

SISTEMATIZACION DE EXPERIENCIAS

(La mejora del proceso de diseño a través de la comunicación)

Practicantes

Nicolás Cruz Cepeda

David Santiago Pacheco

Empresa

Gelsa S.A

Ágora

Directora de trabajo

Natalia Carolina Pérez Peña

Universidad Santo Tomás

Facultad de Diseño Gráfico

Bogotá D.C

2024

Queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento a todas las personas que han sido parte fundamental de este proceso y que, de diversas maneras, han contribuido a la realización de este trabajo de grado. En primer lugar, agradecemos a nuestra directora de tesis, Natalia Carolina Pérez Peña, por su invaluable apoyo, orientación y paciencia a lo largo de esta investigación. Su expertise y consejos han sido esenciales para guiarnos en el desarrollo de este proyecto. Agradecemos a Gelsa y Ágora, que nos brindaron acceso a los recursos necesarios para llevar a cabo esta investigación, así como a todos aquellos que colaboraron, compartieron su tiempo y conocimientos, enriqueciendo así este trabajo. Y por último a nuestras familias por su incondicional apoyo durante nuestro paso como amorfos

RESUMEN Y PALABRAS CLAVE.

Este trabajo de grado se centra en el proceso de diseño en las empresas Ágora y Gelsa, basado en la experiencia del autor como practicante en ambas compañías. Ágora, una consultoría de comunicación estratégica en Latinoamérica, y Gelsa, un grupo transaccional colombiano, comparten el uso del diseño gráfico como herramienta para alcanzar sus objetivos. El estudio busca comprender cómo se desarrolla el proceso de diseño en ambas empresas y cómo este puede ser optimizado para mejorar la comunicación interna y la representación gráfica de las marcas.

El proyecto se divide en tres etapas. Primero, se analizarán los procesos de diseño actuales en Ágora y Gelsa a través de una herramienta que recopile información sobre el proceso de diseño, las solicitudes y las perspectivas de los equipos involucrados. Luego, se identificará la información relevante para comprender el proceso de diseño y se establecerán parámetros para el desarrollo de una herramienta que lo mejore. Finalmente, se determinará la herramienta audiovisual más adecuada para optimizar el proceso de diseño, considerando los recursos disponibles. El trabajo destaca la importancia de la colaboración entre diseñadores y otros equipos para alcanzar resultados óptimos en el diseño.

Palabras clave: Diseño, proceso de diseño, comunicación, organizaciones, herramienta, audiovisual, empresas, trabajo en equipo.

Introducción

En el presente trabajo de grado, buscamos enfocarnos en el proceso de diseño a partir de la experiencia adquirida en el área de diseño como practicantes en las empresas Ágora y Gelsa, empresas que constan de áreas de trabajo dedicadas al desarrollo de piezas gráficas que contribuyen a los propósitos de cada una. Por una parte, Gelsa es un grupo transaccional de origen colombiano, dedicada a la prestación de servicios, a través de una red multiproducto, aliados y equipos competitivos, que aprovecha los canales digitales y presenciales para garantizar las mejores experiencias a millones de usuarios a través de sus diferentes productos. Por otra parte, Ágora, empresa dedicada a la consultoría tanto de asuntos públicos como de comunicación estratégica en la zona (Latinoamérica), de la mano de diferentes equipos de profesionales y con un fuerte desarrollo en piezas digitales que busca satisfacer las necesidades de sus clientes de manera efectiva.

Cada proyecto de diseño es una oportunidad para generar nuevas narrativas y significados, desafiando las convenciones establecidas y promoviendo la diversidad. Por esta razón este proyecto permitirá que las empresas Ágora y Gelsa tomen conciencia del proceso de diseño que se desarrolla y de esta manera los equipos puedan aumentar la efectividad dentro de lo que constituye su comunicación interna. En este sentido, el diseño es un proceso de negociación constante entre diferentes perspectivas y valores, donde la participación de diversos actores sociales es clave para construir un consenso que refleje las necesidades y aspiraciones de las organizaciones. Sin embargo, es importante entender cuál es el proceso detrás de esta cantidad de consensos y determinaciones a la que se llega para que dicho

mensaje tenga el debido peso y que las empresas se vean claramente representadas en su lenguaje gráfico.

De acuerdo con lo anterior, este trabajo se estructura en tres momentos claves, comenzando por una fase inicial de diagnóstico la cual consta de analizar y comprender cuales son las situaciones actuales de los procesos de diseño a través de una herramienta que refleje su caracterización en las empresas Gelsa y Ágora a partir de la recopilación y análisis de información sobre el proceso de diseño, el proceso de las solicitudes y la perspectiva de las personas que trabajan conjunto al área de diseño. Posteriormente, se continúa con la fase de identificación desde la cual, a partir de la información recopilada y analizada, se busca definir qué información es relevante y necesaria para entender el proceso de diseño y se establecen una serie de parámetros para el desarrollo de la herramienta. Finalmente, durante la fase de desarrollo e implementación, se determina cuál puede ser la herramienta audiovisual más apropiada, tomando en cuenta los recursos disponibles para su posterior desarrollo.

