

**Implementación de estrategias de comunicación visual y la metodología del design thinking en
las pasantías realizadas en la USTA**

Paula Andrea Saavedra Morales, Erika Rocio Morales Ordoñez y Daniel Eduardo Burgos Pardo

Facultad de Diseño Gráfico, Universidad Santo Tomás Colombia

Nota de autor

Trabajo de grado dirigido por el docente Paulo Cesar Parra Beltrán, para optar al título profesional en Diseño Gráfico en el año 2021.

Erika Morales: Departamento de Promoción y Bienestar institucional. Universidad Santo Tomas, Bogotá Email: erika.morales@usantotomas.edu.co

Daniel Burgos Departamento de la Facultad de Diseño gráfico. Universidad Santo Tomas, Bogotá Email: danielburgos@usantotomas.edu.co

Paula Saavedra Departamento del Instituto de Lenguas Fray Bernardo de Lugo O.P, Bogotá Email: paulasaavedra@usantotomas.edu.co

Dedicatoria

Este trabajo se lo queremos dedicar a Dios, a nuestros padres, hermanos y abuelos quienes fueron partícipes y nos brindaron su apoyo incondicional durante el recorrido y culminación de nuestra educación superior.

Agradecimientos

Agradecemos a la Universidad Santo Tomás por la formación brindada durante la carrera, a la facultad de diseño gráfico, sus directivos y profesores por vernos crecer académica y profesionalmente, guiarnos en el crecimiento de nuestras capacidades de maneras más dinámicas y lúdicas como el diseño gráfico mismo es capaz de desarrollar.

A nuestras madres y padres que nos apoyaron pacientemente durante todo este proceso, a nuestros compañeros, profesores, y amigos, por su guía, apoyo y consejos, que perdurarán en nosotros.

Finalmente, a nuestros jefes directos, coordinadores, técnicos de soporte, secretarias y compañeros de trabajo, que nos brindaron la oportunidad de aprender y ser parte de esta inolvidable experiencia en sus empresas.

Tabla de Contenido

Introducción	6
Justificación	8
Pregunta articuladora	9
Objetivo general	10
Objetivos específicos	10
Tema de Reflexión y Discusiones Académicas	11
Comunicación visual	11
Diseño gráfico	12
Estrategias de comunicación visual	13
Metodología	17
<i>Design Thinking</i>	17
Discusión	19
Informe de pasantía Erika Morales	20
Proyecto de pasantía.	21
Informe de pasantía Daniel Burgos	23
Proyecto de pasantía	23
Informe de pasantía Paula Saavedra	27
Proyecto de pasantía.	27
Conclusiones	29
Referencias	33

Anexos

<i>Anexo 1</i> Análisis entrevista para con conocer el nivel de visualización y apropiación de la comunidad tomasina respecto a la información compartida por cada dependencia.....	35
<i>Anexo 2</i> Audio en soundcloud sobre el reportaje de MURALUSTA.....	35

Tabla de Figuras

<i>Figura 1</i> Esquema etapas del design thinking.....	18
<i>Figura 2</i> Organigrama Erika Morales Departamento de Promoción y Bienestar Institucional.....	35
<i>Figura 3</i> Infografía proceso para la solicitud y publicación de piezas en el (DBPI).....	21
<i>Figura 4</i> Infografía fases de la metodología del design thinking en la creación de piezas gráficas.....	22
<i>Figura 5</i> Organigrama Daniel Burgos Facultad de Diseño Gráfico.....	36
<i>Figura 6</i> Infografía proceso para la solicitud y publicación de piezas en la facultad de diseño gráfico.....	24
<i>Figura 7</i> Infografía fases de la metodología del design thinking en la creación de piezas gráficas.....	25
<i>Figura 8</i> Mascota de la facultad de diseño gráfico Dico.....	25
<i>Figura 9</i> Mascota de la facultad de diseño gráfico Dico (expresiones).....	26
<i>Figura 10</i> Organigrama Paula Saavedra Instituto de Lenguas Fray Bernardo de Lugo O.P.....	37
<i>Figura 11</i> Infografía proceso de solicitud y publicación de piezas en el (ILFBL).....	28
<i>Figura 12</i> Infografía fases de la metodología del design thinking en la creación de piezas gráficas.....	29

Tablas

<i>Tabla 1</i> Técnicas de Comunicación Visual. Donis A. Dondis (La sintaxis de la imagen).....	38
<i>Tabla 2</i> Piezas gráficas realizadas por Erika Morales en el (DPBI)	38
<i>Tabla 3</i> Piezas gráficas realizadas por Daniel Burgos en la (FDG)	41
<i>Tabla 4</i> Piezas gráficas realizadas por Paula Saavedra en el (ILFBL).....	43
<i>Tabla 5</i> Murales realizados por Erika Morales en el (DPBI).....	46
<i>Tabla 5</i> Logo símbolo realizado para el (ILFBL).....	48

Introducción

La universidad Santo Tomás brinda acompañamiento y oportunidades, a sus estudiantes durante su formación académica, y después de su culminación, proporcionando conocimiento y experiencia profesional como pasante, al tener un enfoque humanista, apoya a su comunidad, y proyecta sus ideologías para formar personas “conscientes” de su entorno.

Aquellos estudiantes que realizan sus prácticas en la (USTA), tienen la oportunidad de retribuir su aprendizaje con productos que puedan brindar oportunidades de mejora, para cada dependencia de la institución educativa. Esto, permite desarrollar propuestas capaces de ayudar a las futuras generaciones estudiantiles, a mejorar su proceso educativo y profesional, e impulsar la visualización de las dependencias donde se llevó a cabo el desarrollo de la pasantía, pero no es tan sencillo como un simple mensaje por correo electrónico, pues se debe generar gran interés en público objetivo (Directivos y principalmente los estudiantes). Por medio de diferentes productos de diseño que les permita mantenerse informados.

El diseño como actividad se relaciona con la ejecución y planeación para la creación de nuevos productos que puedan satisfacer las necesidades del público objetivo, por medio de su forma o estética, y su función comunicativa. El diseño tiene como propósito compartir información sobre un producto o servicio, de forma clara y efectiva para generar reconocimiento en la población, para ello, es indispensable conocer el público objetivo e implementar estrategias de comunicación visual y metodologías que puedan guiar el proceso de creación y potenciar su venta o consumo.

El presente trabajo, tiene como objetivo principal implementar estrategias de comunicación visual y la metodología del *design thinking* en los diferentes productos realizados por cada practicante, con el fin de mejorar la apropiación y generar mayor visualización de las dependencias e información que comparten a la comunidad tomasina.

Este trabajo se desarrolló en cuatro etapas: Primero se investigó y abordó los conceptos de comunicación visual, diseño gráfico, estrategias de comunicación visual, metodología y *design thinking*. En la segunda etapa, se identificará oportunidades de mejora en cada dependencia, mediante el análisis de una encuesta realizada a la comunidad tomasina (*anexo 1*), para conocer los niveles de apropiación y visualización de la información compartida por las diferentes dependencias. Luego se realizó un análisis de los elementos visuales utilizados en cada pieza gráfica, que pueden contribuir a mejorar la comunicación visual de las dependencias asignadas y logre apoyar la información que la universidad quiere transmitir, de manera clara, dinámica y atrayente; finalmente se desarrollará la metodología de *design thinking* en el proceso de creación de piezas gráficas y se explicará de qué manera influyeron los diferentes productos en cada dependencia.

Justificación

La pasantía profesional es una de las opciones de grado, que brinda la carrera de diseño gráfico en su último semestre en la (USTA), su definición según el Comité Investigación de Facultad (2019) es:

La pasantía universitaria es una extensión de la formación académica superior, a través de la cual los estudiantes realizan una práctica relacionada con su estudio y formación en las dependencias de alguna organización, empresa o entidad, desarrollando actividades conformes con el programa académico que estén cursando, con el objetivo de que dicha actividad resulte formativa para el estudiante y genere un aporte para la entidad (p. 8).

Esta opción de grado tiene como objetivo dar un acercamiento profesional al estudiante de diseño gráfico, permitiendo desarrollar las habilidades adquiridas en la formación académica y humanística que brinda la (USTA).

La universidad santo tomas y sus distintas dependencias, comparte información con la comunidad tomasina por medio del correo electrónico institucional, cada dependencia envía su información, resumida en piezas gráficas al Departamento de Comunicaciones, las dependencias además comparten información por medio de redes sociales y micro sitio de la universidad.

El presente documento fue elaborado con la finalidad de dar a conocer los distintos procesos desarrollados durante la ejecución de las pasantías realizadas por los estudiantes Daniel Burgos (Facultad de diseño gráfico), Erika Morales (Bienestar Institucional) y Paula Saavedra (Instituto de lenguas Fray Bernardo de Lugo O.P), en dependencias asignados en la (USTA), dichos procesos tienen como esencia, proponer una solución para cada una de ellas, generando un avance o cambio que influyan en la comunicación visual y mejore significativamente la apropiación y visualización en la comunidad educativa, estos procesos consolidan tanto el proceso formativo de los pasantes como el inicio de su práctica ética y profesional, retribuyendo así, a la academia y a la comunidad teniendo en cuenta su deber para con estas.

Pregunta articuladora

La sede Bogotá de la Universidad Santo Tomás, está compuesta de diferentes dependencias y facultades dentro de los cuales se desarrollan diversas actividades que son compartidas con la comunidad tomasina por medio del correo electrónico y redes sociales, esto con el fin de compartir información y asegurar que toda la comunidad se encuentre informada. En cada departamento, donde se llevaron a cabo las prácticas profesionales, cada estudiante realizó productos de diseño como piezas gráficas, animaciones, manuales de identidad, logos e intervenciones artísticas (murales) y demás. Para compartir información sobre actividades, mejorar su identidad visual, generar mayor interés y apropiación en la comunidad tomasina. Estos productos fueron compartidos por medios digitales como correo electrónico, redes sociales y en la universidad de forma presencial.

