

ALFABELIZANDO
Trabajo en comunidad

PROYECTO DE GRADO
PASANTÍA SOCIAL

MADELEIN VALLEJO MORALES

Dir. Trabajo de grado: Sandra María Ramírez Botero

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE DISEÑO GRÁFICO
CIUDAD
2018

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	7
JUSTIFICACIÓN	11
OBJETIVOS	13
ESTADO DE LA CUESTIÓN	14
Lugar de la Práctica Social	14
La educación y el contexto de la práctica	15
Diseño y educación	17
El diseñador gráfico en la investigación y en la educación	18
Design Thinking	22
El Desing Thinking en el perfil del diseñador gráfico Tomasino,	24
Perfil del animador Tomasino	25
Co-creación	25
Co-Diseño	26
El diseño y las emociones	27
Color, Sonido	28
4. METODOLOGÍA	30
5. SISTEMATIZACIÓN	32
5.1 Primer acercamiento a la comunidad de mujeres analfabetas	32
5.2 Taller No. 1 con las mujeres analfabetas	34
5.3 Taller con la Fundación NEVI	36
5.3.1 Design thinking aplicado en “ALFABELIZANDO”	37
5.4 Taller No 2: la tutora de práctica con la mujeres analfabetas	39
7. CONCLUSIONES	43
REFERENCIAS	44

LISTA DE FIGURAS

	PÁG
Figura 1. Relación entre educación y diseño	17
Figura 2. El diseñador Tomasino	24
Figura 3: <i>Co-Diseño</i>	27
Figura 4: <i>Mapa de empatía</i>	33
Figura 5: <i>Fotografías Primer Taller</i>	35
Figura 6: <i>Respuestas de socialización Primer Taller.</i>	36
Figura 7: <i>Fotografías Taller con NEVI</i>	37
Figura 8: <i>Evidencia fotográfica de la puesta en común de palabras clave</i>	38
Figura 9: <i>Fotografías Taller.</i>	38
Figura 10: <i>Fotografías participantes en el proceso de “idear”</i>	39
Figura 11: <i>Capturas de pantalla, video</i>	40

LISTA DE TABLAS

	PÁG
Tabla 1. Descripción metodológica del proyecto	30 – 31
Tabla 2. Matriz DOFA de la Práctica Social ALFABELIZANDO	41 – 42

ALFABELIZANDO

Presentación

Hace algunos años en la Comunidad de las Hijas del Fiat había surgido inquietud sobre la pérdida de las enseñanzas de la fe católica, por lo tanto, algunas de las religiosas pertenecientes al instituto, acompañadas de un grupo de laicos, tuvieron como propósito: unirse para ponerse en la tarea de llevar el mensaje del evangelio, pero no solo por medio de las palabras y los libros, sino por medio de las nuevas tecnologías. La actualidad se resume en una época donde donde lo visual marca el terreno, dirige el ritmo de la construcción de mensajes significativos para la población; sin embargo, al emprender la aventura en esa labor, notaron que había un gran número de personas que no sabían leer ni escribir, así pues, desde esa dificultad nació “ALFABELIZANDO”, noción o concepto en el que se juntan *alfabetizar* y *evangelizar*.

Resumen

A través de esta investigación se pretende generar la sistematización de experiencia de un práctica social de la Facultad de Diseño Gráfico de la universidad Santo Tomás de Bogotá, ésta tiene como fin introducir al estudiante a mundo laboral, sin embargo el carácter social de esta práctica, conlleva el desarrollo de otras competencias, ya que aparte de la responsabilidad que trate trabajar en una empresa, permite al estudiante trabajar con cliente real siendo la comunidad parte fundamental para el desarrollo del producto final.

En el caso de esta investigación, el proyecto que se va a abordar es ALFABELIZANDO, este pertenece a la fundación NEVI lugar donde se realiza la práctica social, comprende la creación de narrativas visuales como herramienta didáctica para la alfabetización de adultos en la zona veredal del municipio de Guarne Antioquia, a través de las enseñanzas de la doctrina católica. En este sentido, se trata de una iniciativa de servicio humano donde la comunicación visual es parte fundamental del desarrollo y el diseñador gráfico a través de un proceso de co-creación, es el encargado de identificar los elementos multimediales necesarios para lograr generar una pieza final acorde a las necesidades del contexto. Se propone una intervención social para identificar las necesidades de la población intervenida, donde la comunidad es parte activa. A través de procesos de co-creación, se permite que ellos construyan sus propias soluciones aportando a la creación de un producto multimedial, donde se trabaja con ellos y para ellos, logrando generar un impacto de transformación social a través de procesos de observación, análisis, e intervención, que dan como resultado la implementación de un prototipo que pueda ser replicable.

Palabras clave: Alfabetización – evangelización – Co-creación – investigación – diseño Intervención social - Práctica Social

INTRODUCCIÓN

A partir de la bibliografía consultada, experiencias y reflexiones en el marco de la implementación de la propuesta, es fundamental mencionar que en el contexto colombiano, la educación es protagonista por las polémicas que representan los mecanismos y estrategias implementados en pro de asegurar su calidad. Los planes decenales, programas, iniciativas de diversa índole, etc., que se han llevado a cabo en territorio nacional sólo bosqueja el trabajo que aún queda por hacer. Académicos y profesionales relacionados con el tema educativo acuerdan que Colombia adolece de reflexiones e investigaciones que, sistemáticamente, den por sentado metodologías que ayuden a comprender, desde la ciudadanía, cuán importante es la labor social, la empatía, la vida espiritual en general, como ejes de una formación integradora de sujetos que tengan capacidad de cambiar los entornos en donde viven; esto genera que, a través de muchos campos profesionales, se produzcan propuestas acordes a las necesidades actuales de poblaciones objeto de estudios. La investigación en marco educativo tiene su sentido a partir de estas necesidades.

En este orden de ideas la sistematización que se va a abordar es una iniciativas pensada para mejorar la calidad educativa del individuo colombiano, específicamente a un grupo de adultos analfabetas del municipio de Guarne, Antioquia, teniendo en cuenta la complejidad y características propias de la tercera edad, principalmente, y promoviendo así espacios de aprendizaje que den cuenta de los diferentes elementos transversales de este trabajo investigativo que, en este sentido, además procura que se contextualicen con miras a transformar la visión de sí mismo como actor crítico y agente de mejoramiento en su comunidad. ALFABELIZANDO es una estrategia de alfabetización a través del evangelio, idea que surgió gracias a la integración del diseño gráfico como labor creativa al servicio no solo para un grupo de adultos escogidos de acuerdo al contexto investigado, sino desde la praxis educativa en la que se toman elementos de interés general, así como también se toman elementos de la enseñanza-aprendizaje,

aprovechando herramientas de la comunicación visual y el diseño gráfico permitiendo crear material educativo innovadores, alineados a las necesidades específicas del contexto intervenido.

Desde el MEN y el ministerio de las TIC se han implementado diferentes proyectos pensados en fortalecer la cobertura educativa en el país, así como la implementación de políticas educativas, para disminuir la tasa de analfabetismo, sin embargo, éste va dirigido de forma directa a la población infantil logrando generar impacto directo en las nuevas generaciones; es entendible que por las características de los adultos y sus dinámicas el impacto ha sido menor, teniendo en cuenta el problema de analfabetismo en Colombia; en el departamento de Antioquia, por ejemplo, a pesar de haber avanzado y hay un buen nivel de educación, también hay gran número de personas iletradas. Según las cifras que presenta la UNESCO y de acuerdo al censo del año 2017, el nivel de analfabetismo en Antioquia, es de 12,5% de la población, lo cual equivale a 281.025 personas. En Guarne, lugar donde se realizó la práctica social, tanto en la zona urbana como en la rural se palpa esta realidad, principalmente en las personas mayores de 50 años; según el registro actual del Parque Educativo del municipio de Guarne, el 7% de su población es iletrada o analfabeta. La cifra es aproximadamente de 915 personas (que aparecen registradas), 394 mujeres y 524 hombres.

En la búsqueda de bajar la tasa de analfabetismo en el municipio, hace dos años la alcaldía de Guarne implementó “Reducción del analfabetismo” proyecto alineado con la necesidad de alfabetización del municipio. El reto que enmarca este proyecto es alfabetizar por lo menos a 25 personas anuales, según documentos que reposan en la alcaldía, cuyo objetivo es disminuir el número de personas no vinculadas al proceso de escolaridad en el municipio. Sin embargo por las diversas dinámicas del municipio y la renuencia de las personas sobre este tema, muchos de ellos no ven el analfabetismo como un limitante para su desarrollo social y laboral ya que no lo han necesitado para lograr lo que tienen.

Teniendo en cuenta lo anterior, “ALFABELIZANDO”, proyecto de interés en esta sistematización, cumple con características específicas que impactan a poblaciones escépticas a

temas relacionados al analfabetismo, a través de intereses acordes a sus creencias, en este caso teniendo en cuenta el contexto que se aborda y la misión de la comunidad religiosa; temas relacionados con la biblia y específicamente la religión católica, sirven para generar empatía con la comunidad, impactando su tasa de analfabetismo así como al mismo tiempo se cumple con el carácter misional de la comunidad que es el de evangelizar; en este caso se da generando material educativo que promueva la alfabetización en contextos específicos, a través de la doctrina.