Hoy en día, el diseñador tiende a adaptarse y cooperar con otros equipos con el fin de obtener mejores resultados, puesto que, al fin y al cabo, es una labor cooperativa que ha permitido desarrollar una mentalidad elástica (Munari ,2016). En este sentido como practicantes de diseño, hemos tenido la oportunidad de trabajar en equipos donde los diálogos afectan directamente el proceso de diseño. Como resultado, esto ha permitido que las empresas reconozcan la importancia crucial de una comunicación efectiva, tanto interna como externamente por lo que los departamentos de diseño juegan un papel fundamental desarrollando estrategias y procesos que garanticen la claridad y el impacto de los mensajes.

Planteamiento del problema

Las empresas Gelsa y Ágora cuentan en sus organigramas con áreas de diseño que se dedican al desarrollo de piezas para una variedad de campañas y/o proyectos diversos. Dentro de los procesos que desarrollan están la creación de key visual para sorteos, promociones y mecánicas de juego, así como el diseño de materiales para branding, merchandising y comunicación interna y externa. Sin embargo, la falta de claridad o desconocimiento sobre la manera en que funciona un proceso de diseño desde el momento en que se hace el encargo hasta que se ejecuta el producto, genera una cantidad de demoras y errores en la realización de estos mismos, llevando las solicitudes a un reproceso que no siempre permite cumplir los tiempos de entrega establecidos.

En primer lugar, la empresa Ágora, al trabajar de forma colectiva con diferentes equipos, hace que el proceso en el desarrollo de las solicitudes sea un poco extenso, ocasionando que información importante sobre los entregables y las solicitudes se pierda o no quede del todo clara. Por otro lado, se generan una serie de plantillas, las cuales son usadas por otros equipos, sin embargo, estos solicitan apoyo del área de diseño para corregir o mantener el estilo visual, sin tener en cuenta el tiempo de ejecución de los entregables, ni la saturación del equipo, lo que genera una carga adicional, ya que si bien una plantilla se genera con el fin de mantener la coherencia visual no tendría por qué haber una intervención mayor por parte de los diseñadores, esta situación ocasiona que haya un retraso en los demás entregables y se replantee el orden de prioridades.

Por otra parte, Gelsa presenta dificultades comunicativas entre dos áreas de trabajo en específico, el área de mercadeo y el área de diseño. Esto se debe a que las solicitudes son requeridas por miembros del área de mercadeo que normalmente desconocen el proceso de diseño y por ende omiten información que para el

proceso suele ser importante generando que el proceso se vuelva más extenso y lento. Además de esto, la falta de claridad en algunas de las solicitudes que se realizan genera reprocesos y ajustes que aumentan la dificultad de estas mismas.

Por lo anterior, es necesario prestar atención a la comunicación alrededor del proceso de diseño, diseñando un instrumento que permita revelar la complejidad y características del diseño desde la fase investigativa hasta su entrega final y por qué se requieren elementos que permitan hacer este proceso efectivo y eficiente.

Pregunta de investigación

¿Como desde el diseño gráfico se puede generar una herramienta audiovisual pedagógica que permita comprender el funcionamiento de los procesos de diseño que se realizan al interior de las empresas Gelsa y Ágora para mejorar el flujo de los encargos y asegurar mayor efectividad en los mismos?

Objetivo

Diseñar una herramienta audiovisual pedagógica que permita comprender el funcionamiento de los procesos de diseño que se realizan al interior de las empresas Gelsa y Ágora para mejorar el flujo de los encargos y asegurar mayor efectividad en los mismos a partir de la comprensión del mismo proceso por parte de las áreas involucradas.

Específicos

1. Diagnosticar cual es la situación actual de los procesos de diseño a través de un instrumento que refleje su caracterización.
2. Definir los aspectos a incluir en una herramienta audiovisual que desde el diseño permita comprender cómo funciona el proceso de encargos.

3. Determinar porque un video es la herramienta audiovisual más apropiada y ejecutarla.

Justificación

La creación de una herramienta audiovisual pedagógica para visualizar y comprender los procesos de diseño dentro de una empresa representa un avance significativo en la comunicación y colaboración entre áreas. Este proyecto busca abordar cómo se conciben y articulan los procesos de diseño desde otras disciplinas, promoviendo una comprensión integral del trabajo colaborativo. Como lo destacan Ávila (2011) y Martínez (2017), “la educación audiovisual es necesaria para la asimilación positiva de las informaciones que llegan al espectador y se incorporan a la personalidad en forma de conductas, hábitos e incluso como modos de pensar y actuar”. Así, esta iniciativa no solo responde a los requisitos académicos de un proyecto de grado, sino que también aborda una necesidad latente en el ámbito empresarial: mejorar la eficiencia de los procesos y la comunicación entre áreas que trabajan estrechamente con diseño.