Durante el tiempo de la pasantía se lograron identificar oportunidades de mejora en los mecanismos de comunicación, distribución de información, visualización, y apropiación en las dependencias (DPBI, DFDG e ILFBL), bien sea por el estilo en el que se generan dichas piezas visuales o cómo se transmiten a sus públicos objetivos, estas oportunidades de mejora fueron evidenciadas por medio de una entrevista (*anexo 1*) en la cual se preguntó a la comunidad tomasina sobre su opinión respecto a las piezas y el manejo de información por parte de la USTA, que es enviada a sus correos, además de la asistencia en actividades y eventos, que programa cada dependencia; se identificó que la comunidad tomasina considera que la información es manejada adecuadamente, porque los mantiene informados generando apropiación, pero por el contrario otra parte de la comunidad no comparte el mismo pensamiento sobre el manejo de la información, por esta razón es pertinente preguntarse:

¿Cómo mejorar la apropiación y visualización de las dependencias de la universidad Santo Tomás, mediante estrategias de comunicación visual y la metodología de design thinking?

Objetivo general

Implementar estrategias de comunicación visual y la metodología de *design thinking* en los diferentes productos realizados por cada practicante en las dependencias (DPBI, FDG e ILFBL) para mejorar la apropiación y generar mayor visualización.

Objetivos específicos:

- Identificar oportunidades de mejora en las diferentes dependencias, para implementar estrategias adecuadas.
- Identificar y proponer estrategias de comunicación visual para crear y distribuir productos de diseño gráfico en cada dependencia.

Tema de Reflexión y Discusiones Académicas

En este apartado se expondrá los aportes teóricos con los que se sustentará el proceso de creación de los productos realizados por cada pasante.

Comunicación visual

La información puede ser transmitida por medio de los distintos sentidos del ser humano (gusto, olfato, tacto, vista y oído) y puede ser compartida por medio de varios medios de comunicación, como son: el periódico, la radio, volantes, vallas publicitarias, sitios web e internet en general, en estos últimos años los medios digitales se han convertido en uno de los preferidos por donde se comparte y visualiza más información en el mundo. Según Moreira, Maldonado y García (2019), "Las nuevas tecnologías ocupan un rol importante en el desarrollo de la sociedad, la tendencia digital inclina a todo usuario a la utilización de las redes de comunicación para la mayoría de actividades" (p.9); como el trabajo, el estudio, o el ocio, dónde se programan reuniones, se citan clientes, se investigan y presentan tareas, se comparten comentarios, videos e imágenes, que circulan por millones en la web informando o desinformando, ofreciendo algún producto o servicio en los medios digitales, como lo asegura Flores (2011): "El poder de la imagen radica en lo inmediato, en esa rapidez de la información que llega hasta nuestro cerebro y nos convence acerca de lo que vemos y nos dice que es verdadero" (p.2). También permite recordar la información expuesta fácilmente y permite generar mensajes claros, compuestos por imágenes y texto, el sistema por el cual se puede guardar información o transmitir mensajes hacia la comunidad, por medio de imágenes es conocido como, comunicación visual según Murillo (2019):

La comunicación visual puede describirse como la forma en que la información o ideas pueden resumirse y transmitirse a través de elementos gráficos. Esta incluye diversas técnicas y campos tales como: publicidad, diseño gráfico, ilustraciones, tipografía, colores, animaciones, etc.

Incluye la noción de que la combinación de imágenes con textos, entrega un mayor poder de

entendimiento al mensaje visual, para que así, este persuada o informe al público contemplado (p.17).

El uso de las imágenes actualmente es llevado a ámbitos comerciales y corporativos, logrando otorgar preferencia e interés de las marcas, quienes incluyen técnicas de comunicación visual, para crear imágenes que promocionan sus productos o servicios, y mantengan a las personas informadas.

Diseño gráfico

El diseño gráfico transforma información textual a visual por medio de herramientas gráficas y de comunicación. La labor realizada por el diseñador gráfico busca generar una comunicación asertiva para generar mayores visualizaciones en su público objetivo, en la sociedad o medio que se comparte, como lo afirma Ricuepero (2007) en su libro *diseño gráfico en el aula*:

El diseño gráfico en la actualidad tiene como finalidad satisfacer las necesidades a través de una comunicación visual, con la ayuda de herramientas como programas o software de diseño se logra organizar imágenes y texto para transmitir mensajes específicos a un grupo determinado de personas con el objetivo de que el mensaje sea receptado de una manera clara y concisa (p.18).

Es decir, cualquier producto o servicio llevado a cabo por medio del diseño gráfico busca impactar de una manera favorable al público objetivo. Para llevar a cabo esta tarea de forma efectiva es importante tener en cuenta estrategias comunicativas y seguir una metodología de diseño que logren potenciar el factor comunicativo del producto o servicio que se promociona, como lo menciona Batzin (2019) “Todo tipo de organización necesita de estrategias de comunicación, ya sea digitales o impresas, que le permita ofrecer sus servicios, a la población en general” (p. 27). Dentro de las estrategias de comunicación se encuentran las técnicas de comunicación visual, para la elaboración de piezas gráficas

entre otros recursos y desarrollo de una metodología de diseño, para generar y promocionar, productos o servicios; mejorando el producto en el proceso y buscando generar mayor impacto en la comunidad.

Gracias al diseño gráfico se puede compartir información forma efectiva y generar un reconocimiento en la población por medio de la calidad visual y gráfica del producto, como lo afirma Ortiz (2019), “La función principal del diseño y la comunicación visual es establecer una comunicación efectiva con un grupo de receptores, con quienes se debe conseguir una relación emocional y de confianza para poder crear una buena conexión” (p.3). Esta comunicación efectiva se crea, generando interés y apropiación del público objetivo hacia productos y servicios.

Estrategias de comunicación visual

Las estrategias de comunicación visual son propuestas que permiten promocionar y difundir cualquier producto por diferentes medios. Para desarrollar una estrategia de comunicación visual de manera correcta debe conocerse al público objetivo en este caso estudiantes y directivos de la universidad, personas desde los 16 años en adelante, también se tiene en cuenta el medio por el cual se comparte información y se promociona el producto. Dentro del diseño se puede compartir información por medios BTL y ATL. Hernández (2016) en su tesis *diseño de propuestas gráficas BTL y ATL para la campaña promocional de Northospital* asegura que:

Dentro de la publicidad encontramos la ATL y BTL, es decir ATL significa Above the line (sobre la línea) y BTL significa Below the line (Bajo la línea). “The line” o “la línea” hace referencia a la línea en la factura de una agencia de publicidad (p.30).

Dentro de Los medios ATL se pueden encontrar productos análogos como afiches, volantes, banners, realizados de forma tradicional y se comparte por medios masivos para alcanzar una gran audiencia, por otro lado, según Hernández, los medios BTL son técnicas que están dirigidas a un público

especifico es decir no masivo, utiliza medios alternativos no tradicionales y de larga duración como eventos de marketing directo, eventos, promociones, redes sociales entre otros.

- **Técnicas de comunicación visual**

Es muy importante, la manera en cómo se comunica visualmente y el medio por el cual se comparte la información, por parte de distintas marcas, empresas o instituciones. Para que la información pueda ser entendida y lograr convencer al público objetivo. Para la creación de imágenes, donde se comparte mensajes visuales o información, se puede recurrir al uso de la sintaxis visual y sus diferentes técnicas de comunicación visual. Dondis diseñadora formada en el *Massachusetts College of Art*, profesora de la *School of Public Communication de la Boston University* afirma que:

Existen elementos básicos que pueden aprender y comprender todos los estudiantes de los medios audiovisuales, sean artistas o no, y que son susceptibles, junto con técnicas manipuladoras, de utilizarse para crear claros mensajes visuales. El conocimiento de todos estos factores puede llevar a una comprensión más clara de los mensajes visuales (Dondis, 1973, p.10).

Entre los elementos básicos a los que se puede recurrir, según Dondis (1973) se pueden encontrar: el punto, la línea, el contorno, el tono, el color, la textura, la proporción, el tamaño, el movimiento y la escala. Las imágenes que promocionan productos o servicios son conocidas como piezas gráficas, “las piezas gráficas tienen la facultad de promocionar sus productos desde un tono persuasivo, que invita al consumidor a hacer parte de la red de clientes y abrir nuevos medios y nuevas oportunidades para la empresa” (Castaño, 2019, p.20). También es utilizada para crear una estrategia de mercado, generar identidad y recordación, pueden compartirse por medios como redes sociales, páginas web e impresos. Para su creación, se puede recurrir a diversas técnicas de comunicación visual, que ofrecen herramientas para crear y componer mensajes visuales mencionados por Dondis (1973) como está expresada en la tabla 1.

La interacción de los elementos anteriormente mencionados, ayudan a comunicar estos mensajes visuales, generando una composición que busca transmitir dinamismo, atención y recordación, permitiendo ser comprendida por las personas con las que se comparte, como lo afirman Mendoza y Veas (2017):

La importancia que tiene los elementos visuales dentro de las composiciones gráficas es fundamental para el diseñador gráfico porque le ayudará a reforzar su contenido visual, hace más atractivo el diseño y al momento que el diseño lleva estas características permite que se efectúe una mejor comunicación entre quien la emite y quien la recepta (p.20).

La falta de uso de elementos visuales puede generar poco interés por el público al cual se comparte, el uso en conjunto de estos elementos mencionados anteriormente, en el espacio, puede dar éxito a la creación de composiciones gráficas. También tienen que tenerse en cuenta aspectos básicos de composición como son la tipografía, las formas geométricas, texturas, el color y demás factores que pueden incidir en la composición, que contribuyen a que exista personalidad en la marca, genere interés y recordación por el público con el que se comparte, logrando una mayor empatía.

Cada estudiante propuso además una estrategia de comunicación visual para añadir un valor agregado a su dependencia y lograr el objetivo propuesto.

- **Imagen corporativa**

Otro aspecto importante en las estrategias de comunicación que pueden implementarse es la Imagen corporativa, que genera identidad en la marca o empresa, permite ser recordado por sus clientes y aportar valor a sus productos. Según (Norberto Chaves,) La “imagen corporativa se expande conceptual y prácticamente invirtiendo esa relación: la publicidad, en cualquiera de sus modalidades, constituye ahora uno de los tantos canales de emisión de la imagen corporativa” (p.27), la imagen corporativa es sumamente importante para darle reconocimiento a dependencias y/o empresas ya que es un conjunto de características, valores y creencias con los que la empresa se identifica.

- **Mural**

El muralismo es una expresión que hace parte del arte urbano, según (Mangui, 2019) nacen en las ciudades como una forma de comunicación y expresión, donde se comparten ideas individuales o colectivas en espacios públicos o privados donde pueden ser vista fácilmente por la comunidad.