Las comunidades religiosas desde sus inicios han tenido un carácter asistencialista, por las connotaciones que esto tiene en los diferentes contextos, así se han generado cambios en sus estrategias de evangelización, dando paso a metodologías que nacen de la educación, tomando elementos de otras disciplinas, logrando un trabajo interdisciplinario que enriquece la misión evangelizadora, pasando del asistencialismo a entregar herramientas de diversa índole, con el fin de generar cambios sociales y el crecimiento de las mismas comunidades.

Es necesario hacer referencia que este proyecto de sistematización da cuenta de procesos de investigación que de la mano de los intereses de la Fundación NEVI y la Comunidad FIAT, fortalecieron la creación de productos audiovisuales enmarcados en el proyecto ALFABELIZANDO, durante la ejecución del proyecto se identificó que tanto la comunidad y la fundación tenían claro que este estaría enmarcado en la creación de narrativas visuales como herramienta didáctica, sin embargo no existía una investigación sólida en el contexto y el posible impacto de este proyecto sobre él; las historias y diseños escogidos para la implementación salían de necesidades deducidas por el grupo que trabajaba en el proyecto y la decisión de incorporar a un diseñador gráfico está enmarcada en un gran porcentaje a dar soluciones de carácter operativo y visual, dejando de lado las competencias investigativas y conceptuales, que aportaría a generar un material audiovisual con alto nivel comunicativo, enmarcado en las necesidades visuales del contexto abordado.

Teniendo en cuenta la naturaleza de la carrera y las de una práctica social, surgen preguntas como la siguiente:

¿Cuál es el papel del perfil investigador del Diseñador Gráfico de la USTA en la creación de narrativas visuales como herramienta didáctica para la alfabetización a través de las enseñanzas de la doctrina católica?

1. JUSTIFICACIÓN

La práctica social se entiende como una “integración de esfuerzos académicos y profesionales a una comunidad y, opcionalmente, organizaciones públicas o privadas mediadoras para introducir soluciones sostenibles, escalables y de alto impacto para una población en situación de pobreza y/o vulnerabilidad.” (Pérez, Amador, Arias y Gómez, 2016, p.13) En consecuencia, es válido fundamentar el presente trabajo de Sistematización a partir de lo que implica el servicio hacia los fenómenos sociales que dan sentido al trabajo en comunidad; el trabajo de sistematización que se va a abordar en este documento se encuentra enmarcado en los propósitos expuestos por la Facultad de Diseño Gráfico de la Universidad Santo Tomás, para la obtención del título profesional a través de la modalidad pasantía social, en este marco se construyen los objetivos o propósitos de la labor de “*Alfabetizando*”, proyecto que pertenece a la Comunidad de las Hijas Fiat, donde se llevó a cabo la práctica social que se abordará en este documento.

“ALFABELIZANDO” es un proyecto cuyo propósito es alfabetizar a personas adultas, dado que, en el departamento de Antioquia, específicamente en el municipio de Guarne, hay una cifra considerable de analfabetismo. Sin embargo, es la misma comunidad la que por medio de la fundación NEVI está desarrollando el proyecto que no solo busca enseñar el alfabeto para que las personas aprendan a leer y a escribir, sino para que través de la alfabetización y de los medios digitales también adquieran conocimientos de la Biblia y de la vida de algunos santos.

De esta manera, ALFABELIZANDO integra diferentes propósitos contruidos a partir de las necesidades educativas de una población específica, dando paso a la implementación de una estrategia con impacto social, en relación con los medios audiovisuales en auge, fundamentándose en una vertiente espiritual que enriquece la proyección de este trabajo y, al mismo tiempo, edifica y aporta experiencias investigativas a la vasta bibliografía que hay sobre temas relacionados con la alfabetización, procesos de lenguaje, etc.

Considerando las necesidades inherentes de este proyecto y las expectativas de la comunidad y la Fundación en su desarrollo y entendiendo el papel del diseñador como un facilitador del

proceso de exploración, diseño y ejecución de una propuesta visual acordes a las necesidades del contexto abordado; Frascara (2000) afirma que los procesos de diseño deben estar siempre basados en una investigación clara de las necesidades de los usuarios finales, para esto los diseñadores deben sustentar sus decisiones, estos implican un trabajo cuidadoso de investigación, observación y análisis del proyecto abordado.

Por esta razón se propone una sistematización de experiencia, enfocada en el perfil investigativo del diseñador de la USTA, donde se ve al diseñador como un transformador de contextos, que a través de una investigación y trabajo con la comunidad da soluciones visuales a problemáticas sociales, donde el diseñador pasa de ser solo el que le da forma al trabajo final, a ser parte activa de cada uno de los procesos del proyecto, comprendiendo, explorando y materializando.

2. OBJETIVOS

Objetivo General:

Implementar proceso de investigación, prototipado, evaluación y desarrollo final de piezas de comunicación aptas para la alfabetización a través de la doctrina católica.

Objetivos Específicos:

- Fundamentar desde las posturas del diseño, los elementos propios para el desarrollo de la investigación, para la creación de objetos de aprendizaje en contextos específicos.
- Identificar los códigos visuales de los adultos mayores sobre la historia de la Biblia y de algunos santos a través de actividades lúdico-pedagógicas.
- Analizar los avances de la práctica y sus aportes al desarrollo del material audiovisual para el proyecto de evangelización a través de la alfabetización.

3. ESTADO DE LA CUESTIÓN

Lugar de la Práctica Social

La Congregación Religiosa donde se enmarca la práctica social fue fundada en la vereda Guamito del municipio de Guarne (Antioquia, Colombia), su misión es la evangelización; con el fin de fortalecer los principios misionales de la Comunidad, hace 5 años nació la Fundación NEVI (Nueva Evangelización para la Vida), la cual es una entidad sin ánimo de lucro que busca evangelizar a las personas implementando los nuevos medios tecnológicos.

La Fundación NEVI se dio por una moción interior que tuvo una religiosa de la Comunidad de las Hijas del Fiat, quien, con el paso del tiempo, descubrió que era necesario retomar este modo de enseñanza: poner el arte y las nuevas tecnologías al servicio del Evangelio, ya que esta es una generación con alto consumo audiovisual, nada logra captar más la atención y sus mensajes no quedan tan palpables como a través de estos medios. Siendo así, se llegó a la conclusión que no se tenía la plataforma técnica apropiada para ese tipo de proyectos, pero sí los talentos, capacidades, conocimientos y, sobretodo, inspiración, creatividad y voluntad para llevarlos a cabo.

Para atender a esta moción interior ha surgido la Fundación NEVI, que tiene como objetivo producir material audiovisual de alta calidad que permita incursionar en el vasto e influyente mundo de los medios de comunicación de un modo atractivo, convincente, novedoso, que a la vez deleite, para proponer prioritariamente a las nuevas generaciones, parámetros, valores y modelos de vida positivos.

Así pues, “ALFABELIZANDO”, cuyo nombre proviene de las palabras *alfabetizar* y *evangelizar*, se dio gracias a que la misma hermana, mencionada anteriormente, se encontraba de misión en los Estados Unidos y percibió que muchas personas analfabetas llegaban a ese lugar para ser evangelizadas; se despertó en ella la inquietud de desarrollar un proyecto de alfabetización para personas adultas, en compañía de su madre (que es docente), recordando que

había sido ella quien le había enseñado a leer y a escribir algunas letras. Esto fue aceptado con agrado y, además, se dio la idea de alfabetizar y evangelizar consecutivamente.

Por esta razón la Comunidad de las Hijas del Fiat vio la necesidad de apoyar los talentos en pro de la realización de dicho proyecto, para ello se tuvo en cuenta un comité que trabaja en equipo para obtener buenos resultados, encontrando la necesidad de involucrar de forma directa a una persona de la comunidad y que al mismo tiempo aporta desde el quehacer del diseñador gráfico, dando la oportunidad a una religiosa poner en marcha el objetivo de este trabajo.

Es necesario resaltar que, de esta manera, y partir de tales necesidades, la religiosa podrá implicarse en la animación de las ilustraciones, puesto que el contenido de la evangelización artísticamente presentada causa más impacto al hombre de hoy, ya que se trata más de un ser visual, de imagen, que de ideas abstractas; además se ama la belleza como una cualidad de Dios y por la sensibilidad, el hombre se abre más a la acción divina a través de la belleza.

Si los sentidos son atrapados por imágenes bellas, los contenidos son mejor recibidos. Además la imagen es un lenguaje universal recibido, captado y leído por todo tipo de culturas y personas de todas las edades. “Nada hay en la inteligencia que no haya pasado por los sentidos.” (*Aristóteles/Tomás de Aquino*).

