requiere de la utilización de muchos recursos. Así que su balance costo – beneficio es muy bajo.

La exposición estudiantil también es una actividad que maneja unos estándares de socialización muy bajos si se presenta sola. En la inauguración de la presentación, las personas tienen un espacio adecuado para socializar en torno a un tema que resulta atractivo, pero no hay nada que empuje a gente que no se conoce a integrarse. Así que en ese sentido no es muy rescatable. Sin embargo las encuestas, entrevistas y testimonios de los estudiantes muestran un inmenso interés en conocer lo que están haciendo sus compañeros y contar con un espacio para darse a conocer. Esto permite que el traspaso de información relevante sea bastante elevado.

El concurso estudiantil resulta una opción muy sólida, ya que, según las pruebas y diferentes investigaciones, supera con creces las otras opciones, logrando un espacio bastante óptimo para la socialización de los integrantes de un grupo, aun siendo estos completos desconocidos. Al momento de la clausura y premiación, el ambiente será de camaradería y permitirá un espacio para la integración de toda la comunidad del diseño. Además tendrá un fuerte impacto en los canales de comunicación más frecuentes.

Solución

De acuerdo a los resultados obtenidos, la solución planteada a la problemática evidenciada al principio de este trabajo es evidentemente el concurso intersemestral. Este permitirá que gran cantidad de grupos socialicen en torno a una problemática, la cual tendrá una inmensa cantidad de posibles soluciones. Esta actividad tendrá su cierre el día de la clausura, donde se hará la premiación a los mejores trabajos.

La clausura será un momento propicio para la creación de comunidad al interior de la carrera y para que este tenga aún más fuerza. Ese mismo día se hará la inauguración de la exposición estudiantil, con el objetivo de generar el espacio para conocer el trabajo de los demás y dar al conocer el propio. Además de potenciar la dinámica de integración que se genere ese gran día para la carrera.

CD.

Material audiovisual.

En el CD se encuentra el material audiovisual que se realizó durante las pruebas de usuario para las diferentes actividades en estudio, es un material bastante interesante del cual provienen las decisiones tomadas y la posterior solución.

Queda a disposición ya que cualquier interpretación del mismo puede ser acertada y alguna información se haga evidente a una mirada ajena.

Finalmente los resultados llevaron a la construcción de una solución que respondiera los requerimientos de los estudiantes y lograra los objetivos del proyecto, para esto es necesario brindar una herramienta para llevar a cabo las actividades que corresponden y lograr así en la carrera de Diseño de Comunicación Visual de la Universidad Javeriana Cali crear una fuerte comunidad de profesionales que sirvan de cimientos a la construcción del diseño no solo al interior de la carrera si no en la ciudad entera.

Por medio de la solución planteada se pretende involucrar y crear lazos de comunicación vertical, de este modo lograr impulsar futuras ideas y dinámicas que puedan provenir de estos nexos cultivados desde la universidad.

Material.

Para llevar a cabo un futuro prometedor para la comunidad javeriana es indispensable contar con el material adecuado que permita el desarrollo de la solución, para el problema de comunicación con el que se cuenta en este momento. Por lo tanto hay dos manuales, estos contienen la información exacta y completamente pertinente que permitirá lograr el desarrollo integro de la actividad sin presentar ningún problema.

Se incluyen dos, uno de ellos contiene la información necesaria para el usuario "Manual para usuario" acá se encuentra toda la información que los participantes necesitan saber sobre la dinámica, esta organizado por fechas en periodos de tiempo que concuerdan con los semestres pertenecientes a la primera y segunda etapa del año, mas especificaciones puntuales que los estudiantes necesitan saber. Este puede ser usado por los integrantes y también por los organizadores a los cuales les será muy útil.

El otro manual es para los organizadores "Manual para organizador" este abre la posibilidad de incluir a cualquier persona como gestor de la actividad y explica como una sola persona puede llevar a cabo la misma, sobre todo en ediciones posteriores donde todo se vuelve mas fácil. La idea es lograr facilitar al máximo la intervención de una persona para que sea un éxito la actividad tanto que los profesores pueden hacerse cargo de la misma. Esta organizado por fechas para ubicar temporalmente la actividad y los momentos de ejecución a los que esta sujeta, mas unas especificaciones que permiten hondar en cada parte para que sea completamente clara.

Agradecimientos y dedicatoria.

Este trabajo esta realizado por la preocupación personal sobre el tema de comunicación intersemestral que presenta la universidad. Después de participar como organizador de la semana del diseño resulta bastante importante para mi poderle brindar algo a la universidad que me a dado todo, a la academia a la cual le debo mi desarrollo como profesional y sin sus profesores y estudiantes no podría desenvolverme en este ámbito como actualmente lo hago y no tendría las herramientas para seguirlo haciendo. Por lo tanto es solo un regalo que pretende darle a una comunidad estudiantil un punto de partida para desarrollar comunidad.

Es posible decir entonces que le agradezco y dedico a la comunidad entera de Diseño de Comunicación Visual el proyecto de grado que pretende solucionar una preocupación personal que resulto bastante compartida.

Gracias.