El mural y el diseño tienen la misma función en brindar una comunicación efectiva en el público objetivo, para crear una relación que genere conexión (Ponce, 2019, p.3), y apropiación en las personas con las que se comparte. El mural guarda relación con el diseño ya que comunica, mensajes visuales de una manera estética, ante la sociedad o comunidad, por medio del uso de elementos gráficos y técnicas de comunicación visual, el muralismo, además, expresa las ideas y punto de vista que tiene el artista, sobre expresiones culturales, identidad, creencias políticas, pero también puede ser una representación colectiva de una idea que quiere ser expresada por y para la comunidad.

Es importante resaltar que el mural, guarda relaciones formales con el diseño gráfico y técnicas de comunicación visual, como el uso de elementos gráficos como el color, punto, línea, el uso de figuras geométricas, tipografía, e ilustración, expresadas por Dondis (1973), de igual manera, el diseño gráfico y el mural buscan generar interés y apropiación en la comunidad o público que se comparte. También puede ser propuesto como una estrategia de comunicación visual, en las mascas o empresas y ser compartida en medios BTL y estrategias de marketing.

- **Campañas publicitarias - Gimmick**

En las estrategias de comunicación visual también son utilizadas las campañas publicitarias realizadas para dar a conocer o promocionar un producto, con una línea gráfica que permita ser recordada y llevar una comunicación continua con el público objetivo, dentro de las estrategias que utiliza una campaña publicitaria se encuentra el uso de la mascota corporativa, para Murillo Maldonado (2015) una mascota corporativa es una estrategia de marketing en la que se pueden transmitir

emociones o valores del negocio a una institución con el objetivo de generar empatía hacia sus clientes, y aseguraba que:

Son utilizadas como estrategia comercial ya que despiertan los sentimientos y emociones logrando vincular conceptos con su imagen y vender mediante el afecto y carisma de los mismos todo tipo de productos y servicios, constituyendo entidades que se relacionan con un producto o servicio (p.11).

Este factor permite dar un valor agregado a la marca, permite generar recordación, y crear un vínculo con el público. Puede ser usado para generar personalidad en empresas o instituciones, tales como bancos, negocios y demás organizaciones.

Metodología

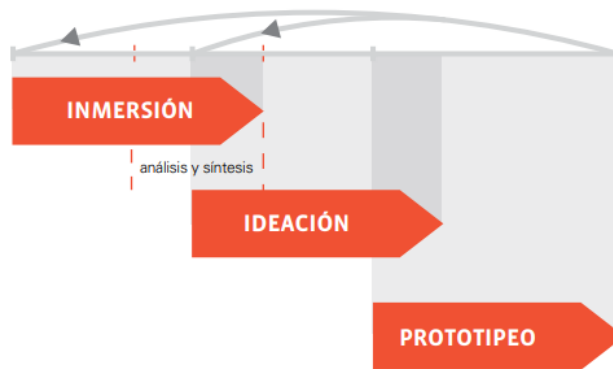
Para resolver un problema de diseño es necesario seguir una guía o metodología que nos ayude a generar un producto, centrándose en las necesidades del usuario; la metodología es una guía para resolver problemas específicos, “La metodología significa un esfuerzo para exteriorizar el proceso de diseño en función de: una verificación y control del proceso en cada etapa, un estímulo constante a la intuición creadora y un ordenamiento a las necesidades contemporáneas del trabajo en equipo” (Pérez , Espinach, Verdaguer y Tresserras, 2002, p. 8), con la implementación de esta metodología se busca reducir errores y generar productos que logren satisfacer las necesidades del público objetivo.

Design Thinking

Cuando se identifica un problema y necesidades reales en el público objetivo debe abordarse mediante diversas perspectivas, esta metodología también llamada *fuzzy front end* o pensamiento de diseño, según Serrano y Blazquez (2015): “es una manera de resolver problemas reduciendo riesgos y aumentando las posibilidades de éxito” (p. 13), que permite mejorar el producto en el proceso, ya que se desarrolla en cinco etapas no lineales, explicadas en la figura 1.

Figura 1

Esquema etapas del design thinking.



Nota: este organigrama representa las etapas de la metodología del design thinking, extraído del libro *design thinking innovación de negocios (2013)*. Escrito por Mauricio V; Ysmar, V; Adler, I; & Russo, B.

- **Empatizar:** comprender la necesidad del cliente, generando una solución.
- **Definir:** seleccionar información importante que pueda ayudarnos a resolver el problema.
- **Idear:** generar varias ideas y determinar cuál es la mejor para desarrollar nuestro proyecto.
- **Prototipar:** desarrollo de ideas, y mejora en el proceso, creando diferentes bocetos, *Storyboard*, y demás propuestas para materializar la idea y conectar con el público objetivo.
- **Testear:** es el punto en que el producto es llevado a prueba y evaluado con los usuarios para encontrar soluciones y posteriormente pueda aplicar mejoras.

Esta metodología también es utilizada para producir innovación en el producto, esta herramienta permite mejorar y dar soluciones a problemáticas reales de diseño, “La misión principal en el Pensamiento de Diseño es traducir las observaciones en señales y convertir estas pistas en productos o servicios que mejoren la vida de las personas” (Serrano y Blazquez, 2015, p.23), esta innovación del producto también permite generar mayor visualización e interés en el público, ya que se utiliza la creatividad como elemento principal para encontrar soluciones y crear productos de diseño.

Discusión

La pasantía profesional se llevó a cabo desde el mes de agosto del 2021 hasta febrero del 2022, en la Universidad Santo Tomás, los estudiantes fueron designados a diferentes dependencias donde realizaron su práctica profesional (DPBI, FDG y ILFBL) en la Sede Bogotá, bajo el cargo de practicante de diseño gráfico.

En el proceso de pasantía se identificaron oportunidades de mejora, que fueron evidenciados por una encuesta realizada a una parte de la comunidad tomasina, con el propósito de conocer el nivel de visualización y Apropiación de la comunidad respecto a la información compartida por cada dependencia. (Anexo 1). Donde se pudo identificar que la mayoría de las personas encuestadas revisa sus correos, semanalmente, en su mayoría consideran que la información de la universidad es manejada adecuadamente, es pertinente, clara e interesante, ya que se comparten correos con anterioridad de los eventos, actividades y servicios de interés que realizan las dependencias administrativas y académicas. Pero al ser masiva la cantidad de información que se comparte, puede causar que la información se pierda, o sature el correo, Consideran además que algunas piezas poseen buena gráfica, los elementos que generan mayor interés y atracción, son en su mayoría la gráfica llamativa y uso de imágenes.

Por otra parte, la mayoría de las personas encuestadas siente apropiación por a USTA, y sus distintas dependencias e información que comparte, porque los mantiene informados, otras personas desean tener más información y participación como egresados. Pero también una parte significativa de la comunidad tal vez no siente la misma apropiación ni considera que la información de la universidad es manejada adecuadamente, porque hay redes muy aburridas y exceso de información. Finalmente, la mayoría de las personas encuestadas consideran que la implementación de estrategias de comunicación visual puede mejorar la comunicación interna de la USTA.

Por otro lado, en el rol de practicantes de diseño gráfico en las diferentes dependencias de la (USTA) se logró identificar que:

- Es evidente que la llegada masiva de correos agobia a la comunidad tomasina.
- Para dar solución al aspecto descrito anteriormente, se recurre a compartir la información.

por medio de las redes sociales, pantallas publicitarias dentro de la universidad, la emisora radial entre otros medios que puede ser una alternativa para generar mayor visualización y apropiación.

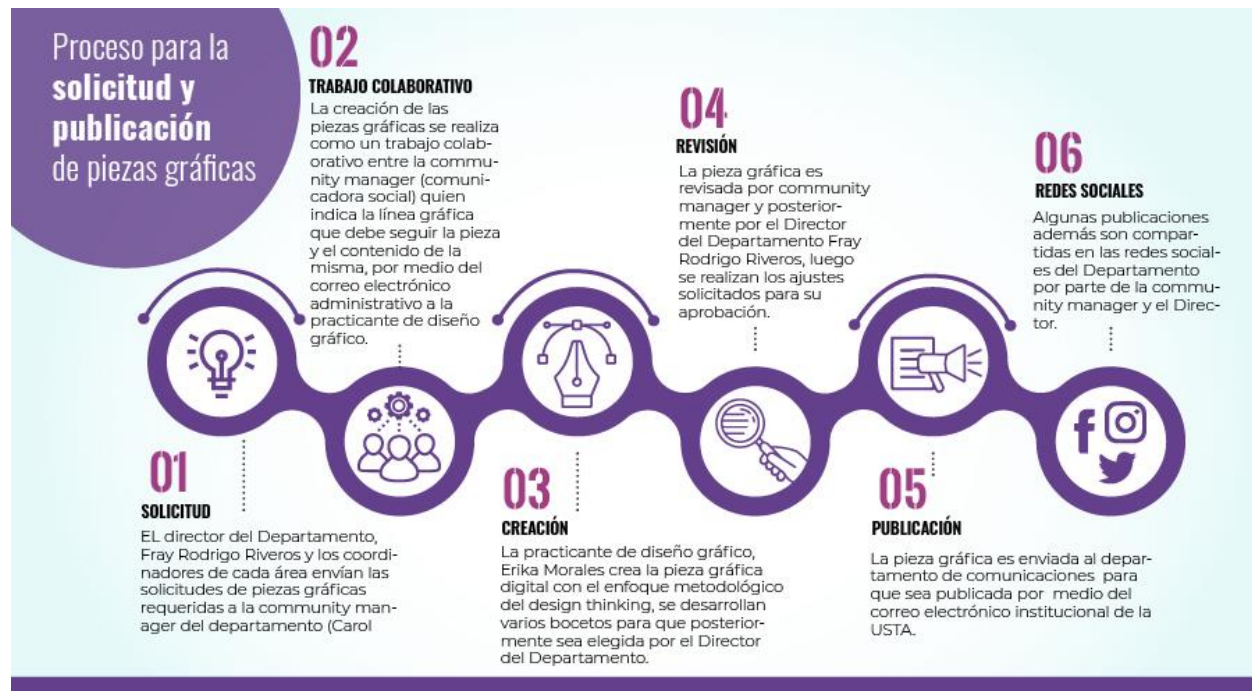
Para entender más acerca de las oportunidades de mejora encontradas en cada una de las dependencias, es pertinente conocer el proceso de cada uno de los pasantes. A continuación, se realizó una sinopsis general del proceso llevado a cabo por cada pasante en su respectiva dependencia, seguido por los organigramas y posición del estudiante dentro del mismo, luego se explicara el proceso de solicitud y aprobación de piezas gráficas, con apoyo de una infografía, posteriormente se expondrán y analizarán piezas gráficas realizadas por cada estudiante en su dependencia asignada, finalmente se desarrollara la metodología de *design thinking* en la creación de piezas gráficas con apoyo de una infografía y se reflexionará sobre el resultado final del proceso.