La educación y el contexto de la práctica

A lo largo de la historia, los métodos que se han empleado en la educación han tenido grandes variaciones, estos motivados por los cambios sociales y tecnológicos, que ha pasado de una educación conductista donde la cantidad primaba sobre la calidad del aprendizaje a una educación en que el estudiante empieza a ser el centro y frente a sus necesidades se construyen didácticas de clase pensadas en él; primando la calidad, dando sentido a lo aprendido. Se evidencia por los hechos, los archivos, las anécdotas y demás, que tiempo atrás las técnicas de

instrucción eran más rígidas (lo que se conoce como paradigma tradicional), es decir, eran menos didácticas y la tecnología no se percibía como determinante en la forma de enseñar como tampoco en la forma de aprender.

Con el tiempo, las investigaciones y la ciencia educativa han colmado a los profesionales de estrategias y paradigmas diversos que pretenden definir unos propósitos consecuentes con el hombre de hoy y con sus necesidades de acuerdo al contexto en el que se desenvuelve. Paradójicamente, es evidente, además, cómo sigue estando tan explícito y latente al mismo tiempo, el modelo tradicional de enseñanza, a través de cartillas de lectura, por ejemplo; no obstante, a pesar del uso que se le sigue dando a este tipo de material, es indispensable indagar mecanismos de mejora en la didáctica de la lectura. Otro método de enseñar y aprender, donde buscarle el significado a lo que se aprende, genera mayor interés en los estudiantes avivando aprendizajes que perduran y que ayudan a la construcción de los cambios en la comunidad que intervenida. Para Novak (1996) es determinante al momento de iniciar una práctica educativa, reflexionar sobre lo que los seres humanos piensan, sienten y actúan, esto constituye una herramienta de gran ayuda para mejorar las prácticas y entender por qué las personas actúan de formas específicas. De acuerdo con este autor, un evento educativo promueve en cambio de significados, así mismo genera una conexión entre aprendiz y profesor.

Alba Jiménez es profesional en la educación, ella ha implementado métodos para que los adultos que no saben leer ni escribir sean alfabetizados. Una vez se encontraba en una finca muy lujosa y bien administrada, resulta que el dueño de la finca era un campesino analfabeto, ella entabló una conversación con él y le propuso aprender a leer y a escribir, pero su respuesta tornó en que mirara lo que él había conseguido sin haber ido a la escuela y que tenía mucho más de lo que ella podía tener aún con todos sus estudios y títulos. Ante la indiferencia de esta respuesta, Alba llegó a la conclusión que para alfabetizar a las personas adultas se puede tener toda la intención, pero primero que todo, la persona debe querer y lo segundo es saberles llegar; para esto, es necesario desarrollar actividades con temas de su interés, por ejemplo, si la persona es cristiana, proponerles temas de la biblia; si a la persona le gusta la cocina, plantearles temas de

cocina, es decir, para todas las personas hay temas de preferencia. Esto con la finalidad de que el mensaje se haga más atractivo y pueda llegar con facilidad.

En cuanto a lo que se desea lograr, se toma como sostén, lo que dice Kandinsky (1994), sobre “Iluminar las profundidades del corazón humano es la misión del artista, dice Schumann. El artista es un hombre que lo sabe dibujar y pintar todo, dice Tolstoi”. (Kandinsky, 1994, p. 11.)

Estamos en la época de lo visual, el internet, la imagen; todo aquello que llama la atención; se ha comprobado que esto es un mecanismo para que el mensaje que se quiere enseñar sea aceptado, la configuración didáctica es la manera particular que despliega el docente para favorecer los procesos de construcción de conocimiento (Litwin, 2000, p. 97-98).

3.1 Diseño y educación



Figura 1. Relación entre educación y diseño. Fuente: elaboración propia

Tal como se evidencia en la figura 1, la relación entre el diseño y la educación como procesos de creación y autonomía se hacen notables desde el servicio hacia el aprendizaje. En este sentido, vale reflexionar ante los fenómenos que hacen del diseño y la enseñanza un dúo significativo en la consecución de logros o desempeños en ciertas poblaciones.

Ante los postulados de los autores mencionados en la figura, se tiene la educación como la dinámica en que los individuos realizan o se definen como la mejor versión de sí mismos desde el aprendizaje de su entorno y a su desarrollo natural. Tal desarrollo permite establecer tendencias de acuerdo a la época y a los descubrimientos subyacentes; por esa razón, una de las necesidades educativas del siglo XXI tiene que ver con el análisis crítico que se haga frente al exceso de información presente en las plataformas virtuales. Así pues, el uso de las nuevas tecnologías protagoniza una de las principales preocupaciones de todo acto pedagógico y se busca, fundamentalmente, cómo aprovechar todas las facilidades que genera su utilización cada vez más cotidiana y las herramientas que de ellas emergen.

En este caso, se propone una estrategia educativa y tecnológica a través de la comunicación visual para implementar la alfabetización a través del evangelio.

3.2 El diseñador gráfico en la investigación y en la educación

El diseño gráfico es una profesión que, aparte del paradigma de la comunicación visual, posee un componente social en cuanto la comunicación es un proceso social. En este sentido, es válido considerar que el diseñador gráfico está llamado a generar, promover, innovar y transformar con miras a los cambios sociales necesarios para el fortalecimiento de las comunidades. La responsabilidad que implica la creación de cada pieza, desde los mensajes que son transmitidos, es la clave para comprender lo determinante de su labor en la forma en que tales informaciones van configurando opiniones públicas y, al mismo tiempo, las representan.

Es primordial señalar que una imagen por muy pequeña que sea, puede presentar, como se planteó anteriormente, un discurso y una retórica visual, permitiendo una percepción icónica en donde la imagen significa, muestra, expresa y simboliza, es así como Costa (2003) habla de la importancia de la significancia de los elementos individuales, los cuales deben estar ligados a su entorno para ser contextualizados. (Córdoba, 2012, p.71)

Entendiendo esto, es importante ratificar que, en específico, la Facultad de Diseño Gráfico de la USTA fue concebida desde posturas humanistas con una visión amplia. Así, sus métodos parten de enfoques del diseño donde la interacción con comunidades resultan ser parte importante de la formación de un profesional integral. Se trata de uno de los postulados institucionales de la USTA, donde se busca la formación de profesionales aptos para las necesidades y problemáticas del mundo actual, donde el “saber” y el “hacer” son importantes, pero el “ser” toma gran relevancia al momento de encontrar un lugar en el mundo profesional y social, de acuerdo a las nociones de competencia.

Es relevante aclarar que la creatividad y la innovación son elementos primordiales de cualquier profesional; sin embargo, en carreras como el Diseño configura todo el marco de acción, por las características de sus competencias profesionales, además de trascenderlas, ya que el pensamiento y el hacer se alimentan de la observación, el análisis y la crítica. (Frascara, 2004).

No solo se trata de innovar por innovar, sino también de renovar, mejorar y proponer. Así mismo el diseñador gráfico juega un papel importantísimo en el rol de la educación, ya que tiene la capacidad de plantear materiales educativos, además puede abarcar una investigación involucrándose en el entorno donde se va a aplicar el material. Norberto Chaves (en Arfuch, Chaves y Ledesma, 1997) establece tres ventajas que obtiene el diseñador al entrar en contacto con la teoría: “Capacidad diagnóstica, interpretativa del contexto global (técnico, económico, social y cultural); capacidad de estructuración de sistemas y procesos; capacidad de respuesta cultural adaptada.” (p. 134), de tal manera que un diseñador, al realizar su trabajo o propuesta, debe tener en cuenta el grupo con el cual va a trabajar hasta tal punto de hacerse como uno de

ellos; teniendo en cuenta lo expuesto por los autores y comparándolo con el perfil del diseñador tomasino, se puede evidenciar que trabajar en contexto como se propone, es parte esencial del currículo, ya que desde tercer semestre los estudiantes trabajan con una comunidad donde la investigación y la ejecución de proyectos se fundamentan en necesidades específicas, realizando un trabajo de comprensión, exploración y desarrollo de propuestas acordes a propósitos claros de comunicación, enfocados a solucionar problemas de comunicación visual.

En consecuencia el papel del diseñador gráfico, no se limita solo al de elaborar piezas gráficas, si no, este debe trascender la cadena del proceso a pasar de ser el último a estar desde el principio hasta el fin, donde la investigación del entorno o del público objetivo, es esencial para comprender las necesidades y posibles soluciones, entendiéndose que reconocer sus costumbres, gustos, formas de trabajo e incluso sus sentimientos, es necesario en el proceso de ejecución de cualquier proyecto de comunicación, si el diseñador se sumerge desde el principio en cada uno de estos procesos de investigación, permitiendo al diseñador empatizar con su público objetivo encaminando sus diseños, en expectativas reales; por esto es importante lo que María Ledesma (en Arfuch, Chaves y Ledesma, 1997) expresa:

que no se ha hecho lo suficiente para investigar la influencia del diseño en la actividad humana y da tres razones que provocan este olvido: en primer lugar, el casi inexistente desarrollo de una teoría de diseño; en segundo lugar, la unión mecánica entre diseño-tecnología-producción y mercado, y en tercer lugar, el hecho de que las reflexiones sobre la imagen y lo visual, en general, evitan la consideración del proceso proyectual. (p. 34)

Según Jorge Frascara (2004), si se piensa que los diseñadores deben preocuparse por las reacciones del público frente a sus comunicaciones, es evidente que la evaluación debe pasar a formar parte del proceso de diseño. (p.5) de tal manera que se puede deducir desde la misma experiencia y las posturas del autor que trabajar en contexto amplía el espectro de creación del diseñador, permitiendo realizar evaluaciones constantes de los procesos de diseño, además trabajar de la mano con la comunidad potencializa la creación de productos visuales enfocados

en necesidades reales, ya que deducir los intermediarios en el proceso asegura que la información es real y confiable.