La propuesta se centra en mostrar el proceso de diseño a través de un formato audiovisual, facilitando la comprensión y la colaboración entre los diferentes equipos. Al documentar y visualizar cada etapa del proceso, se permite a los equipos identificar con mayor precisión los requerimientos específicos y detectar vacíos o áreas de mejora. Esto fomenta una comunicación más clara entre los miembros del equipo, evita malentendidos y promueve la adopción de soluciones más efectivas, garantizando que todas las áreas cumplan con los estándares necesarios para apoyar al diseño en su labor. En este sentido, como afirma Kart Aspelud (2006), conocer las etapas de un proceso es crucial para el trabajo en equipo y el progreso del diseño, ya que permite optimizar tanto los recursos

disponibles como los tiempos de entrega, contribuyendo a resultados más satisfactorios.

Además de los beneficios internos, esta herramienta tiene un impacto significativo en el fortalecimiento de la marca empleadora. Las empresas que invierten en la formación y el desarrollo de sus empleados no solo atraen y retienen a talentos altamente capacitados, sino que también mejoran su posicionamiento externo gracias a la calidad de los resultados obtenidos. Crear un entorno de mejora continua, donde todos los empleados comprendan y contribuyan al éxito de los procesos, refuerza la reputación organizacional. Este enfoque permite que los equipos funcionen como engranajes sincronizados, impulsando a la empresa a alcanzar sus objetivos de manera más eficiente.

De manera paralela, esta iniciativa fomenta la motivación del personal, un factor clave para impulsar la productividad y la calidad del servicio. La inversión en recursos tangibles, intangibles y humanos no debe considerarse un gasto, sino una estrategia que favorece el desarrollo profesional en un ambiente laboral positivo. Para garantizar la efectividad de esta inversión, resulta esencial implementar indicadores clave de rendimiento (KPIs) que permitan medir el impacto de las estrategias y asegurar el cumplimiento de los objetivos. Como señalan Freire, García, Quirola, Pazmiño y Caicedo (2015), los KPIs son herramientas indispensables para monitorear avances, identificar áreas de mejora y promover la autoconciencia entre los participantes, quienes reflexionan sobre su propio desempeño y su contribución al progreso colectivo.

En definitiva, esta herramienta audiovisual pedagógica no solo facilita la comprensión y optimización de los procesos de diseño, sino que también genera beneficios significativos en términos de cultura organizacional, posicionamiento

empresarial y rendimiento económico. Al promover una comunicación eficiente, fortalecer la colaboración interdisciplinaria y medir el impacto de las estrategias implementadas, esta propuesta se presenta como una solución integral para abordar los retos del diseño en el contexto empresarial actual.

Diseño metodológico

El objetivo principal de este proyecto es desarrollar una herramienta audiovisual que, mediante el diseño gráfico, facilite la comprensión de los procesos de diseño dentro de una empresa, mejorando tanto la eficiencia como la comunicación entre áreas. Para lograrlo, se propone una metodología basada en principios de diseño iterativo y colaborativo que garantice la creación de una solución práctica y adaptada a las necesidades reales de los usuarios.

El proceso comienza con una fase de empatización, en la que se realizará un diagnóstico exhaustivo de los procesos actuales mediante entrevistas, encuestas y observaciones. Estas actividades estarán dirigidas a las personas involucradas en las solicitudes de diseño y su interacción con el área de diseño. El objetivo es identificar barreras de comunicación, malentendidos recurrentes y puntos críticos que dificultan el flujo de trabajo entre departamentos.

Con los hallazgos obtenidos, se procederá a la definición de los problemas clave, sintetizando los principales retos que deben abordarse. Entre ellos podrían estar la falta de claridad en las fases del diseño, las expectativas desalineadas entre áreas o la confusión en los tiempos de entrega. Este paso permitirá establecer objetivos claros para el desarrollo de la herramienta audiovisual.

En la fase de ideación, se conceptualizará la herramienta a partir de las necesidades identificadas. Se propone que esta sea visualmente atractiva, accesible y utilice recursos como storytelling, diagramas animados y elementos interactivos

para explicar de manera sencilla cada etapa del proceso de diseño. Durante esta etapa, se definirán también los lineamientos estéticos y narrativos que aseguren la coherencia visual y la claridad del contenido.

Posteriormente, en la etapa de prototipado y validación, se crearán versiones preliminares del material audiovisual, como storyboards o animaciones básicas, que serán presentadas a los equipos involucrados para recibir retroalimentación. Este ciclo iterativo permitirá ajustar tanto el contenido como el formato según las necesidades y expectativas de los usuarios, asegurando la eficacia de la herramienta antes de su producción final.

Finalmente, se llevará a cabo la producción e implementación del material audiovisual en la empresa. La introducción de la herramienta incluirá talleres de capacitación y guías prácticas para facilitar su adopción entre los equipos. Además, se establecerán estrategias para medir su impacto, utilizando indicadores clave de rendimiento (KPIs) como:

- El nivel de comprensión de los procesos de diseño antes y después de usar la herramienta.
- La reducción en los tiempos de solicitud y entrega de diseños.
- La percepción de claridad y efectividad en la comunicación entre áreas.