Informe de pasantía Erika Morales

El Departamento de Promoción y Bienestar Institucional, cuenta con tres áreas o espacios de desarrollo profesional estos son: cultura, salud, desarrollo humano y deportes. En cada área del departamento se generan solicitudes de creación de piezas gráficas para mantener a la comunidad tomasina informada, sobre actividades y eventos que realizan, algunas publicaciones además son compartidas en las redes sociales del Departamento por parte de la *community manager* y el director. Puede ver el organigrama del departamento (*figura 2*) y también puede consultar el proceso de solicitud y publicación de cada pieza gráfica en la *figura 3*.

Figura 3

Infografía proceso para la solicitud y publicación de piezas en el (DBPI).



Nota: Esta infografía representa el proceso para la solicitud y publicación de cada pieza gráfica en el Departamento de Promoción y Bienestar Institucional. Creación propia del estudiante.

Proyecto de pasantía.

Durante la pasantía se desarrollaron varios proyectos o actividades y piezas gráficas que hacen parte de la campaña Universo USTA, proyecto bandera del (DPBI). Además mensualmente se realiza una actividad especial que es desarrollada por el coordinador de cada área del Departamento, dentro de estas actividades especiales de cada mes se realizaron diferentes intervenciones artísticas, (murales) como apoyo a la docente de artes plásticas (*tabla 5*). También se analizaron algunas piezas gráficas realizadas para el departamento y sus estrategias de comunicación visual utilizadas. (*Tabla 2*)

Para la creación de las piezas visuales, se implementó un enfoque metodológico del *design thinking*, para reducir los errores y generar piezas novedosas que lograran atraer al público objetivo, fue desarrollado de la siguiente manera:

Figura 4

Infografía desarrollo de las fases de la metodología del design thinking en la creación de piezas gráficas.



Nota: Infografía del desarrollo de las fases de la metodología del *design thinking* en la creación de piezas gráficas, en el (DPBI). Creación propia del estudiante.

Por otra parte en el desarrollo de los murales, se pudo evidenciar que el público estuvo activo e interesado en el mural realizado en la plazoleta principal de la Sede Principal, los estudiantes fueron más receptivos, pues en el proceso de creación recibimos algunas opiniones, preguntas, y también la estudiante de octavo semestre de Comunicación social, Paula Camila Gutiérrez Romero, realizó un reportaje sobre la actividad “Muralusta”; gracias a este reportaje se pudo compartir con más personas en otro medio de comunicación como es Souncloud (*Anexo 2*), contribuyó a mejorar la apropiación, visualización del contenido y la actividad realizada en general, logrando el cumplimiento del objetivo propuesto. Según Hernández (2016) esta actividad también es una manera estratégica de compartir la información e ideas, recurrir a otro formato y cambiar el medio acostumbrado de difusión del Departamento de Bienestar, es una apuesta para llevar el diseño, la ilustración y diferentes técnicas de comunicación visual, a la comunidad; representar un mensaje en este caso la cultura, y generar mayor interés.

En conclusión, la pasantía desarrollada en el (DPBI) fue muy enriquecedora, en el ámbito laboral ya que se pudieron desarrollar saberes aprendidos durante formación académica y se generó contenido

grafico para mejorar la visualización y apropiación del departamento, al igual que sus actividades realizadas e información compartida, logrando cumplir con el objetivo propuesto. La implementación de cada una de las etapas de la metodología del *design thinking* mejoró considerablemente los productos entregados, y contribuyó a crear piezas innovadoras e ilustraciones para realizar cada mural, por otro lado, gracias a la implementación de estrategias de comunicación visual como es el mural, se pudo mejorar la visualización y conseguir mayor apropiación de la comunidad tomasina.

Informe de pasantía Daniel Burgos

La pasantía se llevó a cabo en la Facultad de Diseño Gráfico de la Universidad Santo Tomás con el docente Paulo Cesar Parra Beltrán a cargo de la supervisión del proceso laboral del pasante (figura 5); las funciones como pasante incluyeron el desarrollo de piezas gráficas y proyectos de tipo animación, para difundir información general de eventos y herramientas para el apoyo de los estudiantes de la carrera de diseño gráfico, por medio del correo electrónico institucional.

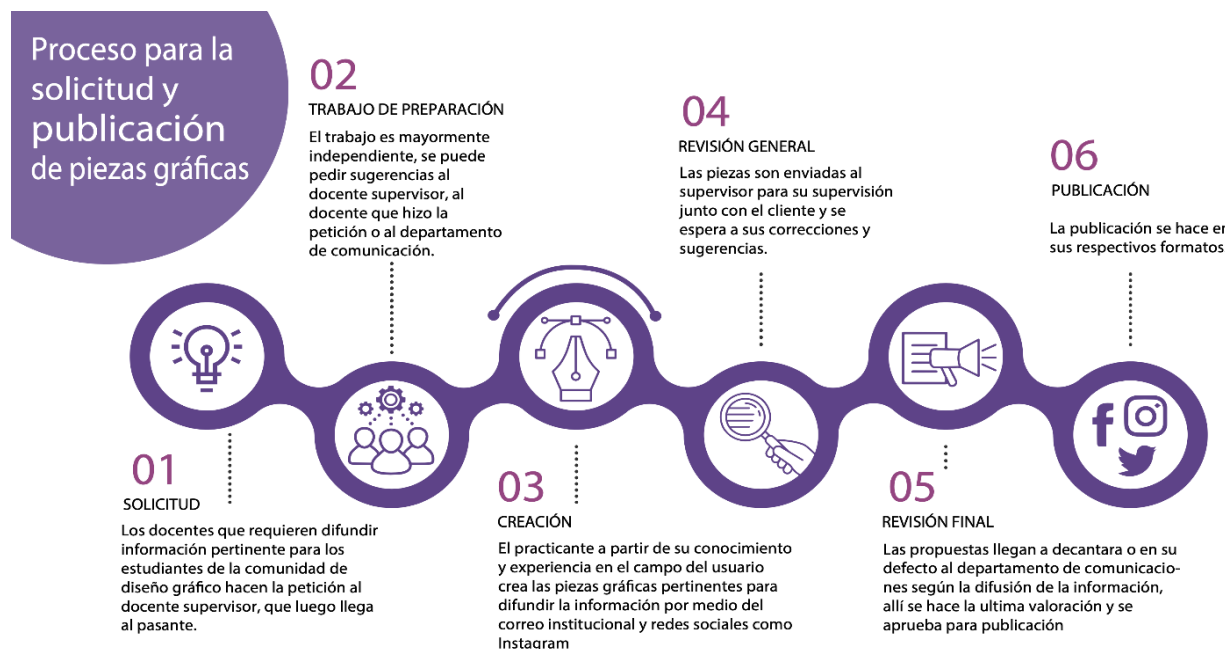
Proyecto de pasantía

En un principio los docentes y demás coordinadores de la Facultad de Diseño Gráfico proponen proyectos o propuestas para dinamizar el aprendizaje de sus estudiantes, como talleres y encuentros por medio de la emisora estudiantil, entre otros.

La función como pasante consiste en recibir las indicaciones del docente a cargo de mi supervisión, atender sus requerimientos sobre la propuesta gráfica a desarrollar para el profesor que solicito la pieza, además se analizó las estrategias de comunicación visual que podían implementarse en cada una de ellas (*tabla 3*), el proceso de solicitud y publicación de cada pieza fue se desarrolló así:

Figura 6

Infografía proceso para la solicitud y publicación de piezas en la facultad de diseño gráfico.



Nota: Esta infografía representa el proceso para la solicitud y publicación de cada pieza gráfica, en facultad de diseño gráfico. Creación propia del estudiante.

Las piezas varían según su solicitud, y el medio por el cual se van a promocionar. Además, es importante seguir un proceso de investigación, desarrollo y creación para crear un producto que pueda cumplir con las expectativas del cliente (en este caso los docentes); por lo que se recurrió a hacer uso de la metodología de *design thinking*, debido a que sus fases son adecuadas para el desarrollo de las piezas visuales, ayuda a reducir errores y crear productos innovadores de la siguiente manera:

Figura 7

Infografía desarrollo de las fases de la metodología del design thinking en la creación de piezas gráficas.



Nota: Infografía del desarrollo de las fases de la metodología del *design thinking* en la creación de piezas gráficas, en la (FDG). Creación propia del estudiante.

Por otro parte también se desarrollaron estrategias de comunicación visual, por medio de la animación para fomentar la apropiación de la facultad de diseño gráfico en estudiantes, por medio de la mascota Dico, donde se creó un estudio de personaje para la mascota de la facultad (*figura 8*).

Figura 8

Mascota de la facultad de diseño gráfico Dico.

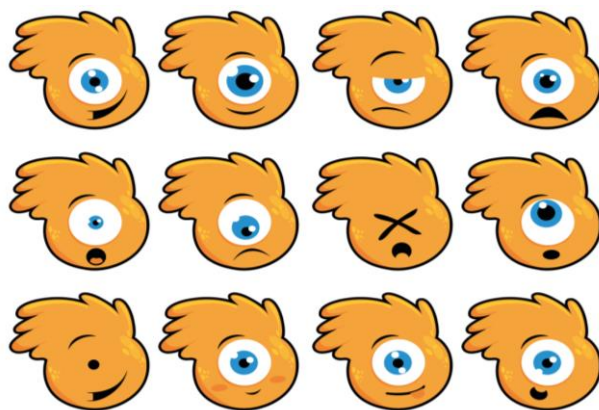


Nota: imagen de Dico, creación propia del estudiante.

Este proyecto conllevó un gran trabajo debido a la indagación sobre la historia del personaje llamado Dico, se identificó que era muy nula dicha información, por ende, se realizó un estudio de personaje que permitiera brindarle una historia, un propósito y una personalidad para acentuar la empatía que tienen los estudiantes de diseño gráfico hacia su mascota (*figura 9*).