Vale subrayar que es importante tener presente aquello que dice Andrés Mignacco (2007), que no es sensato creer que una profesión pueda o deba salvar al mundo, por esta razón es importante mencionar que el diseñador gráfico por medio de la ilustración y de animación no salvará el mundo, pero sí aportará sus conocimientos para ayudar a que las personas adultas analfabetas aprendan a leer y a escribir.

Para iniciar un proceso de investigación, como se decía anteriormente, el diseñador debe contextualizarse con el entorno, Frascara (1997) afirma que para identificar un problema de investigación, el diseñador debe preguntarse dos cosas: “¿Es importante? ¿Puede reducirse con la ayuda de las comunicaciones visuales?”. (p. 136) Y efectivamente esta afirmación es un apoyo para reconocer que es necesario desarrollar el proyecto para personas iletradas y gracias al guión establecido, a las ilustraciones, a la animación y a los medios de comunicación donde se puede implementar, las personas que tengan la accesibilidad a este material podrán tener la posibilidad de aprender a leer y a escribir.

Desde este concepto se debe tener en cuenta, según Rivera (2013), que el diseñador gráfico debe contar con destrezas que le permitan investigar y analizar un asunto problemático y habilidades de razonamiento que le accedan coordinar, extender y defender conocimientos; también debe ser competente para formar conceptos y organizar información en categorías o grupos; finalmente, debe dominar destrezas de traducción para mantener significados a pesar de los cambios de contexto.

Costa (2003) afirma que muchos confunden todavía los métodos con las técnicas, cuando en realidad los métodos sirven a la estrategia para pensar y planear, y las técnicas sirven para “hacer”, de tal manera que es necesario observar la importancia de lo que evoca en las personas las imágenes, las formas, los colores, los sonidos. Vale la pena mencionar que no es nuevo lo que se refiere a la investigación en el diseño gráfico, László Moholy- Nagy (1969) y Henry Dreyfuss’s (1995) en sus estudios de Diseñando para la gente, no pueden negar la influencia que

han tenido los avances tecnológicos a nivel social, ni mucho menos los fenómenos socioculturales en los que han tenido lugar dichos cambios.

Para un diseñador gráfico es un reto vencer los muros del lenguaje hablado, a diferencia de esto, involucra a la persona para establecer por medio de lo visual una relación entre ambos; como indica Sánchez (2012) en un medio al servicio de la cultura y la alfabetización de los pueblos.

El primer beneficiado en la investigación es el mismo diseñador, ya que no solo le abre la posibilidad a nuevos métodos, sino que le permite conocer nuevos procesos y estrategias que están vinculadas al diseño.

3.3 Design Thinking

Es necesario resaltar que el de Design thinking o el pensamiento en el diseño es importante para elaborar pautas y metodologías que pueden llegar a ser de gran ayuda. Para Tim Brown (quien es considerado el padre del *design thinking*) se requiere combinar la sensibilidad del diseñador para comprender al usuario con sus habituales métodos de solución de problemas, y agregar a esa mezcla una constante preocupación por las necesidades de los usuarios (UNIVERSIA, 2017). Para tener más claridad sobre esto, el *design thinking* es un método en que se pueden desarrollar ideas que rompan esquemas, aunque dichas ideas no necesariamente sean nuevas.

Según el concepto de Snider, Culley y Dekoninck (2013, citados en Castillo, Alvarez & Cabana, 2014, p.2) la creatividad se reconoce como un tema de interés en el diseño de investigación. En el método del *design thinking* juega un papel fundamental la empatía y el trabajo en equipo (co-creación); K. B. Ahillesh, expresa que la co-creación es un esfuerzo sofisticado, basado en valores, colaborativo y orientado por el contexto, para desarrollar nuevos paradigmas, productos y servicios que satisfagan necesidades humanas. Así como también Bo Krüger, en su charla en el IBTM World Barcelona 2017, explicó que la co-creación crea mejores

soluciones, y los participantes se apropian más de las decisiones que toman (Tomado de Eventtia blog, 2018).

Para poner en práctica la metodología que propone el *design thinking*, se tendrán en cuenta las siguientes etapas:

- **Empatizar:** En este paso, es de suma importancia conocer el contexto, reconocer el público objetivo, hacer entrevistas que lleven a tener criterio sobre los gustos y comportamientos de las personas. Para adentrarse en este proceso, se deben desarrollar mapa de empatía donde se conocerá qué sienten las personas, qué ven, qué escuchan, qué hacen, qué dicen, qué piensan y sienten.
- **Definir:** Para poder definir, se debe escoger cuidadosamente la información recopilada durante la primera fase para poder trabajar con lo que verdaderamente es más importante. En esta etapa se identificará el problema para hallar la solución.
- **Idear:** Es explorar las ideas. Aquí deben surgir varias ideas, es la etapa en la que hay que darle rienda suelta a la creatividad y a la imaginación.
- **Prototipar:** Es el momento de plasmar las ideas después de una serie de investigaciones. Se desarrollan las primeras ilustraciones rápidas para captar la idea sobre el desarrollo del proyecto. En esta fase se aplican los colores, las formas, e incluso los sonidos que se aproximen a lo que se quiere llegar como meta final.

3.4 El Desing Thinking en el perfil del diseñador gráfico Tomasino,



Figura 2. *El diseñador Tomasino.* Fuente: elaboración propia

La Universidad Santo Tomás, cuyo objetivo es formar profesionales que sean capaces de buscar y proponer soluciones para la sociedad, espera que el diseñador gráfico tomasino se enfoque en el campo de la comunicación visual con una concepción estratégica que les permite ofrecer propuestas novedosas en diversos medios impresos, digitales o audiovisuales que respondan a necesidades de comunicación, información o entretenimiento en forma efectiva y comprensible. (Universidad Santo Tomás, 2018).

La caracterización y condiciones de oferta hacen necesario que los programas académicos diversifiquen la formación profesional, ofreciendo alternativas que viabilicen, de manera libre y flexible, la elección de campos específicos en los que el estudiante vierta sus habilidades y potencie su desarrollo laboral y profesional, identificando estratégicamente las fortalezas y debilidades de sus competencias para al final, desempeñarlas a plenitud (Documento Maestro, Universidad Santo Tomás, 2016, p. 72).

3.5 Perfil del animador Tomasino

El Documento Maestro de Diseño Gráfico de la USTA (2016) respecto al énfasis de animación se crea la necesidad de fortalecer a los estudiantes en la comunicación visual en la imagen en movimiento de tal manera que aprenda a proponer desde las herramientas tecnológicas capacidades que los ayuden a plantear y construir contenido animado en segunda y tercera dimensión, teniendo en cuenta las temáticas medio ambientales, sociales y económicas, conservando y enseñando el lenguaje audiovisual que se tiene que manejar en este medio.

3.6 Co-creación

Al desarrollar un trabajo de investigación y diseño para buscar soluciones, se debe tener presente que se necesita un grupo de personas que conformen un equipo, de esta manera se implementará la *co-creación*. Este proceso trata de realizar un proyecto en conjunto para obtener resultados concretos y de impacto.

Bason, apoyado en Prahalad y Ramaswamy (2004) definen la co-creación como un proceso donde nuevas ideas son diseñadas con las personas, y no para ellas. Por esta razón es importante resaltar la necesidad del trabajo en equipo para emprender un proyecto, ya que todas las personas constan de diferentes conocimientos y pensamientos que llegando a una adecuada retroalimentación, no solo en el trabajo final, sino el desarrollo de este, puede ser muy gratificante y de nuevos descubrimientos.

Teniendo en cuenta lo que Robert Blake, Jane Mouton y Robert Allen (1992) afirman, el trabajo en equipo tiene más posibilidad de generar participación y es la clave para resolver los problemas de calidad, creatividad, satisfacción y compromiso. De tal manera que para realizar un proyecto debe haber armonía en el conjunto de personas. Un equipo es un grupo bien integrado que trabaja con el propósito de lograr un objetivo bien definido. (Gilmore & Moraes, 2002, citados en Toro, 2015).

Se debe tener en cuenta los aportes más que la profesión, por esta razón se toma como sobre buenos profesionales hacen buenos equipos, pero también buenos equipos hacen buenos profesionales, lo que a la larga supone un enriquecimiento social (Borrell, 2004).