Este enfoque no solo garantiza la creación de una solución funcional y atractiva, sino que también fomenta una cultura de mejora continua, permitiendo que la herramienta evolucione junto con las necesidades de la empresa. A largo plazo, esta iniciativa contribuirá a optimizar el flujo de trabajo, fortalecer la colaboración interdisciplinaria y mejorar los resultados generales en los procesos de diseño.

Qué experiencia se quiere sistematizar y objetivo

Experiencia a sistematizar: La experiencia a sistematizar es la creación e implementación de una herramienta audiovisual pedagógica diseñada para mejorar la comprensión y eficiencia de los procesos de diseño gráfico dentro de una empresa.

Objeto de estudio: Es el proceso de diseño para los encargos comunicacionales en las empresas Ágora y Gelsa.

Objetivo: Identificar las características de la herramienta de acuerdo con el diagnóstico de los procesos actuales. Esto permitirá replicar y mejorar iniciativas similares en el futuro y generar conocimiento sobre el diseño de herramientas pedagógicas a partir del diseño gráfico en contextos empresariales donde el diseño de productos visuales está relacionado con diferentes áreas de trabajo.

Importancia de la sistematización: La sistematización de esta experiencia es fundamental porque permite construir conocimiento teórico y práctico sobre el diseño y desarrollo de herramientas audiovisuales pedagógicas para promover la apropiación de los procesos de diseño en las empresas Gelsa y Ágora. Por otro lado, facilita la identificación de áreas de mejora en futuros proyectos similares, optimizando recursos y tiempo. Y por último, permite que los aprendizajes y experiencias pedagógicas en el desarrollo de herramientas audiovisuales con diversos equipos de la empresa, fomenten el desarrollo de iniciativas similares en estas y otras organizaciones.

Durante la estadía de los practicantes en el área de diseño de las empresas Ágora y Gelsa, en Bogotá, se identificaron las principales dificultades que enfrenta el equipo de diseño a partir del análisis desde la experiencia directa de los practicantes como en las perspectivas de otros equipos involucrados con el área de diseño con el fin de brindar a estos equipos una comprensión más clara del proceso de diseño y sus

características y requerimientos, facilitando así una comunicación más efectiva y una mejor coordinación en la gestión de tareas y entregables.

- **Contexto de la situación.**

Las empresas con áreas de diseño presentan desafíos al desconocer la forma en la que sus áreas se comunican, lo que generan problemas en cuanto al desarrollo de productos visuales debido a la forma en la que se realizan las solicitudes. Este es el caso de las empresas Ágora y Gelsa en donde se desconoce el flujo de los procesos de diseño por parte de personas que trabajan conjuntamente al área y que realizan solicitudes o encargos. De acuerdo con lo anterior surge la pregunta ya presentada en la página número 8: ¿Como desde el diseño gráfico se puede generar una herramienta audiovisual pedagógica que permita comprender el funcionamiento de los procesos de diseño que se realizan al interior de las empresas Gelsa y Ágora para mejorar el flujo de los encargos y asegurar mayor efectividad en los mismos?

- **Para qué se quiere realizar esta sistematización**

La sistematización de esta experiencia tiene como objetivo desarrollar una herramienta audiovisual pedagógica que permita a los equipos de trabajo en Ágora y Gelsa comprender de manera más clara y eficiente los procesos de diseño gráfico. Esto no solo busca mejorar la comunicación y el manejo de encargos, sino también optimizar la colaboración entre áreas y fomentar una cultura de aprendizaje continuo.

Para lograrlo, se plantea:

1. Documentar las características y etapas clave del proceso de diseño en ambas empresas, estableciendo una base sólida para el análisis.

2. Crear un recurso visual y educativo que facilite la interacción entre el área de diseño y otros departamentos, contribuyendo a un flujo de trabajo más eficiente.
 3. Extraer aprendizajes prácticos que puedan implementarse en futuros proyectos, consolidando una mentalidad de mejora continua en los procesos de diseño.
 4. Esta iniciativa no solo responde a las necesidades actuales de ambas empresas, sino que también sienta las bases para desarrollar herramientas pedagógicas innovadoras que beneficien tanto a los equipos internos como a futuros colaboradores.
- **Qué aspectos centrales de la experiencia nos interesa sistematizar (eje)**

La experiencia se enfoca en la interacción y comunicación entre el área de diseño y otros equipos en las empresas. Los aspectos centrales para sistematizar incluyen:

- El flujo de solicitudes y encargos hacia el área de diseño y la respuesta de este departamento debido a los problemas de falta de información y claridad de conceptos detallados.
 - La claridad y efectividad de las comunicaciones entre diseño y otras áreas, así como el entendimiento mutuo sobre el proceso de diseño con el fin de evitar reprocesos y sobrecargas.
 - La identificación de obstáculos comunes y soluciones implementadas para optimizar la colaboración y eficiencia en la creación de piezas gráficas.
- **¿Qué elementos habría que tomar en cuenta en la recuperación histórica?**

En la recuperación histórica será importante considerar:

- Los antecedentes de los equipos de diseño en Ágora y Gelsa, incluyendo el contexto en el que operan y su papel dentro de cada organización.
 - La evolución de las prácticas de colaboración y comunicación entre el área de diseño y otras áreas.
 - Los problemas y logros experimentados en la comunicación interdepartamental, resaltando eventos que marcaron cambios significativos o mejoras en el proceso de diseño.
- **Qué elementos habría que tomar en cuenta para ordenar y clasificar la información (un párrafo con algunas ideas claves)**

Para una adecuada organización de la información, se deberán tomar en cuenta:

- Categorías como fases del proceso de diseño, tipos de solicitudes, frecuencia de reprocesos, y problemas recurrentes en la comunicación para comprender la situación del área en cuanto a comunicación transversal entre áreas.
 - Clasificación de la información por empresa (Ágora y Gelsa) con el fin de identificar diferencias y similitudes en los desafíos y soluciones en el proceso de diseño.
 - Hacer un diagnóstico de patrones en la comunicación y coordinación entre áreas para entender cómo estos influyen en el cumplimiento de los objetivos del área de diseño y de igual manera en su impacto a la hora del proceso de desarrollo.
- **Qué elementos interesa abordar en la interpretación crítica (un párrafo con algunas ideas claves)**

La interpretación crítica de este proyecto muestra que los problemas de comunicación entre diseño y otros departamentos en Ágora y Gelsa reflejan una falta de integración y alineación dentro de la estructura de cada empresa. En Ágora, el hecho de que el área de diseño tenga que hacer correcciones en plantillas que deberían usar otros equipos sugiere que estos equipos podrían necesitar entrenamiento para manejar ciertas tareas visuales por su cuenta para no intervenir con las tareas que se están desarrollando. En Gelsa, los encargos poco claros del equipo de mercadeo indican que falta un lenguaje común y protocolos definidos para que el flujo de información sea más ágil, evitando atrasos y errores en las entregas. Esto nos lleva a entender que el diseño no solo aporta creatividad, sino que necesita mayor visibilidad y comprensión dentro de la empresa para estar alineado con las metas de cada área, evitando retrabajos y fortaleciendo la coherencia visual y la comunicación eficiente.

- **Qué fuentes de información vamos a utilizar y cuáles necesitaríamos elaborar - (registros)**

Las fuentes de información incluirán:

- Entrevistas y encuestas a los miembros de los equipos de diseño y a representantes de otras áreas, para recopilar sus experiencias, opiniones y puntos de vista.
- Registros de solicitudes y flujos de trabajo previos, para analizar tiempos de respuesta, errores comunes, reprocesos, vacíos de información y falta de detalle.

- Otras investigaciones relacionadas con la implementación del video como herramienta para fortalecer la justificación de su uso.
- Cómo se va a realizar esta sistematización (indicando las etapas, técnicas y procedimientos que se utilizarán y los usuarios interesados)

Para comprender la situación actual de los procesos de diseño, se necesita un instrumento que caracterice su funcionamiento. Este instrumento debería ser una herramienta audiovisual que, desde el diseño, permita entender cómo funciona el proceso de encargos. En el cual, a partir de un análisis de información de las áreas involucradas (mercadeo, asuntos públicos y comunicación estratégica) se tendrá en cuenta su experiencia conjunta, para así definir los aspectos a incluir en la herramienta propuesta, como las etapas del proceso, los roles involucrados, las herramientas utilizadas, y los posibles obstáculos. Una vez definida la información a incluir, se debe determinar la herramienta audiovisual más apropiada, considerando el público objetivo y el mensaje que se quiere transmitir. Finalmente, se debe ejecutar la herramienta, utilizando las técnicas audiovisuales más adecuadas para lograr un resultado efectivo y atractivo.

- **Productos que deberían surgir de esta sistematización:**

Una herramienta audiovisual pedagógica que sirva como guía para otros equipos, facilitando la comprensión y colaboración en el proceso de diseño.

Plazos y cronograma de la recopilación de la experiencia a modo de diario de campo

Objetivo específico	Fase	Tarea	Involucrados
---------------------	------	-------	--------------

<p>Diagnosticar la situación actual de los procesos de diseño mediante un instrumento que refleje su caracterización.</p>	<p>Diagnostico</p>	<p>Reunión con un miembro de cada departamento que se vea involucrado con el de diseño. Recopilación de información a partir de preguntas específicas sobre el funcionamiento del proceso. Análisis de las respuestas proporcionadas en las diferentes entrevistas. Identificación de los puntos débiles de las solicitudes y/o encargos.</p>	<p>Estudiantes Miembros de los diferentes equipos</p>
<p>Definir los aspectos a incluir en una herramienta audiovisual que desde el diseño permita comprender cómo funciona el proceso de encargos.</p>	<p>Identificación</p>	<p>Definir qué información es relevante y necesaria para entender el proceso. Establecer qué es lo que el usuario debe aprender o entender tras utilizar la herramienta audiovisual. Definición del tono y le lenguaje a implementar.</p>	<p>Estudiantes</p>
<p>Determinar cuál es la herramienta audiovisual más apropiada y ejecutarla.</p>	<p>Desarrollo e implementación</p>	<p>Revisión de los distintos tipos de herramientas audiovisuales posibles. Evaluar los recursos disponibles (software, personal, tiempo, compatibilidad) Desarrolló de guion y storyboard Producción de la herramienta (creación de recursos, edición y montaje) Aplicación de la herramienta</p>	<p>Estudiantes Miembros de los diferentes equipos</p>