Figura 9

Mascota de la facultad de diseño gráfico Dico (Expresiones tomadas del manual de uso de Dico).



Nota: imagen de Dico, creación propia del estudiante, tomadas del manual de uso de Dico.

El estudio del personaje Dico es bastante relevante para la comunidad Tomasina, específicamente la comunidad perteneciente a la facultad de diseño gráfico (*figura 4*), debido al valor que tiene Dico y cómo puede evolucionar, para llevar más lejos las capacidades de la mascota, y brindar interacción entre los estudiantes y la información que la facultad requiera promocionarles.

En conclusión, el desarrollo de piezas visuales, como en Dico fue una experiencia en el cual se ponen a prueba todos los conceptos aprendidos, son usados para llegar a un producto real en un tiempo determinado; dichos productos fueron de gran aprecio para mí como pasante en especial el estudio de personaje Dico, debido a que este proyecto será un grano de conocimiento retribuido a la comunidad y dicho “proceso” seguirá siendo desarrollado por otros estudiantes y pasantes para mejorar la apropiación de Dico y la visualización de los mensajes que la facultad de diseño gráfico prepara para sus estudiantes, la pasantía dentro de la facultad de diseño gráfico determinaron un reto en el cual se dejó en clave la experiencia para recopilar información, identificar oportunidades de mejora y buscar una solución por medio de herramientas del diseño gráfico, en este caso con el propósito de implementar estrategias de comunicación visual y la metodología del *design thinking* en las piezas gráficas realizadas,

para generar apropiación y mejorar la visualización de cada dependencia e información que la USTA comparte a la comunidad tomasina.

Informe de pasantía Paula Saavedra

El Instituto de lenguas Fray Bernardo de Lugo O.P (ILFBL) fue creado en el año 2010 como una constitución del instituto de idiomas que perteneció al departamento de humanidades durante bastantes años, el ILFBL fue creado por la alta demanda y expectativa en la formación de idiomas generada hacia la Universidad Santo Tomás, inició su proceso de inclusión de pasantes en el año 2021-1 y se les asignó la función de realizar toda la parte gráfica de las publicaciones del instituto y así mismo su difusión de redes sociales para seis departamentos anexos al ILFBL.

Proyecto de pasantía.

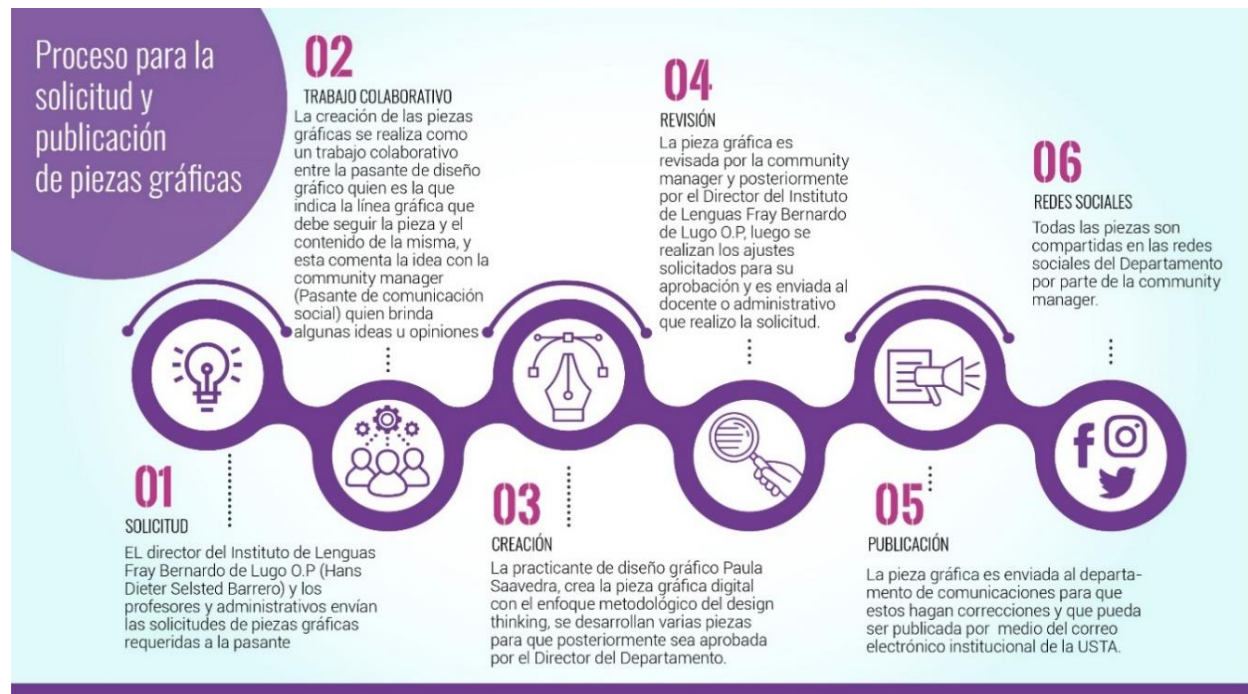
Durante la pasantía se generaron diversas tareas y proyectos entre las cuales se planteó la opción de generar una nueva línea gráfica completamente diferente a la que se había recibido en el momento de ingreso, esa línea gráfica surge de la necesidad de conseguir una mayor apropiación y visualización del instituto de lenguas Fray Bernardo de Lugo O.P (figura 10); esta línea gráfica, se encuentra compuesta de formas geométricas, recortes, y texturas que lograron una conexión entre el instituto y la comunidad tomasina la cual se pudo evidenciar con la interacción y felicitaciones por parte de los alumnos hacia la nueva creación de piezas, por medio de redes sociales. Además, se generó un nuevo diseño para la página web del instituto para que fuera mucho más llamativa y de fácil acceso.

También se realizaron cubrimientos de eventos tales como la SEMANA INTERNACIONAL y el concierto que la MEGA realizó para la comunidad tomasina, en el cual, gracias al trabajo realizado, pudimos conseguir varios saludos hacia el instituto de lenguas de parte de los artistas, también que dichos artistas nos compartieron en sus redes sociales y nos siguieran en las redes oficiales del (ILFBL), por lo que se pudo lograr el objetivo establecido y se pudo mejorar la visualización de la dependencia.

También, se crearon y analizaron piezas gráficas para compartir información sobre el (ILFBL) a la comunidad tomasina (tabla 4), el proceso de solicitud y publicación se desarrolló de la siguiente manera:

Figura 11

Infografía para la solicitud y publicación de piezas en el Instituto de Lenguas Fray Bernardo de Lugo O.P.



Nota: Esta infografía representa el proceso para la solicitud y publicación de cada pieza gráfica, en el Instituto de Lenguas Fray Bernardo de Lugo O.P. Creación propia del estudiante.

Anexo a esto el director del instituto había realizado el planteamiento de generar un cambio del nombre del instituto de lenguas Fray Bernardo de Lugo O.P por Centro Internacional de Lenguas, Culturas Extranjeras (CILCE), debido a esto se buscó generar un logotipo que le diera representación al nuevo centro. Para esto se hizo uso de la imagen corporativa.

La creación de piezas gráficas solicitadas fue desarrollada bajo la metodología de *design thinking* la cual fue mencionada en las reflexiones teóricas y tuvo su desarrollo de la siguiente manera:

Figura 12

Infografía desarrollo de las fases de la metodología del design thinking en la creación de piezas gráficas.



Nota: Esta infografía del desarrollo de las fases de la metodología del *design thinking* en la creación de piezas gráficas, en el (ILFBL). Creación propia del estudiante.

En conclusión, durante la ejecución de las pasantías se generó un progreso en la formación personal y profesional del estudiante debido a que el proceso permitió aumentar experiencia laboral, conocimiento de nuevas técnicas, resolviendo problemas comunicativos y de diseño gráfico que solicitaba la dependencia, por medio de los conocimientos adquiridos durante la formación académica, todo el trabajo desarrollado contribuyó a ampliar los conocimientos sobre el diseño gráfico y su labor profesional, también dio como resultado la implementación de estrategias de comunicación visual que lograron aportar calidad estética para crear piezas visuales y compartir información en la comunidad tomasina, finalmente se pudo cumplir el objetivo establecido, contribuyendo con la mejora de la apropiación y visualización de la dependencia.

Conclusiones

Finalmente se logró Implementar estrategias de comunicación visual y la metodología de *design thinking* en los diferentes productos realizados por cada practicante en las dependencias asignadas: (DPBI, FDG e ILFBL) con el fin de mejorar la apropiación y generar mayor visualización. En conclusión, gracias la implementación de dichas estrategias, se pudo mejorar la creación de contenido visual, comunicación y estética de las piezas gráficas y generar así, una mayor apropiación en la comunidad

tomasina, también se logró impulsar la visualización de la información de cada dependencia de la (USTA), al igual que la participación en las actividades realizadas por cada una de ellas.

Cada estudiante propuso la opción de implementar en su dependencia nuevas estrategias de comunicación visual, que no se habían puesto en práctica anteriormente o no se habían tomado en cuenta, como fue: potenciar personajes ya creados, en el caso de Dico, diseñar y crear murales que pudieran tener una vida más larga que las mismas piezas gráficas y re diseños de logos que contaran con una mejor gráfica. La creación de personajes contribuyó en la apropiación de la (FDG), pues consigue transmitir sensaciones y emociones, generando empatía en los estudiantes que son en su mayoría jóvenes, este personaje puede ser de mucho provecho, pues puede ser incluido en los diferentes productos de diseño, otorgando un valor agregado, personalidad y estética. Por otro lado, los murales logran sensibilizar, crear interés en el público en general, e impactar positiva o negativamente en la comunidad, contribuyendo en la apropiación que se tiene por la (USTA) y sus diferentes espacios y dependencias, también causó curiosidad en la comunidad tomasina acerca de su creación o propósito, dando reconocimiento y visualización del (DPBI). Por último, el re diseño de la la imagen corporativa contribuyó en dar reconocimiento al (ILFBL), y otorgo una imagen renovada que mejoro su visualización y apropiación.

Gracias a esto, se mejoró la apropiación y generó mayor visualización de las dependencias (DPBI, FDG Y ILFBL) en la comunidad tomasina, evidenciadas por medio de asistencia, opiniones compartidas y preguntas realizadas por parte del público, acerca de las actividades planeadas, también se contó con un aumento significativo de seguidores en redes sociales, e incluso se hicieron reportajes que ayudaron a ser más visible las diferentes dependencias y proyectos que cada uno realizaba, impulsando el interés y apropiación en la comunidad tomasina.