En estos términos, ha de rescatarse lo transversal de la comunicación como estrategia constante para cualificar tareas en equipo. El diálogo es fundamental en procesos de cooperación y colaboración en tanto el intercambio significativo de ideas enriquece los propósitos trazados. Según Arias (1978, citado en Toro, 2015): “La comunicación tiene muchos aspectos. Para comprender su importancia y mejorar la habilidad de comunicar en cualquier clase de actividad que desempeñemos, debemos comprender el proceso, los factores que determinan la comunicación y los efectos que produce” (p. 14).

3.7 Co-Diseño

El diseño social se hace por y para la gente, abarca todas las actividades de forma intencional y busca influir en diversos sectores de la sociedad para mejorar la calidad de vida. Al diseñar se piensa en el futuro, por lo tanto, se diseña el mañana desde el hoy.

Al referirse al “Diseño para Todos” Jorge Frascara aborda al diseño como una actividad que cubre las necesidades comunicacionales de la sociedad, pero en este escenario la publicidad puede surgir como una necesidad declarada de las empresas capitalistas. Por esta razón, este mismo autor señala que el objetivo operativo fundamental del trabajo en equipo es la capitalización de las diferencias de inteligencia entre miembros de un equipo, beneficiándose de la inteligencia colectiva. (Frascara, 2017, p.39).

“Alfabetizando” era un proyecto existente, el cual se pensó implementarlo a varios grupos focales, donde el primer grupo serían las mujeres iletradas de Guarne-Antioquia, sin embargo, ya que es un proyecto muy amplio, se decidió en hacer un trabajo de Co-creación para obtener resultados más eficientes.

CO-DISEÑO

COMUNITARIO + COOPERATIVO + COMUNICATIVO



Figura 3: *Co-Diseño*. Fuente: Elaboración propia

Esta imagen muestra cómo al asociarse un grupo de personas se mezclan los conocimientos ya que cada uno ofrece su aporte para realizar un trabajo completo y agradable, así como afirma Krippendorff (2006) refiriéndose al diseño como artefacto, el cual hace parte de la naturaleza proyectiva del ser humano y aporta de desde su singularidad a la construcción de la cultura y la sociedad.

3.8 El diseño y las emociones

Nathan Shedroff expone cómo el diseño de experiencias significativas y la construcción de significados valiosos para los usuarios, clientes o consumidores, son el verdadero camino hacia la innovación. (Revista FAZ, 2018, p.2)

La publicidad convencional está dejando paso a una nueva forma de influir en el consumidor, captando su interés por medio de acciones interesantes que trascienden a la retórica interruptora.

El artículo expone el trabajo de un grupo de profesionales dedicados a desmitificar la efectividad del “anuncio de toda la vida” (FAZ, 2018, p.2)

FAZ habló con el diseñador español Antonio Fernández-Coca, quien expuso su provocadora visión frente al concepto de diseño emocional: “Es una manera de vender exactamente lo mismo de siempre con otra palabra” (2018, p.3)

El diseño, por su parte, desde la perspectiva del proceso y metodologías, así como de instrumentos y técnicas, incluye la emoción como un concepto que puede delimitar un nuevo ámbito para su actividad. En este terreno destacan los trabajos presentados en los congresos de la Sociedad Diseño y Emoción que se realizan periódicamente desde el año 1999.

“Las emociones influyen grandemente para regular la actividad y la conducta del sujeto. Solamente aquellos fines hacia los cuales el sujeto tiene una actitud emocional positiva pueden motivar una actividad creadora” (Smirnov, Leontiev y otros 1960, p.356).

Por otra parte, uno de los supuestos teóricos que subyace a la actual Reforma es que la construcción y reorganización de la actividad cognoscitiva está estrechamente ligada a las nuevas formas de experiencia social (Vygotski, 1995).

3.9 Color, Sonido

Ahora bien, para que el diseñador pueda comunicar adecuadamente lo que un proyecto exige y más aún si se refiere al campo social, es importante tener en cuenta que en el desarrollo y el éxito del proyecto, salen a relucir ciertos parámetros esenciales como lo es el color.

Los colores evocan ciertos sentimientos en la manera como se perciben los hechos y la realidad; pueden por sí solos transmitir un mensaje y/o una emoción, además en su uso como tal deben de tener un significado de acuerdo a lo que se quiere comunicar. Harald Kupperts (2002)

afirma que “generalmente del color depende la respuesta del primer impacto de lo que se quiere comunicar. El color sólo existe como impresión sensorial del contemplador” (p. 21).

Además, los colores llegan a las emociones y a la sensibilidad de las personas, “Las imágenes finalmente amadas, tan sólidamente fijadas en mi memoria que ya no sé si recuerdo o las imagino cuando las vuelvo a encontrar en mis sueños.” (Bachelard, 1960, p.11) .

Ahora bien, junto al color hay otro factor que lo complementa, como lo son las formas y los sonidos, este último aflora los sentimientos e incluso produce recuerdos, bien dice refiriéndose a la música que es un aspecto de la humanidad innegable e irremplazable que nos determina como tal” (Ángel, Camus y Mansilla, 2008: 18).

Ángel Rodríguez (1998, citado en Moreno, 1998), define estos cuatro tipos de escucha del siguiente modo:

- Oír: cuando recibimos sonido sin prestarle atención activa.
- Escuchar: supone prestar atención al sonido con voluntad de identificarlo o interpretarlo.
- Reconocer: es identificar la forma del sonido y asociarla a una fuente sonora.
- Comprender: es obtener la información final que buscábamos en el sonido con el acto de escucha. Es una interpretación para la que se necesita la escucha y el reconocimiento.

He aquí que el sonido sirve como instrumento que motiva la presentación de algunos temas, La utilización del sonido facilita diversas formas de expresión, entendiendo esta como «la manifestación de procesos de reflexión que implican la capacidad de conceptualización y de la adquisición de conocimientos, motivados a su vez por la percepción multisensorial y la experiencia de cada individuo. (Moreno, 1998).

4. METODOLOGÍA

El enfoque de esta investigación es de corte cualitativo, el cual implica descripciones detalladas de las realidades abordadas en contexto en el marco de la implementación del proceso de investigación, prototipado, evaluación y desarrollo final de piezas de comunicación aptas para la alfabetización a través de la doctrina católica.

TABLA 1. DESCRIPCIÓN METODOLÓGICA DEL PROYECTO

OBJETIVOS	ETAPAS DE INVESTIGACIÓN	MÉTODOS O TÉCNICAS
<p>GENERAL</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Implementar proceso de investigación, prototipado, evaluación y desarrollo final, de piezas de comunicación aptas para la alfabetización a través de la doctrina católica. <p>ESPECÍFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Fundamentar desde las posturas del diseño, los elementos propios para el desarrollo de la investigación, para la creación de objetos de aprendizaje en contextos específicos. ● Identificar los códigos visuales de los adultos mayores sobre la historia de la biblia y de algunos santos a través de actividades lúdico-pedagógicas. ● Analizar los avances de la práctica y sus aportes al desarrollo del 	<ul style="list-style-type: none"> ● Barrido bibliográfico que abarca base de datos, Bibliotecas universitarias, Internet y biblioteca personal, para identificar documentos y teorías que abarcan el eje temático de la investigación, estableciendo categorías y líneas de investigación. ● Realización de talleres para identificar los elementos de comunicación apropiado del contexto abordado, para generar identificación del adulto con los materiales propuestos. ● Análisis de los resultados de los talleres. ● Realización de talleres de aplicación de los avances del proceso. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Análisis teórico-descriptivo de contenido para establecer categorías teóricas en la investigación. ● Observación e intervención en la comunidad. Se realizarán tres (3) talleres en la comunidad: <ol style="list-style-type: none"> 1. Por medio de las ilustraciones, interactúen con los colores e identifiquen los que más les atraen o los que les producen recuerdos y sentimientos. 2. Primera muestra del prototipo (cartilla con las ilustraciones y bases frases cortas que ellos puedan leer con facilidad) 3. Muestra y funcionalidad del

<p>material audiovisual, para el proyecto de evangelización a través de la alfabetización.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Análisis de los resultados de los talleres. ● Recolección de los resultados. ● Análisis de los resultados y aprendizajes de la práctica: <ol style="list-style-type: none"> 1. Funcionalidad que tiene el proyecto. 2. Cómo impacta a las personas. 3. Puede ayudar a resolver algún tipo de problema. ● Importancia del diseñador gráfico y la comunidad- Importancia del diseñador gráfico en la comunidad. 	<p>prototipo animado. (acogida del proyecto)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Análisis descriptivo analógico. Se realizará, con los resultados, una descripción del contexto abordado, analizando sus necesidades expectativas y posibles soluciones. ● Análisis descriptivo. ● Descripción de la práctica: Pasantía Social. ● Análisis DOFA de la Práctica
--	--	---

5. SISTEMATIZACIÓN

Bruno Munari hace referencia a que en la sociedad los individuos identifican y reconocen las cosas solo durante su vivencia en sociedad, es decir, que solo se reconoce lo que han visto, lo que no han visto aún no lo reconocen (Mola Úbeda, 2016). De tal manera, para el diseñador es importante reconocer el contexto e identificar sus propias necesidades, además de no poder entregar elementos visuales a un grupo o comunidad sin conocerlo antes. Esto es un componente constitutivo de ALFABELIZANDO, ya que da cuenta de un proceso de acercamiento eficiente y eficaz a una comunidad necesitada, trascendiendo la teoría o el establecimiento conceptual de tales misiones evangelizadoras para dar paso al trabajo desde el campo de acción mismo.