Análisis de la experiencia. Aprendizaje significativo. Propuesta proyectual

Durante el desarrollo de este proyecto de trabajo de grado, nos hemos encontrado con diferentes puntos y momentos que son nuevos para nosotros como

practicantes, esto debido a la nueva experiencia para trabajar con dos empresas como lo son Gelsa y Ágora. Dentro de este nuevo proceso, lo primero a señalar es la adaptación a un nuevo entorno y espacio de trabajo donde se debe tener en cuenta que ya hay un orden establecido para el desarrollo de las cosas. A partir de esto, se busca comprender cómo funcionan los procesos de la empresa en las áreas correspondientes y cuáles pueden ser sus debilidades, esto debido a que, aunque haya un proceso y unas formas específicas de trabajo establecidas previamente, el practicante durante su proceso de adaptación puede ser capaz de buscar y entender las formas en las que se trabaja y el porqué de estas para realizar aquello que es solicitado o requerido.

La herramienta audiovisual, en este caso un video, permite de manera activa y llamativa mostrar cual es el proceso del diseñador desde el momento en el que recibe la solicitud, la abre, revisa la información y toma un orden para comenzar a desarrollarla. Esta herramienta de igual manera expone problemas que se pueden encontrar en la solicitud como lo son falta de información y pretende mostrar cuales son los posibles efectos de aquellos fallos o elementos que retrasan las solicitudes o que ponen trabas para el correcto avance.

Es por esto, que se busca desarrollar un producto audio visual, que contenga elementos de motion, los cuales buscan llamar la atención del público objetivo, que en este caso son las personas que pertenecen a las áreas involucradas ya mencionadas, exponiendo situaciones reales experimentadas en las empresas de manera que cada uno pueda entender de forma más clara y específica como afecta el fallo comunicacional en el proceso y porque es fundamental la atención al detalle en el requerimiento de solicitudes.

Por esto, identificar las fallas es sencillo, pues en este proceso todo se dirige hacia la solicitud y el desconocimiento de otras áreas que trabajan con el área de diseño, pero lo realmente difícil, es entender cómo se puede mejorar debido a diferentes factores. El primero de ellos es comprender el pensamiento de las demás personas respecto a estas dificultades y cuál es la situación actual del proceso de todos, puesto que, en muchas ocasiones, aunque es difícil, las personas se acostumbran a trabajar de esta manera y todo se debe ir solucionando sobre la marcha. Las soluciones que se presentan sobre la marcha son soluciones específicas dentro de cada solicitud realizada por lo que toma tiempo identificarlas y llevarlas a cabo, por lo tanto, termina siendo mucho más sencillo prever dichas dificultades o fallos desde un principio en el desarrollo de la solicitud que posteriormente implementar más tiempo en su resolución.

De igual manera es importante mencionar que dentro de nuestro proceso de aprendizaje comprendimos la importancia que tiene la comunicación a partir de la afirmación *“La comunicación en las instituciones ha ido evolucionando, hoy se presenta como una necesidad diaria, que debe realizarse de forma regular y controlada. Es necesario un correcto seguimiento y control, para el logro de una mejora constante.”* (Caramello y Agostina, 2021), puesto que la comunicación dentro de las empresas permite que los procesos se lleven de una manera más eficiente y asertiva dentro de lo que es requerido, y a su vez la falta de esta crea vacíos en partes del proceso generando una mayor dificultad para llegar a los resultados esperados y cumplir los objetivos propuestos.

Se puede señalar que dentro de este proceso de aprendizaje nos encontramos con una pregunta muy importante la cual es cómo cambiar algo que, aunque todos están acostumbrados, podría ser mejor, y aquí reflexionamos y analizamos como

podemos mejorar un proceso, cómo podemos hacer que las cosas sean más efectivas y funcionen de una manera más eficiente y con menos trabas para todos. Es relevante resaltar que la comprensión de la importancia de la comunicación toma un rol supremamente valioso y nutritivo para la mejora de proceso pues es la principal herramienta implementada.

Tema de reflexión y discusiones académicas basado en el análisis de la experiencia y la propuesta que sale de la misma.

En la actualidad el diseño gráfico cumple el rol de una herramienta estratégica para la comunicación de forma que contribuye al posicionamiento de una marca. Sin embargo, el rol netamente estético que tenía hace mucho tiempo se ha convertido en uno más complejo donde se torna a ser un proceso colaborativo entre equipos, donde lo estético y lo comunicativo deben ir muy de la mano para transmitir el objetivo de la marca o campaña.