Cada pasante, además tuvo en común la creación de piezas gráficas para compartir información de la dependencia asignada, para su creación fue necesario implementar una metodología que pudiera

adaptarse al trabajo desarrollado y las oportunidades de mejora encontradas. Al aplicar la metodología del design thinking se pudo mejorar el proceso de creación, pues al ser un proceso iterativo o no lineal pueden detectarse nuevas necesidades que no se habían examinado antes, en la fase de empatía fue indispensable conocer muy bien al público objetivo para posteriormente indagar en la mejor solución.

Como se vio anteriormente las diferentes fases del design thinking fueron desarrolladas en cada uno de los procesos de los practicantes. La fase “definir” fue una de las más importantes ya que se identificó el problema de forma que se tuvieron en cuenta todas las opiniones de profesores coordinadores y personas a cargo, explorando alternativas y reformulando preguntas para encontrar nuevas soluciones. En la fase de prototipar se consideró el medio por el que se compartirían las piezas gráficas, en su mayoría *mailing*. Al compartir información de cada dependencia por medio del correo electrónico a la comunidad tomasina, acerca de los proyectos y actividades que realizaron, se impulsó su visualización cumpliendo con el objetivo propuesto, pero también debe tenerse en cuenta la encuesta realizada a la comunidad tomasina, donde se identificó que en la (USTA), existen oportunidades de mejora respecto al manejo de la información de cada dependencia, se considera que un aspecto que se podría mejorar es el número de correos enviados a la comunidad tomasina, reduciendo y sintetizando la información compartida o generando publicaciones por medios alternativos, como es una plataforma donde se permita seleccionar la dependencia de interés, y visualizar su actividad reciente y eventos próximos.

Por último, las prácticas lograron dar una primera experiencia profesional a los practicantes en un espacio como son las diferentes dependencias de la (USTA), brindando herramientas y técnicas para su carrera profesional. Además el proceso reiterativo ayudo a afianzar conocimientos adquiridos a lo largo de la formación académica, también se mejoró y formalizo el proceso creativo, por medio de metodologías y estrategias que ayudaron a reducir errores y crear piezas graficas más interesantes para el público objetivo, pues se comprendió que la labor del diseñador gráfico no se trataba únicamente de

la creación de un producto o servicio, y por el contrario es indispensable conocer muy bien el público al que será dirigida la pieza o producto, para entender sus necesidades y posibles soluciones. También nos aportó cualidades, valores personales y profesionales como: la responsabilidad, la comprensión, la paciencia, puntualidad, participación, para proponer estrategias de comunicación visual y metodologías a pesar de no tener mayor experiencia laboral.

También hubo un aprendizaje respecto al proceso de comunicación con jefes y compañeros para saber que requerían, y encontrar información que ayudara en la creación de ideas y generación del producto solicitado. Implementar diferentes metodologías y estrategias en este ejercicio laboral nos aportó conocimiento y experiencia para crecer académica y profesionalmente, en aspectos como la organización del flujo de trabajo, y el cumplimiento de los tiempos de entrega, pues en este punto ya no se dependía de una nota. El trabajo creado estuvo siempre en revisión y retroalimentación para aplicar mejoras, fue evaluado constantemente, y publicado por diferentes medios, aportando en gran medida al compromiso para asumir el rol del diseño gráfico. Ser un diseñador gráfico tomasino, implica tener la capacidad de analizar proponer, desarrollar estrategias y metodologías, en la creación de productos de diseño, para buscar soluciones a problemas de comunicación visual, permitiendo difundir un producto o servicio, por medio de elementos gráficos como, imágenes y textos; además, gracias a su formación humanista, aporta a la cultura e identidad de la sociedad, desarrollando investigaciones para ampliar su observación y comprensión del entorno del diseño y su público.

Por último, se propone que cada pieza gráfica, productos de diseño y estrategias de comunicación visual, puedan servir de referencia para futuros proyectos, de estudiantes y/o nuevos pasantes que quieran desarrollarlos en la universidad, están abiertos para ser mejorados, manteniendo una linealidad y enfocados en el público objetivo, la comunidad Tomasina; y recomienda que la universidad y sus diferentes facultades, impulsen la implementación de estrategias de comunicación visual que proponen los practicantes.

Referencias

- Batzin, C. J. (2019). *Campaña digital y estrategia en redes sociales para la fidelización y ampliación del grupo objetivo de la organización MayaWorks Guatemala, Chimaltenango, Chimaltenango* [Tesis de Licenciatura, Universidad de San Carlos de Guatemala].
<http://www.repositorio.usac.edu.gt/15066/1/CRISTIAN%20JOEL%20TEPAZ%20BATZIN.pdf>
- Comité Investigación de Facultad. (2019). *Modalidades de Trabajo de Grado de la Facultad de Diseño Gráfico* (Versión N°3). Universidad Santo Tomás, Facultad de diseño gráfico.
<https://bit.ly/3o5fnZ2>
- Cortés, L. (2017). *Arte Urbano- muralismo en Bogotá. Una aproximación a los procesos de aprendizaje en sus colectivos* [Anteproyecto de Especialización, Universidad Minuto de Dios].
<https://bit.ly/2ZW0HDc>
- Castaño Quintero, J. A. (2019). *Análisis de marca, diseño y creación de piezas gráficas para la empresa Interllantas* [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma de Occidente].
<https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/11706/T08909.pdf?sequence=5&isAllowed=y>
- Chaves, N. (2010). *Imagen corporativa: teoría y práctica de la identificación institucional* (3a ed.). Editorial Gustavo Gili. Recuperado de <https://bit.ly/305x7el>
- Dondis, D. (1973). *La Sintaxis de la Imagen: Introducción al alfabeto visual* (10ª ed.). Editorial Gustavo Gili.
https://editorialgg.com/media/catalog/product/9/7/9788425229299_inside.pdf
- Flores Espejel, M. d. R. (2011). *El Poder de la Comunicación Visual* (10 ed., Vol. 3).
<https://www.eumed.net/rev/tecsistecat/n10/mrfe.pdf>
- González Mothelet , M. (s.f.). *Metodología del Diseño*. Obtenido del Tema 1. Introducción a la metodología. Universidad de Londres.
<https://www.guao.org/sites/default/files/biblioteca/Metodologia%20del%20Dise%C3%B1o.pdf>

- Mendoza Black, K., y Veas Maruri, R. (2017, Noviembre 4). *Las Leyes De La Composición Visual Y Su Incidencia En La Creación De Piezas Gráficas* [Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil].
<https://bit.ly/3BRjFln>
- Mangui, S. M. (2019). Análisis crítico del Graffiti como herramienta comunicativa de expresión urbana. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 1-15.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7440786>
- Moreira Ortiz, M. A., Maldonado Mejía, W. A., y García-Umaña, A. (2019). Vulnerabilidades En El Uso De Las Tecnologías De La Información: Sexting Y Grooming En Adolescentes. *Revista Inclusiones*, 6(1), 85-98. Recuperado de <https://bit.ly/3oolrfB>
- Murillo, M. (2019). *Comunicación visual y su incidencia en el rediseño del sitio web de la editorial digráfica de la ciudad de Guayaquil* [Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil].
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/38808>
- Murillo, M. (2015). *Creación de Mascotas como aporte para la identidad visual* [Tesis de pregrado, Universidad tecnológica equinoccial].
http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/15312/1/60977_1.pdf
- Pérez, F., Espinach, X., Verdaguer, N., y Tresserras, J. (2002). *Metodologia Del Diseño, Historia Y Nuevas Tendencias*. Obtenido De Metodologia Del Diseño, Historia Y Nuevas Tendencias. AEIPRO.
https://www.aepro.com/files/congresos/2002barcelona/ciip02_0386_0394.1915.pdf
- Ortiz Ponce, M. S. (2019). La motivación en jóvenes universitarios en el área profesional de diseño y comunicación visual. *Revista925*, 6(23), 3-9
http://revista925taxco.fad.unam.mx/pdf/925PDF_24.pdf
- Ricuepero, S. A. (2007). *Diseño gráfico en el aula* (1st ed.).
- Serrano, M., y Blazquez, P. (2015). *Design Thinking. Lidera el presente y crea el futuro*. ESIC Editorial.

Anexos

Anexo 1

Análisis entrevista para conocer el nivel de visualización y apropiación de la comunidad tomasina respecto a la información compartida por cada dependencia.

<https://drive.google.com/file/d/1o9qISoWxy-VHsqfINu-F2MqoeYGjw9Co/view?usp=sharing>

Anexo 2

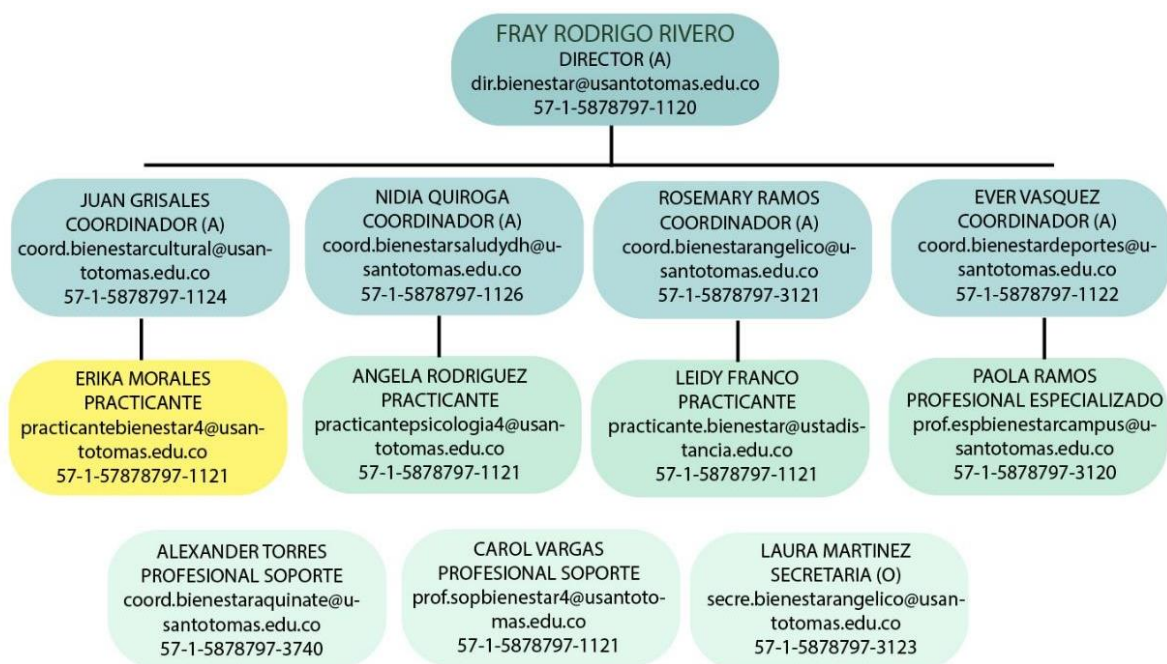
Audio en sound cloud sobre el reportaje de muralUSTA en la semana tomasina de la cultura.