En esta sistematización se decidió ir a la comunidad, conocer el contexto de estas mujeres las cuales se están alfabetizando a través de la doctrina católica, conocer sus gustos, sus creencias, etc. Por esta razón se planearon diferentes talleres de co-creación donde el mismo grupo o comunidad entregaba sus opiniones, buscando elementos que ayudarán a implementar nuevos materiales audiovisuales para la fundación NEVI. Estos materiales, que se presentan como prototipo final sobre esta sistematización, resultan en un video que se elabora con procesos que la fundación tenía ya fundamentados, pero transversalmente se trabajó con la comunidad y se logró intervenir no directamente pero muy tangencialmente el producto final, esperando que con los resultados de los talleres y la intervención de la comunidad, NEVI implemente esto a futuro.

5.1 Primer acercamiento a la comunidad de mujeres analfabetas

En primera instancia, se consideró ir al municipio de Guarne en compañía de una persona que ayudó como guía y que reconoce gran parte de la población de este mismo, así que propuso algunas personas que sabía eran analfabetas, dichas personas no tuvieron inconveniente en responder las preguntas que se les realizaron. De esta manera surgió el siguiente mapa de empatía:

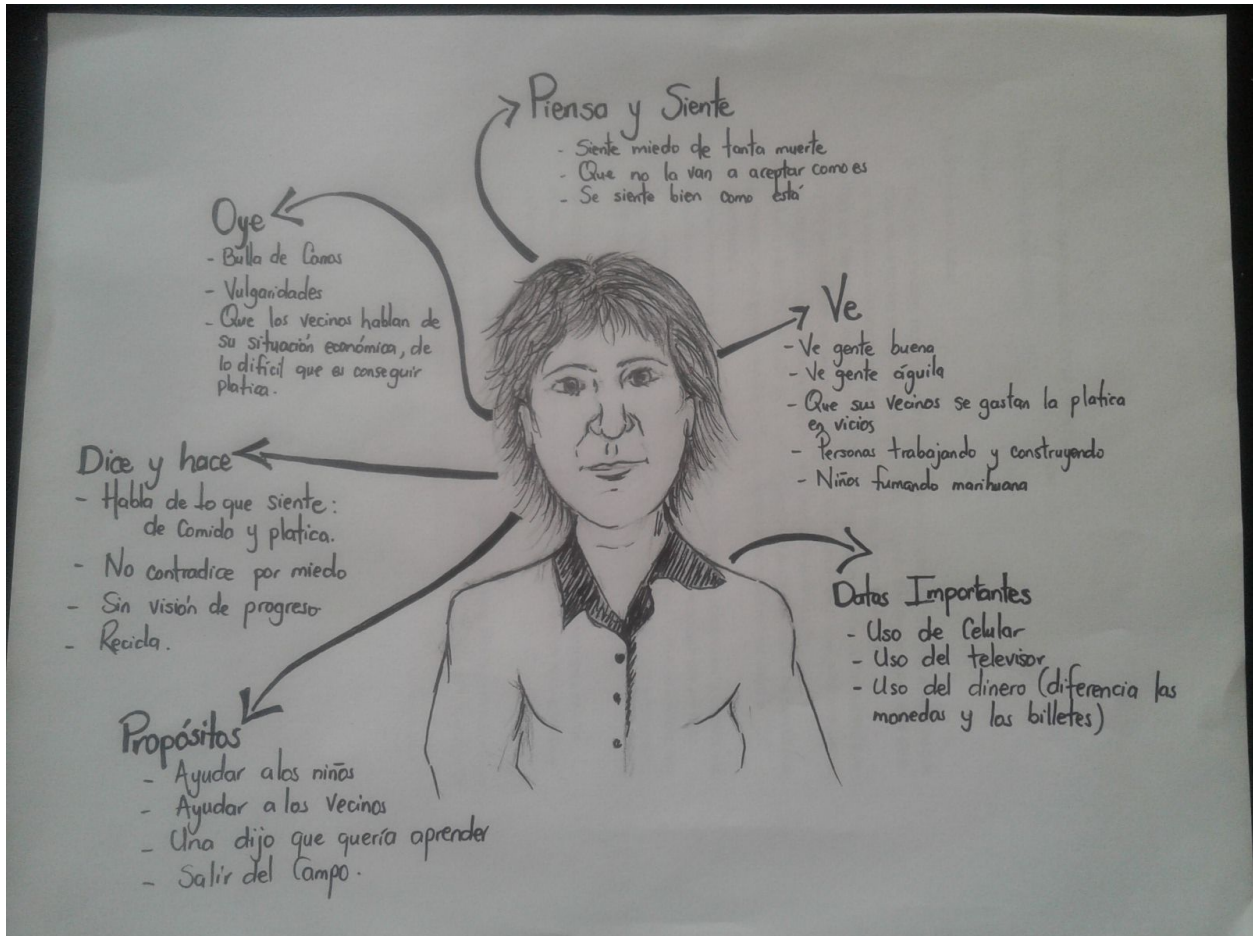


Figura 4: Mapa de empatía. Fuente: Elaboración propia

¿Qué piensan y sienten?

- Miedo de tanta muerte
- No ser aceptadas tal cual son
- Se sienten bien como están

¿Qué ve?

- Gente buena
- Gente águila
- Que los vecinos se gastan la plática en vicios
- Personas trabajando y construyendo
- Niños fumando marihuana

¿Qué oye?

- Bulla de carros
- Vulgaridades
- Vecinos hablar de su situación económica.

¿Qué hace y dice?

- Habla de lo que siente: de comida y platica
- No contradice por miedo
- Recicla
- No hay visión de progreso

¿Cuáles son sus propósitos?

- Ayudar a los niños y a los vecinos
- Una dijo que quería aprender
- Una de las expectativas es salir del campo

Mediante estas encuestas se obtuvieron algunos datos importantes al entablar un diálogo con estas personas:

1. No saben leer, pero si saben utilizar el celular.
2. Saben manejar el menú del televisor.
3. Saben contar y diferenciar billetes y monedas.

5.2 Taller No. 1 con las mujeres analfabetas

En el presente taller, se llegó directamente al grupo destinado por la fundación, dicho grupo está conformado por once (11) mujeres analfabetas que han recibido clases de lectoescritura desde hace diez (10) meses aproximadamente. El objetivo de este taller fue conocer sus gustos y colores y/o estilos más representativos con el fin de que por medio de los resultados obtenidos se pudiera ayudar al equipo encargado de resolver la parte multimedial para ser más precisos a la hora de diseñar. Estas fueron las pruebas:



Figura 5: *Fotografías Primer Taller.* Fuente: Elaboración propia

Colores más utilizados:

- Azul y verde, colores pasteles
- Una señora por preferencia personal implementó el rojo en todas las ilustraciones.

Además mientras las señoras desarrollaron el taller, se les preguntó sobre las actividades que realizaban antes de dirigirse al taller; algunas de ellas respondieron:

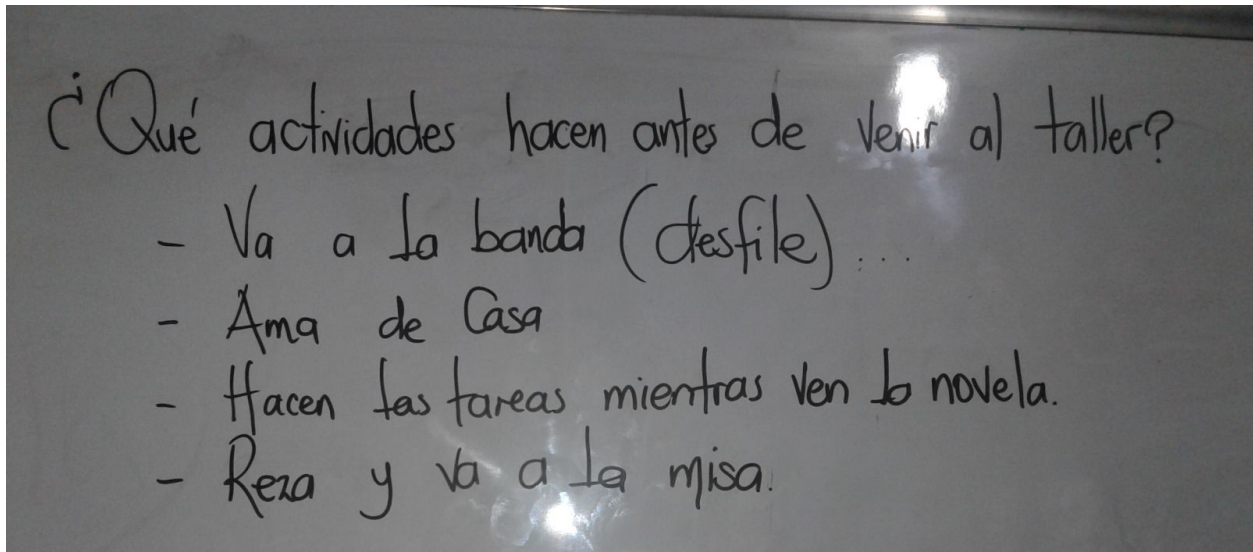


Figura 6: Respuestas de socialización Primer Taller. Fuente: Elaboración propia

- Va al desfile de la banda
- Es ama de casa
- Hace las tareas mientras ven la novela
- Reza y va a la misa