La comunicación interna asume uno de los roles más importantes dentro de la gestión empresarial y es el de generar confianza entre todos los empleados hacia el proyecto de trabajo que se realiza dentro de la organización y reproducir su cultura. Los empleados de una empresa, al trabajar por objetivos comunes, deben velar por el correcto desarrollo de estos mismos. Por lo tanto, la comunicación que hay al interior de una empresa refleja la capacidad para avanzar en grupo hacia una misma dirección.

Teniendo en cuenta lo anterior, dentro del diseño gráfico es esencial la colaboración efectiva entre diferentes equipos dentro de una empresa. Para ello, se exploran las teorías de la comunicación interna y la gestión del cambio, buscando comprender cómo se pueden aplicar estos principios para mejorar la comunicación y la colaboración entre los equipos de diseño y otros departamentos. Estudios como

"Comunicación Interna" (Brandolini, Gonzales Hopkins, 2009), "La comunicación interna... una herramienta para generar pertenencia y aumentar la productividad en las organizaciones" (Lobo, 2011) y "Gestión estratégica de la comunicación interna" (Caramello y Agostina, 2021) enfatizan la importancia de la comunicación interna como herramienta para la cohesión y el éxito organizacional. Estos trabajos destacan la necesidad de una comunicación fluida y transparente entre los departamentos para lograr una mayor productividad y satisfacción laboral.

El proceso de diseño gráfico, por su naturaleza multidisciplinaria, requiere una comprensión clara del flujo de trabajo. "Diseño y comunicación visual: contribución a una metodología didáctica" (Munari, 2016) aborda la importancia de una metodología didáctica para el aprendizaje del diseño, enfatizando la necesidad de un enfoque sistemático para la creación de piezas visuales efectivas. "Camping on seesaws: Prescriptions for a self-designing organization" (Hedberg, Nystrom, & Starbuck, 1976) analiza la importancia de la autogestión en las organizaciones, lo que se puede aplicar al proceso de diseño al permitir la autonomía y la toma de decisiones dentro del equipo.

Estudios como "La comunicación interna como área estratégica para la innovación a través de la gestión del cambio y la felicidad organizacional" (Castro-Martínez & Díaz-Morilla, 2021) y "Importancia de la Comunicación Visual en el Desarrollo de las Organizaciones" (León Pluas & Ruano Torres, 2018) abordan la relación entre la comunicación interna y el diseño. Estos trabajos destacan la importancia de la comunicación visual como herramienta para la innovación, la gestión del cambio y el desarrollo de las organizaciones.

De esta manera el diseño gráfico, al facilitar la comprensión de información compleja, transmitir mensajes de manera clara y atractiva, y unificar la identidad

visual, puede mejorar la colaboración, aumentar la eficiencia y fortalecer la imagen de la empresa, sin embargo, cuando se trabaja conjuntamente con otras áreas, este debe estar apoyado por las necesidades que tenga de estas. Aquí recae la necesidad de una buena comunicación y comprensión de los procesos por parte de todos los involucrados pues el proyecto busca promover una mejor comprensión del proceso de diseño gráfico, facilitando así la colaboración entre las áreas de diseño y otras áreas de la empresa permitiendo agilizar y efectivo a la hora de realizar proyectos y cumplir con objetivos, y fortalecer la comunicación transversal entre equipos.

Desarrollo de la propuesta de mejora o del prototipo resultado del aprendizaje significativo, (metodología en el desarrollo del prototipo) evidencias del proceso para la generación de la propuesta

- Definición de objetivos: en este primer momento, nos centramos en identificar la función de la herramienta, evidenciando como es el proceso de diseño detallado incluyendo los roles y las diferentes etapas. Por otro lado, definimos el público al que va dirigido, logrando entender sus necesidades y los fallos dentro del proceso.
- Elección de formato: Elegimos una herramienta el desarrollo de un video explicativo para mostrar el proceso de forma dinámica y visual. Por medio de animaciones, gráficos, ejemplos y testimonios.
- Desarrollo de contenido: Se planeó mostrar que etapas de diseño mostrar, cuales roles, que herramientas, y que preguntas pueden llegar a surgir por parte de los otros equipos.
- Diseño y producción: Se ejecutó y eligió los componentes (colores, gráfico, multimedia de respaldo, etc) adecuados para ejecutar la herramienta.

Propuesta que evidencie el análisis y aporte de la experiencia al igual que la relación con los autores y referencias consultadas

Ver anexo 1

Conclusiones

La sistematización de la experiencia e implementación de la herramienta audiovisual pedagógica ha sido fundamental para construir conocimiento teórico y práctico sobre el diseño y desarrollo de este tipo de recursos en las empresas Gelsa y Ágora. Esta sistematización ha permitido identificar las principales dificultades que enfrenta el equipo de diseño en ambas empresas, y ha brindado una comprensión más clara del proceso de diseño y sus características a los equipos involucrados.