<https://soundcloud.com/paula-camila-gutierrez-romero/santoto-informa>

Figuras

Figura 2

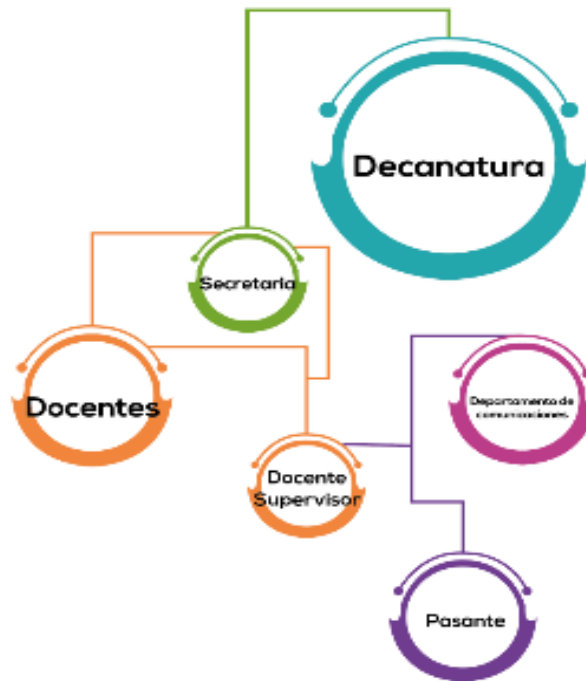
Organigrama Erika Morales Departamento de Promoción y Bienestar Institucional.



Nota: este organigrama representa la estructura y la posición de la pasante Erika morales en el Departamento de Promoción y Bienestar Institucional.

Figura 5

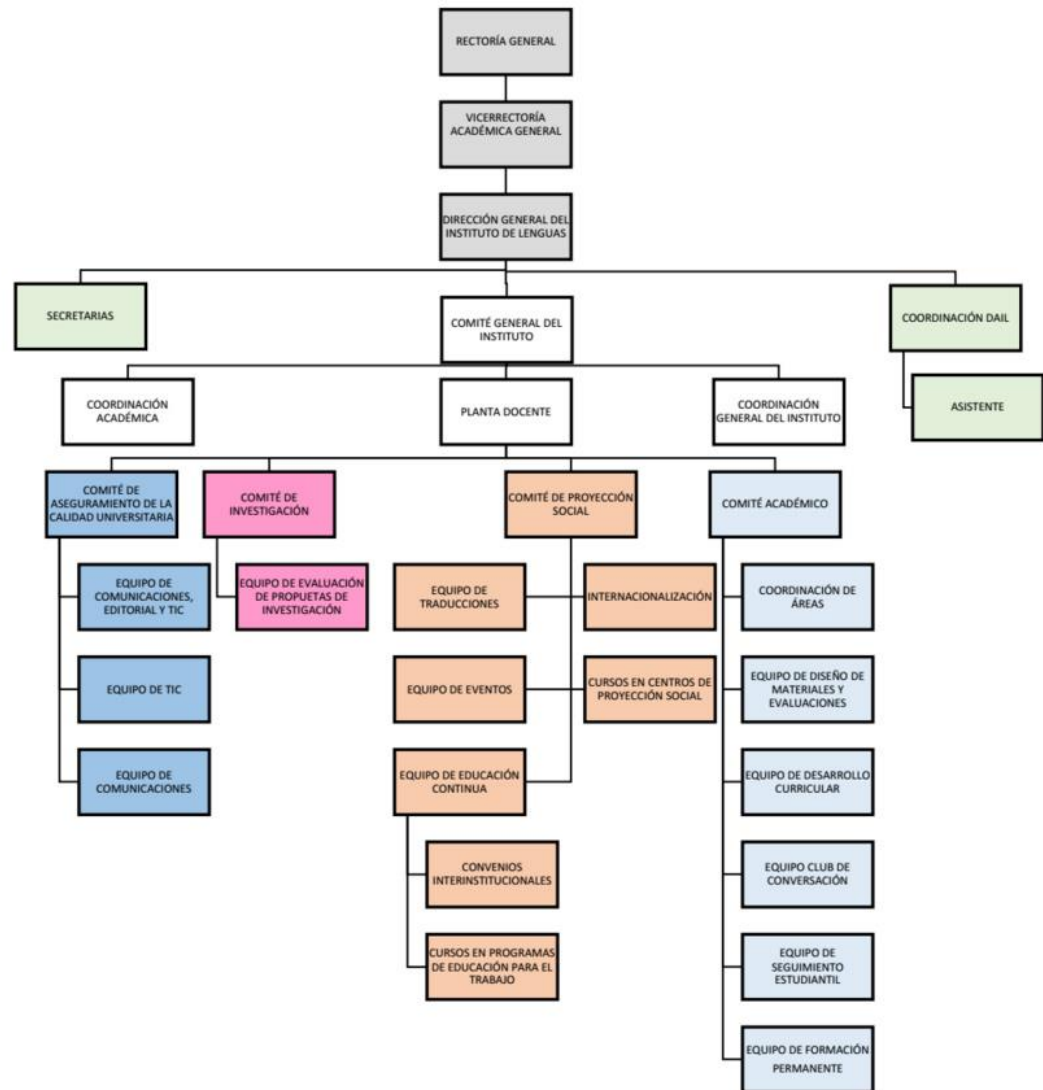
Organigrama Daniel Burgos Facultad de Diseño Gráfico.



Nota: El Organigrama representa la posición y estructura jerárquica dentro de la facultad de diseño gráfico de la universidad Santo Tomas de Aquino.

Figura 10

Organigrama Paula Saavedra Instituto de Lenguas Fray Bernardo de Lugo O.P.



Nota: este organigrama representa la estructura y la posición de la pasante *Paula Saavedra* en el *Instituto de Lenguas Fray Bernardo de Lugo O.P.*

Tablas

Tabla 1

Técnicas de Comunicación Visual. Donis A. Dondis (La sintaxis de la imagen).

Exageración Intensificar y ampliar los elementos usados, más allá de la verdad.	Reticencia Respuesta a elementos mínimos.
Profusión Recarga de elementos visuales.	Economía Mínimo de elementos visuales
Espontaneidad Carga emotiva sin un plan específico.	Predictibilidad Orden o plan que prevé el mensaje visual.
Coherencia Compatibilidad en entre los elementos de la composición.	Variación Mutaciones en la composición.
Acento Un elemento destaca más que el resto.	Neutralidad Ningún elemento destaca más que resto.
Asimetría Los elementos no se sitúan en un eje central.	Simetría Cada elemento se sitúa en un eje central.
Inestabilidad Ausencia de equilibrio.	Equilibrio Distribución de los pesos visuales.
Fragmentación Descomposición de elementos relacionados entre sí.	Unidad Conjunto equilibrado de elementos.
Audacia Aproximación visual dedicada y óptima.	Sutileza Aproximación visual obvia.
Transparencia Elementos o detalle visual a través del cual es posible ver.	Opacidad Oculta elementos visuales.

Nota. Tabla con las técnicas de comunicación visual, basada en el libro *La sintaxis de la imagen* de Donis

A. Dondis.

Tabla 2

Piezas gráficas realizadas por Erika Morales en el Departamento de Promoción y bienestar Institucional.

Proyecto	Pieza Gráfica	Descripción	Elementos gráficos
Festival de la canción		Pieza creada para la actividad denomina festival de la canción, para informar a la comunidad tomasina sobre las eliminatorias,	Tipografía: combinación de fuentes con serifa, familia <i>Raleway</i> , y <i>Montserrat</i> . Se usan diferentes fuentes dentro de la misma familia para generar jerarquía visual Color: composición con colores claros que reflejan la alegría

		premio y final de este festival	Composición: Fragmentación en el medio dando principal atención a las imágenes e información
Retorno seguro a la USTA		Pieza gráfica para dar a conocer las tarifas del parqueadero en la sede principal y en el Dr. Angélico para carro, moto y bicicleta	Tipografía: fuente sin serifa, familia <i>open sans</i> , y <i>vox round semibold</i> para el cuerpo del texto Se usan fuentes dentro de la misma familia para generar jerarquía visual Color: uso de 2 colores naranja y azul, uso de imagen a blanco y negro para crear dinamismo Composición: Secuencialidad que permite dar atención a la imagen e información que se muestra.
Uso obligatorio del tapabocas en las instalaciones de los gimnasios.		Diseño de pieza gráfica para informar y promover el uso obligatorio del tapabocas en las instalaciones de los Gimnasios de la universidad Santo Tomás.	Tipografía: combinación de fuentes palo seco, familia <i>bebas neu</i> y <i>Raleway</i> , se usan diferentes fuentes dentro de la misma familia para generar jerarquía visual Color: composición con colores claros que reflejan tranquilidad Composición: unidad otorgando orden a los elementos, dando principal