5.3 Taller con la Fundación NEVI

Este taller fue elaborado bajo la supervisión de la tutora Sandra María Ramírez Botero, quien es docente de la Facultad de Diseño Gráfico de la Universidad Santo Tomás y se ha encargado de orientar y apoyar este proyecto, de tal manera que durante tres días hizo visita académica a la Comunidad de las Hijas del Fiat para realizar un taller de co-creación con el grupo de trabajo que hace parte de la fundación Nevi y con el grupo de señoras analfabetas del municipio de Guarne. Inicialmente se reunieron siete (7) religiosas de la comunidad, de las cuales cinco (5) hacen parte de la fundación NEVI y dos de ellas fueron invitadas para dar sus aportes desde otra perspectiva,

una de ellas es quien realiza la práctica social y es estudiante de la Universidad Santo Tomás. Además, como parte del equipo se encontraba una docente quien le dio inicio al proyecto y un músico profesional quien se encarga de toda la parte auditiva.

Para el taller con la fundación NEVI se tuvo en cuenta el método **design thinking**, se les explicaron los pasos de este y cómo se aplican para la realización del proyecto, en lo cual no solo fueron partícipes, sino que construyeron las propias ideas y encontraron las conclusiones adecuadas viendo el proyecto desde una perspectiva investigativa.

5.3.1 Design thinking aplicado en “ALFABELIZANDO”

- **Empatizar:** es lo primero y más importante, pues es lo que ha llevado a conocer el contexto con las mujeres analfabetas, entablar un lazo con ellas por medio del diálogo y la comunicación. Conocer sus gustos y su estilo de vida, e incluso sus propia experiencias sobre su problema en lectoescritura, necesidad principal de la investigación.
- **Definir:** Mediante el taller, la tutora dividió el grupo en dos más pequeños con la intención de que escribieran palabras claves sobre por qué es importante investigar para entender el proyecto.



Figura 7: Fotografías Taller con NEVI. Fuente: Elaboración propia

Ellos mismos escribieron lo que pensaban al respecto y coincidieron en algunas palabras; las otras en las cuales no coincidieron fueron un complemento para el desarrollo de los siguientes pasos.

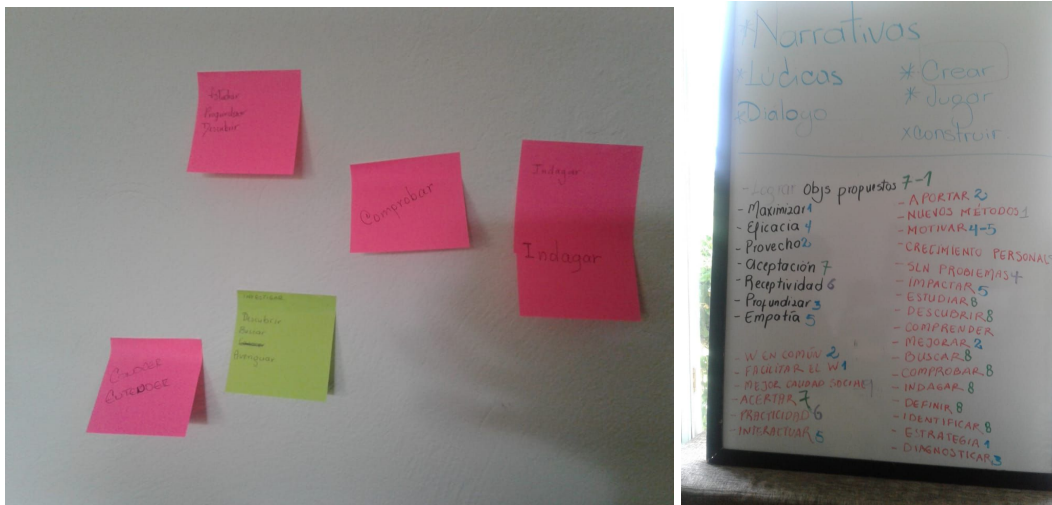


Figura 8: Evidencia fotográfica de la puesta en común de palabras clave. Fuente: Elaboración propia

Los siguientes pasos de *prototipar* y *evaluar*, se verán a continuación.



Figura 9: Fotografías Taller. Fuente: Elaboración propia

5.4 Taller No 2: la tutora de práctica con la mujeres analfabetas

En esta parte del taller se resalta el paso número 3 del **design thinking** que corresponde a idear:

- **Idear:** se observa en la imagen al grupo de señoras escogiendo algunos dibujos. En este taller se les presentó algunas imágenes impresas de palomas, corazones, pesebres, estrellas, animales, letras, algunos santos; se puede decir que eran varias imágenes iguales pero en diferentes estilos; cada una de las señoras escogió el estilo con el cual se sintió más identificada y con esto armó su propia composición y definió sus propios colores: color y forma.



Figura 10: Fotografías participantes en el proceso de “idear”. Fuente: Elaboración propia

- **Prototipar:** Una parte del prototipo ya estaba hecho, pero no se había tenido en cuenta las necesidades del grupo focal. Al inicio de la pasantía social, la comunidad NEVI y las personas encargadas del proyecto ya tenían trabajo adelantado, sin embargo no se había

realizado una intervención en contexto con el objetivo de identificar las necesidades del grupo focal. Así pues, al poner en práctica la metodología del **design thinking** y haber empatizado, definido e ideado a través de los talleres realizados y los diversos acercamientos, se logró identificar las necesidades e intereses del contexto intervenido, se vio necesario aplicar varios cambios en el prototipo inicial, estos fueron:

1. Algunos colores
2. Algunas formas
3. El tiempo del video era muy lento, pues se pensaba que entre más lento, podrían entender mejor, mas no era esto la solución, al contrario, se vio la necesidad de adelantar los tiempos para que este fuera más interactivo.
4. Se decidió recortar y cambiar algunas escenas que hacían el video fuera demasiado extenso.

Algunos ejemplos:

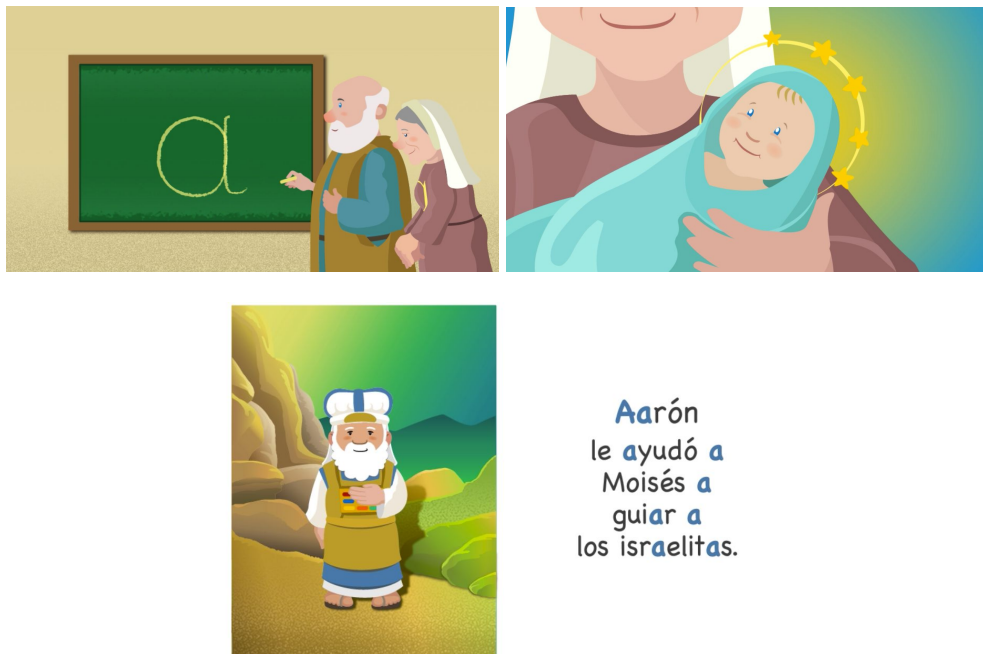


Figura 11: Capturas de pantalla, video . Fuente: *Link en youtube del prototipo de la letra A:*

<https://youtu.be/UcEm5NA5Bj4>

6. MATRIZ DOFA

A continuación se relaciona la tabla con la matriz DOFA:

TABLA 2: Matriz DOFA de la Practica Social *Alfabetizando*

PRÁCTICA SOCIAL - PROYECTO: ALFABELIZANDO	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
	FORTALEZAS	AMENAZAS

- Desconocimiento del proyecto
- Proyecto demasiado amplio y esto dificultó la integración con el mismo.
- Pocas personas en el desarrollo multimedial del proyecto.