La herramienta audiovisual ha facilitado la comunicación efectiva entre las áreas de diseño y otras áreas de las empresas, mejorando la coordinación en la gestión de tareas y la entrega de productos visuales. La visualización y documentación de cada fase del proceso de diseño ha contribuido a la optimización del uso de recursos y ha permitido comprender el proceso que se realiza para cumplir con los requisitos previos que necesita el equipo de diseño para desarrollar sus labores. Así mismo la herramienta actúa como un llamado a la atención al detalle de las solicitudes que se presentan pues expone las dificultades que existen debido a la falta de información, carencia de un feedback detallado y las inconsistencias en los conceptos a partir del uso de copys o información no aprobada.

Por otro lado, la herramienta permite comprender la importancia del proceso de diseño puesto que los pasos a desarrollar por parte de los diseñadores se ven directamente afectados por la calidad de la información presentada por las solicitudes. Esto teniendo en cuenta que los equipos que trabajan junto al área de diseño son quienes tienen la responsabilidad de dar contexto al equipo de diseño

para que este pueda definir cómo se va a realizar una distribución de información de acuerdo con lo propuesto e interpretar (en algunos casos) la retroalimentación del cliente.

Es decir, al saber cuál es la forma óptima para el desarrollo de solicitudes en los equipos de diseño, se puede lograr una mayor comprensión de estas, mejorando tanto la eficiencia como la calidad de los entregables, de esta forma, se logra una comunicación efectiva, mitigando los retrocesos acumulativos y una sobrecarga en los equipos de diseño.

Ahora, los aprendizajes y experiencias pedagógicas adquiridos durante el desarrollo de la herramienta audiovisual han fomentado el desarrollo de iniciativas similares en las empresas Gelsa y Ágora, y tienen el potencial de ser replicados en otras organizaciones. La sistematización de esta experiencia sirve como un modelo para futuras iniciativas de diseño y desarrollo de herramientas audiovisuales pedagógicas, contribuyendo a la mejora de la eficiencia y la calidad en la gestión de proyectos de diseño.

Referencias

Brandolini, A., González Frígoli, M., & Hopkins, N. (2009). Comunicación interna.

https://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/69725/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Castro-Martínez, A., & Díaz-Morilla, P. (2021). La comunicación interna como área estratégica para la innovación a través de la gestión del cambio y la felicidad organizacional. *Obra Digital*, (20).

<https://revistesdigitals.uvic.cat/index.php/obradigital/article/view/293/347>

Freire, B., Garcia, K. P., Quirola, O., Pazmiño, M., Pazmiño, M., & Caicedo, M. (2015). La importancia de tener un personal motivado y su incidencia en la eficiencia laboral. *Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales* (30).

<https://www.eumed.net/rev/cccss/2015/04/motivacion.zip>

Hedberg, B. L., Nystrom, P. C., & Starbuck, W. H. (1976). Camping on seesaws: Prescriptions for a self-designing organization. *Administrative Science Quarterly*, 41-65.

<https://www.jstor.org/stable/2391877>

León Pluas, S. R., & Ruano Torres, N. D. (2018). Importancia de la Comunicación Visual en el Desarrollo de las Organizaciones (Bachelor's thesis).

<https://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/4114/1/IMPORTANCIA%20DE%20LA%20COMUNICACIÓN%20VISUAL%20EN%20EL%20DESARROLLO%20DE%20LAS%20ORGANIZACIONES.pdf>

Lobo, P. R. (2011). La comunicación interna... una herramienta para generar pertenencia y aumentar la productividad en las organizaciones. *Revista Nacional de administración*, 2(2), 101-128.

<https://revistas.uned.ac.cr/index.php/rna/article/view/375>

Martín, C., & Agostina, M. (2021). Gestión estratégica de la comunicación interna (Bachelor's thesis).

<https://repositorio.21.edu.ar/handle/ues21/22596>

Martínez, S. M. (2017). La utilización de los medios audiovisuales en relación con los valores en la formación inicial del profesional de la Educación. Tesis doctoral en Ciencias Pedagógicas, Universidad de Las Tunas, Cuba.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7248604>

Moreno, C. (2014). Apuntes sobre diseño gráfico: Teoría, enseñanza e investigación. *Belgica: Editorial CESAL*.

https://www.academia.edu/download/58407746/APUNTES SOBRE DISENO_GRAFICO TEORIA ENSEANZA INVESTIGACION.pdf

Munari, B. (2016). *Diseño y comunicación visual: contribución a una metodología didáctica*. Editorial GG.

https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=Z6EXEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA5&dq=Dise%C3%B1o+y+comunicaci%C3%B3n+visual:+Contribuci%C3%B3n+a+una+metodolog%C3%ADa+did%C3%A1ctica&ots=FkXAJBBITc&sig=nnzSM_Z3JNi7RBoHsr-S962T3-s

Pontis, S. (2009). Diseño gráfico: Un novel objeto de investigación. Caso de estudio, el proceso de diseño. Recuperado de:
<http://hdl.handle.net/20.500.11912/7181>.

Ricupero, S. (2007). *Diseño gráfico en el aula*. Nobuko.

https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=COd0A-85lcC&oi=fnd&pg=PA9&dq=Dise%C3%B1o+grafico+en+el+aula&ots=D1eMDENBO0&sig=Hi2n_W48NJ9sUgzRxD5PXbKlZHE