			atención a las imágenes e información.
Programación Lunes semana de la cultura	 LUNES MURALISTA INTERVENCIÓN DE ARTES PLÁSTICAS 8:00 P.M. - 9:00 P.M. ES LUNES Y EL CRAI USTA LO SABE IMPORTANCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL 10:00 P.M. - 11:00 P.M. SALA PRINCIPAL - CASA LUISA (Café de Transmisión) CUENTERIA MÚSICA - DANZA 10:00 P.M. - 10:00 M. CAMPUS SAN ALBERTO MAGNO - CULTURA CICLO DE CINE LA GUERRA DE LAS GALAXIAS (ROUSE ONE) 10:00 M. - 2:00 P.M. SALA PRINCIPAL LECTURA DRAMÁTICA - LA CELESTINA 3:00 P.M. - 4:00 P.M. SEDE PRINCIPAL - CINE CLUB ORA USTA VIN Y DISFRUTA EN FAMILIA UNIVERSO USTA EVENTO DE APERTURA ENCUENTRO DE DANZA FOLCLORICA, ÁRABE Y URBANA. 5:00 - 7:00 P.M. SEDE PRINCIPAL - AUDIOMAGNA	Programación creada para la semana de la cultura, realizada para informar a la comunidad tomasina sobre las actividades que se realizaran durante todo el día.	Tipografía: combinación de fuentes palo seco. Se usan diferentes fuentes y color dentro de la misma familia para generar jerarquía visual Color: composición con la paleta cromática de la línea gráfica utilizada en las piezas de la semana de la cultura Composición: Equilibrio, generando principal atención a las imágenes e información que se presenta en la imagen
Taller de mascaras	 UNIVERSIDAD DE SANTO TOMÁS SALA PRINCIPAL TALLER DE <i>Mascaras</i> Y MAQUILLAJE (¡disfrázate tu topaboccos!) MARTES 12:00 M. - 2:00 P.M. 26 OCTUBRE Edificio El Aquilón Pasillo - Primer Piso EXT: 1745 MIÉRCOLES 12:00 M. - 2:00 P.M. 27 OCTUBRE Sede Principal Pasillo EXT: 104 JUEVES 10:00 A.M. - 1:00 P.M. 28 OCTUBRE Campus San Alberto Magno Oficina de Bienestar EXT: 300 Te sugerimos traer los siguientes materiales -Topaboccos (preferiblemente tipo no quirúrgico). -Accesorios decorativos para el topaboccos (marabutos o postos). -Pegante multusos. -Maquillaje personal y elementos de limpieza. -Accesorios para el cabello. Para más información: Departamento de Promoción y Bienestar Institucional comunicacion@universityofcosta.com PREGUNTAS UNIVERSO USTA	Pieza creada para la actividad denomina Taller de máscaras y maquillaje, para informar a la comunidad tomasina sobre los talleres que se realizaran en cada sede de la universidad.	Tipografía: combinación de fuentes con serifa, palo seco y script, de diferentes pesos para generar jerarquía visual Color: composición con fondo oscuro claros que reflejan la alegría Composición: unidad para crear una composición sutil, dando igual atención a todos los elementos.

Note. Tabla con la descripción de uso de elementos gráficos en las diferentes piezas creadas en el

Departamento de Promoción y Bienestar por la pasante Erika Morales.

Tabla 3

Piezas gráficas realizadas por Daniel Burgos en el Departamento de la Facultad de Diseño Gráfico.

Proyecto	Pieza Gráfica	Descripción	Elementos gráficos
Tutorías		Pieza gráfica para información de tutorías del programa de diseño gráfico	Tipografía: Palo seco Se usan diferentes fuentes dentro de la misma familia para generar jerarquía visual Color: Paleta cromática institucional Composición: Fragmentación en el medio dando principal atención a las imágenes e información. la pieza se diseñó en dos formatos para correo electrónico e Instagram, compuesta por la información pertinente junto a Dico como atractivo principal
Docentes de acompañamiento		Pieza gráfica para información de los docentes de acompañamiento del programa de diseño gráfico	Tipografía: fuente sin serifa, familia open sans para el cuerpo del texto Se usan diferentes fuentes dentro de la misma familia para generar jerarquía visual Color: Paleta cromática complementaria, Composición: fragmentación que permite dar atención a la

		imagen e información que se muestra. la pieza se diseñó en dos formatos para correo electrónico e instagram, compuesta por la información pertinente junto a Dico como atractivo principal
Doble programa		Pieza gráfica principal para información del doble programa con los programas en convenio con diseño gráfico Tipografía: palo seco Se usan diferentes fuentes para generar jerarquía visual Color: Paleta cromática complementaria. Composición: profusión recarga de elementos visuales en el fondo. Es de único formato y destaca su estructura cromática según el tema y la pieza.
Contraforma		Pieza gráfica publicitaria para la emisora radial Contraforma Tipografía: combinación de fuentes palo seco Se usan diferentes fuentes para generar jerarquía visual Color: La paleta cromática proviene del logo. Composición: variación en su composición dando principal atención a la información.

Se basa tanto en el concepto de contra forma como en el logo anteriormente señalado.

Nota. Tabla con la descripción de uso de elementos gráficos en las diferentes piezas creadas en el Departamento de la Facultad de Diseño Gráfico.

Tabla 4

Piezas gráficas realizadas por Paula Saavedra en el Instituto de lenguas Fray Bernardo de Lugo O.P

Proyecto	Pieza Gráfica	Descripción	Elementos gráficos
Piezas fin de semana e inicio de semana		Fue una iniciativa para generar conexión entre la comunidad tomasina y el ILFBL	Tipografía: combinación de fuentes palo seco y script. Se usan diferentes fuentes dentro de la misma familia para generar jerarquía visual Color: Paleta cromática variada a petición del director del instituto Composición: profusión en el fondo dando principal atención al título e ilustración. Composición que busca generar un impacto y comunicación con los estudiantes tomasinos.

Educación continua		Se generaron piezas para informar a los estudiantes la posibilidad de continuar con su educación de diversas formas Tipografía: fuente palo seco, Se usan dientes fuentes dentro de la misma familia para generar jerarquía visual Color: Paleta cromática complementaria, Composición: equilibrio que permite dar atención a las imagen e información que se muestra. Cada pieza fue diseñada con recortes, formas geométricas y paleta cromática variada
Festividades		Piezas para fechas y eventos especiales en el transcurso de las pasantías Tipografía: combinación de fuentes con palo seco y display. Se usan diferentes fuentes dentro de la misma familia para generar jerarquía visual Color: Paleta complementaria, se destacan los colores naranja y morado. Composición: Acento, dando principal atención al título de la actividad propuesta. Estas piezas fueron creadas a base de festividades, fueron utilizados vectores, paletas cromáticas variadas, recortes, formas geométricas y formas orgánicas

Campaña de lenguas



Piezas y videos
para promocionar
y ofertar los cursos
que ofrece el ILFBL

Tipografía: combinación de fuentes con serifa,
Se usan diferentes fuentes dentro de la misma familia para generar jerarquía visual
Color: La paleta cromática de estas piezas está basada en los colores que componen las banderas de cada idioma.
Composición: coherencias en composición.
También se utilizaron fotografías libres de lugares turísticos de cada país y formas geométricas.

La caja de pandora



Piezas publicitarias
para la emisora del
ILFBL

Tipografía: combinación de fuentes palo seco.
Se usan diferentes fuentes dentro de la misma familia para generar jerarquía visual
Color paleta cromática variada
Composición: variación en su composición, dando principal atención a las imágenes e información
Formas geométricas y dependiendo de la temática del día se generaba un diseño diferente.

Nota. Tabla con la descripción de uso de elementos gráficos en las diferentes piezas creadas en el Instituto de lenguas Fray Bernardo de Lugo O.P.

Productos

Erika Morales

- edición de vídeos, bocetos.

- Ilustración.

https://drive.google.com/drive/folders/1wPTg-vo_rQVTrFhcAH9B6MBINDVEH6pF

- *Piezas publicitarias e informativas.*

<https://drive.google.com/drive/folders/1v1oUwrxGxICd8jlfOa4qlffyHvNemKgF>

- *creación de murales.*

<https://drive.google.com/drive/folders/1zf8MoDlnJ8yKNItIBGRlyEdfhdNWjehb>

Tabla 5

Murales realizados por Erika Morales en el (DPBI).

Proyecto	Pieza Gráfica	Descripción	Elementos gráficos
Actividad denominada “Acogida de bienvenida a toda la comunidad tomasina”.		Diseño y creación de 4 murales para la bienvenida de los estudiantes a la universidad. Apoyo en la creación de boceto y mural de bienvenida. fueron terminados en cada sede, ya que también se quería realizar una intervención artística en la acogida de bienvenida realizada por el	Tipografía: combinación de fuentes con serifa y script Color: Paleta cromática variada a petición de la profesora de artes plásticas del departamento Composición: profusión, ya que

		Departamento de Promoción y Bienestar Institucional en la: Sede Principal, Edificio Dr. Angélico, Edificio Aquinate y Campus Deportivo San Alberto Magno.	hay diversos elementos en la composición como son las manchas de pintura y las pinceladas en las letras.
Mural USTA “Semana cultural Tomasina”		En esta semana se desarrolló un mural, sobre una ilustración basada en la cultura, la imagen es una metáfora acerca de los sentidos representada por las manos.	Color: Paleta cromática complementaria Composición: Profusión ilustración, compuesta de diversos elementos que permite identificar elementos relacionados con la cultura.

Nota. Tabla con la descripción de uso de elementos gráficos en las diferentes murales creadas en el Departamento de la Facultad de Diseño Gráfico por la pasante Erika Morales.

Daniel Burgos

- Cortos animados de la mascota de la facultad.

- *Piezas gráficas informativas y publicitarias.*

<https://drive.google.com/drive/folders/1TUAiqAQMNubzKJBe6onarzr5T10nD-K9?usp=sharing>

- *Estudio de personaje Dico (manual de uso).*

https://drive.google.com/file/d/1tp606mM5rJXB9SYxDUAFzbGDVbV_0YG9/view

Paula Saavedra

Videos, noticias, y formatos.

- *Piezas gráficas e informativas de cursos.*

<https://drive.google.com/drive/folders/14AdKncDG3q3ttX61Bo3wezbw2eupvRqL>

- *Campañas.*

<https://drive.google.com/drive/folders/1LqshhsNj2lqDCwOOKj9YNj5dlQX-31QX>

Tabla 6

Logo símbolo realizado para el Departamento del Instituto de Lenguas Fray Bernardo de Lugo O.P.

Logo símbolo 	Fue creado para el nuevo nombre del instituto Centro Internacional de Lenguas y Culturas Extranjeras (CILCE)	Tipografía: Se utilizó una tipografía palo seco champagne & limousines. Color: Paleta cromática variada Composición: Formas geométricas, sobre todo circulares para hacer énfasis en las banderas de los idiomas ofertados
---	---	--

Nota. Tabla con la descripción de uso de elementos gráficos para el logo símbolo realizado para el Departamento del Instituto de Lenguas Fray Bernardo de Lugo O.P, creación propia de la estudiante.