- Oportunidad en el campo de la investigación.
- Aprender y establecer relaciones interpersonales con personas de diferentes saberes.
- El proyecto sea avalado, se pueda extender y esté vinculado con la USTA.
- Ya existía un proyecto antes de iniciar la práctica.

- Existía el proyecto.
- Contar con un equipo interdisciplinar.
- Se proporcionaron medios digitales para la elaboración del proyecto.
- Trabajo de investigación y posibilidad de ir al contexto.
- Manejo de programas.
- Relacionados con diseño, con fortaleza en el área de animación.

- Que no se tratan temas generales, sino que son solo inclinados a un estilo de vida, tradición y/o costumbre, como es la católica.
- Amplitud del proyecto para poco tiempo en la ejecución.
- Las expectativas del proyecto son demasiado amplias sobre el cumplimiento del proyecto en poco tiempo.
- Falta de interés de la

	<ul style="list-style-type: none"> ● Capacidad de comunicación interpersonal. ● Prueba inicial de prototipo. ● Visita académica de la docente encargada de supervisar el proyecto. 	gente.
--	---	--------

DEBILIDADES QUE SE CONVIERTEN EN OPORTUNIDADES:

- **Conocimiento del proyecto**, que pasa de un plano “intuitivo ” o “supuesto” a una investigación en el entorno real.
- **Posibilidad de involucrarse** el diseñador gráfico desde la investigación a diseñar para la gente y buscar soluciones prácticas en la sociedad.

AMENAZAS QUE SE CONVIERTEN EN FORTALEZAS:

- **Contar con la ayuda del equipo** interdisciplinar para evitar retrasos en la entrega.
- **Aceptar los cambios, correcciones y nuevas opciones** que se descubrieron durante el proceso de investigación y el desarrollo de la práctica.
- **Retroalimentación de todas personas** que hacen parte del proyecto desde sus mismos conocimientos, unificando las ideas y fortaleciendo el trabajo en equipo del proyecto.

7. CONCLUSIONES

Durante la sistematización de esta experiencia investigativa en la cual se integraron la tecnología, los propósitos profesionales del Diseño Gráfico y la misión de evangelizar, se obtuvieron las siguientes conclusiones:

- La actitud de servicio en el marco de un programa profesional es un factor que debe promoverse no solo desde las fundaciones que tienen en las labores comunitarias su sentido, sino desde el contexto académico en general, desde el punto de vista de la investigación y la construcción nacional de conocimiento, con el fin de integrar estas experiencias en diferentes campos de acción.
- El trabajo con adultos mayores genera una perspectiva de aprendizaje intergeneracional de gran envergadura desde la experiencia investigativa; la inmersión en estos contextos, si bien pudieron generar dudas durante la implementación de ALFABELIZANDO, en cuanto a la adaptación de intereses, motivaciones y/o necesidades, la buena disposición de los individuos que hicieron parte de él, permitió la construcción de nuevos espacios de enseñanza y, sobre todo, interacción significativa para todos los participantes.
- Se ofreció un ambiente productivo a las adultas mayores que hicieron parte de la muestra, donde además del enfoque en la lectoescritura y evangelización, también permite compartir en un ambiente de intereses compartidos, de esparcimiento y creación necesarios para estas comunidades.
- El índice de analfabetismo en los municipios de Antioquia, si bien son cifras que generan preocupación en sectores educativos, los impactos de experiencias investigativas como esta son un pertinente punto de apoyo para la extensión de iniciativas que repliquen estos procesos.

REFERENCIAS

- Angel, R; Camus, S y Mansilla, C. (2008). Plan de Apoyo técnico musical dirigido a los profesores de Educación General Básica, principalmente en NB1 y NB2. Tesis de Pregrado. Universidad de Playa Ancha. Valparaíso
- Arfuch, Chaves y Ledesma (1997). Diseño y comunicación. Teorías y enfoques críticos. Buenos Aires. Argentina: Ed. Paidós.
- Bachelard, G (1960). La poétique de la rêverie. Paris: Presses Universitaires de France,
- Blake Robert, Mouton Jane, Allen Robert (1992), “Cómo trabajar en equipo”. Grupo Editorial Nomos Ltda.
- Borrell, F (2004). Como Trabajar en Equipo y creas relaciones de calidad con jefes y compañeros. España: Ediciones Gestión 2000
- Castillo-Vergara, Mauricio, Alvarez-Marin, Alejandro, & Cabana-Villca, Ricardo. (2014). Design thinking: como guiar a estudiantes, emprendedores y empresarios en su aplicación. *Ingeniería Industrial*, 35(3), 301-311. Recuperado en 02 de octubre de 2018, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362014000300006&lng=es&tlng=es.
- Córdoba, D. (2012). Comunicación visual en la iconografía andina protopasto. En *Revista Investigium IRE: ciencias sociales y humanas. Vol. 3, No.3, noviembre de 2012. ISSN: 2216-1473*
- Costa, J. (2003). Diseñar para los ojos. La Paz: Grupo Editorial Design
- Dreyfuss, H. (1995). Designing for people. New York: Simon and Schuster.
- EVENTTIA BLOG (2018). El verdadero valor de la co-creación de eventos y cómo funciona. Disponible en: <https://www.eventtia.com/blog-es/organizacion-de-eventos/el-verdadero-valor-de-la-co-creacion-de-eventos-y-como-funciona> [recuperado en septiembre de 2018]
- Frascara, J. (2004). Diseño gráfico para la gente. Buenos Aires: Infinito.
- Kandinsky, V. (1994). De lo espiritual en el arte, Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona.
- Kuppers, Harald. 2002. Fundamentos de los colores, GG. Barcelona (España)
- Litwin, E. (2000). Las configuraciones didácticas. Una nueva agenda para la enseñanza superior. Madrid, España: Paidós.
- Mignacco, Andrés (2007). “Con el mundo auestas”. Consultado en septiembre de 2018 en http://foroalfa.org/A.php/Con_el_mundo_a_cuestas/99
- Moholy - Nagy, L. (1969). Painting, Photography, Film. Cambridge, MA: MIT Press
- Mola Úbeda, L. (2016). El desarrollo de la creatividad según Bruno Munari. Universitat Jaume I, tesis. Artículo disponible en: <http://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/162304>

- Moreno Herrero, I. (1998). *La radio en el aula. Posibilidades para comunicar de forma creativa*. Barcelona: Octaedro
- Pérez, N., Amador, P., Arias, C., Gómez, P. (2016). Documento de trabajo: Modalidades de Trabajo de Grado de la Facultad de Diseño Gráfico. Universidad Santo Tomás. Disponible en PDF: <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/3992/Pereznatalia2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Prahalad y V. Ramaswamy (2004). *The Future of Competition: CoCreating Unique Value with Customers*. Boston: Harvard Business School Press.
- Revista FAZ (2018). creación de emociones, significados y experiencias. diseño de interacción revistafaz.org – una iniciativa de cadius. julio 2008 ISSN 0718-526X
- Rivera, A. (2013), *La Nueva Educación del Diseño Gráfico, Designio: libros de diseño*, México.
- Sánchez Ramos, M. E. (julio de 2012), “El Diseño Gráfico y su aportación a la divulgación científica”. (F. d. Comunicación, Ed.), *Actas de Diseño*, 13, 237-240 [En línea] <http://goo.gl/HtL5C6>, consultado el 15 de septiembre de 2018.
- Smirnov, Leontiev, Luria Y Otros (1960). *Psicología*. Grijalbo. México.
- Toro, Y. (2015). *La importancia del trabajo en equipo en las organizaciones actuales*. Universidad militar Nueva Granada. <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/13939/2/LUZ%20YOLANDA%20TORO%20SUAREZ%20%20TRABAJO%20FINAL.pdf>
- UNIVERSIA (2017) Tim Brown, el maestro y “creador” del Design Thinking. Artículo disponible en: <http://noticias.universia.es/cultura/noticia/2017/07/07/1154014/tim-brown-maestro-creador-design-thinking.html> [recuperado en septiembre de 2018]
- UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS USTA (2018). *Diseño Gráfico. Perfil profesional*, recuperado de: https://orientacion.universia.net.co/informacion_carreras/pregrado/disenio-grafico-3064/universidad-santo-tomas-359.html
- Vygotski, L. S. (1995). *Obras Escogidas*, Visor. Madrid